



### **Situation initiale**

Nous avons remarqué que dans l'enceinte de notre école le recyclage n'était pas assez présent et pourtant si accessible. La problématique du réchauffement climatique nous tenant particulièrement à coeur, nous avons essayé de concilier ces deux éléments pour créer un challenge accessible à tous. Notre but était de sensibiliser et de prouver que de simples gestes peuvent faire la différence.



### **Explication du projet**

Nous avons installé trois poubelles de tri dans l'enceinte de l'école, décorée par nos soins à l'image de notre identité graphique, comme vous pouvez le voir ci-dessus. Le but était de créer un mouvement collectif et de dépasser les normes habituelles de l'école, pendant une semaine. Nous avons incité le CFP Arts à participer le plus possible, à travers diverses plateformes ; trois vidéos, un site internet, des affiches et un événement Facebook.

Nous avons accompagné ses personnes tout au long du projet grâce à des messages d'encouragement et à une jauge qui montrait l'évolution des poubelles (au dessus à droite).

### **Rôle de chacun au sein de l'équipe**

Nous avons tous les mêmes capacités et avons été d'accord dès le départ sur la forme du projet. Ce qui nous a permis de nous répartir les rôles de façon équitable afin que chacun puisse toucher à tout.

### **Constats**

Le projet a été une réussite car à la fin de la semaine l'école avait recyclé 2.5x plus que d'habitude. Nous avons également reçu plusieurs retours positifs des participants qui sont d'avantage motivés pour continuer ce recyclage quotidien. Même l'assistant technique a été surpris de la quantité de déchets récoltés notamment pour l'aluminium qui a été 4x plus conséquent.

### **Difficultés**

Nous avons remarqués que les réseaux sociaux n'ont pas été très efficaces, mais au contraire les affiches et l'installation elle-même, ont été plus percutantes. Nous avons également eu des difficultés pour communiquer avec la direction et l'assistance technique afin d'avoir le feu vert.

### **Résultats**

Nos résultats ont été concluants puisque nous avons récolté sept poubelles dont, 2 de PET, 1 d'aluminium et 4 de papier. Alors qu'habituellement ils récoltent la même quantité de PET mais à peine une poubelle d'alu entière sur un mois et aucun déchets papier autre que ceux des classes.

# ANNEXE

Pour plus d'informations voici ci-joint la présentation complete et détaillée du projet et de la communication.

# Présentation du projet

## **Introduction**

Dans le cadre du concours mis en place par l'atelier de l'énergie et du climat « myclimate », nous avons été mandaté pour réaliser 4 vidéos, un site internet sur lequel les diffuser ainsi qu'un challenge à proposer dans l'enceinte de notre école. L'objectif étant de sensibiliser autour de nous.

## **Objectif**

Notre objectif avec ce projet est de sensibiliser notre école sur la situation actuelle du réchauffement climatique. Nous avons choisi le thème du tri des déchets car c'est un sujet important qui est facilement accessible à tous. Nous souhaitons à travers des vidéos parfois choques ou à humour noir, insister sur l'importance du recyclage. Afin de pousser toutes les personnes présentes au CFP art à réagir. Ces vidéos seront accompagnées d'un défi auquel nous proposerons à tous de participer. Il s'agira d'un tri des déchets collectifs avec un poids final à atteindre en un temps réparti. Le but final étant de créer un mouvement de masse et une dynamique de groupe. Les participants pourront ensuite nous donner leur avis à propos de leur expérience sur notre site internet.

# Nos recherches

## 1. L'état de l'art



Constat :

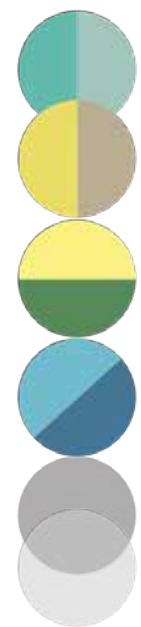
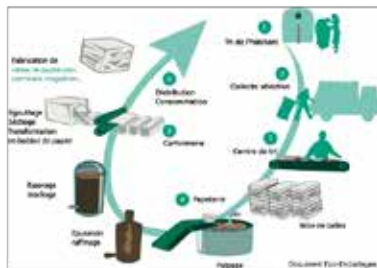
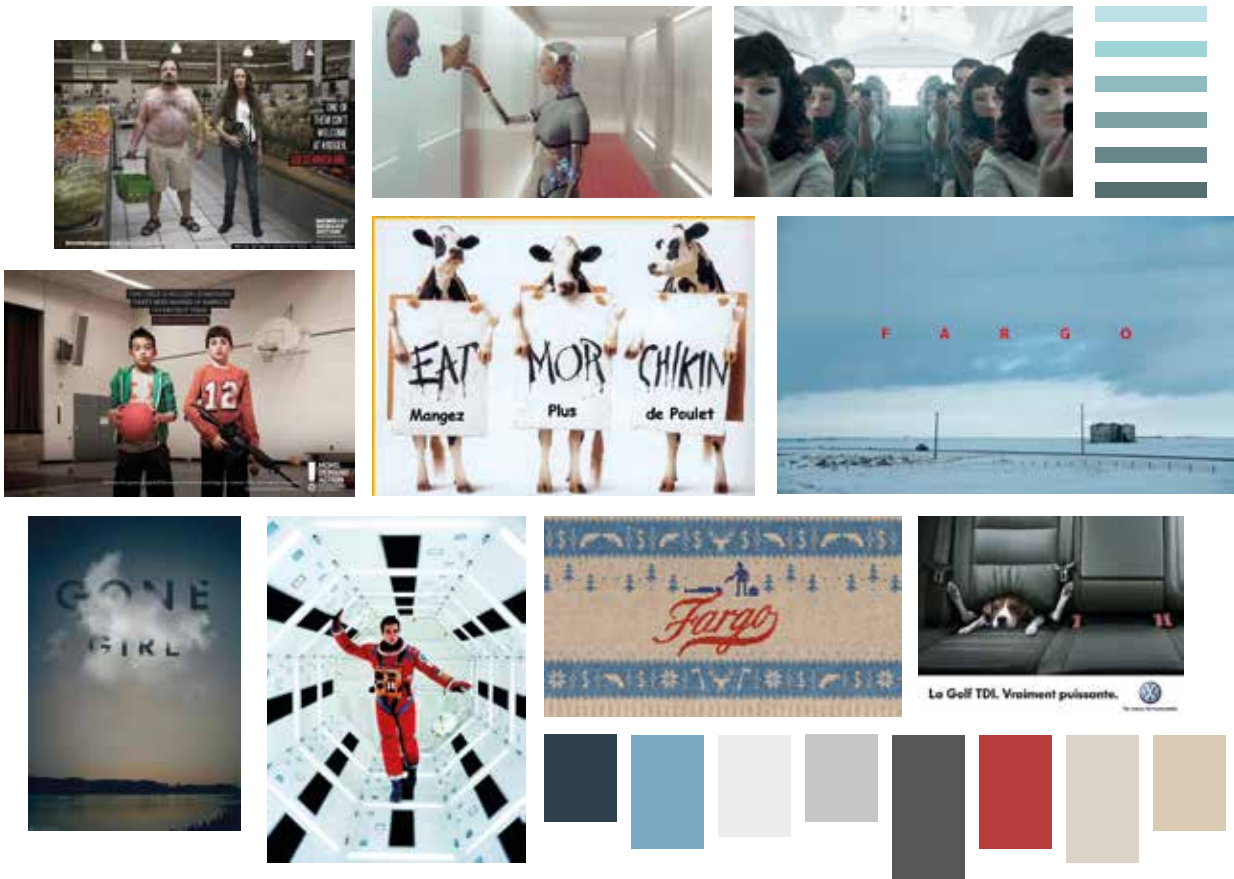
Les différentes vidéos sur le sujet de l'écologie et du recyclage ont soit un côté humour noir, très sérieux ou humoristique. Le côté sérieux ne nous intéresse pas réellement. Nous aimons beaucoup le côté second degrés et humour noir des vidéos que ce soit des animations, pub, court métrage ou de façon schématique.

