



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet

e-commerce

Noa Sbaï et Aline Zandona

Interactive Media Designer

3^{ème} année

Centre de formation Professionnelle Arts

Enseignant : Johann Sievering

Résumé du projet :

Réaliser une campagne de sensibilisation sur l'impact écologique de l'e-commerce pour que les jeunes, les enseignants et le personnel administratif et technique du CFP Arts prennent conscience du coût écologique réel des achats en ligne.

Cette campagne est constituée de :

- 3 affiches qui parodient la publicité
- 1 sondage pour mesurer l'impact de la campagne
- 1 performance présentée par l'atelier d'arts scéniques du CFP Arts et mise en scène par Aline Zandona.

Catégorie du concours : Prix Sensibilisation

Nombre de personnes touchées :

Nous avons touché 1320 personnes grâce à notre campagne de sensibilisation.

Sommaire

1. Introduction	1
1.1. Situation de départ	1
1.2. Motivations	1
2. Recherche d'idées / définition du projet	2
2.1. Définition du projet et objectifs	3
2.2. Faisabilité	4
3. Planification du projet	5
3.1. Les étapes les plus importantes	7
3.2. Plan détaillé des tâches	7
4. Mise en œuvre concrète	10
5. Calculs	22
6. Rapport du projet	25
6.1. Rétrospective	25
6.2. Prises de conscience	25
6.3. Perspectives	26
7. Bibliographie	27
Annexes	29

1. Introduction

1.1. Situation de départ

La situation mondiale du climat est critique aujourd'hui. Il dans notre devoir d'agir pour notre planète, pour notre futur ainsi que celui de nos futurs enfants.

Une des manières d'agir est de sensibiliser la population.

La pollution de l'air liée aux mauvaises habitudes de consommation de la population suisse influence grandement le changement climatique, comme dans chaque pays développé.

En Suisse 50'000 (1) vies perdues à cause de la pollution atmosphérique, en 2013.

Exemple de polluant qui influence le changement climatique :

- Monoxyde de carbone ---- indirect par formation d'ozone
- Dioxyde de carbone ---- Effet de serre important
- Hydrocarbures ---- Effet de serre entraine formation d'ozone
- Oxyde d'azote ---- Effet de serre entraine formation d'ozone
- La liste n'est malheureusement pas exhaustive

La vie quotidienne est de plus en plus facile et accessible (achat et commandes en lignes, transports, nourritures, voyages etc.)

Mais elle devient aussi de plus en plus impactant vis-à-vis de l'environnement.

Nous pouvons influencer cela en sensibilisant la population aux risques possibles liés à leurs surconsommations quotidiennes (cancers, infections pulmonaires, problèmes respiratoires etc.) mais aussi en leur montrant l'impact de leurs actes sur la planète ou sur leur santé.

Il est impératif d'informer les jeunes quant aux dangers liés à cette pollution de l'air qu'ils ne cesseront d'alimenter en grandissant si leur vision du changement climatique et leurs routines quotidiennes ne changent pas.

1.2. Motivations

De nos jours, de plus en plus de jeunes et adultes font leurs achats en ligne, pour diverses raisons.

Après de nombreuses recherches, nous avons découvert qu'il a environ 90'000 envois postaux chaque jour en Suisse*2, et uniquement en provenance d'Asie.

Ce chiffre nous a consternés.

Il était donc évident que nous devions sensibiliser notre école aux conséquences de l'utilisation du commerce en ligne.

*« L'année dernière, La Poste suisse a traité près de 130 millions de colis. Cela correspond à une augmentation de 6,2 % par rapport à l'année précédente. » *2*

2. Recherche d'idées / définition du projet

Méthode pour la recherche d'idées:

- Brainstorming
 - Discussions des préoccupations entre les membres de l'équipe : Noa Sbaï et Aline Zandona
 - Discussions avec nos familles respectives pour avoir un maximum de sujet à traiter

- Recherches sur Internet
 - Recherche sur l'écologie, sur les réfugiés climatiques et les conséquences
 - Recherches d'images, de communications visuelles, de slogan, d'illustration, d'œuvres d'art, d'articles

Recherche d'idées:

- Pollution de l'air, voiture en ville
- Pollution de l'air, transport marchandise, commerce en ligne
- Conséquences de la pollution
- Maladies liées à la pollution
- Nombre de morts à cause de la pollution
- Réfugié climatique
- Migration
- Cause / conséquences
- Catastrophe naturelle
- Politique
- Guerre
- Sècheresse
- Surpopulation
- Énergie

2.1. Définition du projet et objectifs

Projet Sensibilisation:

Nous réalisons 3 affiches (parodies de publicité) et nous organisons un événement : une exposition où seront présentées nos 3 affiches ainsi qu'une performance mise en scène par Aline Zandona et jouée par l'atelier d'art scénique de notre école.

Le but est de sensibiliser et d'informer le plus de personnes possible dans le CFP Arts sur l'impact qu'ont leurs commandes en ligne sur l'écologie.

1320 personnes ont été sensibilisées grâce à notre campagne.

2.2. Faisabilité

- La mise en œuvre est réaliste si nous nous organisons correctement et si nous faisons les bonnes demandes auprès de la direction le plus rapidement possible.
- L'impression d'affiches pourrait avoir du retard, il faut donc s'organiser et faire l'impression des affiches largement avant l'exposition.
- La performance pourrait être annulée par manque de ressources humaines il faudra donc adapter la performance à n'importe quel nombre de participants.
- La soirée d'exposition peut n'avoir que peu de succès il faut donc faire une bonne communication de l'évènement pour faire venir un maximum de personnes ou rebondir après la soirée en exposant les affiches dans les couloirs et ainsi toucher plus de personnes.
- La réalisation des affiches pourrait rencontrer des problèmes divers, manque de temps, manque de ressources matérielles et humaines. Donc il faudra bien s'organiser et prévoir assez de temps pour la réalisation.

3. Planification du projet

- Notre but est avant tout de sensibiliser les élèves / professeurs / administration de notre école quant à leur consommation de produits provenant de l'étranger commandés sur Internet. Nous voulons démontrer que le transport ainsi que la sur-production de marchandise à petit prix disponible sur des sites de vente en ligne pollue énormément la planète à travers des publicités détournées.
- Nous disposons de 41h de cours pour réaliser ce projet sans compter les heures d'exposition / photographies des modèles et le travail extérieur au cours.
- Après avoir trouvé le sujet que nous voulons utiliser pour nos affiches, nous devons avant tout imaginer notre concept. Quelles impressions voulons-nous faire ressentir au public ? Comment aborder le sujet de l'écologie différemment que ce qui a déjà été fait ?

Après avoir réfléchi à un concept bien fondé, nous devons réaliser la charte graphique de nos trois affiches de sensibilisation : croquis, moodboards, typographie etc.

La prise de vue des photographies est à effectuer après avoir imaginé précisément le design final de notre campagne. Nous avons besoin de modèles qui sont en parfait accord avec notre concept de base.

Une fois les photos prises, il faut travailler leur post-production en rapprochant leur aspect le plus possible de nos moodboards.

