



Newsletter # 1
31 août 2012

Wi.D.E Project – Club des partenaires

Edito

Bienvenue dans ce premier bulletin de liaison du club des partenaires.

Faire partie du club, c'est d'abord supporter le projet Wi.D.E dans sa démarche humaine, sportive, et scientifique.

Faire partie du club, c'est aussi pour vous en tant que partenaires l'occasion de développer la notoriété de votre marque et de fédérer vos équipes.

Nous vous informerons donc régulièrement sur les évolutions du projet, et sur son impact en terme de communication. N'hésitez pas à nous faire part de vos commentaires ou idées.

Bonne lecture et à bientôt pour davantage d'information.

Pascal Leroy

pascal.leroy@wide-exploration.com

A suivre...

Actualité du projet

Les dernières nouvelles des aventuriers

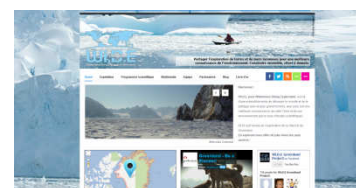


Visibilité du projet

Site web wide-exploration.com

Fan page sur Facebook

Medias: premiers communiqués et premières retombées

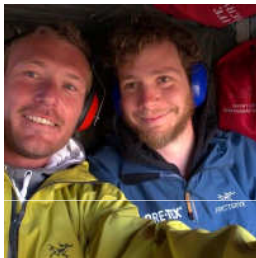


Actualité du projet



Les dernières étapes du projet :

- 11 août : Alban et Vincent viennent d'arriver au Groenland
- 14 août : mise en ligne du site internet de l'expédition
- 15 août : Thierry Robert (le réalisateur) et l'équipe du cinquième rêve doivent arriver sur place
- 16 août : Vincent et Alban continuent à s'entraîner en attendant l'équipe du cinquième rêve qui est bloquée en Islande
- 17 août : Thierry Robert et son équipe rejoignent Alban et Vincent
- 19 août : début du tournage du film Voyage au cœur des glaces
- 20 août : départ de Vincent et d'Alban (début de l'expédition !)
- 23 août : premières émotions : kayak retourné et pieds de mats décollés
- 25 août : Alban effectue sa 1^{ère} vraie plongée au pied d'un iceberg



Les prochaines étapes à préparer avec l'équipe communication :

- **La préparation du plan de communication du projet :**
Proposer des thèmes et des événements pour faire connaître le projet au retour d'Alban et de Vincent.
- **La préparation d'un programme pédagogique :**
Objectif : proposer un programme pédagogique structuré avec des approches thématiques en fonction du public visé qui serviront à relayer le projet. Le programme pédagogique pourra s'appliquer aux écoles, ainsi qu'aux entreprises qui souhaitent mettre en avant tel ou tel message (ex. le développement durable, la gestion du stress, la prise de risque et la cohésion, réaliser ses rêves, etc.)

Visibilité du projet

Les outils utilisés



1. Communication presse et médias

Responsable :

Julia Sekelly - Drop Zone Rédaction, attachée de presse freelance

Julia a pris en charge les relations presse du projet et a commencé à diffuser des informations à la presse dès le mois de juin. Les relations presse se construisent sur un terme plutôt long, il était essentiel de démarrer la communication au plus tôt.

A ce jour, 2 communiqués ont été diffusés à la presse de manière ciblée :

Le 21 juin: première présentation du projet



Le 20 août: **annonce du départ**



Les retombées presse :

- Parution sur « plongee-mag.net », le 27 juin 2012 <http://www.plongee-mag.net/actus/environnement-actus/expedition-wi-d-e-plongees-givrees-au-groenland/>
- Parution dans « l'Est Eclair » le 8 août 2012 <http://www.lest-eclair.fr/article/a-la-une/le-voyage-au-coeur-des-glaces-dalban-michon>
- Parution sur « Divosea.com » le 14 août 2012 <http://www.divosea.com/fr/actualites/wi-d-e-exploration-sur-et-sous-la-banquise-dans-l-est-du-groenland.html>
- Parution sur « ledauphine.com », le 17 août 2012 <http://www.ledauphine.com/savoie/2012/08/16/un-tignard-sous-les-glaces-du-groenland>
- Parution dans le journal communal « Tignes en Toutes Lettres » août 2012 http://www.widexploration.com/assets/images/wysiwyg/un_tignard_au_groenland_ttl_aout2012.pdf
- Interview d'Alban Michon sur la radio « France Bleu Pays de Savoie » le 20 août 2012

Visibilité du projet

Les outils utilisés

2. Création d'une fan page Facebook

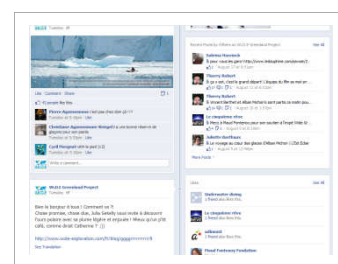
Responsable :

Eva Lozano- Directrice associée et co-fondatrice de l'Agence de conseil en stratégie de communication Adkimist.