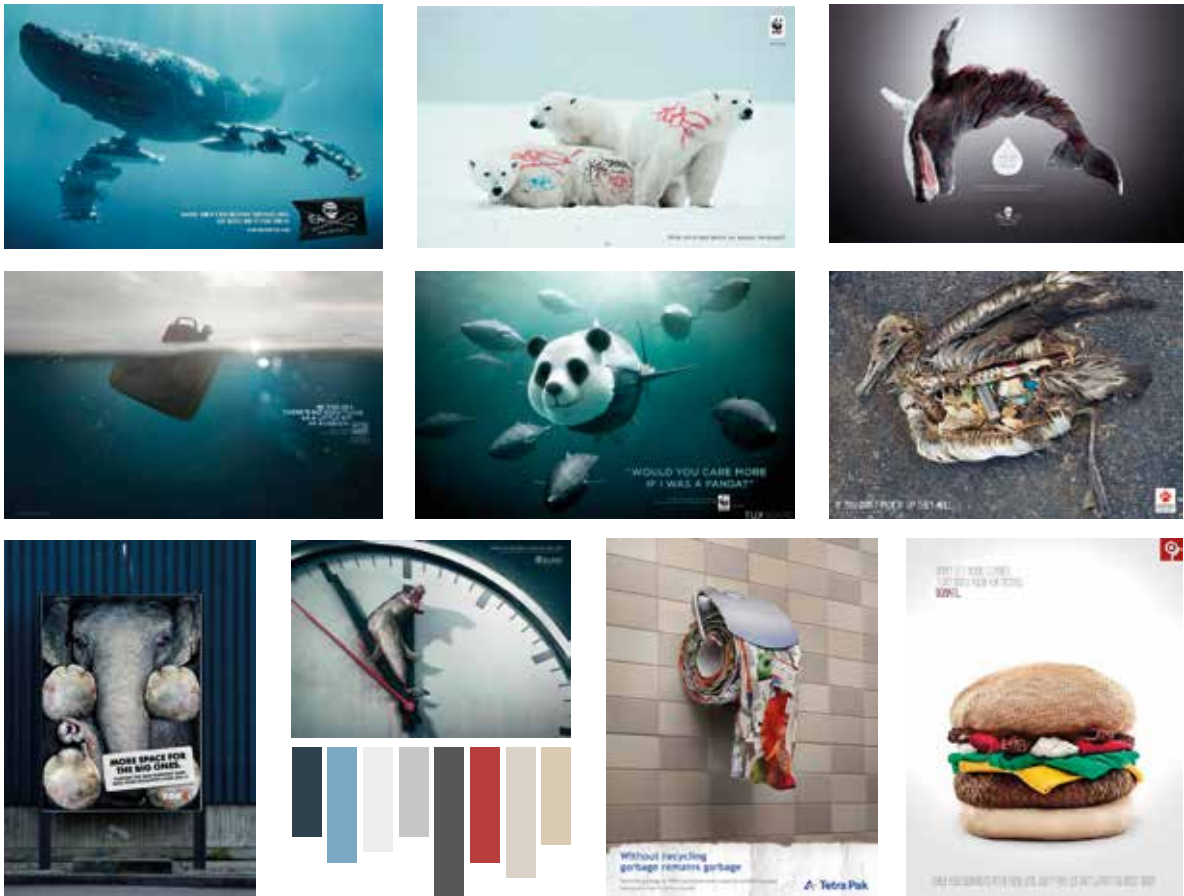
Ce qui est important dans ses vidéos, c'est la phrase d'accroche qui donnera tout son sens à la vidéo. Cette phrase aura pour but de choquer le téléspectateur ou de le faire rire ou encore réfléchir. Il faut montrer l'absurdité au public, les provoquer en quelque sorte car c'est de cette façon qu'il y aura du changement.

Les sites que l'on retrouve sur la concurrence sont très souvent sérieux et froid. Cela manque d'humour et de second degrés, tout comme leurs vidéos. Le but est d'interpeller celui qui visite le site en lui proposant toutes sortes de vidéos amusante mais sérieuse à la fois.

Le recyclage ne concerne pas que les «vieux» bien au contraire, les jeunes sont l'avenir, c'est pourquoi il faut des vidéos, des sujets et des visuels qui concerne et interpelle ces jeunes pour les faire agir.

