

Festival Écosphère 2011

Environnement et habitation saine



Équipe de Angélie Bellerose-Langlois, Julien Biron et Josianne Gourde

Hiver 2011

COM2019 – Richard Leclerc



Public cible primaire

35 à 54 ans: *Hédonistes fureteurs*

- Plaisir, bonheur, joie et douceur de vivre
- Goût de l'expérimentation
- Ouverture d'esprit et tendance à l'écologisme
- Consommation avisée et esprit critique
- Opinions fortes et développées
- Valeurs familiales
- Bonne éducation (collégiale et supérieure)
- Revenus familiaux annuels de 60 000\$ et plus

Public cible secondaire

25 à 34 ans: *Explorateurs et hédonistes*

- Goût de l'expérimentation et de nouvelles découvertes
- Besoin de s'exprimer et de s'affirmer
- Besoin de consolider leurs valeurs et de donner un sens à leurs actions
- Esprit critique
- Conscience sociale, éthique et environnementale
- Valorisation de la nouveauté, de la créativité, de l'originalité et de l'esthétisme
- Bonne intégration sociale
- Bonne éducation

Axe de communication

- ◆ Je vais assister au Festival Écosphère, un évènement culturel et environnemental, afin que ma famille et moi adoptions des comportements écologiques au quotidien.

Slogan

🍃 Festival Écosphère:

Je suis éco-fier, et toi?

Slogan

- ◆ Le slogan a un caractère très incitatif qui interpelle le public en lui lançant un défi.
- ◆ Le trait d'union est purement pour l'esthétisme sonore du mot, sans quoi il pourrait sonner « écofier ».
- ◆ Le « je » personnalise le slogan et incite les gens à s'approprier le concept. Il vient rejoindre le besoin de s'exprimer qu'éprouve notre public cible secondaire.

Slogan

« éco-fier » c'est:

Une façon d'être, une façon d'affirmer sa fierté pour ses actions et ses valeurs écologiques.

Pourquoi « éco-fier »:

«Éco» est un préfixe qui rapporte à l'écologie. Lorsqu'on est «fier» de quelque chose, on l'assume, on l'affirme. Les gens fiers d'un mouvement ont tendance à le promouvoir naturellement. On veut donc que chaque personne ~~éco-fier~~ ~~éco-fière~~ devienne un ambassadeur de l'évènement.

Publicité imprimée

- ◆ Pour être cohérent avec le Festival Écosphère, nous aurions souhaité que la campagne publicitaire n'utilise pas de médias papier, mais cela n'est pas réaliste.
- ◆ Alors, bien qu'Internet soit au cœur de la campagne 2011, nous aurons également de la publicité imprimée.
- ◆ Publier une **affiche (il vaut mieux utiliser le mot annonce - ou message – pour la publicité imprimée dans les journaux ou les magazines)** dans les journaux lus par notre public cible (La Presse, Le Devoir, The Gazette, les journaux en ligne et les journaux locaux) augmenterait l'envergure de notre campagne publicitaire.



Je suis éco-fier, et toi?



Rendez-vous au Festival Écosphère les
24 et 25 septembre 2011 au village de Brome.

Le festival de l'environnement et de l'habitation saine



projetecosphere.org



Affiche

- ◆ Photos de Monsieur et Madame Tout-le-monde pour personnaliser l'affiche. Une silhouette noire avec la question « Et toi? » au milieu pour interpeller le public.
- ◆ Photos des personnes du public cible et autres pour rejoindre l'aspect familial du Festival Écosphère.
- ◆ Une affiche épurée afin que le lecteur capte toute l'information pertinente en un coup d'œil.
- ◆ Bref, une affiche qui reflète l'axe de communication et le slogan pour une campagne publicitaire cohérente.

Une campagne à deux facettes

- ◆ 1. **Un concours Facebook** qui **accroît rapidement la notoriété de l'évènement** et incite les gens à y participer.
- ◆ 2. **Un blogue** qui devient une référence en écologie et qui gagne des adeptes à long terme. C'est un investissement pour les prochaines éditions, puisqu'il développe une communauté intéressée et fidèle. **Le Festival devient plus qu'un évènement, il devient un sujet.**

Concours Facebook



Concours: Les gens sont invités à publier un court vidéo d'eux sur Facebook où ils démontrent leur côté « vert ».



Prix: Les 10 meilleurs vidéos sont invités à recevoir un prix (chandail officiel et objets de commerçants) lors de l'évènement et le grand gagnant, annoncé le jour du Festival Écosphère, gagnera un forfait séjour.

