

DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011



Comment utiliser une mascotte pour
renouveler sa communication sur le
tri des déchets

Virginie Dupuis, responsable
communication jeunesse d'EcoFolio

Ingrid Egea, chargée de communication du
SIEVD de Rungis

Sandrine Picone, consultante à l'Atelier des
Giboulées



A quoi sert une mascotte?

Elle incarne une marque ou un service, elle le personnalise.

Elle rend la marque ou le service plus proche du consommateur, de l'utilisateur, du citoyen.

Elle crée une relation affective, une relation de proximité.

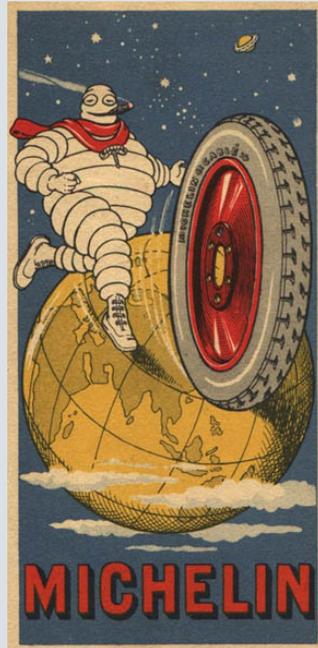
Elle informe traditionnellement sur le métier (Bibendum) ou les valeurs de la marque (la Laitière et le savoir-faire traditionnel).



Le Bibendum au XX^{ème} siècle



1898



1920



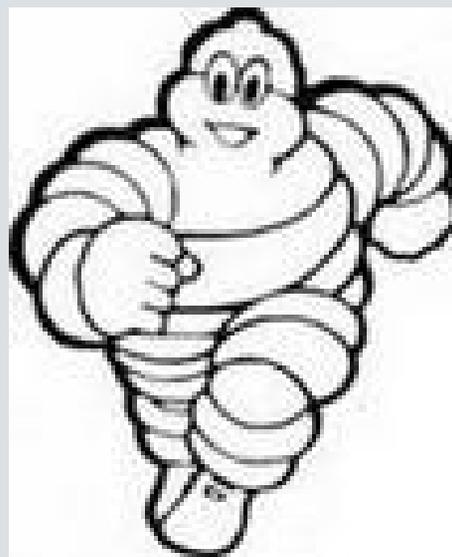
1930



Le Bibendum au XX^{ème} siècle



1960



1980

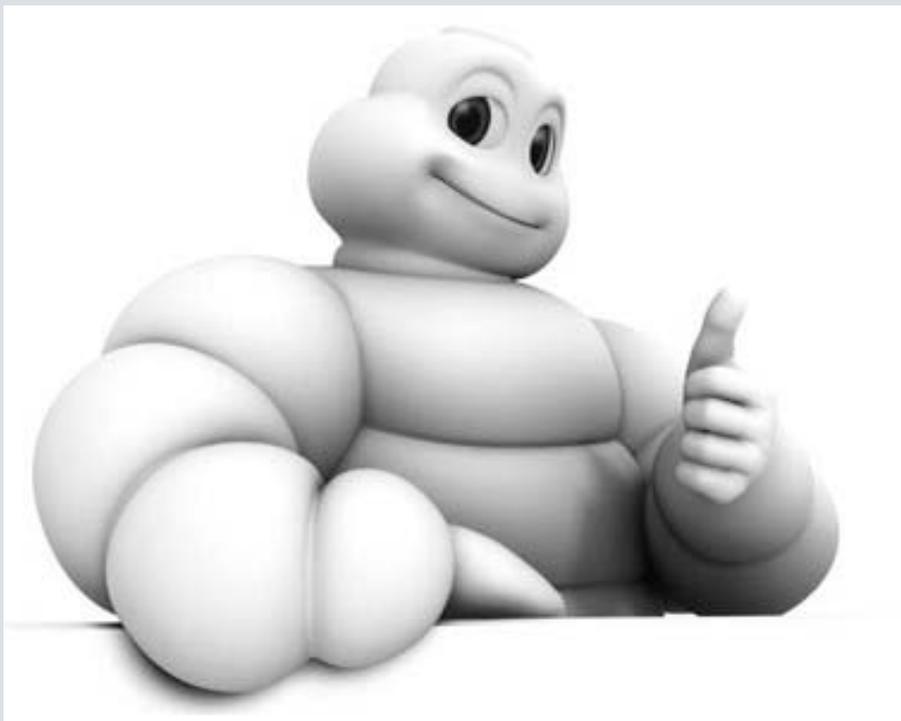


1998





Et le Bibendum au XXI^{ème} siècle



2005





Le renouveau des mascottes

Depuis le milieu des années 2000, les mascottes reviennent en force dans l'univers des marques

Leur design s'est modernisé grâce à l'apparition de la 3D

On a vu apparaître de nouvelles mascottes qui ne vantent pas seulement la marque/le produit mais qui proposent une nouvelle relation au consommateur.

- Des mascottes décalées comme les deux moustachus du 118 218 ou Rodolphe le geek de Free.
- Des mascottes « coach », qui donnent des conseils, qui sont la bonne conscience du consommateur : Crédito de Cetelem ou Detritos de l'ADEME pour la réduction des déchets.



