



Communication stratégique des projets de développement durable

Article 3 – Août 2011

Par Pierre Batellier, Coordonnateur développement durable, HEC Montréal

Le projet final a conduit à la réalisation d'une deuxième vidéo de qualité sur les enjeux du recyclage du papier qui nous permettra également de sensibiliser, d'inciter à certains gestes et de plus faire connaître des initiatives internes en lien avec ces enjeux : réduction de la consommation par le recto verso, numérisation de documents pédagogiques et administratifs, le développement de « cours sans papier » et le recyclage interne.

Plus que le nombre de vidéos produites, nous avons voulu avec ces deux vidéos nous concentrer sur un modèle de référence qui puisse être réutilisé autour de différentes problématiques : une ligne graphique et sonore, une trame, une accroche de départ humoristique, un scénario de référence et un timing relativement court. Cette ligne générale permettra aux différents publics d'identifier et reconnaître facilement les vidéos. Les premiers tests de vidéos auprès de public cible ont été très positifs quant à la pertinence du format et la qualité de transmission du message.

Les prochaines étapes seront clefs pour la visibilité et l'efficacité du message. Suite à une réflexion commune sur la stratégie finalisée pour la diffusion du message, nous avons identifié plusieurs enjeux liés à une stratégie vidéo qui ne seraient pas évidents immédiatement : référencement Internet et importance des mots-clefs associés; hébergement sur un site (Youtube, DailyMotion, etc.); intégration sur les différents médias sociaux et leurs plateformes (Twitter, Facebook); format pour diffusion multi-supports notamment sur les écrans (écrans dans l'école, téléphones cellulaires, etc.). Loin d'une stratégie d'affichage classique, l'art est celui du « buzz ». D'ailleurs, un autre apprentissage important réalisé en interaction avec certains professionnels du milieu créatif, est la nécessité de trouver un moyen de mobiliser ces réseaux, notamment par une originalité créative. Les membres de ces milieux vidéo et artistiques sont souvent très connectés et à même d'avoir via leur réseaux d'échange un effet multiplicateur sur la visibilité de la vidéo.

Ce projet se veut la lance de départ pour notre stratégie de communication sur nos bilans internes sur certains enjeux et une emphase sur les actions internes centrées sur les comportements pratiques... Idéalement, elles pourraient être jumelées à plusieurs annonces internes sur les déchets électroniques et le papier. Au-delà, beaucoup d'apprentissages quant à l'utilisation de ces nouvelles technologies mais aussi quant au pouvoir important de persuasion, de représentation et de discussion interne pour de nouvelles idées auprès des acteurs clefs à l'interne (voir nos articles précédents).

Les capsules vidéos :

Recyclage du papier : <http://www.youtube.com/watch?v=Jo5W5GOXBk>

Recyclage des ordinateurs : <http://www.youtube.com/watch?v=0kiVs4XzNZA>