

« Why first »

Toujours quelques idées à partager

« Les données font date »

Les statistiques et chiffres qui éclairent notre temps

« La ref party »

Extraits du portfolio de l'agence

« Les geeks en Com »

Technologie et agilité, les pépites à adopter

#1

Édito. « Bas Bruit(s) » #1. Nous avons voulu cette correspondance la plus sensitive possible. Le papier nous le permet. À y regarder de plus près, une relation épistolaire est loin d'être désuète. Juste quelques personnes à qui nous tenons, un canal socialement responsable (pour que le facteur fasse toujours partie du paysage) et un média développement durable. L'industrie du papier contribue favorablement à la bonne gestion des forêts (voir WWF). Nous vous proposons ici de rester en éveil sur les petits signaux qui feront bientôt le terreau de votre communication.

BAS BRUIT(S)

Correspondance semestrielle de l'agence **STACCATO**

N°1

Septembre 2021

Stratégie « Why first »



COMMENT DÉPLOYER UNE CAMPAGNE DE SENSIBILISATION À LA RÉDUCTION DES DÉCHETS TOUT EN RESTANT SOCIÉTALEMENT RESPONSABLE DANS SA STRATÉGIE DE DIFFUSION ?

Média en constante progression, la vidéo n'en demeure pas moins un challenge pour les agences comme pour les annonceurs. Mais au-delà du contenu et de la mise en forme, il convient également de prendre en compte l'environnement hautement concurrentiel des vidéos. Et l'environnement tout court.

Client : ASCOMADE, organisme regroupant des collectivités locales de gestion des déchets.
Objectif : Toucher les publics les plus éloignés de la thématique « réduction des déchets » sans faire culpabiliser.
Demande : Produire une collection de vidéos susceptibles d'être vues par le plus grand nombre.

MÉDIA VIDÉO EN LIGNE : PAS SI SIMPLE DE SE FAIRE REGARDER, ET REMARQUER !

Se reposer uniquement sur une diffusion gratuite de nos vidéos dans un flot perpétuel de contenus est illusoire. Quant à créer l'effet buzz pour se démarquer face à des internautes diffusant des propos toujours plus durs, c'est tout simplement inenvisageable pour une collectivité.

« Notre recommandation ? Donner une visibilité à nos vidéos en dehors du monde virtuel d'Internet, leur donner un ancrage concret, une réelle proximité. »

Comment ? En créant un partenariat avec la 1^{re} radio locale, France Bleu, sous la forme d'une série d'émissions diffusées durant l'été 2021.

CRÉATION ET DISPOSITIF PENSÉS POUR CONCILIER LA VISIBILITÉ AVEC L'IMPACT ÉCOLOGIQUE

Disposant de la plus forte audience sur son territoire, France Bleu est non seulement une radio bien implantée mais aussi le média le plus écologique qui soit ! Pas de papier, pas d'encre, pas de logistique de transport, pas de serveurs informatiques... rien que des ondes radiophoniques au bilan carbone bas pour un nombre d'auditeurs on ne peut plus élevé. Cette situation vertueuse, la création l'exploitera pleinement en impliquant des personnalités régionales, chacune identifiée pour sa notoriété et sa légitimité sur les différentes thématiques de réduction des déchets.

À travers leurs différents témoignages, on capte l'attention du public, on démontre qu'on peut tous agir et on donne un écho à nos vidéos de sensibilisation mettant en scène des acteurs du quotidien.

SIX JOURNÉES DE TOURNAGE EN COMPLÉMENT DES ÉMISSIONS ENREGISTRÉES À FRANCE BLEU

D'un point de vue opérationnel, la production de cette campagne a mobilisé d'importants moyens humains au sein de l'agence Staccato. Du secrétariat de production jusqu'au dérushage en passant par les tournages avec les personnalités et les témoins, ce ne sont pas moins de dix jours pleins qui ont été consacrés à la collecte des contenus. Aux neuf personnalités s'ajoutent plus de vingt témoins filmés aux quatre coins de la Bourgogne-Franche-Comté pour évoquer les neuf thématiques sur la réduction des déchets.

