

QUEL CONCEPT DE COMMUNICATION POUR
INCITER LES VISITEURS À SE RENDRE SUR LE
VILLAGE DU VENDÉE GLOBE DE MANIÈRE LA
PLUS DÉCARBONÉE POSSIBLE ?

08 fév
24 mars
2023



Illustration from the mast of Finistere Mer Vent, skipper Jean Le Cam (FRA) during prestart of the Vendée Globe, in Les Sables d'Olonne, France on October 28th, 2016 - Photo Vincent Curutchet / DPPI / Vendée Globe

L'ENTREPRISE

La SAEM Vendée est une société anonyme d'économie mixte dont le siège social est situé à la Roche-sur-Yon. Elle est l'organisatrice du Vendée Globe, célèbre course à la voile en solitaire, sans escale et sans assistance qui a lieu tous les 4 ans au départ des Sables d'Olonne.

Pour chaque course, un village est ouvert au grand public. Celui du Vendée Globe ouvre 3 semaines avant le départ de la course. En 2016, dernière édition représentative avant Covid, 2 250 000 personnes se sont rendues sur les villages du Vendée Globe.

Le village du Vendée Globe 2024 se tiendra aux Sables d'Olonne du 19 octobre au 10 novembre 2024. L'accès au village est gratuit.

Notre vision est la suivante :

- Tout d'abord, en tant qu'événement sportif et dans un contexte de crise climatique, nous nous devons de réduire au maximum notre empreinte carbone.
- De plus, en tant qu'événement sportif de renommée nationale et internationale, nous souhaitons profiter de notre aura pour sensibiliser le grand public aux problématiques environnementales.

Pour atteindre ces deux objectifs, nous avons mené des études d'impact sur nos deux dernières courses. Les déplacements des visiteurs y apparaissent comme un enjeu prioritaire puisqu'ils représentent plus de 80% des émissions carbone de nos événements. Nous allons donc, avec nos partenaires publics et privés, proposer de nombreuses solutions de déplacement bas carbone aux visiteurs en 2024.

LA PROBLÉMATIQUE :

Comment faire en sorte que les visiteurs préfèrent ces solutions mises à leur disposition plutôt qu'un transport plus carboné au moment de venir et de repartir du village ?

Solution attendue :

A/ Notre besoin

La SAEM Vendée recherche donc un répondant pouvant créer un concept accompagné d'un slogan fort et impactant traduit sous forme de visuel et d'une identité graphique simple et claire reprenant les marqueurs du Vendée Globe. Le répondant devra définir un message clair, concis, percutant et facilement assimilable pour toucher les émotions de la cible et créer le passage à l'acte. Il devra faire preuve d'une forte créativité ainsi que d'une connaissance approfondie du contexte sociétal et des tendances. Nous recherchons un plan de communication à 360° s'appuyant notamment sur les supports de communication du Vendée Globe et des acteurs privés et publics de la commission mobilité du projet à savoir : Le Département de la Vendée, La Ville et l'Agglomération des Sables d'Olonne, La Région des Pays de la Loire, La SNCF,...

Le solutionneur pourra donc imaginer une campagne s'appuyant sur des supports traditionnels comme l'affichage publicitaire, l'affichage urbain, le street marketing, mais également sur une présence dans les médias (télévision, radio, presse écrite, web), au travers d'achat d'espace ou de relations presse, de campagne d'e-mailing, ou encore d'une véritable stratégie d'influence au travers des réseaux sociaux notamment. Il devra également garder à l'esprit que les canaux de communication utilisés ne devront pas nuire à l'image véhiculée par la démarche (ex : distribution de flyers, goodies, etc.)

B/ Notre philosophie

Notre approche n'est pas punitive, elle est positive : nous souhaitons récompenser les visiteurs qui utilisent la mobilité douce et non sanctionner ceux qui ne le font pas.



MODALITÉS DE COLLABORATION

Nous mettrons des ressources humaines à disposition selon les contours des solutions proposées. Une collaboration étendue pourrait être envisager selon les projets et propositions.