

PLATEFORME DE COMMUNICATION

EMMA ZABEL - QUITTERIE BOUFFARD -
MAXIME LARRIEU

FONDATION



**MILLIONS
D'AMIS**

reconnue d'utilité publique

Rappel

- ❖ Magasine mensuel, émission de TV, fondation
- ❖ Emission est une Initiative de Jean-Pierre Hutin
- ❖ Lutte pour bien-être animal
- ❖ Remet des prix littéraires
- ❖ Création ruban d'honneur



Campagne France 2020: Les innocents

<http://www.culturepub.fr/videos/les-innocents/>



Description de la vidéo

- ❖ Un chien est jugé dans un tribunal
- ❖ Les charges contre lui sont celles d'avoir été un bon chien
- ❖ Il attendu son maître après son abandon
- ❖ Il est condamné à mort

Objectifs de communication

❖ Dénoncer l'euthanasie

❖ Dénoncer l'abandon

❖ Les animaux de compagnie ne méritent pas la peine de mort

❖ Interdire la vente en animalerie ou par petites annonces

Territoire de communication

- ❖ Valeur d'avenir : Un monde sans maltraitance animale
- ❖ Les valeurs de l'entreprise : Lutter pour le bien-être animal
- ❖ Relation avec les clients : Relation émotionnelle



Composantes de personnalité

❖ Signature : #NONALABANDON

❖ Contenu et cohérence du message : Mise en avant des conséquences d'un abandon

❖ Style et ton de la campagne : Un ton sérieux et émotionnel



Composantes d'identifications

❖ Les phrases en fin de vidéo



❖ Le Logo

❖ Le hastag



La campagne dans la stratégie globale

- ❖ Campagne produite par une réalisatrice différentes des autres campagnes
- ❖ Une mise en scène unique à chaque campagne
- ❖ Campagne à rythme annuelle



Résultats éventuels

- ❖ Prise de conscience chez le public
- ❖ Baisse des abandons
- ❖ Baisse des euthanasies
- ❖ Réduction de l'achat en animalerie ou sur petites annonces
- ❖ Augmenter les adoptions



Retombées

❖ 19 millions de vues sur YouTube

❖ Le Figaro, France Info, France Bleu en parle

❖ Une mise en avant sur de nombreux sites internet via un article



Ce que l'on a aimé, pas aimé

❖ La mise en scène

❖ Le sujet

❖ Prise de conscience du public

❖ L'existence de la campagne

MERCI

