

LUX EXTINGTA



Equipe de projet:

Lucie Gurtler & Carina Da Fonseca Pinto

École: CFPArts, Genève

Métier: Interactive Media Designer

Année d'apprentissage: 3^{ème} année

Enseignant: M. Sievering Johann
Mme Orlandi Katia
Mme Varéla Marisol

OBJECTIF:

L'objectif de notre projet est de sensibiliser les élèves, le corps enseignant et la direction du CFPArts à éteindre la lumière lorsqu'elle n'est plus utile et à éteindre les ordinateurs le soir.

TYPE DE PROJET:

Sensibilisation / Catégorie Prix Sensibilisation

+ 2024 personnes atteintes
+1206 vues au total

[page facebook: «Lux Extingta»](#)



MOTIVATIONS:

Nos motivations pour ce projet peuvent s'expliquer en deux points. Tout d'abord nous sommes sensibles à la question écologique. Étant depuis jeune, sensibilisé à cette cause, nous oeuvrons chacun comme nous le pouvons, en triant nos déchets le plus possible, économisant la lumière, récupérant des habits de seconde main etc. Alors pouvoir, à notre tour, sensibilisé le plus de monde dans notre cadre scolaire est une bonne opportunité pour nous.

Puis évidemment, grâce à la grande liberté du projet nous avons pu y mêler notre passion commune, la vidéo.

Enfin, étant en plein apprentissage ce travail nous permettra d'en apprendre plus sur la question du marketing, de la communication et de l'organisation en équipe au sein d'un projet.

OBJECTIF:

L'objectif de notre projet est de sensibiliser les élèves et les professeurs du CFPArts à la cause écologique.

Par le biais de vidéos humoristiques de sensibilisation, notre but sera d'économiser de l'énergie en sensibilisant les personnes de l'école à éteindre le plus possible les lumières lorsqu'elles ne sont pas utiles et à éteindre les ordinateurs le soir.

Nous créerons aussi des affiches qui seront disposées dans l'établissement, pour rappeler notre but et qui renverrons à nos vidéos mises en ligne.

CONCEPT:

Pour atteindre notre objectif, nous allons donc sensibiliser le plus de personnes à un geste simple, celui d'éteindre la lumière. Mais aussi, en second plan, à éteindre son ordinateur le soir.

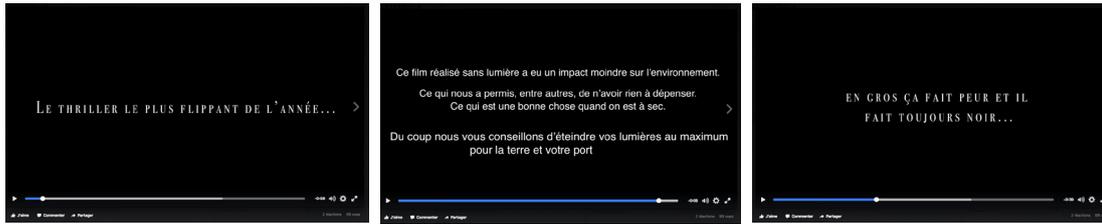
Pour ce projet nous avons donc décidé de créer des capsules vidéo humoristiques et une affiche. Les vidéos seront le coeur de notre projet. Notre concept de vidéo sera donc des mini-spots publicitaires exagérés voire caricaturés. Nous reprendrons alors les clichés des pubs avec exagération en rappelant l'idée qu'il faut éteindre la lumière.

Sur ce concept nous avons trouvé beaucoup d'idées de vidéos et après réflexion nous avons sélectionné les 3 meilleures: LIGHTSOFF, SEXYSYBOL et SADMOVIE.

Voir prochaine page.

LES VIDEOS: ① repère pour la planification

LIGHTSOFF:



«LIGHTSOFF» est une parodie d'une bande-annonce pour un film d'horreur avec cris effrayant, musique de suspense etc...

Tout le film est noir, on comprend à la fin que c'est à cause d'un manque de budgets qu'il a été réalisé de la sorte.

Une petite phrase encourage alors à faire la même chose pour la planète et son porte-monnaie.

SEXSYMBOL:



«SEXSYMBOL» est une parodie pour une pub de parfum masculine.

Noir et blanc, ralenti, regard perçant, musique classique: tous les clichés sont là.