## 2. Moodboards de notre projet en tenant compte du public cible





## Commentaires :

1. Le premier moodboard nous montre la direction artistique que nous souhaitons prendre pour la réalisation des 3 capsules filmées. La teinte blanchâtre et pâle, les cadrages épurés et parfois une atmosphère sombre et sérieuse. Une atmosphère qui peut aussi donner lieu à de l'humour noir.
2. Le deuxième est un moodboard qui sert à se rendre compte du design voulu pour notre animation vectorielle. Celle-ci sera colorée, avec beaucoup de vert, de jaune et des couleurs qui rappellent la nature. Il peut servir aussi à montrer certains codes graphiques des schémas de recyclages.
3. Le dernier peut servir à créer une affiche mais dans notre cas c'est pour les vidéos que nous allons utiliser ce moodboard. Pour toucher les gens et choquer. Pour utiliser des idées graphiques super belles et très recherchées. Ce sont des affiches qui attirent l'œil et qui marquent les esprits.

## Nos 4 vidéos

### 1. Cercle vicieux

Une animation vectorielle sous la forme d'un schéma qui représente un cycle infini retraçant le parcours d'un sachet en plastique, non recyclée. Ce plastique est jeté dans la mer par l'homme, un poisson se nourrit de ce plastique. Ce poisson est pêché puis mangé par l'homme. La conclusion est qu'en jetant nos déchets par terre, ils se retrouvent souvent à l'eau et l'homme se retrouve à manger ces propres déchets.

### 2. Somptueux repas

Le concept est similaire à l'animation, sauf que la vidéo est tournée à l'absurdité. La vidéo met en scène un couple à table, le soir, dans une pièce plutôt vide. Une grande table, à chaque extrémité se trouve l'homme et la femme. L'homme mange normalement son plat, et remercie sa femme pour ce bon poisson. Cependant, ce que découpe et mange cet homme n'est rien d'autre qu'un bouteille en plastique. Cela dénonce qu'en ne triant pas les bouteilles et les déchets en général, nous finissons par les manger nous-même.

### 3. N'insiste pas !

Un homme jette un déchet par terre ou dans une mauvaise poubelle. Ce déchet ressort en s'expulsant hors de la poubelle et vient taper cet homme. L'homme contrarié, reprend ce déchet et le remet dans cette même poubelle, qui n'est pas la bonne. L'action se répète plusieurs fois. Une phrase de fin vient accentuer cette vidéo, « N'essayez pas de contrer le recyclage, ça vous retombera dessus. »

### 4. Souvenirs

Un grand-père a un objet en aluminium où l'on y voit une marque distinctive. Il jette cet objet au tris car il est cassé. 20 ans plus tard un enfant joue avec un objet en aluminium où l'on y revoit cette même marque. Le slogan de fin serait « Savez-vous que l'aluminium peut être recyclé à un nombre infini ? Ne cassez pas la boucle, recyclez ».



## Spécifications

Notre projet est simple, nous allons disposer dans l'école une grande poubelle divisée en trois compartiments (alu, pet et papier) avec une jauge au-dessus. Il suffira aux élèves de remplir cette poubelle en triant leurs déchets afin d'atteindre un poids indiqué. Pour ensuite, par la suite,

les initier à faire de même dans leur quotidien.

## Aspect graphique

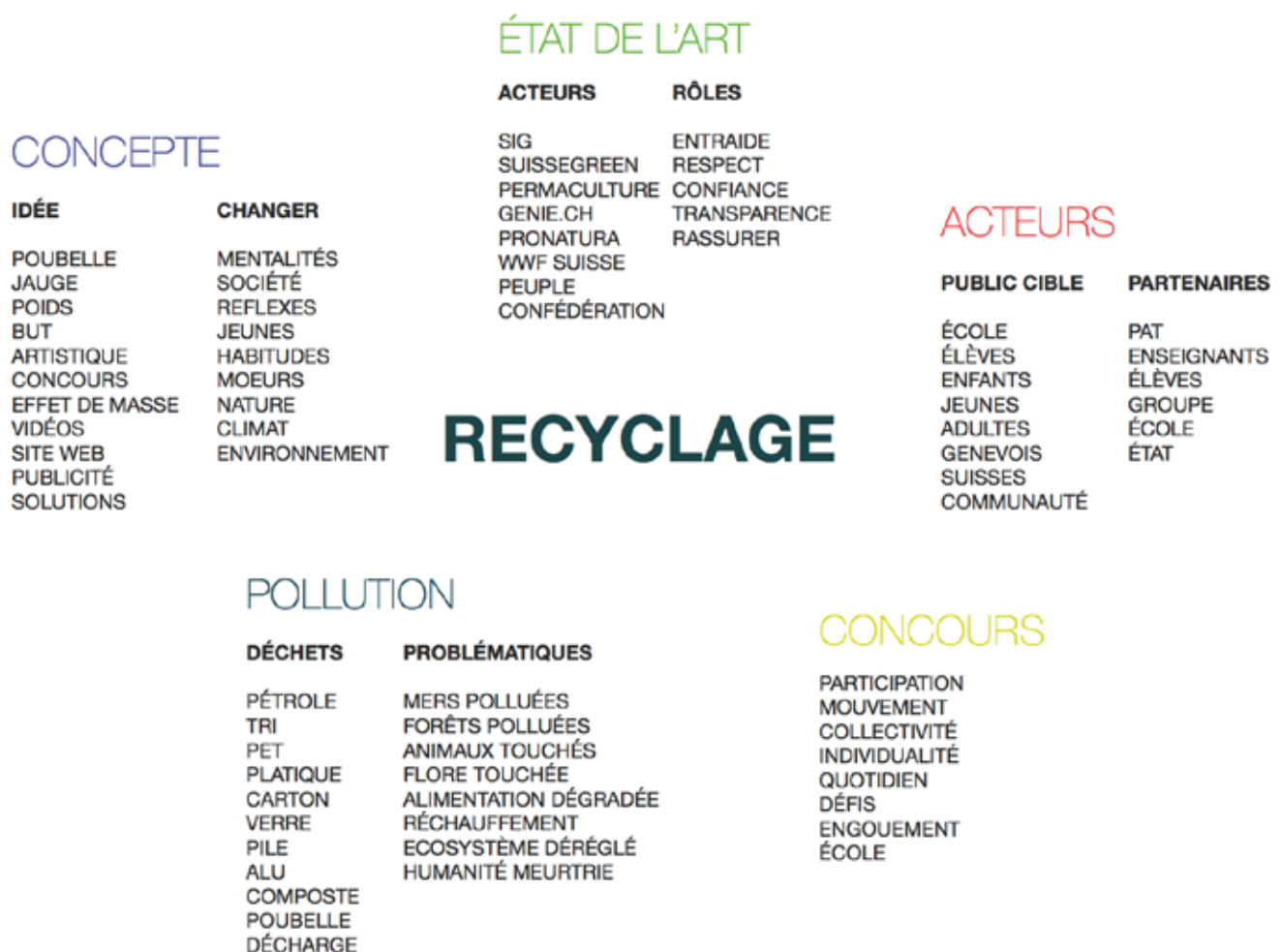
Pour nos capsules, nous avons choisi de travailler en vidéo ainsi qu'en animation (3 vidéos pour 1 animation).