- Nous devons réfléchir en profondeur aux slogans que nous allons utiliser pour qu'ils coïncident correctement tous ensemble vu que nous avons 3 affiches. Il faut qu'ils aient un sens bien défini, qu'ils interpellent notre public cible, qu'ils le touchent etc..
- Nous devons faire du graphisme, travailler la mise en place du texte sur les affiches, la typographie, la couleur, la taille.
- Il faut mettre en place l'exposition pour présenter notre travail. Afficher les 3 affiches, les mettre en valeur avec un bon éclairage donc demander assistance auprès des techniciens. Il faut également mettre en place le décor pour la performance qui accompagne notre exposition.
- Nous devons préparer un sondage pour le public, qui nous permettra de mesurer l'impact de notre campagne sur le public cible : un sondage sur tablette avec une question à l'entrée de la salle, ainsi qu'une question à la sortie de l'exposition.
- Au final il nous faut analyser l'impact de notre campagne et si besoin rebondir et mettre en place quelque chose qui nous permet d'avoir un impact encore plus important.

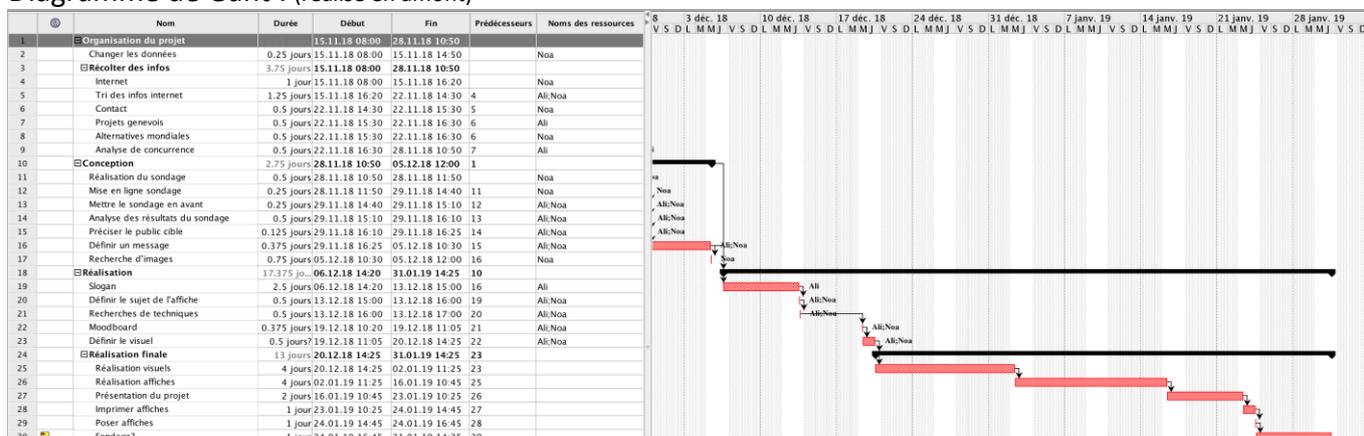
- Les professeurs / doyenne, Mme Behar, M. Sievering, Mme Orlandi peuvent nous soutenir quant à notre exposition (réalisation, question, permission d'exposer etc.).
- Le service technique peut nous aider à installer tables et affiches dans la salle, nos proches peuvent nous aider si besoin de boissons / nourriture durant exposition.
- Nous pouvons avoir des problèmes lors de la réalisation des photographies, nous pouvons donc demander à nos professeurs de photo ou assistant photo de notre école, M. Levy, M. Andrianasolo, M. Christinat de nous aider ou si nous avons d'éventuelles questions à leur poser.
- Nous pouvons avoir des problèmes quant à la post-production des affiches au moment du graphisme. Nous pouvons demander de l'aide à notre professeur de classe M. Gaillard qu'ils nous donnent ces conseils pour améliorer nos affiches un maximum.
- Nos professeurs et doyenne, Mme Behar, M. Sievering, Mme Orlandi, nous soutiennent grandement quant à notre projet. Ils apprécient notre idée, notre concept ainsi que notre investissement. Nous n'avons pas eu besoin de convaincre quiconque pour la réalisation de notre campagne de sensibilisation, car notre idée a été rapidement acceptée.
- Nous avons besoin de plusieurs cartons pour la performance durant l'exposition, Julie et Sébastien, cuisinier et caissière de la cafétéria peuvent nous fournir quelques cartons qu'ils reçoivent pour leurs marchandises, ce qui nous permet de faire de la récupération de cartons. Et nous pouvons également demander aux assistants techniques car ils ont une multitude de cartons qu'ils peuvent nous prêter.
- Nous avons également besoin de nourriture pour l'apéritif de notre exposition. Nous pouvons demander un budget à l'école pour cela.
- Nous avons également besoin de matériel pour réaliser les photographies : Appareil photo – trépied– objectif – lumière flash etc. Nous pouvons prendre le matériel qui nous appartient ainsi que prendre ce que l'école nous met à dispositions.
- Nous avons besoin d'accessoire ainsi que de vêtement pour les photographies de nos affiches. Nous pouvons prendre ce que nous avons chez nous en plus de demander à nos amis, nos collègues de classe s'ils ont éventuellement ce qui nous manque. Essayons d'éviter un maximum d'acheter des accessoires, et préférons demander autour de nous si besoin, pour le bien de l'environnement.

3.1. Les étapes les plus importantes

Quoi	Décal
Recherche de documentation	28 novembre 2018
Définir un concept	20 décembre 2018
Réaliser les trois affiches	26 février 2019
Exposition des affiches	1er mars 2019
Analyse et rédaction	18 mars 2019
Reddition Ecolive	25 mars 2019

3.2. Plan détaillé des tâches

Diagramme de Gant : (réalisé en amont)



Nous réalisons un diagramme de gant pour planifier nos tâches dans le temps. Nous nous laissons effectivement une grosse marge de temps à la fin du projet pour la rédaction du

rapport de projet. Et également nous projetons de finir assez tôt pour prévenir d'éventuels retards, problèmes...

Suivi de projet : (extrait)

Projet ecoLive CFP Arts		ID3	Rapport fait chaque semaine par Aline Zandona		2018-2019	Lundi 25 mars DERNIERE MISE A JOUR:	Remise au cours prochain		
Principe de base : 1) Vous planifiez votre action (objectifs de votre projet) ; 2) Vous partez d'un état A (état des lieux) ; 3) Pour aller vers un état B (objectif à atteindre) ; 4) Si une difficulté vous empêche d'atteindre l'objectif, le signaler et en expliquer la raison (oui / partiel / non + raison(s)) ; 5) Revenir l'objectif et/ou une nouvelle planification (si besoin) ;		Projet EcoLive Your Best of New Zandona e-Commerce							
60	25.02.19	Ajouter slogan sur affiches	25.02.19	Noa	Les photos sont faites, les slogans sont trouvés et à améliorer sur le moment	Les affiches sont presque finies	Partiel	Pas au assez de temps ?	Remise au lendemain
61	25.02.19	Imprimer les affiches	25.02.19	Noa	Les affiches sont pas prêts	les affiches sont toujours pas prêts imprimés	Non	Car affiches pas fins, Noa pas fini les affiches, demander à M. Gallard pour son avis	donc Noa les imprimera le lendemain
61.2	26.02.19	Imprimer les affiches	26.02.19	Noa	Les affiches sont pas prêts	les affiches sont toujours pas prêts imprimés	Non	Noa absente donc Aline à fini les affiches	imprimer le lendemain sinon c'est la merde !!!!!!!
62	26.02.19	Travailler la perfo mardi 26 février	26.02.19	SCENIK	Nous avons pas encore les cartons mais nous avons les costumes	Nous avons travaillé et terminé	OUI		
62.2	26.02.19	Imprimer les affiches	26.02.19	Aline	Les affiches sont terminées	Les affiches sont imprimés	OUI		
63	26.02.19	Voir avec service technique pour la salle, lumière et tables	26.02.19	Noa	Aucune idée	Nous avons vu avec eux et tout est ok	NON	Noa absente	A faire rapidement !!
64	25.02.19	Réaliser les annonces	25.02.19	Aline	Toutes fait à la maison	Affiche média	OUI		
65	25.02.19	Imprimer les annonces	25.02.19	Aline	Affiche faite	impression faite	OUI		
66	25.02.19	Coller les annonces	25.02.19	Aline	les annonces sont imprimés	Elles sont affichées, fait après les cours !!	OUI		
67	25.02.19	Trouver cartons pour performances	25.02.19	Aline	Déjà quelques cartons car demandé à Julie et assistent technique	Tout les cartons	OUI		
68	28.02.19	Faire les courses	28.02.19	Maman d'aline	Nous avons rien	Tout le buffet est prêt (boissons et snacks)	OUI	Merci Maman	

