
Création d'une campagne de communication - "Objectif : Poids Plume"

Cc Touraine-est Vallées

48 Rue de la Frelonnerie

Bp 70

37270 Montlouis-sur-Loire

[Voir le site internet](#)

Mathieu Gaultier

Auteur :

m.gaultier@touraineestvallees.fr

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



CONTEXTE

Dans le cadre de son Programme Local de Prévention des Déchets, la Communauté de Communes de l'Est Tourangeau a souhaité se doter d'une vraie campagne de communication pour mieux toucher et sensibiliser ses habitants. Après la construction d'un marché à bons de commande, c'est la société JTS qui a été retenue pour l'élaboration d'un plan de communication, d'une identité visuelle et d'un ensemble de 6 affiches (1 affiche d'accroche et de 5 affiches "éco-gestes").

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

L'objectif de cette campagne était d'avoir un vrai outil de communication à la fois crédible et unique pour permettre au public d'identifier clairement la collectivité. Elle doit également faire connaître les messages de prévention des déchets mis en avant par la collectivité.

Résultats quantitatifs

Impression de :

- 15 affiches d'accroche format abribus,
- 100 affiches d'accroche format A3,
- 500 affiches "éco-gestes" format A3,
- plus de 10 000 flyers de promotion du compostage,
- plus de 4000 autocollants "Stop-Pub",
- 50 présentoirs à autocollants "Stop-Pub".

Résultats qualitatifs

De ce projet est né une multitude d'outils de communication :

- 1 logo spécifique "Objectif : Poids Plume",
- 1 affiche d'accroche,

- 5 affiches "éco-gestes Simple & Facile",
- 1 costume de mascotte (" Poids Plume"),
- 1 flyer de promotion du compostage,
- 1 guide pratique sur le compostage,
- 1 modèle de distributeur à autocollants "Stop-Pub" ,
- 1 modèle d'autocollant "Stop-Pub",
- 1 ensemble de calques pour permettre la reproduction et la création de nouveaux documents directement par la collectivité elle-même,

De plus, un événement de lancement officiel de la campagne a été créé le 23 juin 2013 sur la commune de Larçay. Ainsi une campagne d'affiche a été faite pour promouvoir ce lancement avec 15 affiches type abribus et plusieurs dizaines d'affiches A3.

MISE EN OEUVRE

Planning

Plusieurs mois ont été nécessaires pour la rédaction du CCTP du marché à bons de commande correspondant. Les besoins ont dû être définis précisément.

Une fois les réponses au marché réceptionnées, l'analyse des offres a permis de choisir une société de communication en fonction des critères définis, mais aussi de la proposition graphique.

Par la suite, une fois l'entreprise sélectionnée, plusieurs mois et plusieurs réunions ont été nécessaires pour développer l'identité visuelle et l'ensemble de la campagne de communication (1 logo, 6 affiches, 1 costume de mascotte,...).

Un événement a été créé pour le lancement officiel de cette campagne de sensibilisation avec promotion par spot en radio locale, articles en presse locale et affichage (sucette publicité, accueil de mairie,...).

Moyens humains

Un comité de suivi et de pilotage (responsable de service, élu référent, technicien) a été défini pour valider les orientations graphiques.

Le chargé de mission prévention a suivi plus particulièrement ce dossier.

Plusieurs agents de la société de communication ont été sollicités pour ce travail.

Moyens financiers

Le marché lié à cette prestation intellectuelle (ne prenant en compte que la création graphique, le conseil et la réalisation d'animations) se situe entre les deux seuils suivants :

- montant minimum (HT) : 16 000 € (sur 4 ans)
- montant maximum (HT) : 28 000 € (sur 4 ans)

L'impression et la fourniture des éléments de communication n'est pas compris dans le marché.

Pour l'année 2 du PLPD (année de création de la campagne), il a été dépensé :

- 8300 € (TTC) liés au marché à bon de commande
- 5000 € (TTC) pour les impressions de documents de communication, et la fourniture d'objets (tasses, costume mascotte,...)

Moyens techniques

Une plastifieuse a été achetée pour permettre de protéger et ainsi de mieux diffuser certains documents de communication (affiches,...)

Partenaires mobilisés

Société JTS

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

Cette action est tout à fait reproductible.

Les besoins, un budget et un planning précis sont à définir avant le lancement d'une telle démarche.

Difficultés rencontrées

L'originalité de cette action repose sur l'orientation décalée de cette campagne de communication qui se veut accessible à tous, amusante et non moralisatrice.

Les clichés environnementaux et de réduction des déchets ont volontairement été écartés (couleur verte, arbre, feuille, poubelle au régime, volume de sacs poubelle en diminution,...). L'image de cette mascotte (une poule) et son style graphique font penser au style graphique d'une bande dessinée.

La particularité de l'action figure surtout dans la réalisation d'un costume de poule (fait sur mesure), à l'image de la mascotte, pour la réalisation d'animation sur le terrain (en écoles, en accueils de loisirs,...).

Recommandations éventuelles

Un minimum de budget est à prévoir pour cette action. Néanmoins avec une enveloppe de 5000 €, il est possible de se doter d'une vraie identité visuelle et de nombreux éléments de communication (logo, affiches, flyers,...).

Pour la construction du marché, les besoins sont clairement à définir avant tout lancement, pour éviter trop d'hésitation dans la rédaction du marché, mais surtout une réelle perte de temps, ce qui peut générer par la suite un retard dans la réalisation des actions du PLPD.

Pour la rédaction des attentes, à faire figurer dans le cahier des charges, il faut trouver le juste milieu entre précisions (pour faciliter la réponse des sociétés de communication), mais aussi liberté de création. Si le marché est trop cadré, les sociétés de communication ne pourront pas travailler librement et vous proposer un travail original. De plus, il est possible qu'un marché trop cadré ne suscite par l'intérêt des sociétés de communication.

Egalement, il est important, dans la rédaction du marché, de préciser la propriété intellectuelle des éléments créés. De plus, il faut demander à la société de communication, la création et la transmission d'un ensemble de "clagues" (fond d'affiches, fond de flyer, fond pour diaporama,...) et de divers éléments indépendants (logo, slogan, image de la mascotte,...). Ceci vous permettra de recréer des documents sans nécessairement faire appel à elle. Une simple mise en forme de ces éléments sous un logiciel de traitement de texte, par exemple, peut vous permettre d'éditer facilement certains documents, rapidement et de façon économique.

Mots clés

MENAGE | ORDURES MENAGERES RESIDUELLES

Dernière actualisation

Octobre 2019

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Julie BARTHELEMY

julie.barthelemy@ademe.fr

Direction régionale Outre Mer