**L'animation** sera utilisée pour une vidéo d'introduction explicative qui décrirait le cycle des déchets. Cette vidéo définira le contexte de tout notre travail. Nous avons choisi cette technique afin d'expliquer le plus clairement possible et de façon concise la problématique dont nous souhaitons parler. Cependant l'explication sera plutôt racontée en images qu'expliquée. Pour éviter ainsi de partir dans une vidéo explicative ennuyeuse ou compliquée comme on le voit très souvent (avertissement réalisé en montage photo ou vidéo), mais plutôt traiter du sujet d'un angle amusant voir enfantin afin d'améliorer sa compréhension.

La technique **de la vidéo** sera utilisée pour le reste des capsules, qui seront des vidéos choques, tournant autour d'un humour noir. Cette technique nous permettra d'être d'avantage fidèles à la réalité pour mieux la bouleverser. Nous voulons séduire le spectateur avec des images propres et léchées. Nous ferons passer notre message à travers des situations quotidiennes rendues complètement absurdes, toujours dans un esprit d'ironie, d'humour noir. Qui révéleront tout de même une part de réalité, même si celle-ci sera exagérée ou caricaturée. Afin de faire réagir le spectateur face aux situations quotidiennes devenues notre réalité et de le pousser au changement. L'impact sera créé par un message de fin qui sera présent à la fin de chaque vidéo ; le message portera sur la situation et attaquera directement le spectateur. Une provocation personnelle afin de susciter une réaction.

Pour notre **site internet**, nous voulons casser l'image du site écologique type. En effet, les sites en relation avec l'écologie sont souvent très sérieux et peu envoutants. Les sites se concentrent essentiellement sur l'information et la prévention et n'ont aucune touche d'humour. Or, pour notre site nous voulons amadouer par notre créativité. Tout en restant assez sobre, nous envisageons un site au visuel joyeux et aux phrases accroches amusantes et ironiques. L'utilisateur sera directement pris en charge, il n'aura pas le temps de s'ennuyer. De par le dynamisme du site qui se mettra en place petit à petit afin de premièrement lui donner une vision d'ensemble puis le guider. Il sera d'abord amené à prendre conscience de certaines informations générales (des statistiques, des risques, des dangers, des améliorations, la situation actuelle, etc), puis invité à visionner nos capsules et enfin à participer à l'expérience proposée. Tout cela sur un site dynamique qui prendra la forme d'un jeu.

## Schéma heuristique



## Nos ressources

Voici les différentes ressources dont nous auront besoin dans l'élaboration de notre projet accompagnée de leurs couts ;

4. octobre 2016

#	Ressources	Coûts (CHF)	Type de coût
1	Ordinateur	100.-	Amortissement
2	Appareil photo	50.-	Amortissement
3	Logiciels	35.-	Amortissement
4	Voiture	30.-	Essence
5	Poubelles	50.-	Acquisition
6	Déco	50.-	Acquisition
7	Impression	20.-	1.- / unité + 15.-
8	Hebergement Web	10.-	Amortissement
9	Balance	2.-	Amortissement
10	Palettes en bois	15.-	Acquisition

## L'équipe

Notre équipe est composée de trois membres ; Arthur Groebli, Melina Reymondin et Mélissa Biondo. Ci-dessous les compétences individuelles de chaque membre ;

4. octobre 2016

#	Nom	Compétences
1	AGR Arthur	Graphisme, Relation client, Administratif, Web Design, Vidéo, Animation, Dessin, Construction, Décoration, Créativité, Organisation
2	MBI Mélissa	Graphisme, Relation client, Administratif, Word, Web Design, Vidéo, Animation, Dessin, Construction, Décoration, Créativité, Organisation
3	MRE Melina	Graphisme, Relation client, Administratif, Web Design, Vidéo, Animation, Construction, Décoration, Créativité, Communication, Organisation

## Les tâches principales

Pour la bonne réalisation de notre projet, nous avons listé et hiérarchisé les différentes tâches. Puis nous avons estimé leurs durées afin de définir leurs coûts. Pour finir chaque membre s'est vu attribué des tâches en fonction de ses compétences ;

4. octobre 2016											
#		Estimation temps (h)			Estimation des coûts (CHF)			CHF/h	1 à 3 (3 = important)	Compétences	Responsable
		min	ref	max	min	ref	max				
					0	0	0				
1	Elaboration du dossier	3.0	4.0	5.0	180.0	240.0	300.0	60	3	Juridique, organisation, word, secretariat	Méissa
2	Impression	0.8	1.0	1.5	7.5	10.0	15.0	19	2	word, créativité	Méissa
3	Reliure	0.2	0.2	0.3	1.0	1.0	1.0	1	1		Méissa
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
1	Recherches	2.0	3.0	3.0	120.0	180.0	180.0	60	3	Creativité	Melina
2	Croquis	1.0	1.0	1.5	60.0	60.0	90.0	60	2	Creativité, dessin	Arthur
3	Storyboard	3.0	3.0	4.0	180.0	180.0	240.0	60	3	Creativité, dessin	Arthur
4	Réalisation animation	12.0	12.0	14.0	960.0	960.0	1120.0	80	1	Creativité, Animation, Graphisme	Arthur
5	Rilmer	10.0	10.0	12.0	1200.0	1200.0	1440.0	116	2	Organisation, Vidéo	Melina
6	Montage	5.0	7.0	7.0	600.0	840.0	840.0	116	1	Vidéo, créativité	Arthur
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
1	Recherches	2.0	2.0	2.5	120.0	120.0	150.0	60	3	Dessin, créativité	Méissa
2	Maquettes	1.5	1.5	2.0	90.0	90.0	120.0	60	2	Creativité, graphisme	Melina
3	Codage	3.0	4.0	6.0	240.0	320.0	480.0	60	1	Web design, créativité	Arthur
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
1	Réalisation Affiche	1.5	2.0	2.7	120.0	160.0	213.3	60	3	Creativité, graphisme, dessin	Arthur
2	Réalisation Flyers	0.8	0.8	1.5	60.0	60.0	120.0	60	3	Creativité, graphisme, dessin	Arthur
3	Miseaux sociaux	0.2	0.3	0.3	5.0	7.5	10.0	33	2	Relation client, administratif, communication	Melina
4	Avus des participants	0.3	0.5	0.5	16.7	25.0	25.0	30	1	Relation client, administratif, communication	Méissa
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
1	Achats	2.5	4.0	5.0	250.0	400.0	500.0	100	3	Organisation	Méissa
2	Demande d'autorisations	0.2	0.3	0.3	0.0	0.0	0.0	0	3	Administratif, organisation	Melina
3	Maquette	0.3	0.3	0.5	20.0	20.0	30.0	60	3	Creativité, graphisme, dessin	Méissa
4	Construction	1.0	2.0	2.0	80.0	160.0	160.0	60	2	Creativité, construction, organisation	Arthur
5	Décoration	1.0	2.0	2.0	80.0	160.0	160.0	60	1	Creativité, organisation, décoration	Melina
		0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0				
1	Organisation	0.8	1.0	2.0	45.0	60.0	120.0	60	3	Relation client, organisation, communication	Melina
2	Évaluation du côté	2.0	3.0	3.0	80.0	120.0	120.0	60	2	Relation client, organisation, communication	Méissa
		53.9	64.8	78.6	4515.2	5373.5	6434.3				

