

Annexe 1

Échéancier et image de marque



Campagne menée depuis
avril 2021



Toujours sous le thème
« Meilleur ici, meilleur à
Lévis », elle poursuit les
mêmes objectifs, mais en
mettant de l'avant cinq
entrepreneurs lévisiens.



Annexe 2

Déploiement multiplateforme



À la **radio locale** CJMD 96,9 FM



Dans le **Journal de Lévis**
+ un **cahier spécial de 12 pages**
qui est en cours de conception



> Sur le **Web** (Journal de Lévis,
CJMD 96,9 FM et réseau de
publicités Google)
> Sur les **réseaux sociaux**
(Facebook, Instagram et YouTube)



> Sur les différents **panneaux
d'affichage de Pattison** à Lévis
(autoroutiers et modules de rue)
> Sur les **panneaux publicitaires
d'autobus** de la STLévis

Déploiement multiplateforme



> La **vidéo** d'économie circulaire a été lancée sur le **Web** et les **réseaux sociaux** en avril

> La vidéo, en *motion design*, d'économie circulaire a été lancée sur le **Web** les **réseaux sociaux** en mai



Au sein des **outils de communication de la Ville** (panneaux 4x8, stèles, Facebook, Le Courant, Lévis'informe, etc.)



> Installation du sceau *J'achète Lévis – Meilleur ici, meilleur à Lévis* en vinyle blanc réfléchissant sur la **vitre arrière de 25 véhicules** de la Ville

> Distribution de près de **10 000 macarons**, **150 000 autocollants** et **100 coroplasts** à l'effigie de *Meilleur ici, meilleur à Lévis* à 90 restaurants