Nous tenons un suivi de projet que nous remplissons chaque semaine du début à la fin de notre campagne pour savoir ce qui nous reste à faire, qui est-ce qui doit le faire dans l'équipe, ce qu'on a déjà fait, si on l'a bien fait ou si on la fait partiellement et pourquoi et si on n'a pas réussi à remplir notre tâche du jour, pourquoi et à quand est-ce qu'on décide de la remettre pour que le projet continue dans le bon sens en économisant un maximum notre temps.

3.3. Analyse du suivi de projet

Durant notre projet nous prenons conscience de tous les bénéfices du suivi de projet. Chaque semaine nous rajoutons des tâches à réaliser et nous prenons conscience que les délais que nous nous étions fixés au départ étaient bien trop courts. Heureusement que nous nous sommes laissé une grande marge avant la reddition du projet. Nous avons fait de nombreuses remises en question, ce qui nous a retardés, mais nous a permis d'être fière de notre projet après coup et de le porter jusqu'à la fin. Nous nous sommes partagé le travail et nous nous sommes entraides si l'une de nous était absente ou ne pouvait réaliser sa tâche. Nous avons pu grâce au suivi de projet, nous reconforter dans l'avancée de notre campagne ainsi que comprendre pourquoi certaine tâche n'ont pas fonctionné.

Nous avons rencontré des problèmes auxquels nous ne nous étions pas préparées à être confrontées :

- Le jour pour le shooting photo des affiches était particulièrement difficile à trouver car notre cours dédié à ce projet est le lundi après-midi. Seulement le

studio photo de notre école dans lequel nous souhaitons réaliser nos photos est indisponible le lundi après-midi. Nous cherchons donc une alternative car le lundi matin le studio est libre mais notre professeur refusait que nous quittions son court pour réaliser nos photos. Malheureusement, les autres instants d'ouvertures du studio nous avons des activités extrascolaires qui nous empêchent d'être disponible.

Ce problème nous fait perdre une grande partie de notre temps. Nous discutons ensemble d'une solution, allons-nous faire le weekend dans un autre lieu, sans studio, en lumière extérieur ? Après longues réflexions et discussion, nous trouvons enfin une solution. Et nous arrivons à réaliser les clichés pour ces affiches.

- L'un des membres de l'équipe rencontre des problèmes médicaux, il doit donc s'absenter. Le projet ralentit, mais nous trouvons des solutions, bosser plus rapidement en classe, travailler à la maison, discuter par message en dehors des cours etc. Et finalement nous rattrapons le temps perdu.

Malgré ces imprévus nous arrivons à réaliser les affiches et nous arrivons à temps pour notre soirée d'exposition.

4. Mise en œuvre concrète

Nous faisons plusieurs recherches d'idées pour réaliser nos 3 affiches qui sensibilisent notre public cible au e-commerce :

- Souffrances humaines
- Conséquences de e-commerce
- Mort due à la pollution de l'air
- Maladie due à la pollution de l'air
- Parodie de publicité
- Vendre la maladie (...)

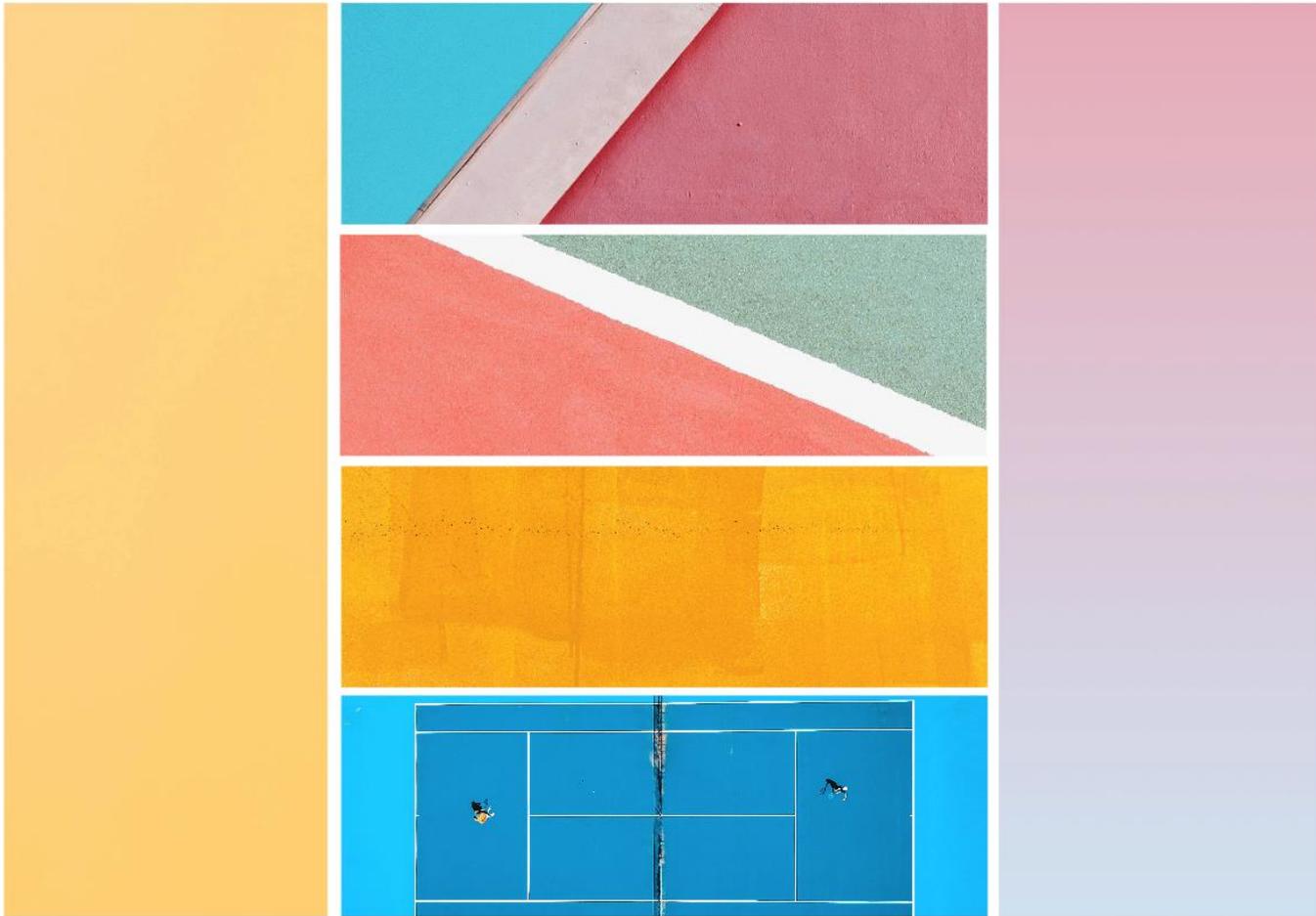
Ainsi que plusieurs recherches de techniques pour illustrer les idées :