# Planification du projet

Pour le bon déroulement du projet, nous avons réalisé un diagramme de Gantt où toutes les tâches sont réparties par jours. On a ici une vision globale de la progression à suivre pour la réalisation de notre projet ;

Ecomen

8 nov. 2016

## Tâches

2

Nom	Date de début	Date de fin
<b>DOSSIER</b>	13/10/16	19/10/16
Elaboration du dossier	13/10/16	17/10/16
Impression	18/10/16	18/10/16
Reliure	19/10/16	19/10/16
<b>VIDEO</b>	19/10/16	04/11/16
Recherches	19/10/16	21/10/16
Croquis	20/10/16	20/10/16
Storyboard	21/10/16	24/10/16
Filmer	25/10/16	28/10/16
Réalisation animation	25/10/16	04/11/16
Montage	31/10/16	04/11/16
<b>SITE</b>	07/11/16	16/11/16
Recherches	07/11/16	08/11/16
Maquettes	08/11/16	10/11/16
Codage	11/11/16	16/11/16
<b>COMMUNICATION</b>	11/11/16	08/12/16
Réalisation affiche	11/11/16	15/11/16
Réalisation flyers	16/11/16	17/11/16
Réseaux sociaux	18/11/16	18/11/16
Avis des participants	07/12/16	08/12/16
<b>CONSTRUCTION</b>	18/11/16	06/12/16
Demande d'autorisations	18/11/16	18/11/16
Maquette	21/11/16	23/11/16
Achats	24/11/16	24/11/16
Construction	25/11/16	02/12/16

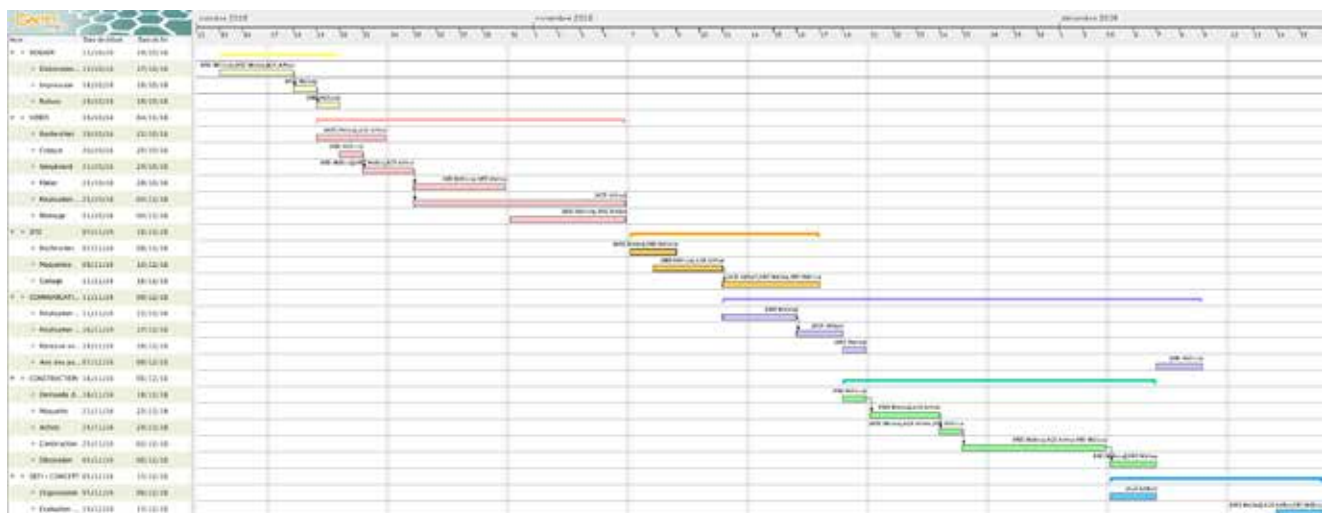
Ecomen

8 nov. 2016

## Tâches

3

Nom	Date de début	Date de fin
Décoration	05/12/16	06/12/16
<b>DEFI - CONCEPT</b>	05/12/16	15/12/16
Organisation	05/12/16	06/12/16
Evaluation du défi	14/12/16	15/12/16



## Analyse de cadrage (FFOM)

Ici nous trouvons un tableau qui réunit nos forces, nos faiblesses, nos opportunités et nos menaces ;

