

ÉCO-LOGIQUE

LA PLATEFORME D'ÉCHANGE DE
VIDÉO ÉCOLOGIQUE



JENNIFER FREIBURGH AUS - DEREK AMEZ-DROZ

2. SOMMAIRE

1 - PAGE DE GARDE

2 - SOMMAIRE

3 - INTRODUCTION

4 - RECHERCHES

5 - PLANNIFICATION

6 - MISE EN LIGNE

7 - STATISTIQUES

8 - CONCLUSION

9 - MEDIATHÈQUE

3. INTRODUCTION

Avec Eco-logique notre volonté est d'offrir une plateforme de partage d'idée et d'astuces écologique sous forme de vidéos. Nous souhaitons créer une base de données facile d'accès et visionnable de tous sur différents réseaux sociaux.

nous invitons ainsi les gens à nous envoyer des vidéos contenant des astuces, des idées et des conseils pouvant améliorer le quotidien de tous et de par la même occasion être utile au climat.

Deux plateformes sont pour l'instant en ligne, une page Facebook et une galerie instagram, pour participer les gens peuvent directement poster leur vidéo sur notre page ou sur la leur avec l'hashtag **#éco_logique** qui nous permettra par la suite de très facilement récupérer et regrouper les différents médias en ligne. Les vidéos sont ensuite repostées de manière officielle sur nos différentes pages avec bien entendu si la personne le désire son nom ou pseudonyme.

les gens peuvent ainsi consulter les différentes vidéos, découvrir de nouvelle façon d'aborder l'écologie et bien sur s'il le désire participer à son tour.

4. RECHERCHES

Au cours de la réalisation de ce projet de nombreuses étapes, remises en question et changement ont eu lieu afin que le projet aboutisse dans un cadre favorable.

Le premier point sur lequel nous nous sommes mis d'accord c'est que nous souhaitons que notre projet soit avant tout moderne et accessible aux plus jeunes, nous voulions éviter les dépenses en papier ou ressources inutiles c'est pourquoi internet et les réseaux sociaux nous ont paru un choix judicieux.

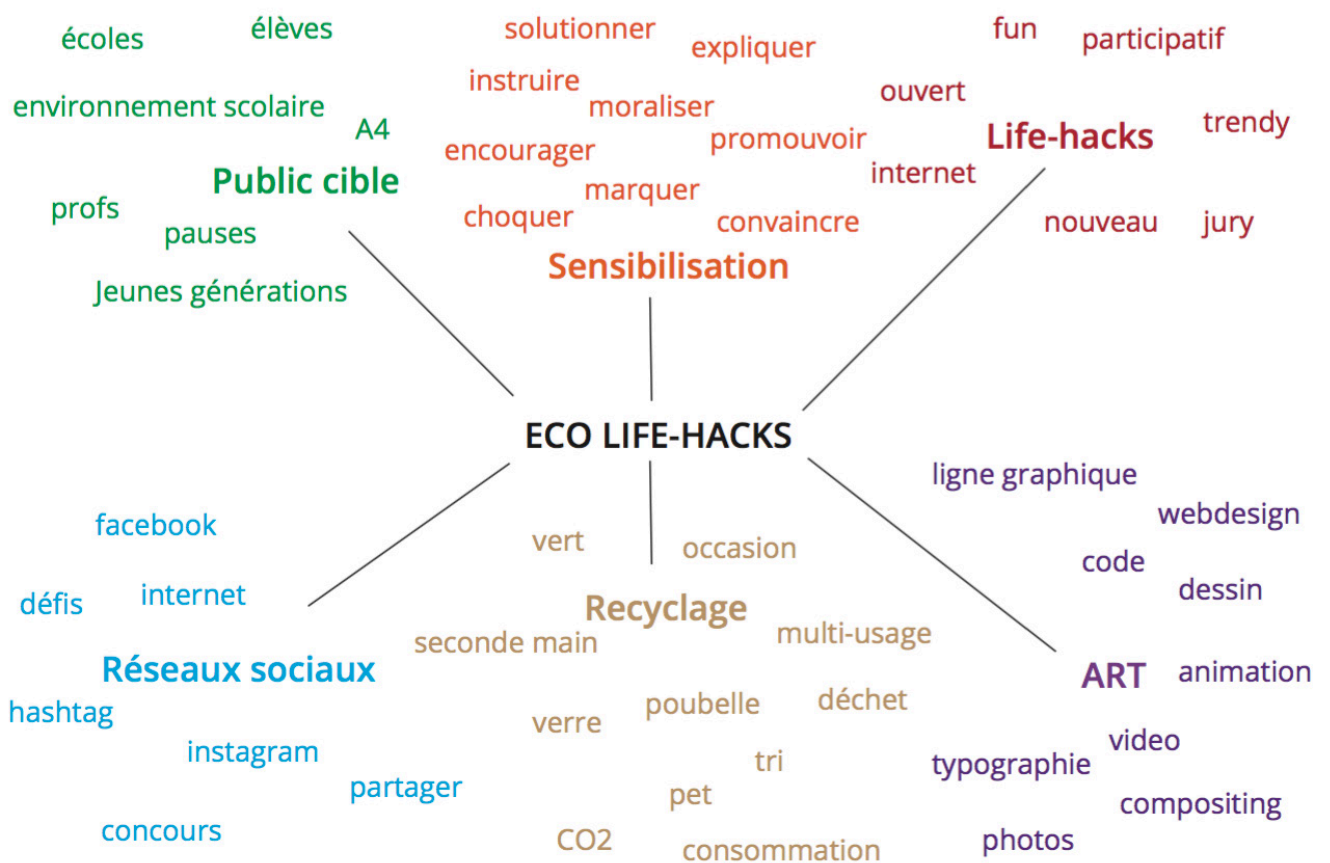
Au début nous étions parti sur l'idée des «life-hacks». Les lifehacks que l'on peut traduire par «hacker la vie» sont de courtes astuces du quotidien qui permettent avec un peu de créativité de ce faciliter la vie. beaucoup de ses astuces sont souvent liées au recyclage c'est pourquoi accentuer leur côté écologique nous a paru une bonne idée.