- Photographie
- Analogie formelle / figure de style
- Dessin papier
- Illustration à l'ordi
- Graphisme
- Couleur / noir – blanc (...)

Nous réalisons un sondage en ligne pour mieux connaître notre public cible :

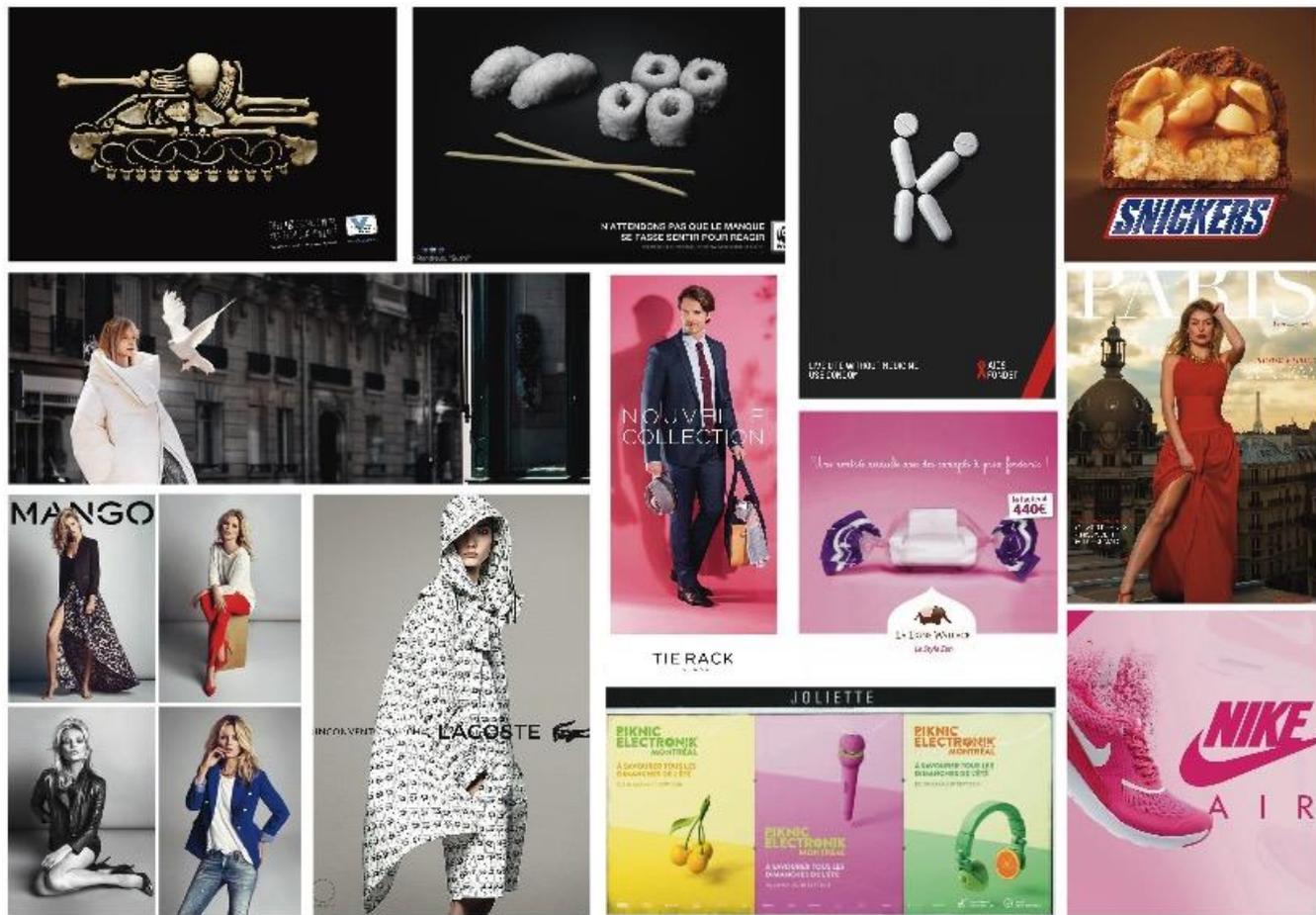
- **Quel âge as-tu ?** : 18 - 25 (57/115) 15 - 18 (49/115)
- **Que fais-tu durant ton temps libre** : Sortir (27.3%) / films, séries (20.2%)
- **Aimes-tu faire du shopping** : Oui (78.4%)
- **A quelle fréquence** : 1 à 2x par mois (55.5%)
- **Commande en ligne** : Oui (67.3%)
- **Pourquoi commandes-tu en ligne** : trouve des articles non existants en suisse (62.7%)
- **A quelle fréquence** : 1 à 2x par an (45.9%)
- **Quels types d'articles** : Vêtements (54.6%) +cosmétiques +électroniques
- **Combien d'argent de dépense** : 20-50f (30%) / 50-100f (32%)
- **Combien d'articles** : Moyen (53%)
- **Fais-tu attention à la provenance de la marchandise** : ça dépend (40.2%) / Non (30.9%) / Oui (28.9%)
- **Penses-tu que le commerce en ligne remplacera les vrais magasins** : Non (69.3%)
- **Cela te plairait?** : Non (85.9%)
- **Pourquoi?** : Perte du contact humain (/115x) - Écologie (3/115x) - Impossible d'essayer les vêtements en vrai (9/115x) - Sauver magasins locaux / chômage : (8/115x)

Nous décidons donc de réaliser 3 parodies de publicité en photographie, avec un prix bas et aguicheur une couleur vive et un visuel de produit tel qu'un vêtement, un casque à musique et des cosmétiques. Ainsi que du graphisme pour intégrer un slogan.