### Analyse de cadrage : FFOM

	Positif	Négatif
Origine interne	<b>Forces</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Déjà travaillé ensemble</li><li>- Expérience du domaine</li><li>- Créativité</li><li>- Motivation</li><li>- Même longueur d'ondes</li><li>- Maîtrise des réseaux sociaux</li><li>- Cause pertinente</li><li>- Connaissance des tendances dans le domaine</li></ul>	<b>Faiblesses</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Argent</li><li>- Désaccords dans le groupe</li><li>- Mauvaise gestion entre différents projets</li><li>- Premier gros projet</li><li>- Manque d'habileté pour la construction de la poubelle</li><li>- Manque de concentration</li></ul>
Origine externe	<b>Opportunités</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Matériel à disposition</li><li>- Ecole ouverte d'esprit</li><li>- Sujet d'actualité</li><li>- Voiture à disposition</li><li>- Tournage en hiver apporte de beaux plans</li></ul>	<b>Menaces</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- Temps</li><li>- Concurrence avec autres groupes</li><li>- Public cible participe pas</li><li>- Matériel à louer pas disponible</li><li>- Objectif final non atteint</li><li>- Manque d'acteur pour les vidéos</li><li>- Imprévus (malade, etc.)</li></ul>

## Analyse du contexte

Ici nous trouvons l'analyse du contexte mondial qui entoure notre projet ;

### Analyse du contexte : PESTEL

Politique	Economique	Social	Technologique	Ecologique	Légal
<ul style="list-style-type: none"><li>- Ecologique prend plus en plus d'importance politiquement</li><li>- Sujet qui met tout le monde d'accord</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Prix élevé des denrées et des services en lien avec l'écologie</li><li>- La population n'investit pas facilement par crainte de résultat incertain</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Dynamisme crée par le mouvement écologiste</li><li>- Responsabilité de chacun qui accroît avec le temps</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- De plus en plus en accord avec l'écologie (panneaux solaires...)</li><li>- Aide mais est une des plus importantes causes de pollution</li><li>- Plus la technologie avance et plus on pollue.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Réchauffement climatique qui nous pousse à agir</li><li>- Actuellement l'écologie se porte mal</li><li>- Progresse peu à peu</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Loi influencée par le réchauffement climatique</li><li>- Enfreindre les lois pour sauver la planète</li><li>- Réglementation stricte pour les objets du quotidien (voiture, frigo, etc)</li></ul>

# Communication du projet

## Description du projet

- 1) Problématique : Le réchauffement climatique étant devenu important, nous voulons pousser les gens à prendre conscience que l'on peut changer facilement les choses avec des gestes simples, au quotidien. C'est pourquoi nous avons choisi le recyclage car c'est accessible à tous et demande peu d'efforts.
- 2) Objectifs : Notre objectif consiste à pousser les gens à changer leurs habitudes et à trier d'avantage à l'aide d'un défi qui consiste à trier et à dépasser un poids de déchets fixé.
- 3) Points forts : Nos points forts sont que ce défi ne nécessite pas d'effort en particulier, si ce n'est de jeter ses déchets dans la poubelle appropriée et de jouer le jeu. Aucune inscription n'est demandée et tout le monde est invité à participer.

## Public Cible

- 1) Segmentation : Le public que nous ciblons sont les personnes du CFP Arts au courant de la situation actuelle, qui aimeraient en faire d'avantage, facilement mais qui ne savent pas comment s'y prendre. Également, celles qui n'y pensent pas et qui seraient motivées grâce à ce défi.
- 2) Notre projet leur convient le mieux car elles peuvent intervenir sans avoir se déplacer et sans efforts particulier pour pouvoir se sentir utiles.

## Message

1) A.I.D.A : On attire l'attention grâce à l'humour noir et décalé des vidéos qui seront présentées sur le site, elles ironisent et ridiculisent la situation afin de provoquer le spectateur à agir. À la fin de nos vidéos on pousse le spectateur à agir pour notre projet grâce à une phrase d'accroche.

## Stratégie de communication

Si tout se passe comme prévu et que les délais sont maîtrisés, nous prévoyons de lancer un défi de recyclage au sein de l'école à l'aide de différents supports de communication ; affiche, vidéos, site internet.



Si les délais sont trop courts nous restreindrons le nombre de vidéos et simplifierons le site internet (éventuellement remplacé par une page Facebook)

### **Plan de communication**

La communication se déroulera grâce aux affiche du 02.03.17 jusqu'au 05.03.17. Puis le défi se déroulera pendant une semaine, du 06.03.17 au 10.03.17 et se trouvera dans l'enceinte du bâtiment principal de l'école.

### **Eléments mesurables**

Nous avons prévu de fixer un poids en fonction des mesures effectuées sur les poubelles de l'école avant le lancement du défi. Ensuite, nous comparerons le poids à la fin du défi avec le précédent, afin de déterminer quel impact aura eu ce défi, positif, neutre ou négatif, en espérant qu'il soit positif !

### **Moyens de récolte**

Le poids des trois poubelles sera pesé à l'aide d'une balance. Nos partenaires pour ce défi sont ; la direction qui nous rend le projet possible, le concierge et l'assistant technique, qui nous aiderons pour l'emprunt des poubelles.

### **Livrable**

Nous souhaitons récolter au moins une fois et demi le poids de déchets par rapport à une semaine normale. Nous voulons grâce à des chiffres, montrer aux gens qu'ils peuvent changer les choses.

À la fin du challenge, nous aimerions que les personnes ayant participé changent leurs habitudes et trient d'avantage.

### **Résultats**

Nous avons rempli 7 poubelles de tri et allons comparer avec ce que l'on récolte en une semaine normale.

Les premiers jours, les poubelles se sont remplies vite à notre grande surprise, mais les jours suivant nous avons remarqué qu'elle se remplissaient moins vite.



Nous avons disposé plusieurs affiches dans l'enceinte de l'école à des endroits stratégiques pour attirer l'attention. Nous avons deux sortes d'affiche, une qui attire l'attention et appelle à aller voir le projet au rez-de-chaussée et une qui explique le projet. Nos poubelles attirent l'attention également grâce à la nouvelle décoration qui montre que c'est un événement spécial.



# CHALLENGE ECOMEN

Une semaine pour tout changer.



On a besoin de toi cette semaine pour trier un **MAX** de déchets et faire exploser les poubelles du Rez-de-chaussé !

Besoin de motivations ? Viens-voir nos vidéos sur [www.Ecomen.com](http://www.Ecomen.com)

RDV aux poubelles pour plus d'infos!



# CHALLENGE ECOMEN

Une semaine pour tout changer.

*Faites exploser les scores !*

En 1 semaine nous devons recycler **2X** plus que d'habitude !

À la fin de la semaine, vous saurez quels impacts vos efforts auront eu sur la planète.

Alors ...