La deuxième étape a été de déterminer qu'elle allait être les tenants et aboutissants de notre projet ainsi que les difficultés que nous pourrions rencontrer.

MATRICE FFOM (SWOT)

	POSITIF	NEGATIF
INTERNE	<ul style="list-style-type: none">- Support uniquement virtuel nécessitant peu de ressources physiques.- Maîtrise des domaines nécessaire à la réalisation.- Beaucoup de temps disponible à la réalisation du mandat.- Perennité du projet (habitudes)- Peu coûteux	<ul style="list-style-type: none">- Besoin de diversité dans les astuces- Novice dans ce type de projet- Retour client incertains- Difficulté à trouver des plages horaires en commun au sein de l'équipe- Jury et personnes s'occupant du choix des vainqueurs pas encore trouvé- Taux de participation incertain
EXTERNE	<ul style="list-style-type: none">- Variété des propositions et engouement pour le concept- L'écologie est un sujet qui est de plus en plus en vogue et nécessaire au bon fonctionnement de notre société.- Projet qui s'inscrit dans les tendances actuelles- Soutien d'Ecolive et du cfpaa- Evolution du sujet constante sur le net	<ul style="list-style-type: none">- Manque de communication autour du concours- De nombreux projets sont en concurrence et peuvent amener à une saturation du public.- Arrêt maladie / accident- Augmentation du cahier des charges concernant l'ensemble des cours (réduisant ainsi le temps de réalisation du projet)



Nous avons ensuite renommé notre projet «éco-logique» afin d'en faciliter la compréhension par le public francophone.

Une fois le concept choisi nous avons commencé la réalisation de quatre capsules vidéo d'animation afin de guider et d'inspirer les visiteurs sur notre page.

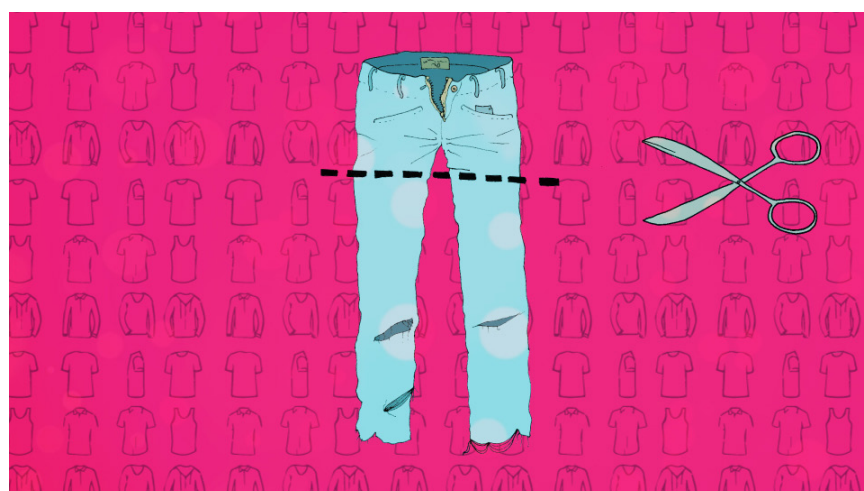
- La première capsule est une vidéo qui explique comment et où participer au concours.
- les 3 autres sont des animations dynamiques et colorées qui présentent les 3 thèmes éco-logique abordés.

L'eau, les habits et le recyclage

Pour nos animations nous avons choisi des visuels colorés et dynamiques en ligne claire, il s'agit de dessins numérisé et coloré numériquement.



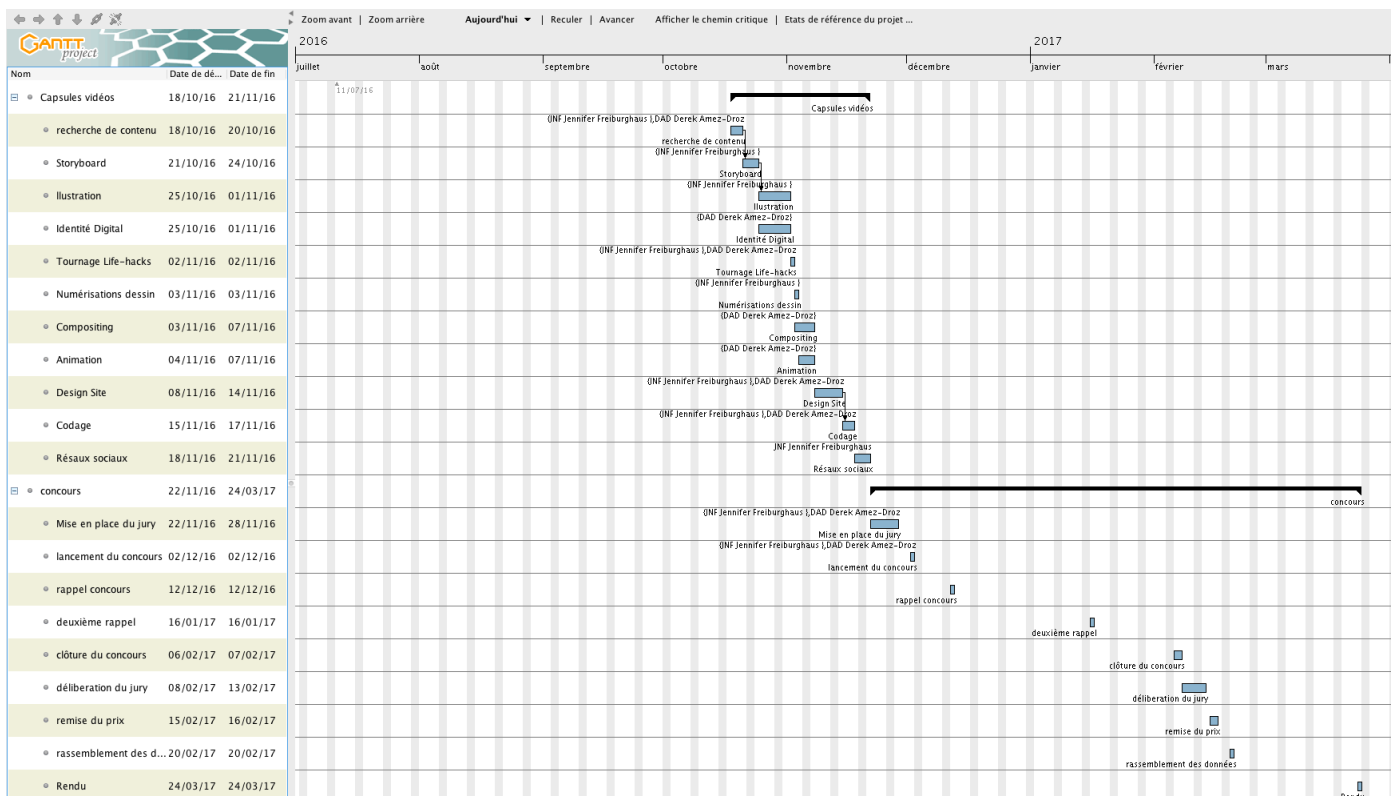
les dessins sont ensuite animés.