Responsable de la communication du projet, Eva et son équipe animent aussi la page Facebook. Elle est en contact régulier avec Géraldine Foulgoc qui est en liaison quotidienne avec Alban et Vincent, et avec Julia Sekelly qui fournit une partie des contenus de la fan page.

Le développement de la fan page a été réalisé par Make-it-Digital.

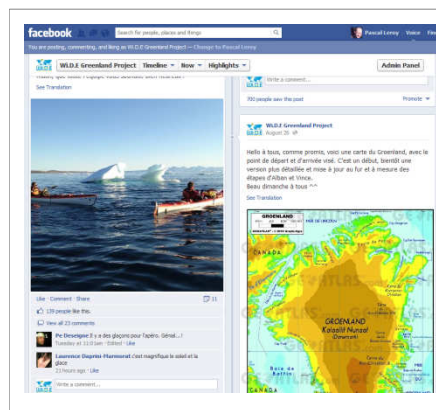
Vous pouvez retrouver la fan page sur : <https://www.facebook.com/WideExpedition>



L'impact:

La fan page est mise à jour tous les 24 à 48 heures.

- **743 fans** suivent la page moins de deux mois après son lancement
- Chaque commentaire suscite de nombreuses réactions positives et de nombreux 'like' (recommandations), ce qui prouve que l'aventure intéresse, et qu'elle est réellement suivie dans le temps par un public fidèle.
- Le nombre de fans qui parlent de la fan page sur leur propre page est de plus en plus important
- Certains des 'posts' (petits articles créés par Eva) touchent jusque 2500 lecteurs (source : statistiques Facebook)



Visibilité du projet

Les outils utilisés



3. Création d'un site internet

Responsable :

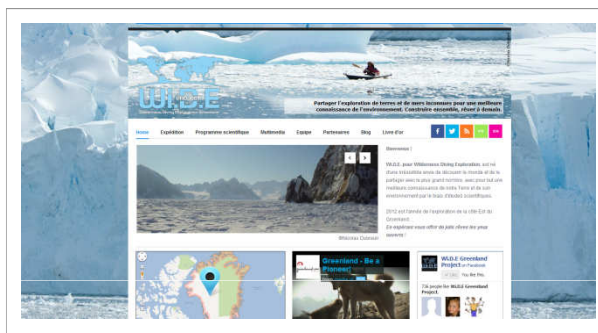
Eva Lozano- Directrice associée et co-fondatrice de l'Agence de conseil en stratégie de communication Adkimist

Responsable de la communication du projet, Eva et son équipe ont créé le design du site, choisi les rubriques et proposé l'architecture. Eva anime le site à partir des informations qu'elle récupère de Géraldine Foulgoc. Julia Sekelly fournit quant à elle de façon continue des articles, notamment pour alimenter le blog du site [le blog permet de mettre facilement à jour le site et de créer une histoire autour du projet, et d'optimiser le référencement sur Google].

Le développement du site a été réalisé par Make-it-Digital en un temps très court à partir d'une technologie propriétaire.

Vous pouvez retrouver le site de l'expédition sur :

<http://www.wide-exploration.com/fr>



L'impact:

Le site a été lancé au moment du départ de l'expédition.

Comme pour chaque site internet, les visites viennent de nombreux pays, parfois lointains (Australie, Canada, Afrique du Sud, etc.).

Entre le 9 et le 29 août, le site totalise :

- **1313 visites** [le site a très bien démarré]
- **626 visiteurs uniques** [personnes s'étant connectées 1 ou plusieurs fois]
- 8635 pages ont été consultées (6 à 7 pages par visite)
- 0.38% de taux de rebond (personnes quittant immédiatement le site): très bon taux, indique que le site est bien référencé
- Près d'1 visite sur 2 est nouvelle, le site continue à recruter
- La France totalise plus de 80% des visites

Liste des principales villes consultant le site:

City	Visits	↓
1. Paris	333	
2. Tunis	77	
3. Toulouse	61	
4. Rennes	39	
5. Troyes	31	
6. Lyon	27	
7. Hyeres	26	
8. Marseille	25	
9. Pau	24	
10. Grenoble	24	