

An aerial photograph of a Parisian riverside at night. The scene is illuminated by a street lamp, casting long shadows on the cobblestone bank. Several groups of people are sitting on blankets or mats on the ground, enjoying the evening. The water of the river is visible in the background, and the overall atmosphere is relaxed and social.

Campagne de sensibilisation

PARIS LA NUIT
2016

Le contexte

Lorsque l'été arrive, de nombreux Parisiens profitent des **beaux jours** pour se retrouver **entre amis autour d'un apéritif**. Malgré cette bonne humeur générale, certains **lieux de rendez-vous** sont concernés par de nombreux abus.

En effet, en 2015, de nombreux **riverains** et les **mairies d'arrondissements** concernées ont recensé de nombreuses infractions de par une consommation excessive d'**alcool** sur la voie publique. Cet environnement esaussi perturbé par des agissements abusifs en termes de **propreté, de nuisances sonores** et autres.



A qui s'adresse-t-on?

La Mairie de Paris s'adressera principalement aux **Parisiens et Franciliens âgés entre 16 et 35 ans**, et **adeptes des apéritifs urbains**.



Les riverains des quartiers concernés sont également un public qu'il est important de sensibiliser et d'informer car ils subissent les dommages collatéraux des comportements abusifs liés à ces grands moments de rendez-vous.

Que faire pour freiner les abus?

Inciter les Parisiens à suivre les bonnes pratiques

- Adopter un ton humoristique pour dédramatiser le phénomène
- Présenter les bonnes pratiques mais de manière décalée

Donner à voir l'intervention de la Ville pour restreindre ces comportements abusifs

- Sensibiliser de jour comme de nuit
- Etre visible dans la Ville tout au long de la période d'activité

La position de la Ville

**Même si Paris est une fête cela n'exclut pas
d'adopter une bonne conduite**



Prévenir les comportements les plus risqués et inciviques sans
empêcher les Parisiens de s'amuser

Le concept

Créer le code de « bonne conduite du fêtard »

- Reprendre l'univers du code de la route pour toucher le plus grand nombre
- Mentionner l'arrêté préfectoral d'interdiction de consommation et de vente à emporter de boissons alcooliques sur la zone concernée

Adopter un ton décalé en utilisant des pictogrammes et des situations détournées avec une note humoristique



PARIS-DE-NUIT

ADOPTÉZ LA BONNE CONDUITE !

Le concept : affichage MUPI localisés

MAIRIE DE PARIS

ADOPTÉZ LA BONNE CONDUITE POUR UNE NUIT RÉUSSIE !



PARIS-DE-NUIT

RESPECTEZ L'ENVIRONNEMENT ET LES RIVERAINS

MAIRIE DE PARIS

ADOPTÉZ LA BONNE CONDUITE POUR UNE NUIT RÉUSSIE !



PARIS-DE-NUIT

RESPECTEZ L'ENVIRONNEMENT ET LES RIVERAINS

MAIRIE DE PARIS

ADOPTÉZ LA BONNE CONDUITE POUR UNE NUIT RÉUSSIE !



PARIS-DE-NUIT

RESPECTEZ L'ENVIRONNEMENT ET LES RIVERAINS

MAIRIE DE PARIS

ADOPTÉZ LA BONNE CONDUITE POUR UNE NUIT RÉUSSIE !



PARIS-DE-NUIT

RESPECTEZ L'ENVIRONNEMENT ET LES RIVERAINS

Le dispositif

Création et installation de véritables panneaux de signalisation amovibles donnant à voir **les situations à éviter face à celles à privilégier**

4 types de panneaux illustrent les situations les plus problématiques :

Propreté, consommation d'alcool et bruit

- Autoriser
- Déconseiller
- Déconseiller + apporter une solution
- Accueillir les Parisiens et délimiter la zone de fête : **Paris-de-Nuit**

PARIS-DE-NUIT

ADOPTÉZ LA BONNE CONDUITE !



Le dispositif

Installation de MUPI sur platine

- Bassin de la Villette (19^e)
- Quai François Mauriac (13^e)
- Canal St Martin (10^e) : campagne 2015

Ou de banderoles au sein des zones concernées

- Quartier Oberkampf (11^e)

Création et distribution d'un guide de « bonne conduite du fêtard » inspiré du livre de code de la route. Ce manuel comportera :

- un **QCM** pour rappeler de manière interactive les comportements les plus respectueux des autres et de son environnement
- des **informations pratiques** sur les déplacements (Métro/Noctilien), la propreté (Plan estival 2016), et la prévention santé (N° urgences, lignes d'écoute)



Visibilité dans la Ville

PROXIMITE

- Affichage **MUPI** localisés
- **Panneaux de signalisation** aux couleurs de la campagne
- Distribution d'**un code de la nuit** par les Pierrots de la Nuit et les Correspondants de Nuit (DPP)
- Diffusion de messages de sensibilisation sur les **173 panneaux lumineux**



Visibilité dans la Ville

- Réalisation d'un **kit de communication** dédié aux bars et cafés partenaires :
 - **Sous-bocks**
 - **Affiches A3** (déclinaison de la campagne MUPI)
 - **Code de la Nuit**
- Le **Code de la Nuit** sera également distribué directement aux « fêtards » grâce à l'intervention des Pierrots de la Nuit et des correspondants de Nuit (DPP). Une opportunité supplémentaire pour établir un dialogue avec la cible.
- Diffusion d'**affiches** dans les :
 - Antennes Jeunes (DJS) et équipements sportifs (DJS)
 - Conseil de quartiers / associations de Riverains des MA concernées
 - Mairies d'arrondissements concernées



Visibilité sur le Web

- Diffusion d'un **kit de communication digitale** auprès des MA :
 - Images partagées Facebook/Twitter
 - Visuels de la campagne
- Publication d'une actualité sur Paris.fr
- Diffusion de messages de sensibilisation et de **GIF animés** sur les réseaux sociaux de la Ville **Paris.fr / Quefaire.paris** avec le **#parisdenuit**



Calendrier



Du 28/06 à fin septembre : implantation de MUPI platine au bassin de la Villette et quai François Mauriac

Du 30/06 à fin septembre :

- Envoi du communiqué de Presse
- Relais sur les réseaux sociaux et les sites web de la Ville (QFAP/Paris.fr)
- Diffusion du kit de communication digitale auprès des MA

Début juillet : affichage au sein des équipements de la Ville et des MA

De mi/fin juillet à fin septembre : diffusion du kit de communication auprès des bars et cafés partenaires

Courant juillet : implantation de panneaux de signalisation sur la bassin de la Villette et le quai François Mauriac

Septembre : implantation de 3 banderoles au sein du quartier Oberkampf



MERCI