Moodboards :

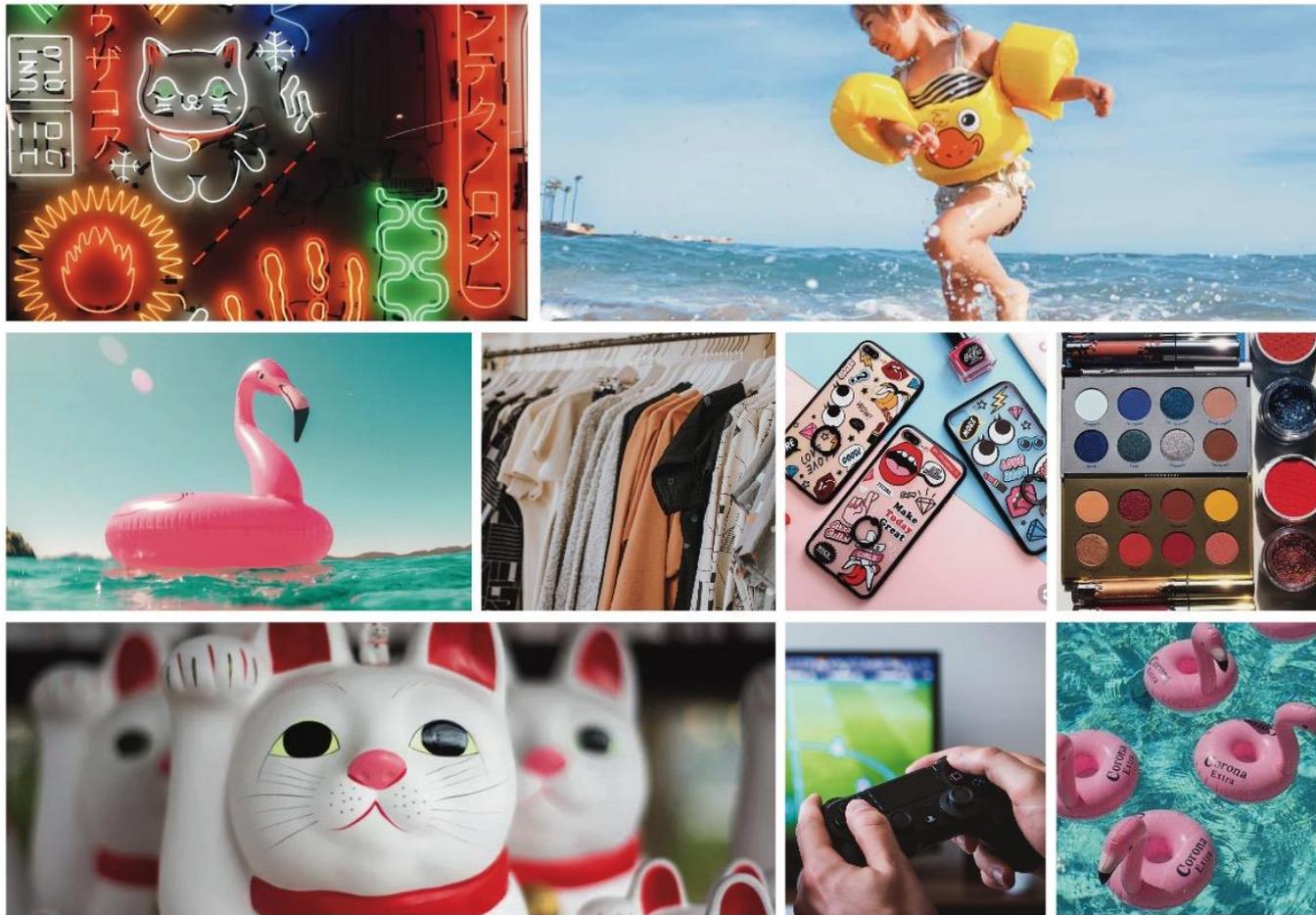
Source photo : Unsplash

Nous souhaitons attirer l'attention du public cible avec de la couleur vive et pastel telle que le bleu, le rose pêche ainsi que le jaune orangé. Nous voulons que nos affiches soient visibles de loin et qu'elles donnent l'envie de s'arrêter pour s'y rapprocher. Ces couleurs doivent mettre en avant le sujet principal de l'affiche (produits de vente). Et doit mettre en avant le slogan des affiches.



Sources images : Google images

Nous voulons susciter l'intérêt du public cible en lui offrant un visuel type : publicité, mais également auquel il peut se raccrocher. Nous décidons d'intégrer un être humain, un jeune comme notre public cible premier. Nous nous inspirons de publicité et de campagne de sensibilisation.



Source photo : pinterest

Nous intégrons un objet / accessoire que les jeunes utilisent ou sont susceptible d'utiliser. Nous souhaitons que notre affiche suscite le désir et donne envie de s'identifier, et d'acheter.



Nous nous inspirons de publicité qui capte notre attention pour comprendre ce qui attire notre regard, couleur, visuel, typographie.



Sources images: Pinterest

Nous voulons donner un air vintage à nos affiches pour que notre public cible puisse s'identifier un maximum. Nous avons analysé celui-ci, les tendances actuelles, nous avons discutés avec nos amis sur leurs habitudes et avons observé autour de nous, le style des jeunes.

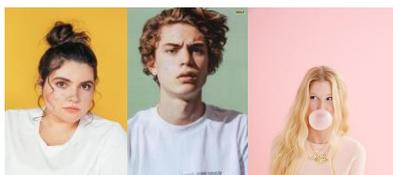
Nous voulons donc que nos affiches soient attractives, attrayantes, que leurs sujets / visuels puissent être accessibles à nos différents publics cibles : les jeunes, les professeurs ainsi que le personnel technique et administratif du CFP Arts.

Nous décidons comme dit précédemment de réaliser une parodie de publicité et de mettre en avant un produit à vendre en utilisant un être humain pour le mettre en valeur.

Nous décidons de faire trois cadrages différents pour chaque affiche, trois articles à vendre différents, trois personnes différentes pour mettre en valeur l'article ainsi que 3 couleurs de fond différentes.



- Affiche 1 : Vendre : une chemise ou un jeans / cadrage : en pied / modèle : masculin cheveux noir / couleur de fond : jaune orangé
- Affiche 2 : Vendre : du maquillage / cadrage : gros plan / modèle : féminin cheveux longs noirs / couleur de fond : bleu verdâtre
- Affiche 3 : Vendre un casque pour la musique / cadrage : plan américain / modèle : féminin cheveux noir / couleur de fond : rose pêche



Nous avons choisi d'utiliser ces trois teintes dans nos affiches et avons dû faire un énorme travail de composition et recherche de vêtement de bonnes couleurs. Nous voulions absolument que les trois affiches forment une unité parfaite dans les couleurs. Nous avons donc dû nous creuser la tête pour trouver un trio parfait.

Images de références :



Sources images : Pinterest

Tests de composition :



Sources images : Pinterest

Nous avons fait des tests de compositions, de cadrage, de placement du texte. Nous avons réalisé que nous voulions un texte un peu moins minimalisme, plus présent.

Idées mises en place du texte:



Quelques images du shootings photos :



Photo : Aline Zandona



Photo : Aline Zandona

Nous avons réussi à faire notre shooting avec les vêtements souhaités, dans les bonnes couleurs, avec les fonds de couleurs que nous souhaitions.

Il fallait par la suite faire un grand tri d'images pour n'en garder que 3.

Puis retoucher ces trois images pour les rendre comme souhaité avec les couleurs qui se rapprochent un maximum de notre moodboard.