But: Accroître la notoriété

Comment: Les gens doivent aimer la page Facebook du concours afin de voter pour le meilleur vidéo.

Pourquoi

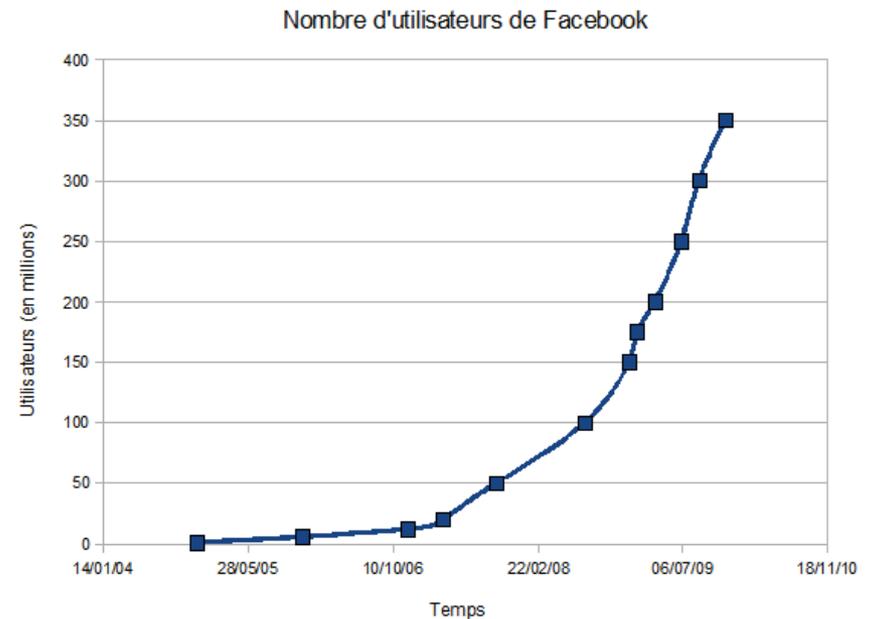
facebook®

La notoriété de Facebook n'est plus à faire.

- Facilité à rallier beaucoup de gens
- Facilité d'accès
- Facilité à créer une page
- Facilité de mettre en ligne des vidéos

C'est donc réaliste pour l'échéancier.

Nous suggérons de commencer le concours dès la fin d'avril afin d'assurer le succès de la campagne.



Pourquoi

facebook®

- ◆ De cette façon, les gens qui veulent voter pour encourager leurs amis ou leur famille doivent « aimer » la page du Festival Écosphère et donc en prendre connaissance.

Pourquoi

facebook®

- ◆ **Le concours rejoint le public cible primaire:**

Avec des opinions fortes et critiques, leur vidéo permet de conscientiser les générations futures. Ils laissent leurs traces et montrent l'exemple.

- ◆ **Le concours rejoint le public cible secondaire:**

Par leur besoin de donner un sens à leurs actions, de s'affirmer et de s'exprimer. De plus, cela rejoint leur conscience écologique.

Rôle de la porte-parole



Maxim Roy

<http://www.maximroy.com/fhtml/photo.html>



Sabine Karsenti

<http://www.soniagagnon.com/35-page.shtml>

Rôle de la porte-parole



Pour lancer le concours, la porte-parole apparaîtra dans une capsule vidéo où elle expliquera brièvement le concours. De plus, elle en fera elle-même un exemple et l'on pourra la voir accomplir un acte qui la rend fière d'être « verte »!

Message vidéo: « *Maintenant, c'est à vous de faire comme moi. **Faites-nous** parvenir sur la page Facebook du Festival Écosphère un **court** vidéo démontrant quelle est votre action verte! Ensuite, invitez vos amis et votre famille à voter pour votre vidéo. Les dix meilleurs vidéos recevront des prix lors du Festival Écosphère qui aura lieu à Brome les **24 et 25 (et non 25 et 26)** septembre 2011. C'est aussi pendant le festival que sera dévoilé le grand gagnant. Je suis éco-fier, et toi? »*

Autres éléments de promotion



Réseau social

- Plus de quatre millions de personnes sont connectées à un réseau social au minimum et ont activé le partage automatique de leur activité.
- Un tweet partagé automatiquement entraîne la création de six sessions youtube.com.
- Plus de cinq millions de personnes ont trouvé l'activité d'un ami au moins sur YouTube à l'aide des outils de recherche d'amis et se sont abonné à leur activité.
- Chaque jour, des millions d'utilisateurs activent des abonnements. Grâce à eux, vous pouvez entrer en contact avec une personne qui vous intéresse, qu'il s'agisse d'un ami ou d'une équipe sportive, et suivre son activité sur le site.
- Les utilisateurs les plus populaires comme Machinima, MysteryGuitarMan, Fred, collegehumor et UniversalMusicGroup comptent des millions d'abonnés.
- Plus de 50 % des vidéos YouTube ont été notées ou commentées par la communauté.
- Chaque jour, des millions de vidéos sont ajoutées comme favoris.