L'acteur reçoit à un moment de la vidéo beaucoup de lumières dans les yeux, il s'énerve donc et détruit tout sur son passage.

Le slogan suivant arrive alors : «Vous êtes bien plus beau sans lumière. Alors éteigné là lorsqu'elle n'est pas utile.»

SADMOVIE:



«SADMOVIE» est une parodie des pubs préventives où des personnes racontent des choses difficiles et tristes qu'ils leur sont arrivé.

En plus d'être une parodie de pub c'est aussi un making of, où on voit ce qui se passe en dehors des scènes, les fausses larmes, les «coupés!» etc. Ce qui rend la scène très drôle. C'est d'ailleurs la vidéo qui a obtenu le plus de succès. Cette pub raconte donc l'histoire d'une jeune femme qui se sent aggrsée de jour en jour, et c'est à la fin qu'on comprend qu'elle parle de la lumière.

La pub finit donc par ce slogan: « La lumière peut être terrifiante. Alors éteigné là lorsqu'elle n'est pas utile.»

REFLEXION: ② repère pour la planification

Le projet « **Lux Extincta** » vise à sensibiliser le plus grand nombre de personnes à économiser de l'énergie et donc à réduire la consommation énergétique tout simplement en éteignant la lumière lorsqu'elle n'est pas nécessaire.

Nous avons donc établi 5 thèmes directionnels pour notre projet : « **vidéo** », « **économie d'énergie** », « **écologie** », « **action** » et « **public cible** ».

La **vidéo** sera notre outil principal pour sensibiliser notre entourage à notre cause. Elle sera la base même de notre projet car c'est avec des vidéos sous forme de petits messages publicitaires que nous allons passer notre message.

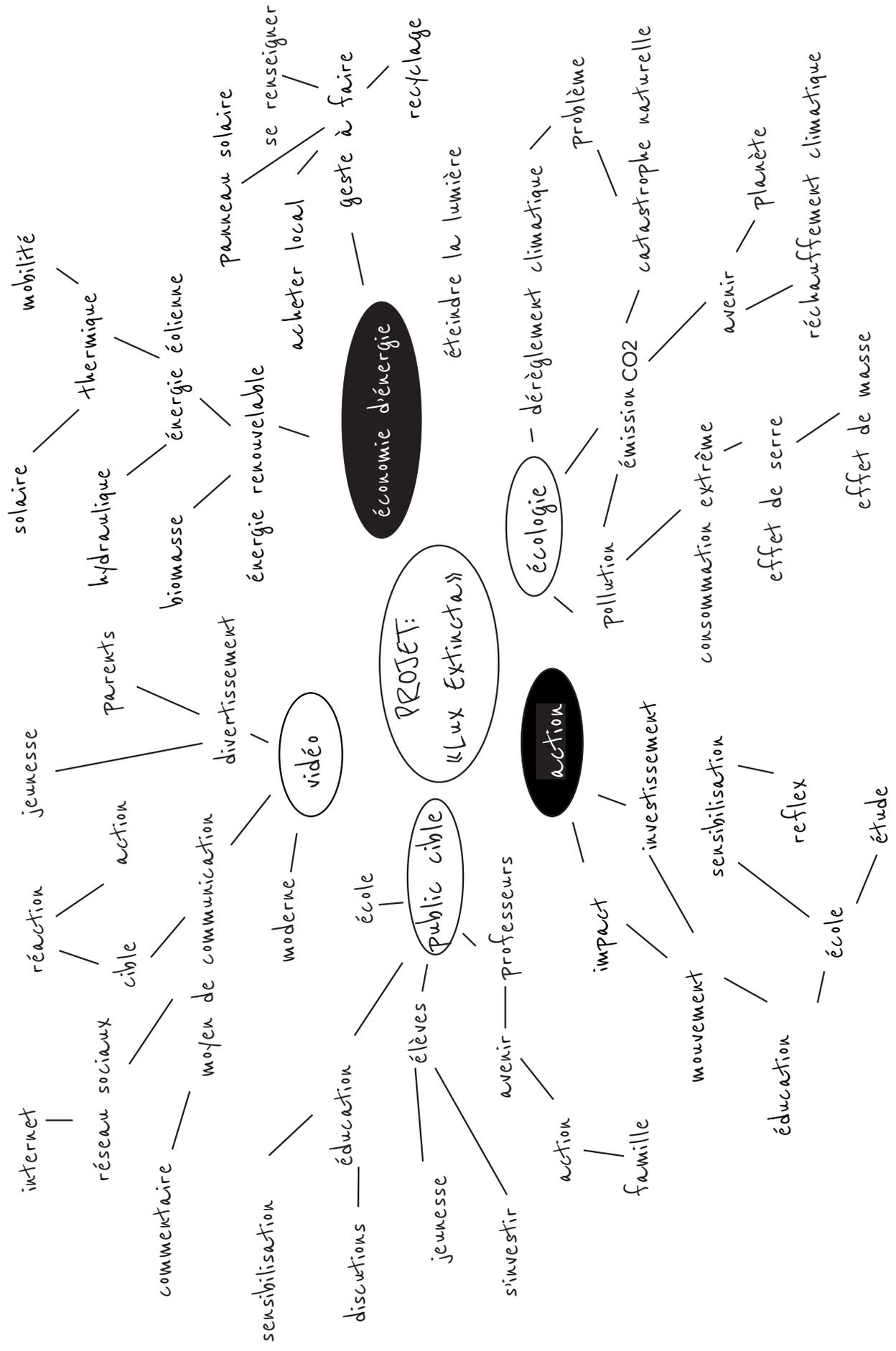
Nous avons décidé d'utiliser la vidéo car nous pensons que ce format est, aujourd'hui, l'un des meilleurs moyens de communication pour toucher notre publique cible. C'est un format qui permet de passer un message rapidement.