LE TON ET LE DESIGN AU SERVICE D'UN MESSAGE AUSSI POSITIF QUE DÉCULPABILISANT

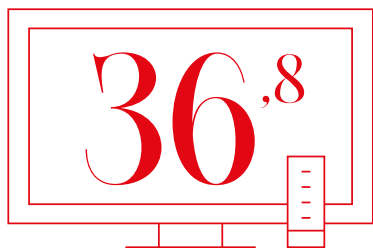
Loins des discours moralisateurs et anxiogènes, l'esprit des vidéos se veut optimiste, voire complice. Pour le traduire, le clin d'œil au jeu Action ou Vérité devient notre fil conducteur traduit dans un montage coloré, spontané et dynamique. La signature finale « Réduction des déchets : en vrai, on peut tous passer à l'action » vient souligner l'intention générale de ces films mettant en scène des personnalités locales et des acteurs du quotidien dont les petits gestes peuvent faire de grandes différences. Un teaser, neuf vidéos et un making of sont déployés progressivement depuis juillet 2021 jusqu'à février 2022, relayés cet été par les émissions de France Bleu, un spot radio et tous les relais des partenaires sur leurs réseaux sociaux. x



9 émissions France Bleu

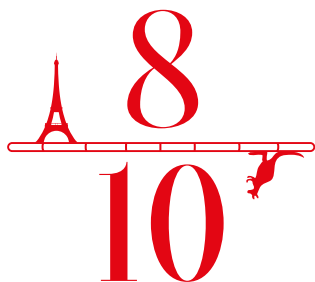
Découvrez le dispositif





RECORD ABSOLU

36,8 millions de Français ont regardé l'allocution présidentielle du 13 avril 2020. Record absolu d'audience TV tous programmes et époques confondus. (Médiamétrie)



QUI DIT VRAI

8 français sur 10 croient au moins à une théorie du complot (Apollo, Sida, climat, terre plate...) selon un sondage Ifop de 2017.



ÇA FUME

L'ENVOI DE DIX E-MAILS AVEC UNE PIÈCE JOINTE D'UN MÉGAOCTET ÉQUIVAUT À 500 MÈTRES PARCOURUS EN VOITURE. (5 GR DE CO₂ PAR MAIL, 100 GR DE CO₂ PAR KILOMÈTRE) (FUTURA-SCIENCES)

LANCEMENT DE PRODUIT PETITE RÉVOLUTION ÉCOLOGIQUE DANS L'UNIVERS PLASTIQUE

En partenariat avec Armor-Lux, l'entreprise franc-comtoise Plastigray crée PolyEcotex, un matériau inédit à base de plastique et tissu recyclés. Plus légère, plus résistante et 100% recyclable, cette nouvelle matière écoconçue autorise toutes sortes d'applications. Qui a dit que le plastique n'était plus fantastique ? x



Visionnez le projet



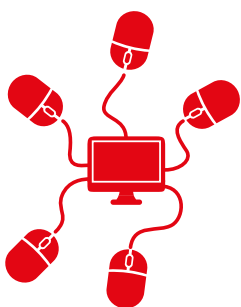
ÉDITORIAL UNE NOUVELLE ÉNERGIE ENTRE PARIS ET CLERMONT-FERRAND

Les TET, ou Trains d'Équilibre du Territoire, matérialisent un fort enjeu dans la politique nationale de déplacement ferroviaire. L'axe Paris - Clermont-Ferrand mobilise de nombreux acteurs autant qu'il cristallise les attentes : une future liaison à 200 km/h. La création de contenus éditoriaux print et audio est le meilleur moyen de rester dans les rails ! x



AGROALIMENTAIRE BISCUITERIE BILLIOTTE AFFINE SON ARCHITECTURE DE MARQUE

Cette authentique biscuiterie régionale innove : nouvelle position produit « Paul-Émile Billiotte ». Depuis Besançon, elle rayonne sur la France et à l'étranger comme pour mieux nous faire craquer sur la Franche-Comté. x



LES ANIMATEURS DE RÉUNION EN ONT RÊVÉ. KLAXOON L'A FAIT ! ET EN PLUS L'APPLICATION EST FRANÇAISE !

www.klaxoon.com

Quand l'objectif est d'encourager la participation de tous, sans laisser les « leaders » influencer le groupe, on met un coup de Klaxoon ! Conçue pour animer les réunions à distance, mais pas que, cette application multiplie les sondages, évaluations, propositions d'idées et autres ressorts participatifs de façon instantanée, ludique et agile. Après une prise en main un poil technique, les premiers essais deviennent vite jubilatoires et addictifs !

Dans sa version gratuite, cette application 100 % française propose déjà de belles fonctionnalités. Rendez-vous sur Klaxoon pour de futures réunions de création avec Staccato ! x