Vues

- YouTube pour mobile enregistre plus de 100 millions de vues par jour.
- Le lecteur YouTube est intégré dans des dizaines de millions de sites Web.

Autres éléments de promotion



La vidéo promotionnelle, dont fait partie Sabine, sera aussi diffusée sur YouTube, la plate-forme de référence pour les vidéos sur le web. En utilisant plusieurs plates-formes simultanément, on peut rejoindre davantage de personnes et tout cela de façon écologique!

Médias sociaux

- ◆ De plus, tout cela sera accessible par le blogue.
- ◆ **Ce qui nous amène à la deuxième facette de la campagne...**

Avantages des médias sociaux et des blogues

- ◆ Permet d'avoir de la visibilité
- ◆ Permet d'augmenter la notoriété
- ◆ Permet de diriger l'image de l'organisme

S'allier aux autres organismes verts

- ◆ Profiter de l'achalandage des sites ou des blogues d'organismes verts et commenter au nom du Festival Écosphère. Cela permettra d'augmenter la crédibilité et la notoriété de notre événement. Ainsi, les gens seront plus enclins à participer à l'événement.

Parlons environnement

www.parlonsenvironnement.com

- ◆ Publie régulièrement des articles en ligne qui concernent l'environnement en plus d'offrir des conseils pour être plus vert.
- ◆ Propose une vaste rubrique et recommande certains articles de l'actualité qui abordent le même thème.

www.facebook.com/parlonsenvironnement

<http://twitter.com/parlonsenviro>

Greenpeace Québec/Canada

- ◆ « L'objectif fondamental de Greenpeace est de s'assurer que la Terre puisse soutenir la vie dans toute sa diversité. »
- ◆ Greenpeace Québec recense plus de 5000 personnes sur son compte Facebook.
- ◆ Greenpeace Canada a plus de 10 000 personnes adeptes de sa page.

Greenpeace Québec/Canada

Suite et hyperliens

- ◆ Être actif sur ses pages donnerait certainement la chance au Festival Écosphère d'augmenter sa notoriété auprès des adeptes de l'écologie, tout cela dans le but de devenir une **référence**.

<http://twitter.com/greenpeaceQC>

www.facebook.com/greenpeaceqc

www.facebook.com/greenpeace.canada

Équiterre

- ◆ « Par son action, Équiterre veut porter l'attention sur les aspects fondamentaux de la vie. Manger, se transporter, habiter, jardiner et consommer : des besoins vitaux, mais aussi des moyens à la portée de chacun pour agir de façon responsable et changer le monde un geste à la fois. »

Équiterre

Suite et hyperliens

- ◆ Équiterre possède plus de 5000 adeptes sur sa page Facebook. Les gens qui fréquentent cette page sont, pour la plupart, issus de la clientèle cible du Festival Écosphère. Encore une fois, cela permettrait de se faire connaître davantage par un plus grand nombre d'individus.

www.facebook.com/pages/Équiterre/117926081552324

www.equiterre.org

Commanditaires

- ◆ Via les médias sociaux, le Festival Écosphère propose davantage de visibilité à ses commanditaires et c'est pourquoi il sera plus intéressant pour ceux-ci de s'associer à l'événement.

Pourquoi des commanditaires?

- ◆ Pour augmenter la publicité et la visibilité de l'événement
- ◆ Pour aller chercher de la diversité
- ◆ Pour assurer la réussite de l'événement

Commanditaires possibles

- ◆ Mountain Equipment CO-OP (MEC)
- ◆ Communauto

Mountain Equipment CO-OP (MEC):

- ◆ Vision : «Que le Canada possède le plus grand réseau de parcs et de zones protégées au monde et offre le plus bel environnement pour les loisirs en nature. Que les activités de grande nature soient une expression privilégiée de la culture et du mode de vie canadiens»
- ◆ Ils ont un programme de contributions à la communauté pour tous les événements en lien avec le développement durable sur le territoire. Grand Marché MEC : service en ligne qui permet de vendre ou d'acheter de l'équipement usager. Réutilisation du matériel.
- ◆ «Nous recherchons sans cesse les matériaux et méthodes de production les moins nocifs pour l'environnement, de façon à ce que nos produits offrent des performances sans faille tout en réduisant notre impact écologique.