L'**économie d'énergie** et l'**écologie** sont le moteur de notre projet, c'est pour l'écologie de notre environnement que l'économie d'énergie va être primordial.

L'**action** est une notion importante dans notre projet car c'est uniquement par celle-ci que les habitudes, mentalités et réflexes peuvent changer.

Enfin la définition du **public cible** est tout aussi importante car pour que notre projet est lieu il nous faut des « spectateurs » sorte de partisans de notre cause qui seront les principaux acteurs au changement.

Voici ci-joint le schéma heuristique qui nous a aidé à arriver à cette réflexion.



AFFICHE EN SITUATION:



Plus de 10 affiches ont été placardées sur les murs du bâtiment principal du CFPArts à des endroits stratégiques sensibles au plus grand nombre de vues. (Les escaliers qui sont utilisé en moyenne 4 à 8 fois par jour par les élèves.)

~ 400 élèves

entre 4 et 8 passages dans les escaliers par jour

Éteins la **lumière** lorsqu'elle n'est pas utile.

Et n'oublie pas ton ordinateur.

30-40% des ordinateurs restent allumés la nuit et le weekend ce qui engendre un impact écologique considérable.

affiché pendant 7 jours complets

pour un total de + de 14'000 vues

PUBLIC CIBLE:

Le public que l'on veut sensibiliser est celui du CFPArts, autant ses élèves que son personnel et sa direction. Pour cela nous avons choisi de créer trois capsules vidéo différentes dans leurs styles mais qui passent toutes un message identique à chaque fois chargé d'humours.

Plusieurs besoins peuvent être mis en avant. Par exemple l'impact de notre projet pourra être utile à la direction et à l'école pour l'argent économisé avec moins d'énergie dépensée. Cet argent pourra donc être utilisé dans le développement de l'école par exemple pour plus de matériel ou d'évènement organisés dans l'école. De ce fait les élèves profiteront aussi de ce bénéfice.

Nous pouvons aussi facilement dire que cette école et ses élèves sont sensibles à l'impact écologique car c'est un vrai problème d'actualité. Les élèves auront aussi donc la satisfaction d'avoir participé pour la cause économique dans un lieu où ils passent la plupart de leur temps.

Si cela fonctionne les élèves, professeurs et directions feront donc plus attention à l'utilisation de la lumière. Et ils profiteront donc tous d'économie d'énergie, de possible nouvelles expansions et de satisfaction personnelle.

REALISATION:

Les vidéos ont comme prévu été précédées de teaser et partagé sur l'A4 (groupe Facebook des élèves de l'école). L'affiche a été placardée sur les murs du bâtiment principal du CFPArts, en plusieurs exemplaires, à des endroits stratégiques sensibles au plus grand nombre de vues. (Les escaliers qui sont utilisés en moyenne entre 4 et 8 fois par jour par les élèves.)