Détritos, un double très encombrant





Quand utiliser une mascotte pour la communication sur les déchets ?

Les mascottes s'avèrent particulièrement efficaces pour deux types de communication qui concernent la communication sur les déchets :

- La communication à destination des jeunes.
- La communication autour de sujets techniques, ardues, qui manquent « d'affect » pour parler au consommateur, usager, citoyen.

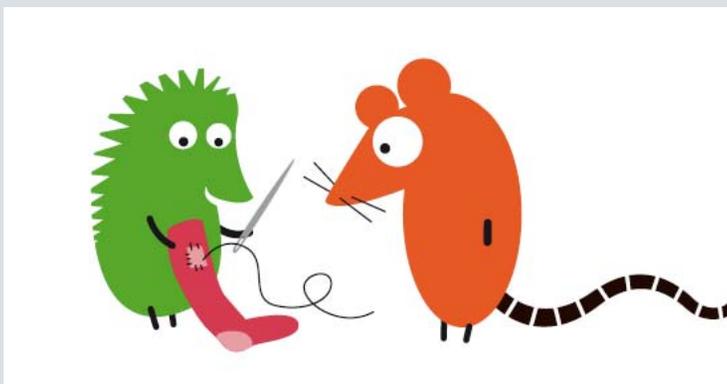
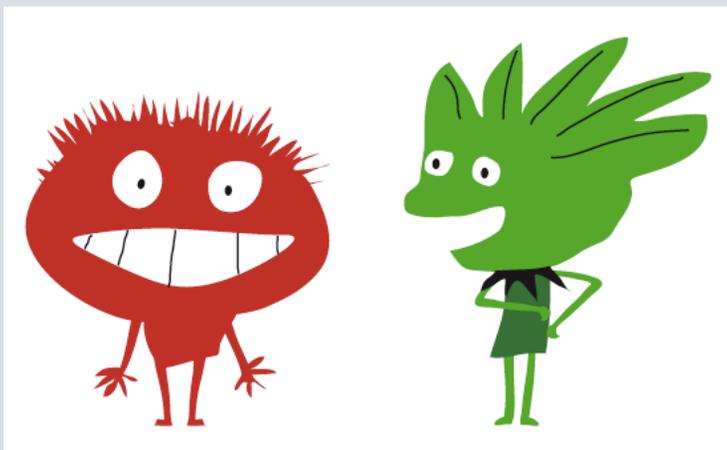


Miss Poub, la mascotte de la prévention des déchets du SIEVD

Le SIEVD souhaitait incarner sa communication prévention déchets par une mascotte et il a donné carte blanche à l'Atelier des giboulées pour proposer des projets de mascottes.



Les mascottes refusées





Une poubelle pour incarner la prévention



De Bob, le coach



à Miss Poub





Miss Poub' en situation



Miss Poub' en silhouette



Miss Poub' en situation



Le SIEVD participe à la semaine de réduction des déchets



Miss Poub' vous conseille :





Miss Poub' en situation



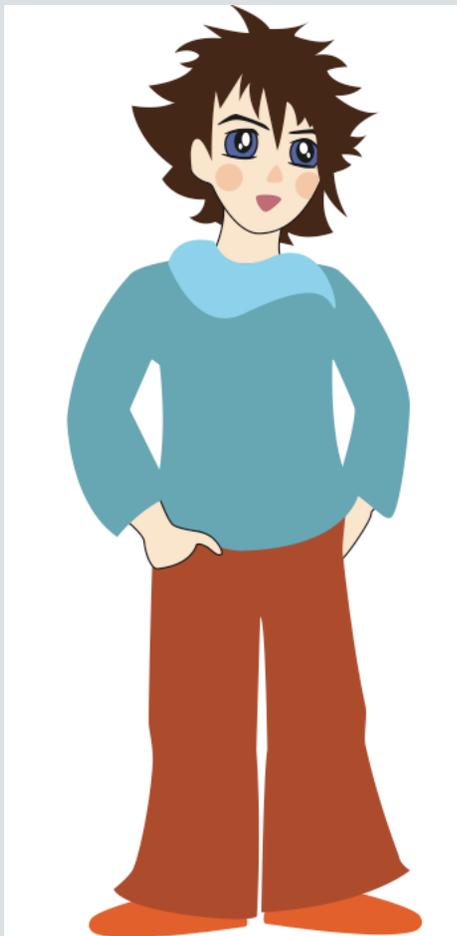
Miss Poub' en 3D



Léo Folio, l'ambassadeur du tri des papiers

EcoFolio souhaitait mettre en place une communication à destination des jeunes à travers des outils pédagogiques.

Pour ce faire, nous avons travaillé à la création d'un personnage, d'une mascotte qui puisse être le relais auprès des enfants et des jeunes **de la communication sur le tri des papiers.**



Léo Folio, un personnage
inspiré de l'esprit manga





Les 2 règles d'or

Installer la mascotte dans le temps : l'utiliser et la décliner au maximum pour qu'elle soit identifiée.

Porter un véritable attention à son design : une mascotte médiocre peut décrédibiliser un discours.



DUNKERQUE 6, 7, 8 DÉCEMBRE 2011

Retrouvez les actes du Forum Cap'Com
2011 dans la Médiathèque en ligne

www.cap-com.org



Merci