

Frédéric Thibault  
Jean-Baptiste Comte

## **Site Viral « Sauve ta planète »**

**Marque** : Le chat.

**Produit** : lessive bio, respectueuse de l'environnement.

**Solution Marketing Mass Média** : Spot TV, site Internet.

## 1) Spots TV

Sur un ton ironique et décalé avec la phrase d'accroche : « La nature vous le rend bien », les spots TV vont mettre en scène des personnages qui, en utilisant la lessive bio « le chat », voient leur vie changée à l'aide de la nature.

### a. Proposition 1 : Le patron

Un employé, continuellement en retard au travail à cause de sa lessive du lundi matin, se voit harcelé par son patron. Un lundi matin, différent des autres, il utilise la lessive bio « le chat ». La nature, lui rendant bien, bloque alors la voiture de son patron sur la route, le faisant arrivé en avance sur son patron.

### b. Proposition 2 : Le voisin

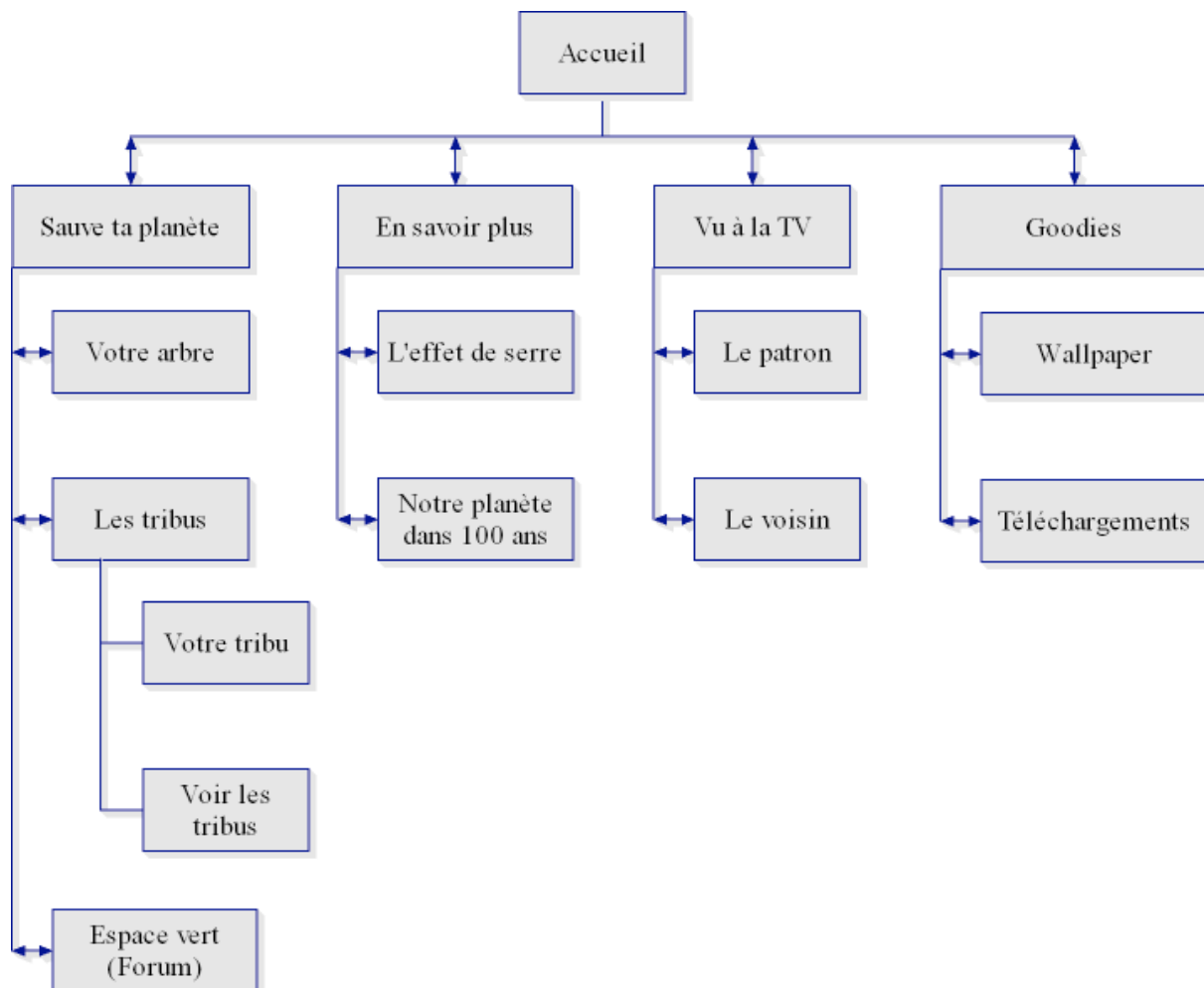
Une personne se faisant réveiller de façon hebdomadaire par son voisin et sa tondeuse, va faire, comme tous les samedi matin, sa lessive avec la lessive bio « le chat ». La semaine suivante, alors que le voisin passe sa tondeuse comme à son habitude, un éclair vient s'abattre sur un arbre de son jardin. Sous la violence du choc, l'arbre s'écroule et détruit la tondeuse.