PROBLEMATIQUE:

Suite à une discussion avec le service technique de l'établissement, nous avons découvert que le gros problème de cette école est le nombre d'ordinateurs restants allumés le soir. Nous avons donc décidé de modifier un peu notre concept.

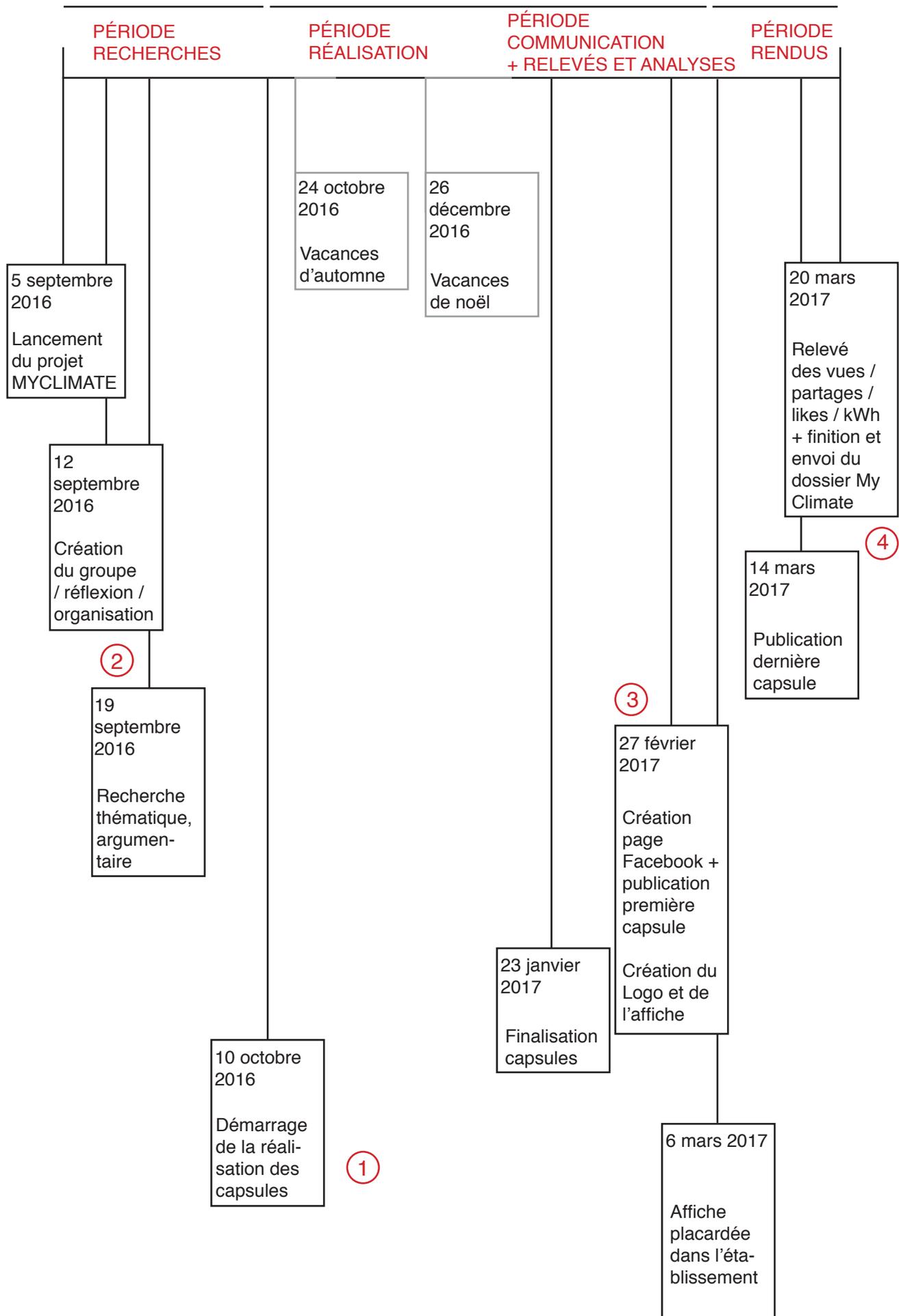
Ainsi nous avons restreint le nombre de vidéos à 3 au lieu de 4 afin de créer une affiche (un +) et d'ajouter à notre sensibilisation l'importance d'éteindre les ordinateurs le soir.

