

L'idée innovante

« Mon geste éco-citoyen : je bois l'eau du robinet » est la 2^e campagne du Conseil général du Morbihan pour inciter les Morbihannais à consommer l'eau du robinet et réduire ainsi leurs déchets d'emballage. Le lancement de cette campagne a été précédé d'un « buzz » qui s'appuie sur les réseaux sociaux (Facebook, You tube...) et la mobilisation d'une soixantaine d'étudiants en communication. Pour cette phase précédant le lancement officiel de la campagne de communication, nous avons choisi une approche originale : la mise en scène de la campagne électorale d'une gourde ! (Rôle tenu par un comédien professionnel déguisé en gourde et prénommé Yvan Lagourde) Une campagne électorale amusante qui renvoie au cœur des codes des collectivités territoriales tout en les détournant.

L'objectif recherché

L'eau du robinet est un thème particulièrement sensible en Bretagne. Afin de ne pas susciter trop de réactions polémiques et atteindre l'objectif recherché : changer les pratiques des Morbihannais et les encourager à boire l'eau du robinet, il fallait rendre le sujet « sympathique ». Le recours à un personnage tel qu'Yvan Lagourde comme candidat du changement a permis d'ouvrir un dialogue constructif et amical avec les Morbihannais. Nous avons ainsi évité les dérives polémiques et les « dialogues de sourds ».

La démarche mise en œuvre (programmation, partenariats)

programmation du buzz en 3 phases : du 26 février au 20 mars 2009

partenariat avec les étudiants en communication du BTS communication de Ploemeur (conventionnés par l'agence de communication)

lancement de la campagne officielle sur le mode d'une investiture du candidat à l'américaine en présence des élus, des partenaires et des journalistes.

Le contenu de la réalisationUn buzz en 3 phases

Phase 1 : - affichage et tags biodégradables dans les 4 plus grandes villes du Morbihan par les militants du candidat (étudiants en communication)

distribution de kit com' dans nos réseaux (T-shirt, casquette et badge « votepourunegourde.com »)

mise en ligne du blog www.votepourunegourde.com et mise en ligne du groupe de soutien « votez pour une gourde » sur Facebook.

Relations presse : affichage et tags biodégradable devant les rédactions.

Phase 2 : Hommes-sandwich aux couleurs du candidat dans les principales villes du Morbihan

distribution de kit com' au public

meetings du candidat (tournée des marchés du Morbihan)

mise en ligne du blog officiel du candidat (vidéos de soutien, photos, annonces, portrait...)

envois de communiqués de presse aux journalistes par l'attachée de presse du candidat

réseaux sociaux : candidat présent sur Facebook, sur copain d'avant, vidéos du fan club et des meetings sur You Tube.

Phase 3 : lancement officiel de la campagne sur le mode de l'investiture à l'américaine du candidat.

Les moyens humains et financiers

Moyens humains :

100 personnes : 7 membres du groupe BEDC-Le ciré jaune, près d'une soixantaine d'étudiant du BTS communication de Ploemeur, 6 personnes du Conseil général du Morbihan, une trentaine d'animateurs issus des collectivités partenaires (ambassadeurs prévention, animateurs de bassin versant, animateurs de la Chambre d'agriculture...).

Moyens financiers :

coût total du buzz : 42 577,60 euros TTC.

Le bilan de la réalisation (évaluation, suivi, projet d'évolution)

Les résultats du buzz en 3 semaines :

- plus de 30 000 visiteurs à ce jour sur le site www.tousecocitoyens56.fr qui est le site officiel des campagnes de communication pour la prévention des déchets du Morbihan ;
- plus de 8 000 visiteurs sur le blog du candidat « Yvan Lagourde » ;
- plus de 1 700 membres sur le groupe « Votez pour une gourde » de Facebook ;
- près de 2 000 personnes venues sur des animations en lien avec la campagne depuis le lancement ;
- plus de 230 « amis » sur Facebook ;
- 15 articles dans la presse quotidienne régionale et sur les sites en ligne d'information ;
- 5 articles sur des blogs spécialisés dans le buzz.

Contact :

Estelle BILGER, chargée de communication

Tél. : 02.97.54.81.02 courriel : estelle.bilger@cg56.fr