5. PLANNIFICATION

fin de nous assurer du respect des délais nous avons planifié et délégué les différentes étapes de notre projet de telle façon :

	A	B	C			D	E	F			G	H	I	J	
1	4. octobre 2016		Estimation temps (h)			Estimation des coûts (CHF)									1 à 5
2	#	Libellé	min	ref	max	min	ref	max	CHF / h	Priorité					
3	1	Recherche contenu	4	6	8	0	0	0	0	1					
4	2	Storyboards.	4	6	8	0	0	0	0	2					
5	3	Illustration	15	25	30	10	15	30	0	1					
6	4	identité digital	15	25	30	0	0	0	0	2					
7	5	tournage life-hacks	2	3	4	0	0	0	0	3					
8	6	Numérisations dessin	1	2	3	0	0	0	0	3					
9	7	Compositing.	8	10	15	0	0	0	0	1					
10	8	Animation.	2	3	4	0	0	0	0	1					
11	9	Design site	15	20	25	0	0	0	0	2					
12	10	codage	8	10	15	0	0	0	0	3					
13	11	réseaux sociaux	4	6	8	0	0	0	0	3					
14	12	mise en place du Jury	10	15	20	0	0	0	0	3					
15															



	A	B	C	D
1	4. octobre 2016			
2	#		Nom	Compétences
3	1	Dad	Derek Amez-droz	compositing, animation, typographie, admin, design, présentation
4	2	Jfr	Jennifer Freiburghaus	dessin, illustration, direction artistique, admin, design, relation client
5				

Nous avons aussi tenu un journal de bord afin de nous maintenir au courant de notre avancement au fur et à mesure de la réalisation du projet.

Après chaque session de travail nous avons rempli un document comme celui-ci joint.

CFPA 2016-17 / GM

Johann Sievering / Katia Orlandi

D'après le modèle de Maria-~~soledad~~ Varela-Piercimone, Espace Entreprise

Journal de bord

Nom du Projet ou N° du groupe

Date	08 / 11 / 16	<p>Aujourd'hui nous avons rendu le dossier de projet complet sur le climat et l'énergie.</p> <p>Nous avons corrigé l'orthographe du document et commencer la recherche de contenu des différentes capsules.</p>
Leader du Projet	Jennifer <u>Freiburghaus</u>	
Chef de projet	Derek <u>Amez-Droz</u>	
Collaborations	Derek et Jennifer	
Date de finalisation	Semaine prochaine	

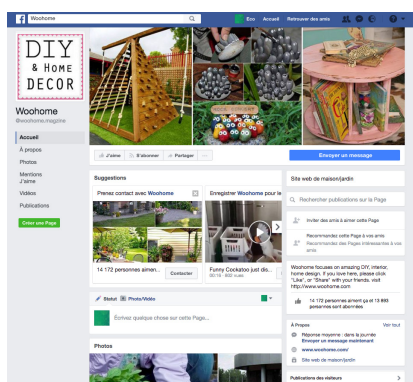
6. MISE EN OEUVRE CONCRÈTE

Nous utilisons les réseaux sociaux Facebook et Instagram comme média pour sensibiliser notre public.

Beaucoup de blogs utilisent ce genre de médias pour créer des plateformes d'échanges.

Voici six exemples de pages Facebook et Instagram de blogs où magazine qui postent des articles d'idées, d'astuces sur les thèmes de la décoration de son chez-soi, de conseils de réparation ou des astuces sur la technique. Ils invitent régulièrement les visiteurs à d'interagir sur leur page.

FACEBOOK



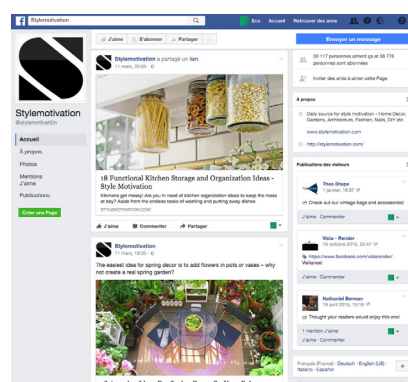
WooHome
DIY & Home Decor

Idées de décoration
Maison - Jardin - DIY (Do-it-yourself)



Instructables
Diy recycled technology ideas

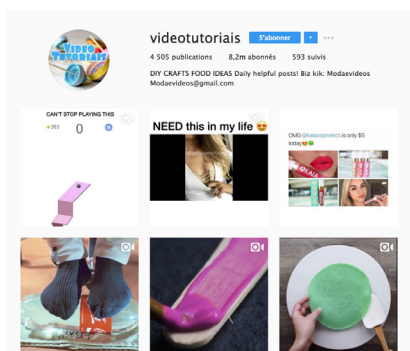
Idées de recyclage d'objets électroniques
Technologie - DIY (Do-it-yourself)



Stylemotivation

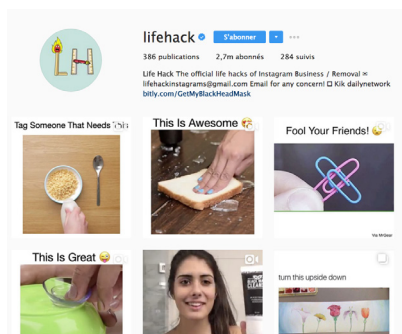
Journal de sources d'idées
Art de vivre - Jardin - Architecture - Mode - DIY (Do-it-yourself)