Recherche de slogan :

Après avoir beaucoup discuté entre les deux membres de l'équipe et s'être inspirées de nos recherches d'affiches effectuées en amont, nous avons décidé de faire un slogan qui implique le commerce en ligne car sans slogan, nous nous sommes rendu compte que rien ne nous raccrochait à notre idée de base, l'e-commerce. Nous avons donc décidé d'intégrer sur chaque affiche un clin d'oeil aux frais de port, à la réexpédition possible etc. Nous avons décidé de détourner ces informations en rajoutant l'implication de la nature, la planète, le monde, l'humanité etc. Ensuite, pour accompagner notre slogan principal nous avons décidé d'ajouter un astérisque (*) pour toucher le lecteur en profondeur.

- Affiche 1 : JEANS
3.90\$*
Frais de port inclus, offerts par la planète

*Prix bas, tu en payeras le réel prix plus tard

- Affiche 2 : EYESHADOWS*
1.95€
Retour possible, mais pas pour les dégâts causés à la nature

*Améliore le look mais pas la clairvoyance

- Affiche 3 : HEADPHONES*
9.50£
Livraison rapide, comme l'extinction de l'humanité

*Article disponible dans la limite du stock de pétrole

Tests de graphisme :



Test de placement de texte, de grasse, de taille.

Choix des monnaies : £, \$, €

Performance de l'atelier SCENIK : (durée 20min)

Avec : Audrey Genoud - Léo Marti - Tania Perez - Sonia Rickli

Mise en scène : Aline Zandona

Le but est de créer une ambiance, d'apporter une animation pour impacter un maximum le public.

Les performeurs sont assis dans l'espace entouré d'une multitude de cartons de différentes tailles. Ils sont derrière leur téléphone / tablette / ordinateur et ils commandent en ligne.

Chacun leur tour, les performeurs se lèvent et vont chuchoter dans l'oreille d'une personne du public, une phrase qu'ils ont écrite préalablement :

- J'ai commandé une palette de maquillage sur Internet mais elle s'est brisée lors du transport alors je l'ai renvoyée.
- J'ai acheté des chaussures sur Internet car je ne les trouvais pas en suisse.
- J'ai commandé des lunettes sur Internet pour mes vacances mais elles ne sont pas arrivées à temps. J'ai dû les racheter à l'aéroport.
- J'ai acheté des cartouches pour imprimantes en ligne, car elles étaient moins chères qu'en magasin.
- La couleur du pull que j'ai acheté en ligne est différente que celle sur la photo du site Internet.
- Après avoir fait 3 achats en ligne, j'ai commandé un t-shirt de plus car il m'était offert.
- J'ai acheté un pantalon sur Internet pour ne pas avoir besoin de me déplacer.
- Liste non exhaustive

Petit à petit les performeurs déballent leurs paquets, ils font beaucoup de bruits et laissent énormément de déchets derrière eux.

À la fin de la performance Aline dit : « Cette performance ne pourra jamais s'arrêter si l'humain continue de commander en ligne »

5. Calculs

Projet Sensibilisation : 1320 personnes touchées

Grâce à notre soirée d'exposition, nous avons touché exactement 22 personnes :

Nous avons pu mesurer le nombre de personnes qui ont assisté à notre soirée d'exposition à l'aide d'un sondage auquel le public répondait à l'entrée de la salle puis à la sortie de la salle.

- A l'entrée : « Commandes-tu par Internet ? »
Nous avons obtenu : 17 votes « OUI » et 5 votes « NON »
Soit 22 personnes sont entrées dans la salle

- A la sortie : « Envisages-tu de moins commander par Internet ? »
Nous avons obtenu : 16 votes « OUI » et 1 vote « NON »

En admettant que les 5 personnes qui avaient voté « NON » en entrant n'ont pas voté en sortant.

Notre campagne a été efficace à 94%

Malheureusement nous avons pris conscience que malgré notre publicité affichée dans les couloirs de chaque étage et à la cafétéria pour cette soirée, nous avons réussi à sensibiliser que peu de personnes comparées au nombre de jeunes et adultes présents dans l'école.

Nous avons donc décidé de rebondir rapidement et avons demandé l'autorisation à la doyenne d'exposer nos 3 affiches de façon permanente au deuxième étage du CFP Arts juste en face des escaliers pour que chaque personne présente dans l'école puisse voir notre campagne.

Nous avons donc touché avec ce rebondissement : les 633 élèves présents dans l'école ainsi que les 187 enseignants, assistants administratifs et techniques.
Soit un nombre de 820 personnes environ.

De plus nous avons décidé d'élargir notre champ de public cible pour toucher un maximum de personnes après que l'un de nos proches nous ai dit : « Tout le monde devrait pouvoir voir votre campagne ! »

Alors nous avons décidé de mettre nos affiches sur nos réseaux sociaux via nos instagram / Facebook personnels ainsi que celui de l'atelier Scenik.

Avec cette campagne informatique, nous avons touché environ 500 personnes en plus.

820 (personnes présentes dans l'école) + 500 (visibilité sur les réseaux sociaux) = 1320 personnes

Soit en tout nous avons sensibilisé : 1320 personnes

6. Rapport du projet

6.1. Rétrospective

Nous avons atteint notre objectif, nous avons sensibilisé un maximum de personnes, le résultat final de nos affiches se rapproche grandement de ce que nous projetions de faire.

Chaque étape prévue a été effectuée, parfois avec du retard mais nous sommes parfaitement dans les temps pour la reddition du dossier final.

Nous avons été confrontées à quelques difficultés lors de la réalisation des affiches (difficile de trouver une date pour le shooting, impossibilité du studio photo etc.) aussi lors de notre exposition, le manque de personnes présentes nous a handicapés lors de l'analyse des résultats de sensibilisation de nos affiches, mais nous avons bien rebondi à cette difficulté.

Nos professeurs / nos proches nous ont aidés de par leur présence lors de l'exposition et de par leur soutien dans notre projet. Mais également pour certains de leur retour constructif / inspiration / discussions.

Nous sommes plus que satisfaites de notre projet, nous sommes heureuses de l'impact qu'il a eu auprès de notre public cible. De nombreux retours positifs de nos professeurs, de nos proches ainsi que des jeunes du CFP Arts sur les réseaux sociaux nous ont réconfortés dans l'impact de notre campagne. Nous sommes également ravies du visuel de nos affiches ainsi que de la soirée d'exposition qui s'est merveilleusement bien passée, nous avons également eu des retours très positifs pour la performance fait par l'atelier d'arts scéniques du CFP Arts.

6.2. Prises de conscience

Ce projet nous a fait comprendre tout d'abord l'influence du commerce en ligne sur l'environnement. Le sondage sur Internet nous a montré qu'une grande majorité de personnes ne veulent pas voir le commerce en ligne remplacer le vrai commerce pour cause d'authenticité, mode de vie et que seule une petite partie de la population ayant répondu au sondage s'inquiète quant à l'impact néfaste des commandes en ligne sur l'environnement.

Nous avons aussi compris que la production d'affiche ainsi que la communication liée à leur exposition sont des tâches particulièrement longues à effectuer et indispensables au bon fonctionnement de notre campagne.

Nous avons également appris à travailler en groupe de 2, à coopérer, à s'entraider, nous avons pris conscience que nous avons des préoccupations assez similaires quant à l'environnement de notre planète.

Nous avons essentiellement appris à entreprendre une campagne de sensibilisation de A à Z, en passant par la partie gestion de projet qui est une partie importante d'un projet qu'il ne faut pas négliger.