## 2) Site Internet Viral

Le site Internet dit « viral » sera basé sur le thème du respect de la nature à l'adresse suivante : <http://sauvetaplanete.com>.

- **But** : Le but de ce site est de rassembler un maximum de personnes et donc de générer un fort trafic grâce à son espace communautaire (cf. partie sauve ta planète). « Le chat » va s'engager à aider la nature en plantant un arbre tous les 10 membres inscrit dans une tribu.
- **Cible** : Dans un premier temps, la cible principale sera les défenseurs de la nature puisque le sujet du site les touchera directement. Le point fort de ce site viral est l'aspect communautaire qui va attirer les petits comme les grands en s'inscrivant simplement et en faisant évoluer son arbre virtuel, en échangeant des idées ou encore en téléchargeant les différents spots TV ...
- **Technologie** : Etant donné le fort besoin en interactivité, la solution retenue sera le logiciel Flash©. Cette solution permet de donner un aspect dynamique au site grâce à son fort potentiel à l'animation et à sa facilité d'intégration en ligne. De plus, contrairement à d'autres solutions, le « plugin » est universel, l'application sera donc lisible sur tous les navigateurs de l'ensemble des systèmes d'exploitation.

## a. Arborescence



## **b. Scénario**

Le site est donc mis en place pour faire jouer aux membres un rôle inhérent dans la protection de l'environnement, à travers le lancement d'un nouveau produit de la marque « le chat » : la lessive bio.

Pour cela, deux grandes parties du site seront très développées : une partie communautaire (sauve ta planète) ainsi qu'une partie plus scientifique (En savoir plus) qui permettra de mettre en valeurs le sujet traité par le site. Bien entendu, un côté plus « commercial » sera présent par l'intermédiaire des deux parties « vu à la TV » et « Goodies ».

Tout d'abord, le point fort du site sera la partie communautaire. Ici, le visiteur pourra créer son profil puis avoir accès à plusieurs sous parties. Une fois son profil correctement créé, une multitude possibilités lui seront offertes, l'utilisateur va pouvoir planter un arbre virtuel et ainsi s'en occuper pour le garder en vie, le faire évoluer et le tailler jour après jour. Toutes les actions du « jardinier » sur son arbre seront stockées en mémoire afin de proposer un haut niveau d'interactivité et donc provoquer différents cas en fonction des actions de l'utilisateur.

La forte interactivité de cette partie jouera donc un rôle hautement attrayant générant beaucoup de trafic vue l'originalité proposée. Bien entendu, afin de propager « le virus » de façon optimale, le « jardinier » pourra envoyer par email une image de son arbre à ses proches, le but encore une fois étant de générer une augmentation du trafic.