INSTAGRAM



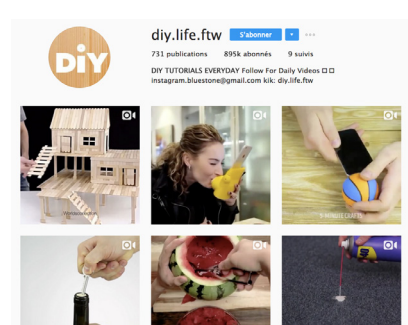
videotutorials

Idées de bricolage
Nourriture - DIY (Do-it-yourself) - Art de vivre



lifehack

Idées d'astuces
Nourriture - DIY (Do-it-yourself) - Art de vivre



diy.life.ftw

Tutoriel de bricolage et d'astuce
Nourriture - DIY (Do-it-yourself) - Art de vivre - Art - Bricolage

En s'inspirant de ce genre de mode de communication, nous optons pour l'idée d'utiliser deux réseaux très connus, Facebook et Instagram. L'idée étant que les utilisateurs ait facilement et rapidement accès à notre projet écologique de sensibilisation et puisse partager leur idée en vidéo avec les autres visiteurs de la page.

PAGE FACEBOOK

CRÉATION DE LA PAGE

En quelques clics, nous avons créé la page à l'aide d'un compte Facebook au nom d'Eco-Logique fait au préalable.

Nous avons créé une photo de profil ainsi qu'une photo de couvertures inspirées de l'univers graphique des capsules d'animation.

Ces dernières sont bien évidemment postées sur la page avec en description, l'invitation aux visiteurs de proposer des idées écologiques sous forme de vidéos.



MISE EN AVANT DU CONCEPT DE LA PAGE

La capsule informative est épinglée en haut de page pour rappeler les principes de cette dernière (exemple sur la photo ci-contre). Cela permet à la vidéo d'être visible sur la page malgré les dernières publications possibles sur le mur de la page. C'est aussi grâce aux capsules d'animation que nous invitons les gens à entrer dans un univers coloré, plein d'imagination autour du thème de l'écologie, du recyclage et du DIY (Do-it-yourself).

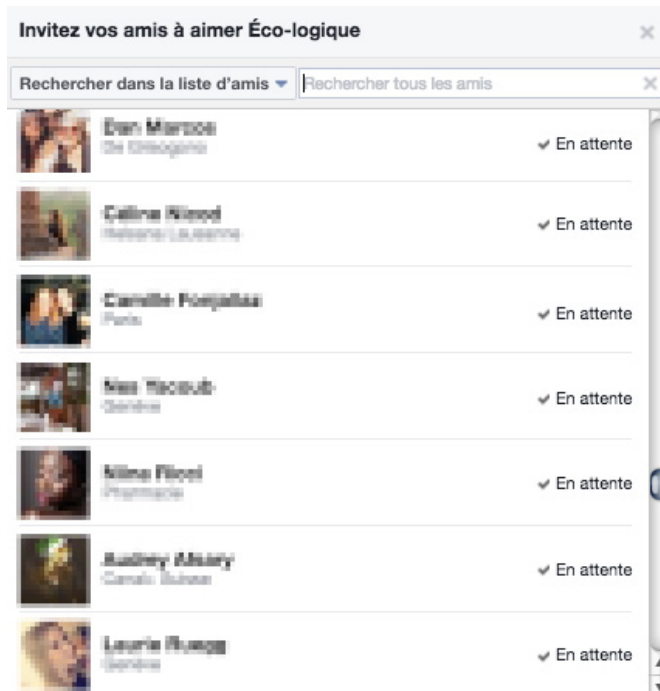


INVITER LES GENS A AIMER ET VISITER LA

Pour partager la page, nous avons envoyé à nos amis et contacts, une invitation à aimer le projet depuis nos comptes privés Facebook.

Puisque la page n'a pas son réseau de contact, car elle existe depuis trop peu de temps, il a fallu user de notre réseautage pour proposer ce projet au public.

Le but étant que plus la page possède des mentions J'aime plus elle suscitera l'intérêt des gens sur son concept avant même que le visiteur s'y rende.



COUP D'OEIL EN TANT QUE VISITEUR

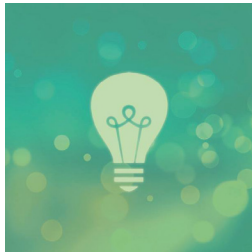


Photo de profil avec l'ampoule que l'on retrouve au début de chacune des capsules de sensibilisation du projet

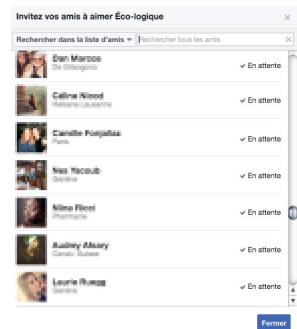
Photo de couverture avec l'information sur les liens des réseaux sociaux du projet

Informations liées au projet



Possibilité de contacter l'admin de la page

Inviter d'autres amis à aimer la page



Description du projet

Albums vidéo depuis lesquels les visiteurs peuvent revoir toutes les vidéos postées

Publications récentes des visiteurs de la page

Visibilité sur les visiteurs qui ont aimé cette page



Possibilité de poster des vidéos sur la page en tant que visiteur



PROFIL INSTAGRAM ECO_

Le profil Instagram possède la même photo de profil que la page Facebook.

En description du profil, nous avons expliqué en une phrase le principe du projet : "Eco-Logique, Plateforme de partage de vidéos écologique" suivi du hashtag #eco_logique. Ce dernier va permettre de répertorier les vidéos d'abonnés, taguées (hashtag) sous ce nom sur le profil Instagram d'Eco-Logique.

Plus bas figurent les capsules d'animations.



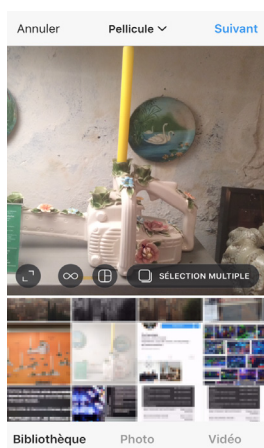
Nous avons mis un descriptif sous la capsule d'information pour rappeler les quelques principes de cette plateforme.

