

TROPHÉES DE LA COMMUNICATION 2019

2^e PRIX POUR LE CONSEIL DÉPARTEMENTAL



Le Département de la Manche a reçu ce vendredi 22 novembre, lors de la 18^e Cérémonie de Remise des Trophées de la Communication, le second prix dans la catégorie **Meilleure action de communication sur les médias sociaux** avec le projet de « Léo, 1944 », qui fut créé dans le cadre de l'année de la commémoration du 75^e anniversaire du Débarquement et de la Libération de la France et de l'Europe.

LES TROPHÉES DE LA COMMUNICATION



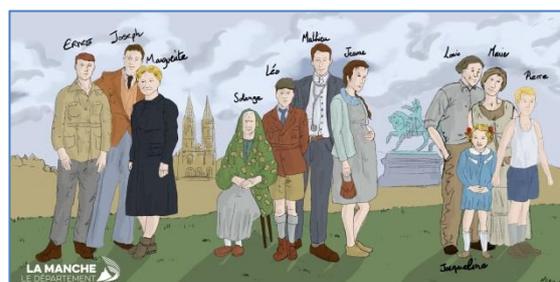
Les Trophées de la communication récompensent chaque année les meilleurs acteurs français dans le domaine de la communication. De janvier à juillet, le comité de sélection repère les meilleures actions et les structures se démarquant par la qualité de leur communication. Les 32 catégories du concours permettent ainsi d'avoir un panorama complet sur les différents outils utilisés aujourd'hui.

Un jury de professionnels a délibéré début novembre sur l'ensemble des dossiers présentés cette année, soit 372 structures représentées et 638 dossiers réceptionnés. Le conseil départemental de la Manche a obtenu dans le cadre de ce concours **le 2^e prix dans la catégorie meilleure action de communication sur les médias sociaux, avec le projet « Léo, 1944 ».**

Le Département a été mis en avant pour son travail sur les réseaux sociaux en permettant de transmettre la mémoire de l'Histoire aux jeunes générations grâce à un outil de communication qu'elles utilisent quotidiennement.

L'ORIGINE DU PROJET « LÉO 1944 »

L'initiative de la création du personnage de Léo revient au conseil départemental de la Manche, dans le cadre des célébrations du 75^e anniversaire du Débarquement et de la Libération. La collectivité s'est appuyée uniquement sur **ses ressources internes pour sa conception (Cabinet et Direction de la Communication), avec l'appui de la Maison de l'Histoire (archives départementales de la Manche) pour l'iconographie photographique**, ce qui a permis de créer et d'innover pour un coût nul.



L'originalité du projet a été d'utiliser les moyens de communication d'aujourd'hui, les médias sociaux, pour raconter à la première personne le quotidien d'un adolescent manchois au cours de l'année 1944 (de février 1944 jusqu'à l'automne 1944) : un personnage fictif en narrateur (Léo), qui s'adresse à la jeune génération d'aujourd'hui, 75 ans plus tard.

Son histoire est inventée mais elle est basée sur des faits réels qui se sont tous déroulés dans la Manche en 1944. De plus, chaque publication renvoie vers un article spécifique publié sur le site Internet des Archives départementales de la Manche, apportant un éclairage historique et scientifique sur les faits réels.

La page Facebook et le compte Twitter ont été mis en ligne en février 2019 et seront alimentés jusqu'à la fin de l'année. Le conseil départemental a lancé ce projet en respectant les codes des médias sociaux, c'est-à-dire sans conférence de presse dédiée ni publication particulière, en s'appuyant uniquement sur la viralité, le partage et le bouche-à-oreilles propres aux réseaux sociaux... En agissant ainsi, le conseil départemental souhaitait que le personnage de Léo et son histoire gardent leur authenticité et leur spontanéité. Evoquer l'institution ou les personnes qui se trouvent derrière l'écriture des textes ou même le contexte de fabrication, aurait nuit à la véracité de l'histoire racontée.

Mis en ligne en février, « Léo 1944 » rassemble aujourd'hui près de 16 900 abonnés sur sa page Facebook et 3 450 sur Twitter.

LES OBJECTIFS DU DÉPARTEMENT

1. Faire aimer, faire comprendre, et mettre l'histoire à la portée de tous.

Un projet à la fois pédagogique et historique, pour faire que les jeunes générations deviennent des passeurs de mémoire en utilisant les outils d'aujourd'hui.

2. Proposer deux niveaux de lecture.

Léo parle, parfois avec ses mots d'adolescent, de son « vécu », de son ressenti, des faits qui lui sont arrivés ou dont il a eu connaissance. Et Associée au projet, la Maison de l'Histoire propose un contenu historique et scientifique en lien avec les événements décrits par Léo.

3. Sortir de « l'Histoire-Bataille » pour raconter l'histoire de la population civile manchoise, sa vie quotidienne.

Le choix a été fait de ne pas se restreindre au seul mois de juin, moment traditionnellement retenu pour la célébration des cérémonies de la Libération, mais de plus s'intéresser à la réalité de la vie quotidienne, à la population civile manchoise et ainsi comprendre « leur » année de Libération.

4. Proposer du contenu et un concept innovants.

Pour intéresser sur les réseaux sociaux, il faut proposer du contenu inédit. Léo parle des Manchois aux Manchois, en établissant le dialogue entre le passé et le présent. L'idée est de présenter un contenu historique, vu au travers des yeux d'un adolescent, témoin de son époque, en utilisant les moyens de communication et de partage d'aujourd'hui. L'objectif est aussi de favoriser l'interaction avec les Manchois, échanger et dialoguer sur la page de Léo et donc susciter l'intérêt à l'Histoire, à Notre Histoire.

Retrouver l'histoire de Léo sous le nom de « Léo 1944 » :

Facebook : <https://www.facebook.com/Leo1944/>

Twitter : https://twitter.com/Leo_1944

CONTACTS PRESSE

Nicolas Bourdet
02 33 05 95 03 – 06 86 38 20 84
nicolas.bourdet@manche.fr

Alexandra de Saint Jores
02 33 05 99 11 – 06 80 24 41 96
alexandra.desaintjores@manche.fr

Alice Streiff
02 33 05 99 43 – 07 84 15 07 61
alice.streiff@manche.fr