Le manque d'heures nous a également mis en soucis à plusieurs reprises (5H par semaine) car la technique vidéo est un art qui prend du temps et le montage vidéo est aussi complexe et demande 2x plus de temps que tourner la vidéo en elle-même. Mais malgré tout ça nous avons tout de même atteint nos objectifs.

La recherche des acteurs était aussi difficile car peu de personnes osent tourner dans des vidéos qui seront publiées aux yeux de toute l'école et plus encore.

Mais nous avons aussi fini par trouver de superbes acteurs.

PLANIFICATION:



MISE EN OEUVRE: 3 repère pour la planification

Création de la page Facebook «Lux Extincta»

The screenshot shows the Facebook page creation interface. The top navigation bar includes 'Carins', 'Accueil', and 'Retrouver des amis'. The main content area features a large profile picture of a man in a white shirt. Below it, there are sections for 'Suggestions' (with options to contact or register), 'Communauté' (with an invite button), and 'Publications' (showing a post about an aggressive message). A sidebar on the left contains navigation links like 'Accueil', 'Publications', 'Vidéos', 'Photos', 'À propos', 'Mentions', and 'J'aime', along with a 'Créer une Page' button.

Partage de la page (avec humour;)

The screenshot shows a Facebook post by Lucie Gurtier from March 6, 11:51. The post text reads: 'Aidez-nous à avoir une bonne note.' Below the text is a video player showing a man in a white shirt. The post has 21 likes and is shared by 'Jamy Herrmann-Garcia, Pauline Riegler Pasqualini et 7 autres personnes'. A comment by Victor Delétraz vazy is visible, dated March 7, 00:17.

1ère vidéo mis en ligne

The screenshot shows a video post on the 'Lux Extincta' page from March 6, 11:28. The video content is a man in a white shirt looking at the camera. The post text says: 'Attention, ceci est un message agressif contre les préventions préventives. Lux Extincta, Luxe, ... Afficher la suite'. The post has 497 views, 15 reactions, and 3 shares. Comments from 'Empereur Mathias Damn Daniel!' and 'Van Couvert Benh' are visible.

Descriptif de la page Facebook «Lux Extincta»

The screenshot shows the main content of the 'Lux Extincta' Facebook page. The post text reads: 'Bonjour à tous ! Dans le cadre de notre projet écologique MyClimate, nous voulons sensibiliser toutes les personnes faisant partie du CFP ART à économiser de l'énergie, en éteignant le plus possible les lumières. Mais le plus important! C'est aussi de prendre le réflexe d'éteindre son ordinateur le soir. Nous avons donc concocté des petites vidéos afin de vous convaincre au mieux. Aidez-nous donc à avoir une bonne note (sinon Troc'cool va tous nous faire redoubler) et à faire économiser de l'argent à notre chère école pour peut-être avoir des cafetières gratuites dans chaque classe. Mille merci.' The post has 8 people reached and 15 reactions.

Teaser de la 2^{ème} vidéo

The screenshot shows a video teaser post on the 'Lux Extincta' page from March 6, 11:42. The video content features a woman with a yellow text overlay that reads: 'DANS QUELQUES JOURS SUR VOS ÉCRANS'. The post text says: 'SADMOVIE. Dans quelques jours vous allez sortir les mouchoirs.' The post has 62 people reached and 15 reactions. Comments from 'Valérie Siron' and 'Laura Moser' are visible.

MISE EN OEUVRE:

Mise en ligne de la 2^{ème} vidéo:

Lux Extincta
7 mars, 17:01 · 🌐

Attention, ceci est un message agressif contre les préventions préventives. Les larmes révèlent la lumière intérieur en chacun de nous, donc éteins tout. Ou pas... Les mouchoirs sont là.

1 466 personnes atteintes [Booster la publication](#)

664 vues

J'aime Commenter Partager

Carina Da Fonseca Pinto, Ihsân Baud et 17 autres personnes

3 partages

Votre commentaire...

Appuyez sur Entrée pour publier.