Nous invitons de nouveau le public à partager sa créativité sous forme vidéo et de publier une courte vidéo suivie du hashtag #eco_logique.



Il est possible d'enregistrer, d'aimer, de commenter et de partager une vidéo. Ces outils sont justes en dessous de la vidéo elle-même.

Les abonnés ou visiteurs peuvent alors partager leur avis sur celle-ci, la propager si elle représente un coup de cœur ou une superbe idée.



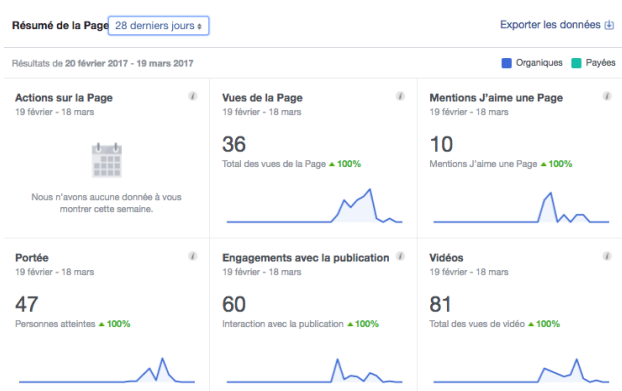
Si une personne souhaite partager une vidéo d'astuce écologique, il lui suffit d'appuyer sur la petite icône carrée avec un symbole "+" au milieu pour avoir accès à ses fichiers vidéo de fait avec son téléphone portable.

Du moment que la personne a sélectionné la vidéo désirée, il lui reste plus qu'à faire un court descriptif ou donner un titre puis lier la vidéo à la plateforme grâce au hashtag

7. STATISTIQUES

STATISTIQUES FACEBOOK

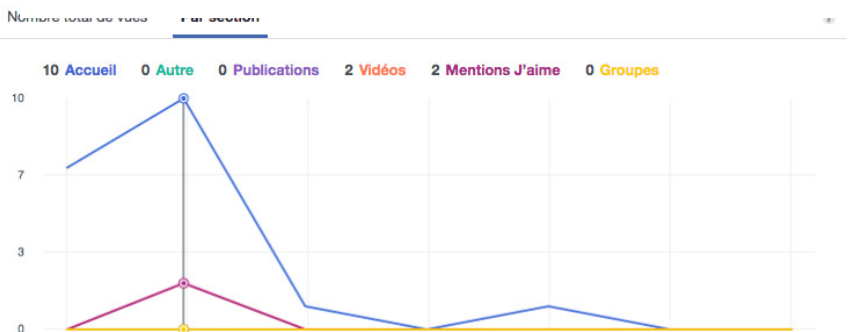
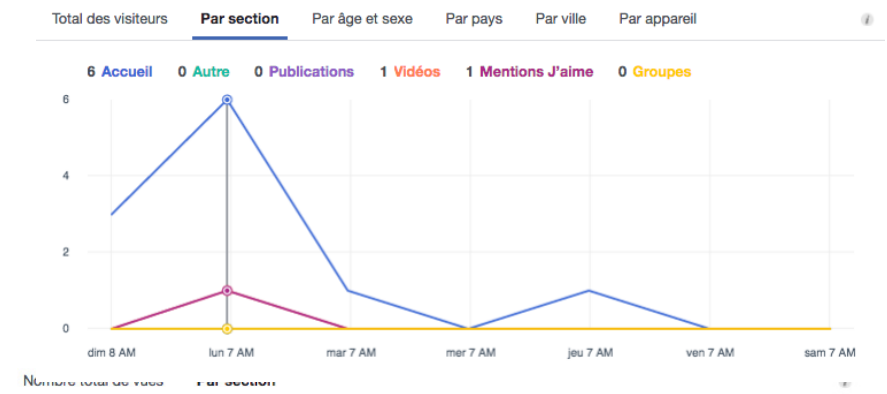
Dans l'onglet "statistiques" de notre page Facebook, depuis le tableau de bord, nous avons prélevé toutes les données et statistiques du moindre mouvement de la semaine depuis sa mise en ligne.



Total des vues de la Page	36
Total des mentions J'aime une	10
Total de la portée	47
Engagement avec la publication	60
Total des vues de	81

VUES DE LA PAGE

Ces diagrammes nous permettent de voir le nombre de visiteurs ainsi que la totale de vues triées par section.



MENTIONS J'AIME

Dans la période du 13.03.17 au 15.03.2017

Nous avons 10 mentions J'aime sur notre page et ce total est fixe depuis le 16.03.217

Les deux derniers graphiques correspondent aux mentions J'aime nettes, autrement dit les dernières mentions et la provenance des mentions. Par exemple si nous avons eu une page web, les gens auraient pu mettre cette mention directement depuis les liens des réseaux sociaux sur le site.

PORTÉE

Voici nombre de personnes auxquelles nos publications ont été diffusées.

On constate un total de 26 mentions j'aime le 13.03.17

Nous avons aussi 5 réactions le 14.03.17 qui créent

Il y a eu un seul partage le 13.03.17 et il s'agit de la vidéo sur la thématique de

La portée totale comprend le nombre de personnes ayant vu une activité de notre page, nos publications, les publications des autres, les mentions j'aime de la page, des publications et des visites.



VIDÉOS

De la période du 08.03.17 jusqu'au 19.03.17, nous constatons une pique d'activités, et nous pouvons observer le nombre de vue au total.

Il y a eu 91 vues de minimums 3 secondes sur l'ensemble des vidéos et 46 vues de plus de 10 secondes.

La vidéo la plus regardée, est la vidéo contenant l'information concernant le projet, avec **34** vues.



Vidéos à l'honneur
 La plupart des vidéos sur votre pages sont regardées pendant 3 secondes ou plus, pour les vidéos publiées entre 19 février 2017 et 19 mars 2017.

