

06.11.2011 - 10:00 Uhr

Campagne globale «Le pour-cent de culture» Le Pour-cent culturel Migros - plus que de la «culture»



Zürich (ots) -

Avec l'idée directrice «le pour-cent de culture», le Pour-cent culturel Migros lance une vaste campagne au niveau national. D'une part, une partie étonnamment infime de la grande variété des activités et projets du Pour-cent culturel Migros est présentée, afin de faire connaître les engagements de manière surprenante. D'autre part, une série de néologismes culturels ont pour but de dévoiler la vaste palette d'activités du Pour-cent culturel Migros dans les domaines de la culture, de la société, de la formation, des loisirs et de l'économie. Cette campagne globale, prévue à long terme, est répartie sur plusieurs vagues d'activation.

«Le pour-cent de culture» - l'idée directrice créative

Par le biais d'une campagne globale diffusée au niveau national, la marque ainsi que les nombreux engagements du Pour-cent culturel Migros doivent être bien ancrés dans les esprits de la population suisse. L'idée directrice de cette nouvelle campagne globale est aussi simple que percutante: les mots «pour-cent» et «culture» du Pour-cent culturel sont mis en scène et interprétés de manière tout à fait autonome.

Le visuel

Le Pour-cent culturel Migros présente une partie étonnamment infime de ses activités et projets dans différents médias. C'est justement «un pour-cent de culture» - une petite partie d'un tableau, d'une scène de théâtre ou d'un cours de cuisine. Ainsi, les nombreux engagements du Pour-cent culturel Migros sont présentés de manière inattendue. Chaque sujet se révèle être une partie de l'ensemble de l'engagement du Pour-cent culturel Migros.

La communication

Des jeux de mots et des néologismes proposent une nouvelle interprétation des nombreuses activités du Pour-cent culturel Migros dans les domaines de la culture, de la société, de la formation, des loisirs et de l'économie. Ainsi, les expressions comme culture linguistique, culture théâtrale, culture des loisirs ou culture des talents attirent l'attention sur ces différentes activités et transmettent de manière ciblée tout ce que recèle le mot «culture» - en effet, le Pour-cent culturel Migros est plus que de la «culture».

Grâce à sa nouvelle campagne globale, la marque du Pour-cent culturel Migros se voit approfondie dans toute son ampleur. L'idée de cette campagne est née lors d'un pitch et a été réalisée par l'agence publicitaire Spillmann/Felser/Leo Burnett.

Aperçu des mesures de lancement

Cette campagne globale débutera au mois de novembre 2011 par la parution d'annonces dans des journaux pendulaires de toute la Suisse, ainsi que dans les médias propres à la Migros. Des spots seront également diffusés sur les ondes radio. Sept sujets, tirés des différents secteurs d'activité du Pour-cent culturel Migros, seront présentés par le biais de ces annonces ou spots radio. Les informations de fond, relatives à ces différents sujets, se trouvent sur le site Internet www.pour-cent-culturel-migros.ch/campagne où les différents projets et activités sont présentés de manière plus détaillée.

Prévision 2012

La campagne se poursuivra en hiver et au printemps 2012 et sera complétée par des mesures cross-médias. Des clips vidéo et l'inclusion des médias sociaux sont prévus, entre autres.

Toutes les annonces et tous les spots radio sont disponibles sur www.pour-cent-culturel-migros.ch/campagne.

* * * * *

Le Pour-cent culturel Migros est un engagement volontaire de Migros, inscrit dans ses statuts, en faveur de la culture, de la société, de la formation, des loisirs et de l'économie. www.pour-cent-culturel-migros.ch

Contact:

Tobias Gremaud, responsable de la communication globale du Pour-cent culturel Migros, département RH, culture, loisirs, Fédération des Coopératives Migros, Zurich, tél. 044 277 22 64, tobias.gremaud@mgb.ch

Estefania Garcia Jung, communication globale du Pour-cent culturel Migros, département RH, culture, loisirs, Fédération des Coopératives Migros, Zurich, tél. 044 277 32 78, estefania.garciajung@mgb.ch

Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100009795/100707406> abgerufen werden.