Partage de la 2^{ème} vidéo:

Lucie Gurtler a partagé la vidéo de Lux Extincta.
7 mars, 17:03

Et de 2, les mouchoirs sont là.

664 vues

Lux Extincta
7 mars, 17:01

J'aime la Page

Attention, ceci est un message agressif contre les préventions préventives. Les larmes révèlent la lumière intérieur en chacun de nous, donc éteins tout. Ou pas... Les mouchoirs sont là.

J'aime Commenter

Laura Moser, Jamy Herrmann-Garcia et 15 autres personnes

Votre commentaire...

Mise en ligne de la 3^{ème} vidéo:

Publications

Lux Extincta
14 mars, 08:59 · 🌐

TEASER de notre prochain film "LIGHTSOFF", rempli de noirceur...de noirceur...de noirceur...de noirceur...de noirceur...

301 personnes atteintes [Booster la publication](#)

108 vues

J'aime Commenter Partager

Charlotte Roux et Antoine Gurtler

1 partage

Partage de la 3^{ème} vidéo:

Carina Da Fonseca Pinto a partagé une vidéo dans le groupe A3 (AAA).
14 mars, 09:02 · 🌐

TEASER de notre prochain film "LIGHTSOFF", rempli de noirceur...de noirceur...de noirceur...de noirceur...

[Afficher la pièce jointe](#)

J'aime Commenter Partager

Roi Sullivan, Jamy Herrmann-Garcia et 1 autre personne

Votre commentaire...

Personnes ayant partagé la page:

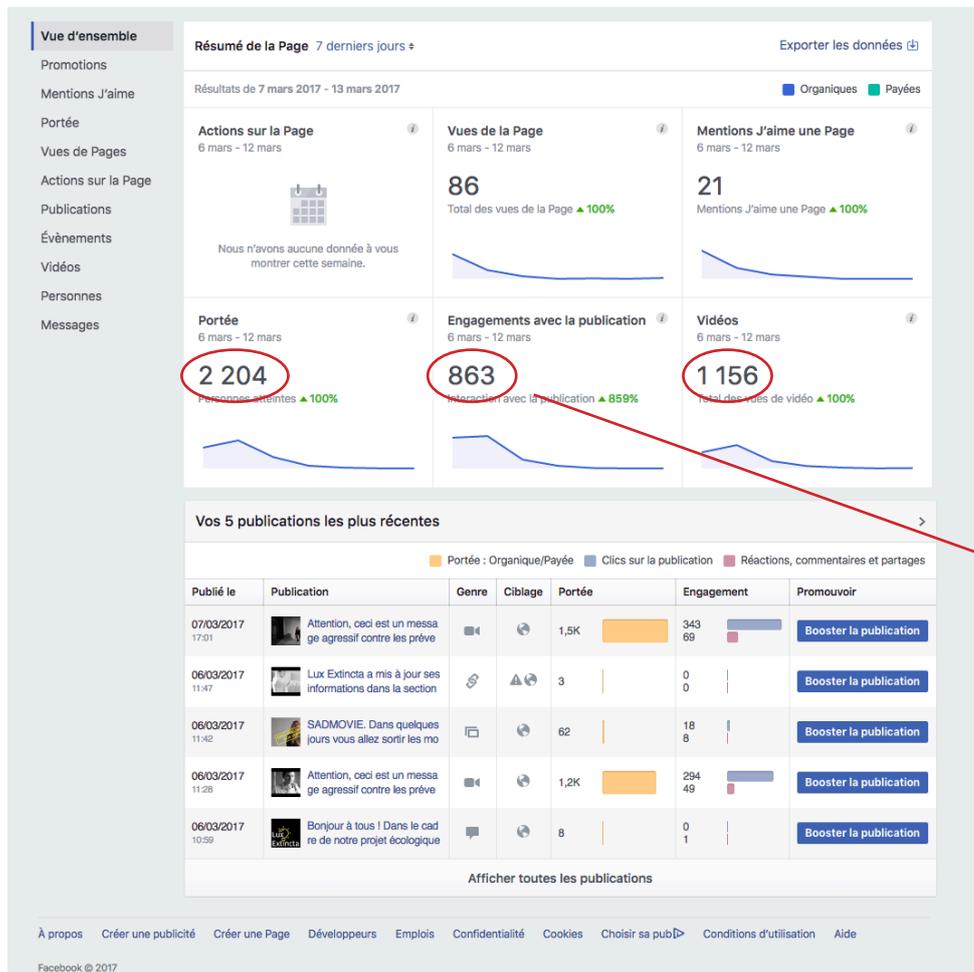
Personnes qui ont partagé ça

- Carina Da Fonseca Pinto** a partagé la vidéo de Lux Extincta.
8 mars, 18:59 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)
- Aline Zandonna** a partagé la vidéo de Lux Extincta.
7 mars, 20:20 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)
- Laura Delay** a partagé la vidéo de Lux Extincta.
7 mars, 20:20 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)
- Valérie Siron** a partagé la vidéo de Lux Extincta.
7 mars, 18:07 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)
- Laura Moser** a partagé la vidéo de Lux Extincta — avec Valérie Siron et 2 autres personnes.
7 mars, 18:33 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)

- Laura Moser** a partagé la vidéo de Lux Extincta — avec Valérie Siron et 2 autres personnes.
7 mars, 18:33 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)
- Lucie Gurtler** a partagé une vidéo dans le groupe A4 (AAAA).
7 mars, 17:03 · 🌐
[Afficher la pièce jointe](#)

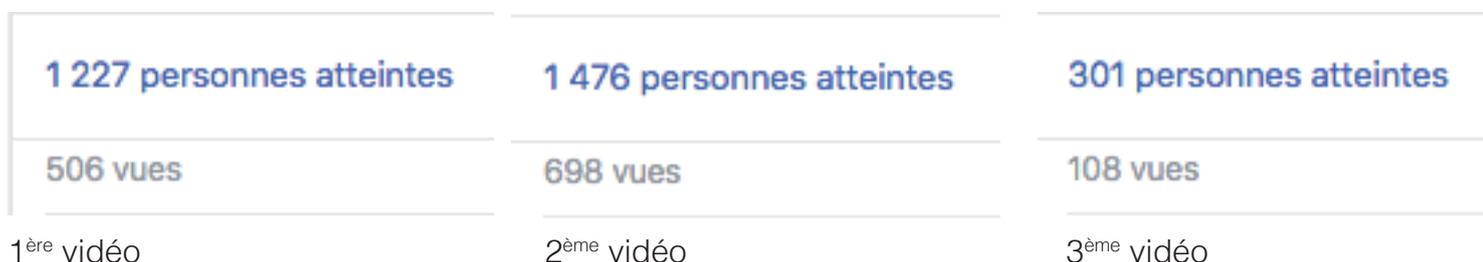
CALCULS: 4 repère pour la planification

Le 13 mars à 8h00:



commentaires, «j'aime» et partages (action du public)

Le 20 mars à 8h00:



+ 2024 personnes atteintes
+ 1206 vues au total

ANALYSE:

Nous avons reçu de très bons résultats suite aux publications de nos vidéos sur notre page Facebook. Le système que nous avons choisi d'adopter s'est avéré très productif. Le fait de ne pas poster toutes les vidéos en même temps et de les «teaser» a réellement créé une attente chez le spectateur.

Cette méthode nous a permis de ne pas perdre notre public sous une avalanche de contenu. Nous pouvons donc dire que nos vidéos ont fait un «buzz» et que le projet de «sensibilisation» est atteint. Notre réflexion sur l'utilisation de l'humour était juste et a bien atteint les personnes. Nous avons aussi eu beaucoup de retour oral de personnes de l'école nous disant qu'il avait apprécié.

PRISE DE CONSCIENCE & PERSPECTIVE:

Malgré tous nos efforts, nous avons pu nous rendre compte que nous ne pourrions pas faire une énorme différence à nous tous seuls. Il faudrait que l'initiative vienne de plus haut, de la direction par exemple, pour espérer un vrai changement.

Par exemple nous avons remarqué que les couloirs étaient sans cesse allumés, nous allons donc par la suite demander s'il est possible de les éteindre la journée lors de grands soleils. Malheureusement la direction était beaucoup occupée pendant notre projet. De plus, nous ne pouvons pas vraiment faire de telle demande à notre échelle, il faudrait faire d'autres procédures plus longues.