Publié le	Vidéo	Ciblage	Vues
08/03/2017 22:39	Éco-logique est une plateforme d'échanges d'astuces écologique sous forme de vidéos. nous souhaitons réunir des idées pour améliorer notre quotidien. Si tu souhaites nous aider	🌐	34
09/03/2017 08:33	N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page ! en attendant voilà quelques idées sur le thème de l'eau.	🌐	22
09/03/2017 08:15	N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page ! en attendant voilà quelques idées de thème pour le recyclage.	🌐	19
09/03/2017 08:37	N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page ! en attendant voilà quelques idées sur le thème des vêtements.	🌐	13

ENGAGEMENTS AVEC LA PUBLICATION

En revanche, la publication qui a le plus suscité de clics est la vidéo sur le thème de l'eau. Elle obtient plus de

Toutes les publications

Portée : Organique/Payée | Clics sur la publication | Réactions, commentaires et partages

Publié le	Publication	Genre	Ciblage	Portée	Engagement	Promouvoir
09/03/2017 08:37	N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page ! en at	📺	🌐	15	1 3	Booster la publication
09/03/2017 08:33	N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page ! en at	📺	🌐	39	7 4	Booster la publication
09/03/2017 08:29	Photo de couverture de Éc o-logique	📷	🌐	2	2 2	Booster la publication
09/03/2017 08:15	N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page ! en at	📺	🌐	14	4 2	Booster la publication
08/03/2017 22:40	Éco-logique	📷	🌐	0	4 0	Booster la publication
08/03/2017 22:39	Éco-logique est une plateforme d'échanges d'astuce	📺	🌐	16	0 3	Booster la publication

Performance des différents types de publications en fonction de la portée et de l'engagement moyens.

Afficher toutes les publications

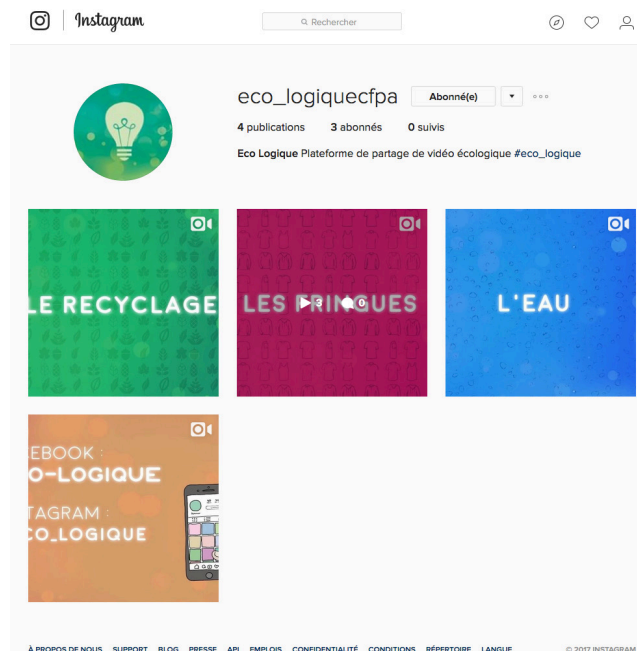
Portée | Clics sur la publication | Réactions, commentaires et partages

Genre	Portée moyenne	Engagement moyen
📺 Vidéo	21	3 3
📷 photo	1	3 1

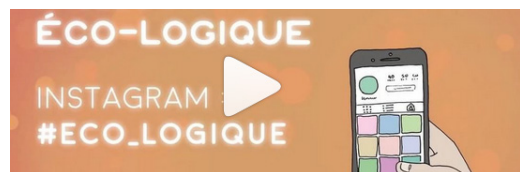
STATISTIQUES INSTAGRAM

Nombre total d'abonnés au profil 3

Nombre total de mentions J'aime sur le profil 11

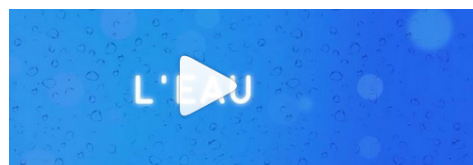


Nombre de vues sur la vidéo d'information 2



2 vues 1 sem
eco_logiquecfa Éco-Logique est une plateforme d'échange d'idées écologiques sous forme de vidéo. - Une démarche pour organiser un vide-greniers ? - Un concept de recyclage ludique ?

Nombre de vues sur la vidéo sur la thématique de l'eau 3



3 vues 1 sem
eco_logiquecfa N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page !
en attendant voilà quelques idées sur le thème de l'eau.

Nombre de vues sur la vidéo sur la thématique des habits 3



3 vues 1 sem
eco_logiquecfa N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page !
en attendant voilà quelques idées sur le thème des vêtements.

Nombre de vues sur la vidéo sur la thématique du recyclage 3



3 vues 1 sem
eco_logiquecfa N'hésite pas à poster tes vidéos sur notre page !
en attendant voilà quelques idées de thème pour le recyclage.

8. RAPPORT DU PROJET

RETROSPECTIVES

Nous n'avons malheureusement pas pu atteindre notre objectif, car pour beaucoup de raisons, nous n'avons pas réussi à susciter l'intérêt chez notre publique cible. Le but était de créer cette plateforme d'échange, mais nous n'avons pas pu mettre tous les moyens possibles pour provoquer l'effet viral désiré à la base du projet.

Tout le déroulement du projet se passait normalement, nous avons prévu un concours pour motiver le public à réagir et à participer au bon développement de cette plateforme. Il était même question d'un prix décerné par un jury. L'idéal aurait aussi été de pouvoir créer un site internet, comme beaucoup de blogs ou de magazines possèdent.

Cependant beaucoup de changements de dates ont eu lieu par rapport aux rendus scolaires de nos étapes et ceci nous a perturbés dans notre planning.

Nous nous sommes fait avoir par les soins apportés à nos capsules vidéo et peu informés sur les moyens à prendre en compte après la mise en ligne.

Nous avons fait des choix et avons éliminé pas mal d'éléments. Beaucoup d'autres projets écologiques étaient exposés dans notre école au même moment et créaient énormément de concurrence d'un point de vue local.

Nous avons consulté notre professeur de marketing pour nous aider prendre ce genre de décision et de recadrer notre projet dans la mesure du possible et de nos moyens. Nous avons écourté beaucoup d'étapes avant la date de mise en ligne de notre plateforme d'échanges.