- Arrivées à la fin de notre campagne de sensibilisation, nous éprouvons un soulagement mais également une grande fierté. Il est donc indispensable de se souvenir du bienfait que cela procure de mener jusqu'au bout un projet, ne jamais abandonner même si parfois nous avons l'impression que les difficultés que l'on rencontre nous empêcheront de le mener à bout, il faut s'accrocher et y croire.

Nous retiendrons également de cette expérience que nous pouvons sensibiliser un nombre conséquent de personnes si nous le souhaitons vraiment et que tout n'est pas perdu pour l'environnement actuel.

Au niveau du projet nous retiendrons qu'il est important de communiquer dans une équipe car c'est le seul moyen de se comprendre.

6.3. Perspectives

- Notre projet restera dans nos archives pour nos portfolios respectifs.
- Nos affiches sont exposées au 2^{ème} étage du CFP Arts jusqu'aux vacances d'été. Et par la suite nous choisirons qui, dans les membres de l'équipe veut garder les affiches.
- Les affiches ainsi que les photographies de la soirée d'exposition postées sur les réseaux sociaux ne cesseront d'être partagées et d'être vues par la population présente sur instagram et sur Facebook.
- Peut-être que par la suite nos affiches seront exposées dans une autre école pour sensibiliser d'autres élèves ? Qui sait ?

7. Bibliographie

Johnny Flament – we love customer – 2018 – « Comment intégrer une démarche eco-responsable dans le parcours d'achat en ligne »

disponible sous : <https://www.welovecustomers.fr/blog/integrer-demarche-eco-responsable-parcours-dachat-ligne/>

*1. La Côte - 2016 - Monde - « 5000 de morts dus à la pollution de l'air en suisse. »

Disponible sous: <https://www.lacote.ch/articles/monde/5000-morts-dus-la-pollution-de-l-air-en-suisse-604951>

LaCroix – Michel Waintrop – « La livraison de produits achetés en ligne a un impact sur l'environnement » - 2016

Disponible sur <https://www.la-croix.com/Economie/Economie-et-entreprises/La-livraison-produits-achetes-ligne-impact-lenvironnement-2016-12-19-1200811577>

Laetitia Van Eeckhout – « la pollution du transport maritime plus dangereuse que celle du transport automobile » - Le Monde – 2015

disponibles sous : https://www.lemonde.fr/planete/article/2015/07/22/la-pollution-du-transport-maritime-plus-dangereuse-que-celle-du-transport-automobile_4694015_3244.html

*2 Léa Wertheimer - La Poste - 2018 - « Le boom des colis en chiffres. »

Disponible sous: <https://post-medien.ch/fr/le-boom-des-colis-en-chiffres/>

Lorelai Limousin – « Pollution et transport routier des marchandises : Le compte n'y est pas ! » - Réseau Action Climat France – 2015

disponible sous: <https://reseauactionclimat.org/pollution-transport-routier-marchandises/>

OECD – « Les incidences sur l'environnement du transport de marchandises » - Sans date

Disponible sous : <http://www.oecd.org/fr/environnement/envech/2386739.pdf>

PayGreen, Solution positive – « Un arbre qui tombe fait plus de bruit qu'une forêt qui pousse » - Sans année

disponible sous : <https://paygreen.io/tree/>

Vision e-commerce – « La face cachée du e-commerce » - 2016

Disponible sous : <http://www.vision-ecommerce.com/ecommerce-consequences-environnement/>

Nous avons également pris contact avec la poste pour demander des renseignements quant aux colis réceptionnés d'Asie par jour.

Voici leur réponse :

« Bonjour,

Merci de votre demande. Veuillez trouver ci-dessous nos réponses.

1. Combien d'envois et de réceptions effectuez-vous par jour en moyenne?

En ce qui concerne les petits envois provenant de l'e-commerce que nous recevons en provenance d'Asie, le chiffre est d'environ 90'000 chaque jour.

En ce qui concerne les colis de manière générale, voici les chiffres actuels: <https://post-medien.ch/fr/le-boom-des-colis-en-chiffres/>

2. Avez-vous déjà intégré une démarche éco-responsable dans le transport de vos colis afin de diminuer la dégradation du climat ? Sinon, l'envisagez-vous ?

Oui, voir le lien « Expédition sans impact pour le climat ».

<https://www.post.ch/fr/entreprises/index-thematique/prestations-complementaires/prestation-complementaire-envoi-sans-impact-pour-le-climat/expedition-sans-impact-pour-le-climat?query=klimanutral>

Avec mes meilleures salutations

Nathalie Dérobert Fellay
Porte-paroleLa Poste Suisse
Communication
Wankdorfallee 4, 3030 Berne »

Annexes (16 pages)



EYESHADOW*

1.95€

**RETOUR POSSIBLE,
MAIS PAS POUR LES DÉGATS
CAUSÉS À LA NATURE**



***AMÉLIORE LE LOOK MAIS PAS LA CLAIRVOYANCE**



JEANS
3.90\$*

**FRAIS DE PORTS INCLUS,
OFFERTS PAR LA PLANÈTE**

***PRIX BAS, TU EN PAYERAS LE RÉEL PRIX PLUS TARD**

HEADPHONES*

9.50£

LIVRAISON RAPIDE,
COMME L'EXTINCTION
DE L'HUMANITÉ



*ARTICLE DISPONIBLE DANS LA LIMITE DU STOCK DE PÉTROLE

e-commerce

Campagne de sensibilisation réalisée dans le cadre de notre cours de gestion et méthodologie, pour le concours Ecolive, atelier énergie et climat.

<https://www.energie-klimawerkstatt.ch/fr/>

La société de consommation évolue à une vitesse folle, le monde change autour de nous et nous devons nous adapter à cette civilisation qui prône la rapidité et élève le stress.

Le commerce a également évolué et grâce ou à cause de l'ère numérique, la vente en ligne a pu naître et ainsi causer avantages et désavantages.

De nos jours en quelques clics, en seulement quelques jours, quelques heures, notre commande arrive. Sans aucun effort de notre part et sans aucun déplacement.

Et si derrière ce commerce si facile se cachait un monde invisible pour nous? Tout un univers qui dégraderait à cet instant notre planète.

A travers cette campagne de sensibilisation, nous souhaitons attirer l'attention des jeunes, des enseignants ainsi que du personnel administratif et technique du CFP Arts, sur l'impact écologique du e-commerce.