**JUST DO IT !**



The screenshot shows a Facebook event page for 'Challenge Ecomen'. At the top, there are statistics: 77 Attentes (+2 cette semaine), 28 Affichages (+1 cette semaine), and 12 Ont répondu (+1 cette semaine). Below this is a green banner with the event title 'CHALLENGE ECOMEN' and the tagline 'Une semaine pour tout changer'. The event details include the date '6 mars' (March 6th), the location 'CFP Arts Genève', and the time 'du 6 mars à 11:00 au 10 mars à 17:30'. There are buttons for 'Intéressé(e)', 'J'y vais', and 'Afficher la carte'. The page also features a 'Créer un événement' sidebar with an owl icon and a 'Créer' button. The main content area includes a description of the challenge, a section for 'Publications récentes' with a post from 'Challenge Ecomen' dated 10 mars, and a 'Partager cet événement' button.

Nous avons également créé une page Facebook afin d'être présent sur les réseaux sociaux et y avons mis nos vidéos pour qu'elle soit plus accessible à tous. Nous avons suivi les participants tout au long de la semaine en les encourageant avec des messages et en leurs donnant des astuces.

The image shows a Facebook page for 'Challenge Ecomen'. The header features the page name and the tagline 'Une semaine pour tout changer'. Below the header, there are navigation buttons for 'J'aime', 'S'abonner', 'Partager', and 'Ajouter un bouton'. The main content area includes a post creation prompt 'Écrivez quelque chose...' and several options: 'Partager une photo ou une vidéo', 'Faire la promotion de votre entreprise', 'Créer un événement', 'Écrire un article', 'Recevoir des messages', and 'Créer une offre'. A statistics section shows '218 Portée des publications' and '14 Interactions avec la publication'. Below this is a promotion offer: 'Mettez votre Page en avant pour 5 Fr. Atteignez encore plus de monde ici : Suisse'. The 'Publications' section shows a recent post from 'Challenge Ecomen' dated '10 mars, 10:25 · €', with the text 'Dernier jour de challenge. Donnez tout! On reviendra vers vous lundi pour les résultats obtenus, jusque là tout s'est très bien déroulé merci pour votre participation!' and '6 personnes atteintes'. On the right side, there are sections for 'Vous connaissez des amis susceptibles d'aimer votre Page?', 'Communauté', 'Conseils pour les Pages', and '6 mentions J'aime +2 cette semaine'.

Nous avons aussi créé un évènement qui prévient les intéressés du commencement, c'est quelque chose de courant aujourd'hui sur les réseaux sociaux.



Chall Enge a partagé l'évènement de Challenge Ecomen.

6 mars, 12:00



Venez participer au challenge!



MAR

6

**Challenge Ecomen**

6 mars - 10 mars · CFP Arts Genève · Genève  
2 personnes intéressées · 10 participants

★ Intéressé(e)



J'aime



Commenter



Vous et 2 autres personnes

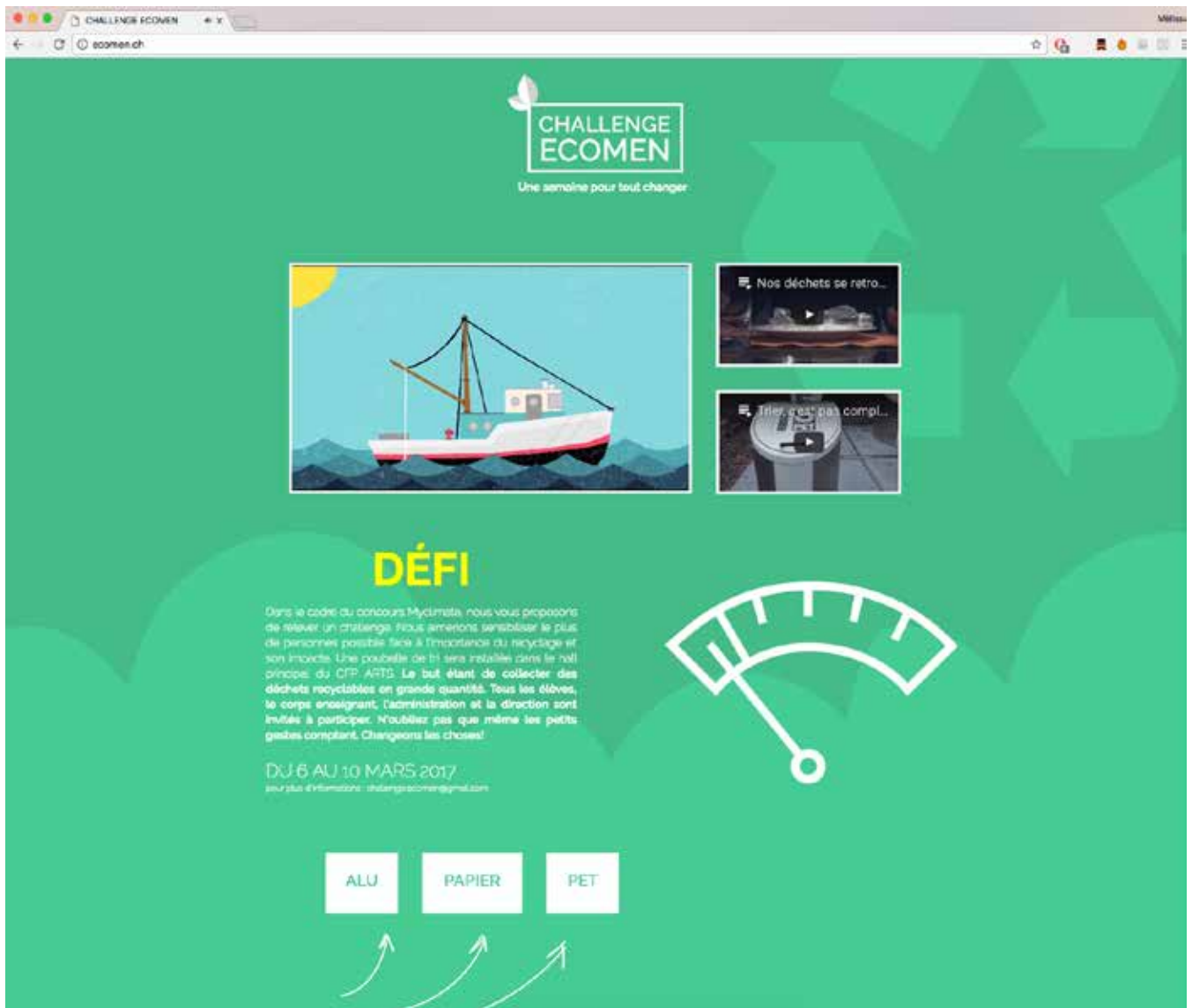


Votre commentaire...