Le fait de ne pas avoir atteint notre objectif de base nous a forcément frustrés. Nous pensons qu'il aurait pu marcher à l'aide de moyens plus développés de communication.

PRISES DE CONSCIENCE

Nous réalisons qu'il faut du soutien et de l'aide pour se rendre plus visible de la part de plus grosses organisations dans le domaine. Une meilleure stratégie de communication.

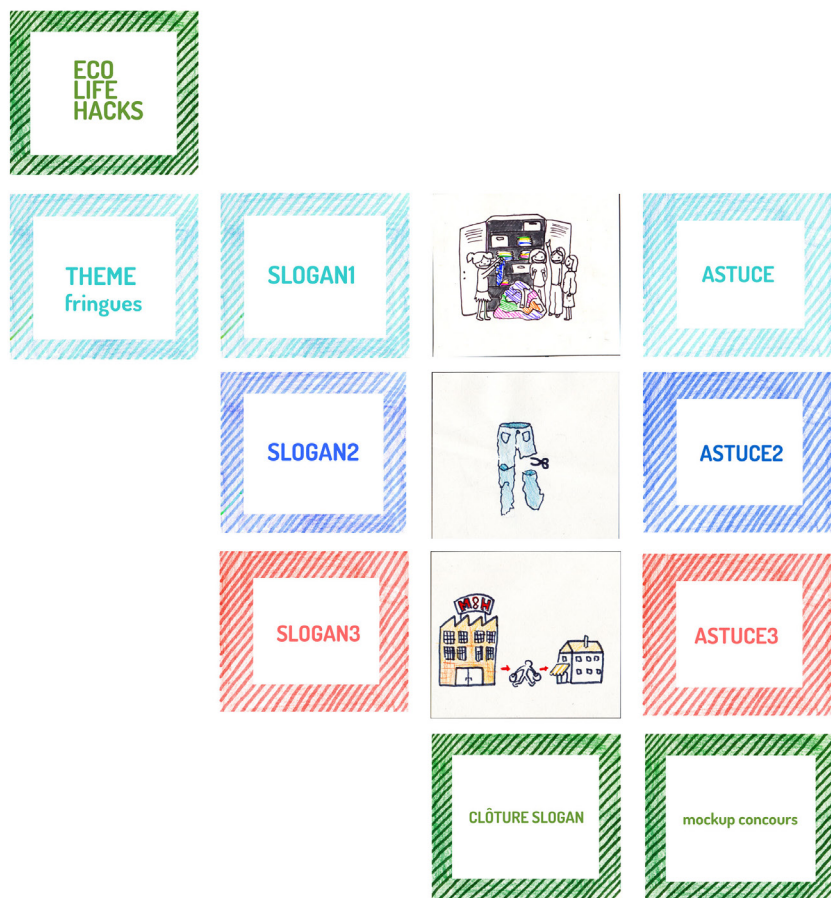
Nous avons appris que d'utiliser les réseaux sociaux comme média pour sensibiliser un public est vraiment beaucoup plus complexe. Nous avons tellement l'habitude de ces réseaux avec notre propre réseautage que nous n'avons pas conscience du nombre de paramètres à prendre en compte une fois la mise en ligne du projet.

PERSPECTIVES

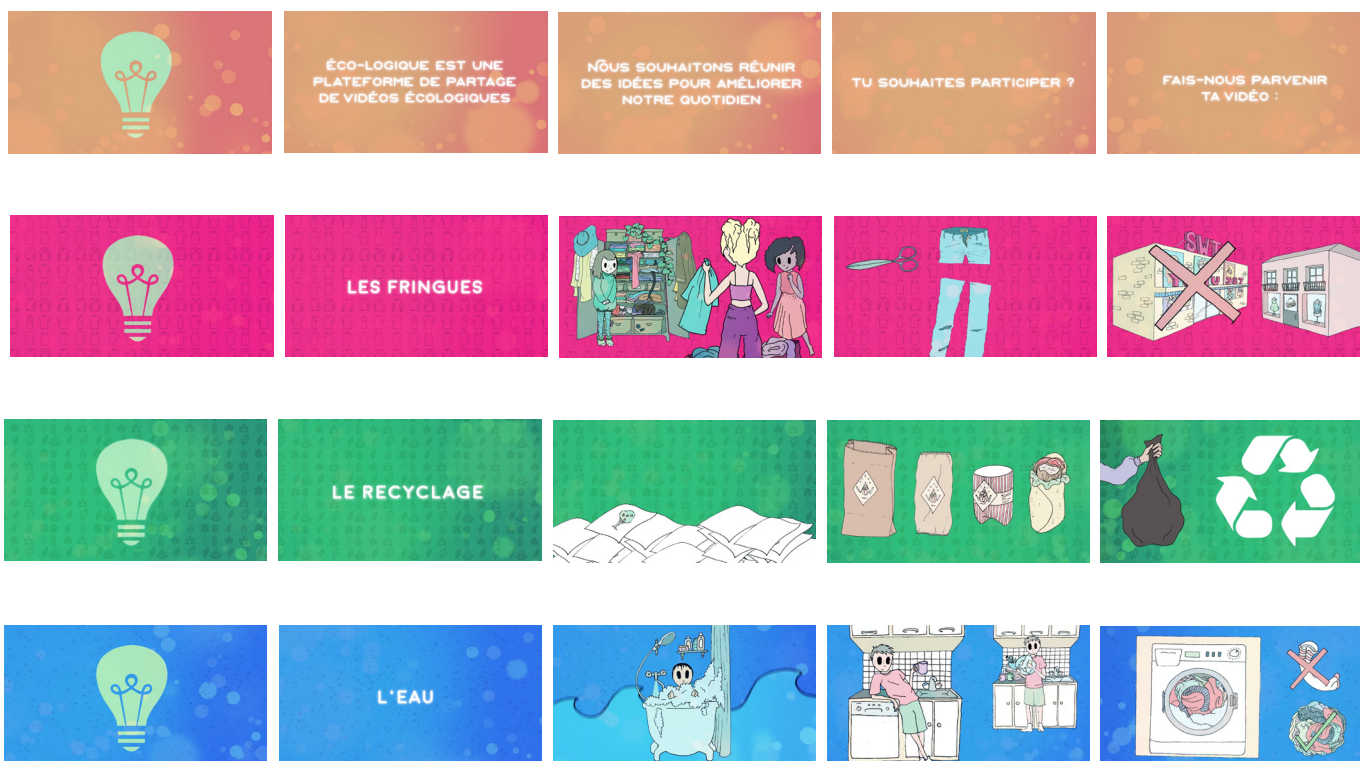
Le projet va peut-être partir aux oubliettes, mais nous allons le garder comme modèle de communication pour sensibiliser une publique cible. Le concept est à reprendre, de manière plus organisée, un message plus clair et un réseautage plus conséquent.