Noa Sbaï et Aline Zandona ID3 © CFPArts 2019

F







e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbai & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbai & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wermli-Piguet

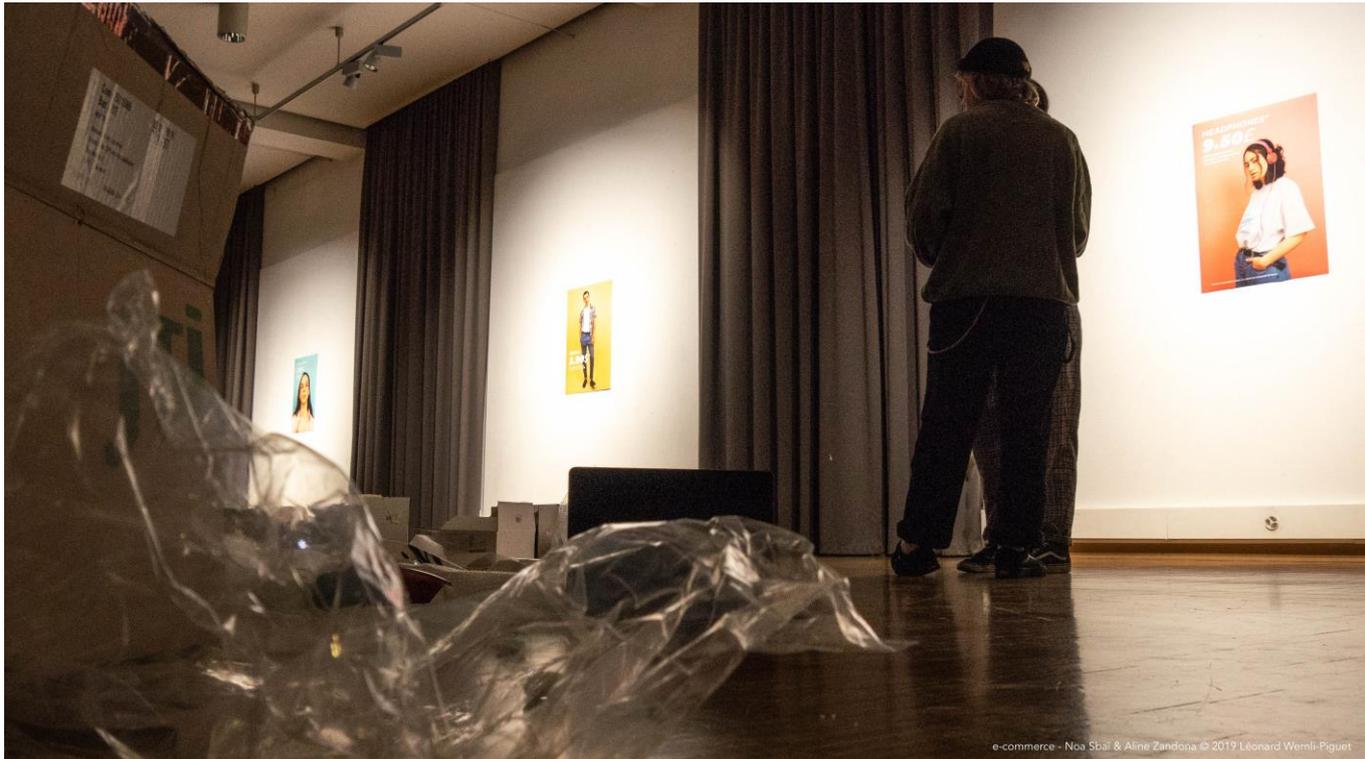


e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet

e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet



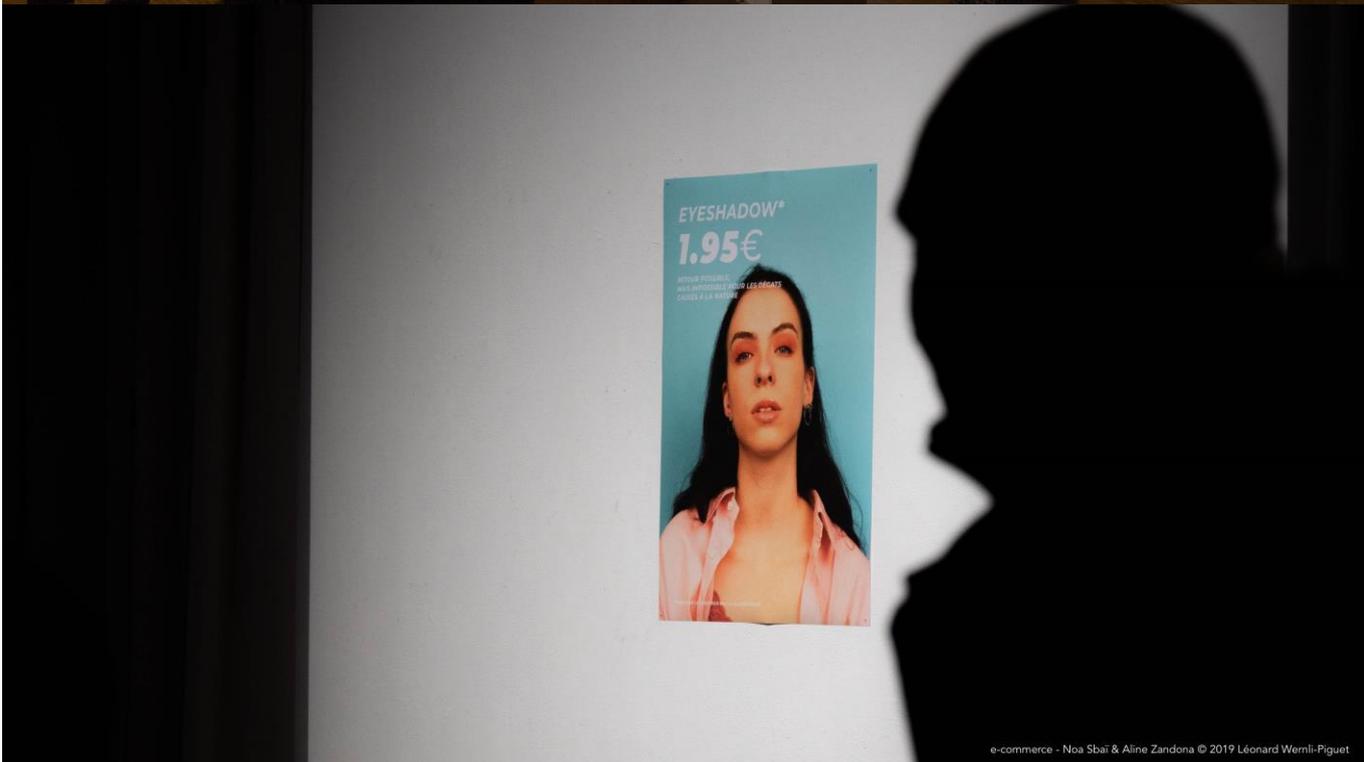
e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet



e-commerce - Noa Sbaï & Aline Zandona © 2019 Léonard Wernli-Piguet

VENDREDI 1 MARS
dès 17H30

VIENS EN SALLE D'EXPOSITION

3 AFFICHES EXPOSÉES - PERFORMANCE DE L'ATELIER SCENIK - VERRÉE OFFERTE

cfp arts
genève

NOA SBAÏ ET ALINE ZANDONA

VENDREDI 1 MARS
dès 17H30

VIENS EN SALLE D'EXPOSITION

3 AFFICHES EXPOSÉES - PERFORMANCE DE L'ATELIER SCENIK - VERRÉE OFFERTE

cfp arts
genève

NOA SBAÏ ET ALINE ZANDONA

Annonce de la soirée d'exposition

Commandes-tu par internet ?

OUI

NON

cfp arts

Envisages-tu de moins commander
par internet ?

OUI

NON

cfp arts
geneve

Noa Sbai et Aline Zandona ID3 © CFPA 2019



e-commerce

Noa Sbaï et Aline Zandona

Interactive Media Designer

3^{ème} année

Centre de formation Professionnelle Arts

Enseignant : Johann Sievering