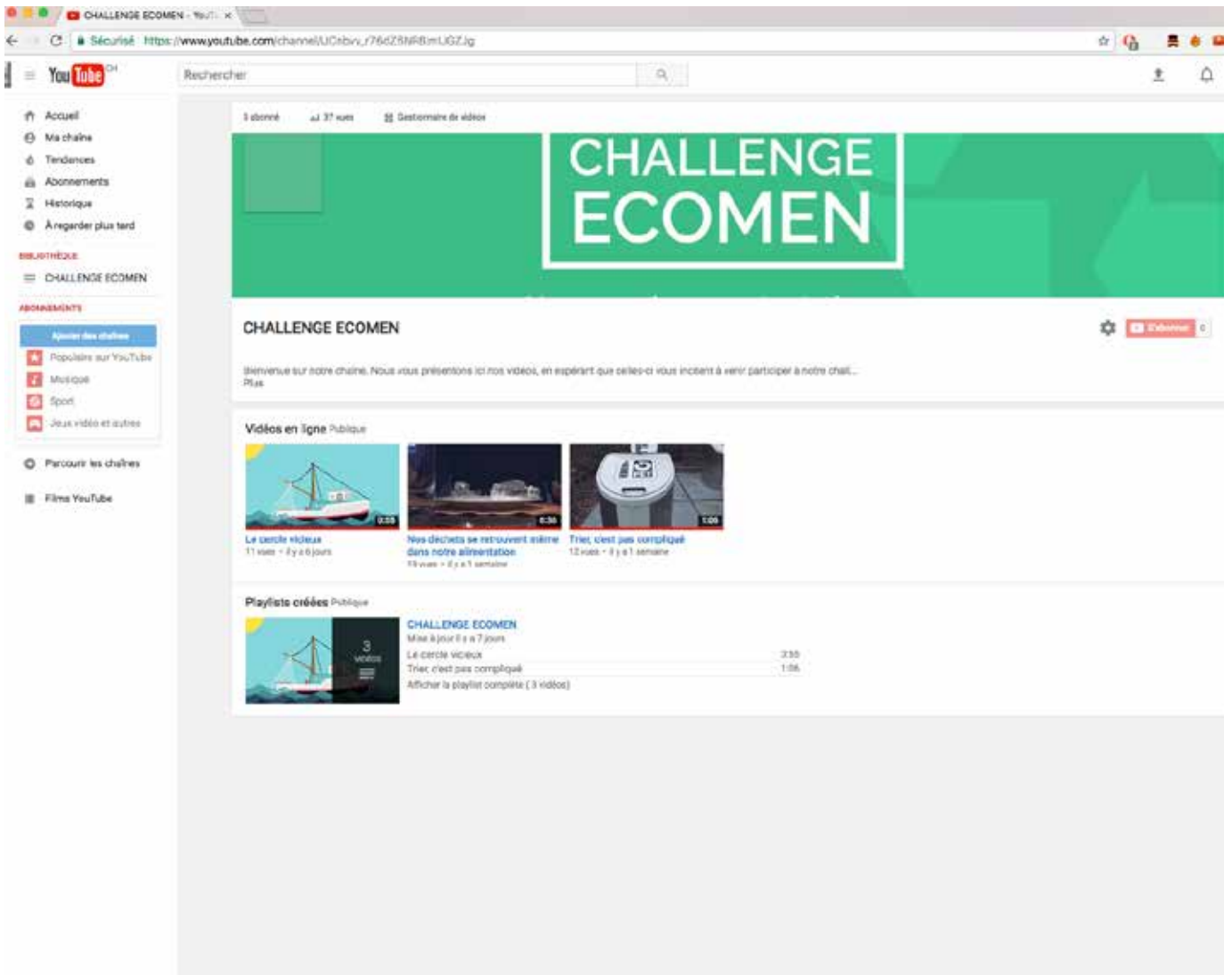


Appuyez sur Entrée pour publier.

Nous avons partagé notre évènement sur la page Facebook officielle de l'école afin d'attirer un maximum de monde.



Le site internet permettait d'y mettre les vidéos et expliquer brièvement le projet. Il était là juste à titre indicatif pour soutenir le projet, toujours dans la même identité visuelle.



Nous avons utilisé Youtube comme support pour nos vidéos.



The image is a screenshot of a YouTube video player. The video title is "Trier, c'est pas compliqué" and it is part of the "CHALLENGE ECOMEN". The video has 12 views and was added on February 27, 2017. The page also shows a search bar, navigation icons, and a sidebar with recommended videos.

## Communication

Nous avons remarqué que les réseaux sociaux n'ont pas fonctionné comme on le souhaitait. Effectivement nous avons eu peu de vue et de retour. Cependant nous pensons que les affiches dans l'école et l'installation est ce qui a le plus marché puisque nous avons eu plusieurs retours des élèves. Nous avons misé surtout sur l'installation et la communication à l'intérieur de l'école et avons peut-être trop délaissé les réseaux sociaux, car les personnes présentes sur nos réseaux sociaux ne sont pas spécialement concernés par le projet car ils ne font pas parti de l'école et ne peuvent pas venir trier dans nos poubelles.

Lorsque nous avons parlé à l'assistant technique il nous a mis en garde sur le fait que nous n'arriverions pas à remplir une seule poubelle d'aluminium car ils n'ont pas l'habitude de les remplir, or nous avons remplis une poubelle et demi d'aluminium en une semaine ce qui prouve que notre projet a eu de l'impact.

Notre plus gros constat est que les réseaux sociaux étaient un plus pour notre projet mais ils n'étaient pas vraiment nécessaires car toute la communication aurait pu se faire avec les affiches et l'installation dans l'école.

De même, nos vidéos se détachaient trop de notre projet car nous n'arrivions pas à faire le lien entre elles et les poubelles bien que nous comprenons que c'est un sujet sur le recyclage.

Cependant nous sommes assez satisfaits du résultat final car le projet a plutôt bien marché. À l'avenir pour un projet semblable, qui incite à une action, nous nous focaliserons sur une communication plus physique et directe, plutôt qu'éloignée sur les réseaux sociaux.