9. MEDIATHEQUE

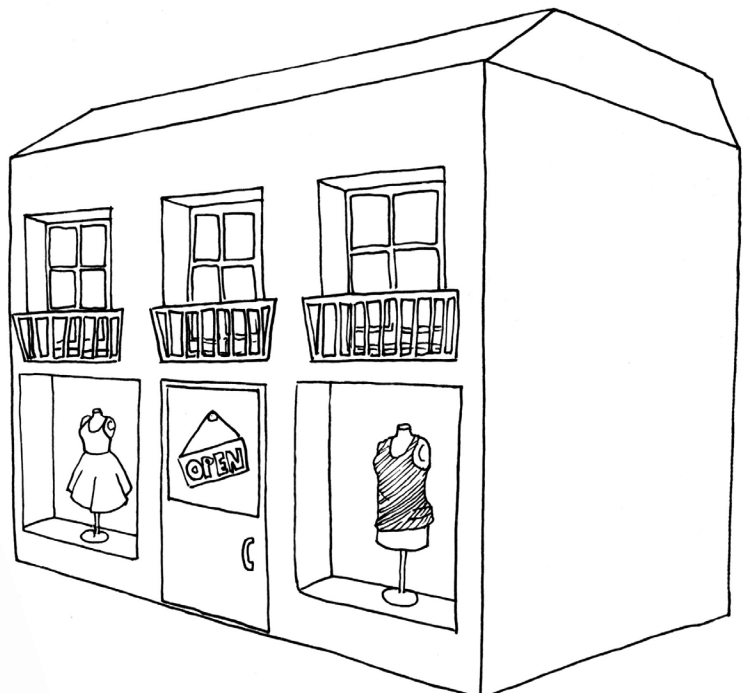
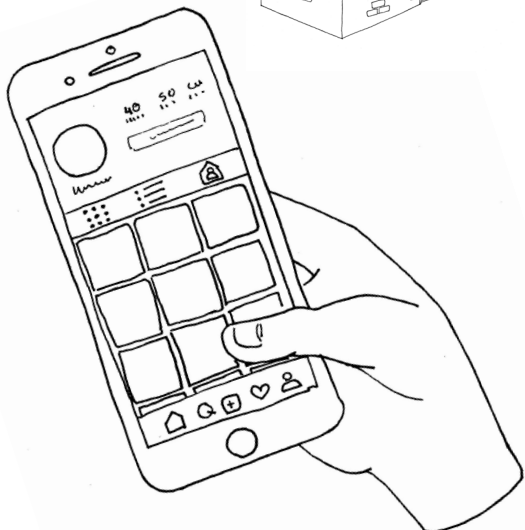
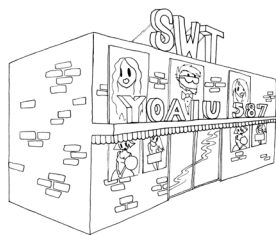
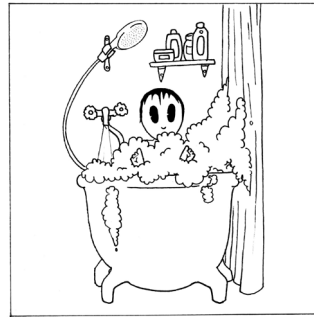
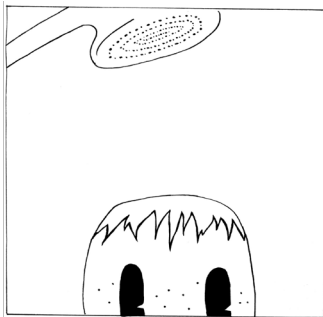
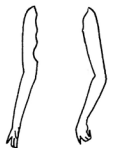
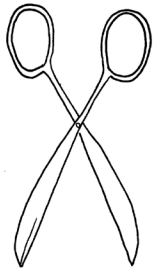
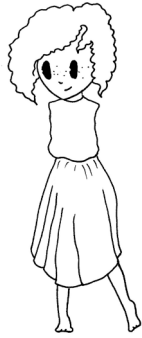
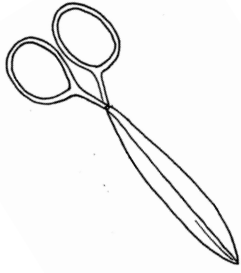
STORYBOARD DES CAPSULES D'ANIMATION



IMAGES DES CAPSULES D'ANIMATION



APERCU DES ILLUSTRATIONS CREEES POUR LES CAPSULES



BIBLIOGRAPHIE

Blogs et magazines et inspirationna sités dans le dossier :

instructables
Diy recycled technology ideas

<https://www.facebook.com/instructables>
<http://www.instructables.com/>

WooHome
DIY & Home Decor

<https://www.facebook.com/woohome.magzine>
<http://www.woohome.com/>

Stylemotivation
Daily source for style motivation

<https://www.facebook.com/stylemotivatiOn>
<http://www.stylemotivation.com/>

videotutorials

<https://www.instagram.com/explore/tags/videotutorials/>

lifehack

<https://www.instagram.com/lifehack/>

diy.life.ftw

<https://www.instagram.com/diy.life.ftw/>

Ressources

Free music (FyMex - Skyfall)
<https://www.youtube.com/watch?v=QQR9coZOx8g>

Notre facebook

<https://www.facebook.com/%C3%89co-logique-171112693395926/>

instagram : eco_logiquecfa