Mountain Equipment CO-OP (MEC):

Suite

- ◆ Ils ont également des produits et des vêtements faits au Québec, fabriqués ~~locaux~~ **localement**, donc moins nuisibles pour l'environnement
- ◆ Contribution possible pour 2011: Don de produits ou cartes-cadeaux (don moyen de 200\$) – Prévoir que le traitement de la demande peut prendre jusqu'à 6 semaines
- ◆ Contributions possibles pour 2012 : Don ET subvention (il faut soumettre les demandes de subvention avant le 10 mars minuit ou le 10 septembre minuit)
- ◆ Source web : www.mec.ca

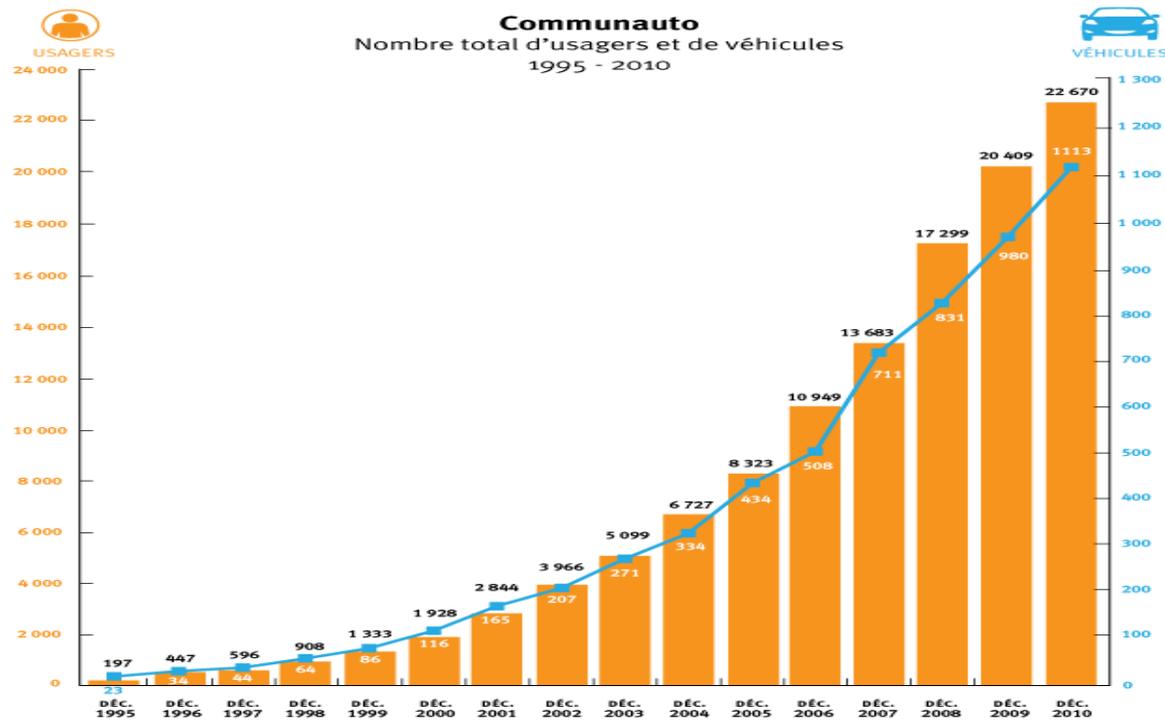
Communauto

- ◆ C'est quoi? : «entreprise à vocation sociale et environnementale», qui consiste à partager des véhicules entre abonnés, pour réduire le nombre et l'usage d'automobiles.
- ◆ Une entreprise en plein essor...

Communauto

Suite

🌿 Nombre total d'usagers et de véhicules (1995-2010)



Communauto

Suite

- ◆ Possibilité de créer une entente Communauto-Festival Écosphère. Ententes précédentes avec : la RTC (2004), la STL et la STO (2005), la STS (2007), la STM et Taxi Coop du Québec (2008), Bixi (2009)
- ◆ Contribution possible : adhésions gratuites, certificats cadeaux, tarifs spéciaux et priorités aux participants du Festival Écosphère.

En bref

- ◆ Inciter les gens à participer à l'édition 2011 par un concours vidéo stimulant et démonstratif.
- ◆ Augmenter la présence du Festival Écosphère sur les médias sociaux dans le but de devenir la référence en environnement et d'accroître la notoriété pour les années futures.
- ◆ Je suis éco-fier, et toi?