Les ordinateurs, eux aussi, pourraient avoir une mise en arrêt automatique à une certaine heure, mais là aussi ce n'est pas une décision à notre portée et cela pourrait créer des problèmes de mise à jour et d'enregistrement.

Cependant, nous avons eu la grande surprise de constater l'engagement de notre public qui s'est avéré plus qu'inattendue, nous n'espérions pas du tout une telle participation de la part de nos spectateurs.

Notre projet ne pourrait donc malheureusement pas aller plus loin sans l'aide de la direction. Par contre, pour ce qui est de notre page Facebook, elle restera en ligne et continuera, à petite échelle, à propager nos capsules et notre message. L'affiche a également été publiée sur notre page.

CONCLUSION:

Ce projet fait avec joie a dépassé nos espérances et a atteint son objectif de sensibilisation vu le nombre de personnes atteintes.

Pourtant nous savons bien que pour une action concrète et effective il faudrait impliquer plus la direction.

Cependant nous avons foi en notre public qui sûrement, au souvenir de son visionnage pensera à éteindre la lumière et son ordinateur.

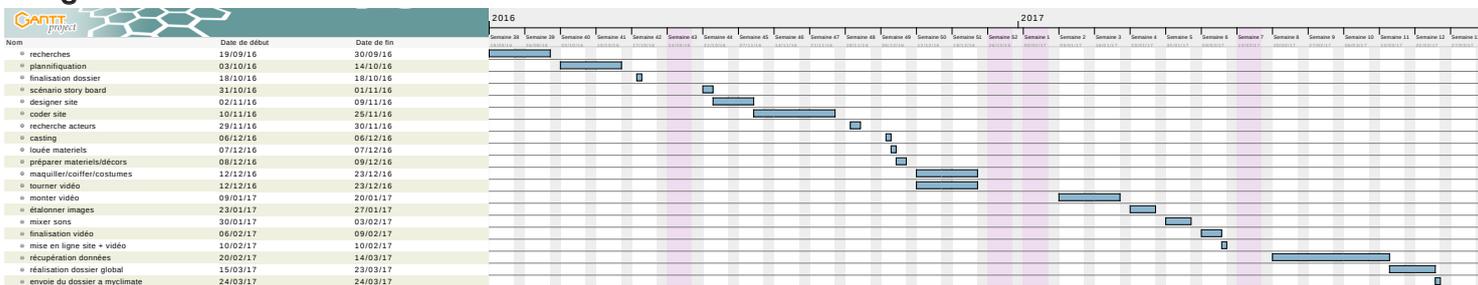
TACHES ET ROLES:

Untitled Gantt Project

8 nov. 2016

Diagramme de Gantt

4



Untitled Gantt Project

8 nov. 2016

Diagramme des Ressources

5



Untitled Gantt Project

8 nov. 2016

Tâches

2

Nom	Date de début	Date de fin
recherches	19/09/16	30/09/16
planification	03/10/16	14/10/16
finalisation dossier	18/10/16	18/10/16
scénario story board	31/10/16	01/11/16
designer site	02/11/16	09/11/16
coder site	10/11/16	25/11/16
recherche acteurs	29/11/16	30/11/16
casting	06/12/16	06/12/16
louée materiels	07/12/16	07/12/16
préparer materiels/décor	08/12/16	09/12/16
maquiller/coiffer/costumes	12/12/16	23/12/16
tourner vidéo	12/12/16	23/12/16
monter vidéo	09/01/17	20/01/17
étalonner images	23/01/17	27/01/17
mixer sons	30/01/17	03/02/17
finalisation vidéo	06/02/17	09/02/17
mise en ligne site + vidéo	10/02/17	10/02/17
récupération données	20/02/17	14/03/17
réalisation dossier global	15/03/17	23/03/17
envoi du dossier a myclimate	24/03/17	24/03/17

ANNEXE:

○ ci-joint l'affiche A4

○ FACEBOOK: page «lux extincta»



○ **acteurs:**

Carina Da Fonseca Pinto

Jane Hoang Van

Sullivan Thimotée

Daniel Chavaz

Valérie Siron

Éteins la lumière
lorsqu'elle n'est
pas utile.

Et n'oublie pas
ton ordinateur.

30-40% des ordinateurs restent allumés la nuit et le weekend
ce qui engendre un impact écologique considérable.