La deuxième partie est, elle aussi, très importante puisqu'elle sera basée sur le concept de communauté. Ce concept étant en plein essor (cf. facebook, myspace ...), il est apparu évident de proposer aux membres de créer des « tribus » propres au site.

Le principe sera donc de faire regrouper en « tribus » les utilisateurs afin qu'ils puissent implanter leur propre forêt sur la carte virtuelle mise en place sur le site. Bien sûr, chaque tribu pourra voir les différentes forêts des autres tribus, communiquer avec eux, ou encore s'allier entre eux. Chaque tribu sera composée d'une hiérarchie, c'est-à-dire qu'elle possèdera un ou plusieurs créateurs qui joueront le rôle d'administrateur avec des droits évolués (Exemple : administrer les membres de la tribu, gérer les ressources, implanter leur forêt à un endroit donné sur la carte virtuelle etc ...). Les membres basiques de la tribu pourront inviter de nouveaux membres, le tout dans le but de faire communiquer un maximum les membres du site sur la protection de l'environnement.

Un point fort du site réside sur le fait que pour toute tribu composée d'un minimum de 10 membres, la marque « le chat » s'engage à planter un vrai arbre. Cet arbre sera accompagné d'une plaque que la tribu pourra créer et modifier dans son interface d'administration avant de décider la demande de plantation auprès de la firme. Ce concept insiste sur la démarche de la marque en ce qui concerne la protection de la nature et permettra de rassembler et de fidéliser le plus grand nombre de visiteurs possibles.

Afin de permettre encore et toujours un maximum d'échange, la troisième sous partie « espace vert » sera en quelque sorte un forum où chaque membre pourra proposer ses idées, débattre sur celle des autres etc ... Cette partie sera un lieu d'échange sur le thème de la défense de la nature. Encore une fois, cette vision communautaire va pouvoir regrouper ou encore attirer des membres et jouer un rôle essentiel au succès du site.

Ensuite, le visiteur va pouvoir développer sa culture générale personnelle en consultant la partie « En savoir plus », partie où seront développés un très grand nombre de termes, chiffres ou encore notions concernant la protection de l'environnement. Cette partie plus scientifique, va aussi permettre aux visiteurs engagés dans le mouvement de la protection de la nature de proposer leurs articles d'une part et aux novices de développer leurs connaissances et pourquoi pas de prendre parti dans un mouvement grâce à ce site Internet.

Pour finir, les deux dernières parties « Vu à la TV » et « Goodies » vont jouer un rôle plus commercial. En effet, en vue du succès des spots TV en raison de leur ton humoristique et décalé, les visiteurs pourront les visionner, les télécharger en divers formats (mpeg, blog it, format pour baladeurs multimédia style ipod etc...) et même les envoyer à un ami par email. Parallèlement, ils pourront également télécharger des fonds d'écrans spécialement réalisés pour l'occasion.

Une fonctionnalité dite « expérimentale » pourra aussi être proposée. L'apparition dernièrement de la technologie « mini site » va permettre aux « blogeurs » de proposer une version allégée du site dans un petit format afin de communiquer un maximum. Cette fonctionnalité est très simple d'intégration : il suffira de copier coller le petit morceau de HTML, disponible sur le site, sur leur blog ; ainsi le processus de communication sera complet.

Pour résumer, on peut dire que ce site viral va aborder différents concepts permettant ainsi de toucher une cible générale. Il faut surtout retenir que le concept de protection de la nature est, de nos jours, un sujet de débat. Il semble donc important de développer celui-ci en proposant une application « ludo-pédagogique » à fort potentiel interactif. On peut dire également que l'association de ce concept au principe de communauté va permettre de fidéliser les membres et donc de permettre à ce site un « buzz » propre à un site viral digne de ce nom.

## c. Propositions graphiques

### i. Interface



### ii. Choix de l'arbre par l'utilisateur



### iii. Carte virtuelle

