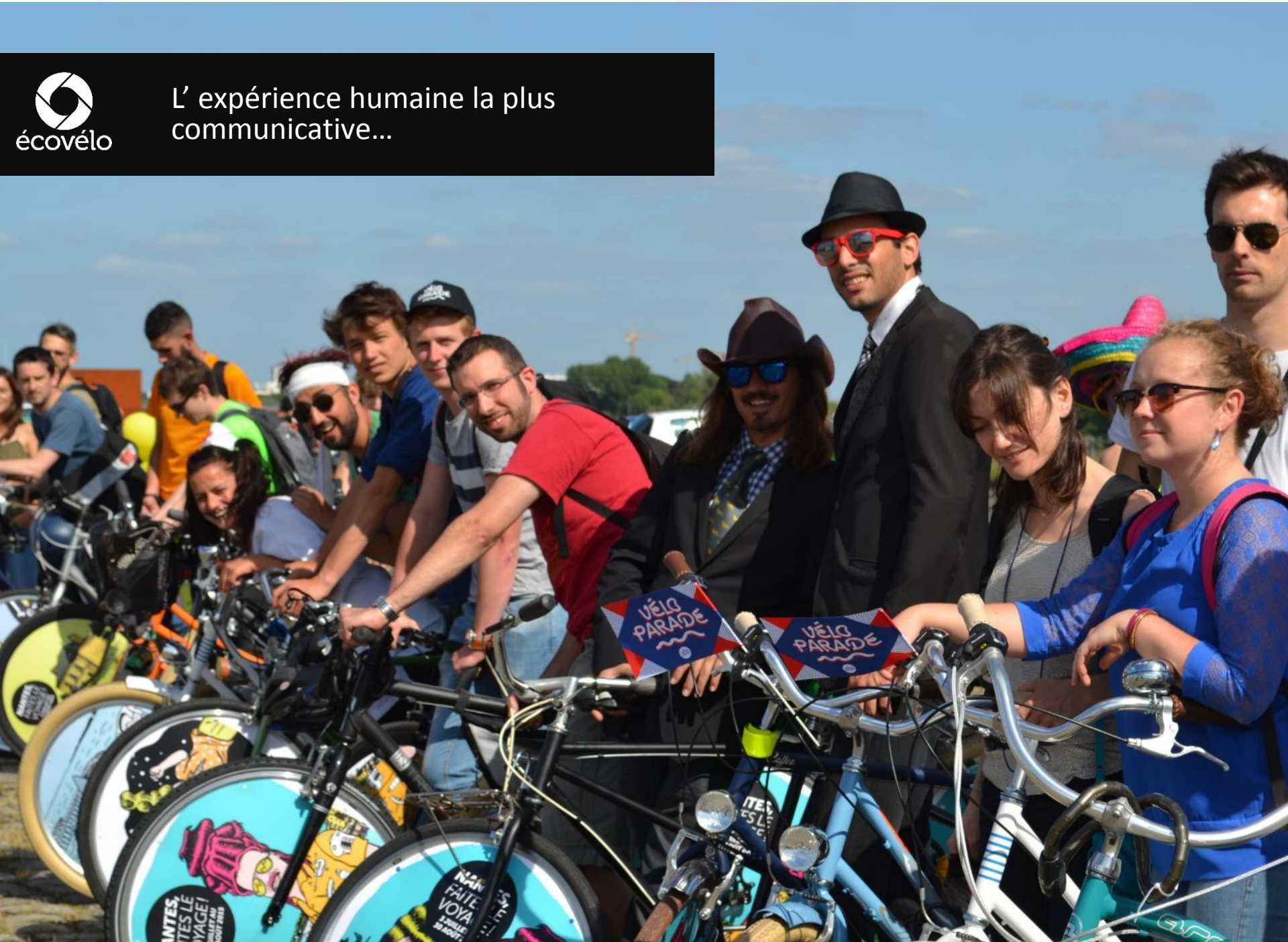
écovélo

# Bilan de campagne

Société LE VOYAGE À NANTES – Juin 2015

écovélo

# L’ expérience humaine la plus communicative…



# Votre campagne de communication sur vélos

| | |
|---|---|
| Nombre de faces | **50 vélos** (= 100 faces) |
| Durée de la diffusion | **1 mois** |
| Lieu de diffusion | Nantes Agglomération |
| Votre ciblage préférentiel | Centre-ville élargi |
| Votre type de cyclistes | Particuliers |
| Vos modèles de vélos | Tous types de vélos |
| Vos visuels de communication | 5 visuels différents |

**Le message que vous avez choisi : attractif, sympathique, original, et décliné dans 5 univers cohérents**

## Photos des 5 kits publicitaires

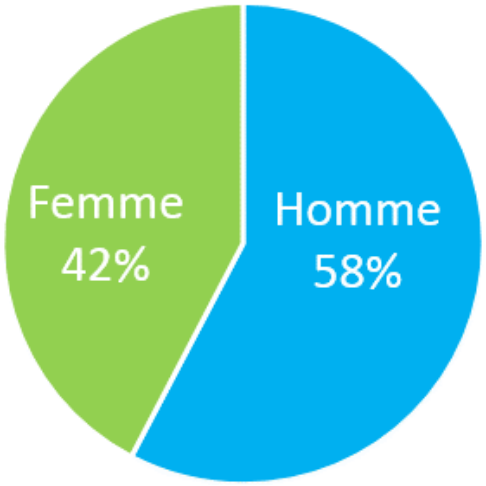
# Votre communauté de cyclistes

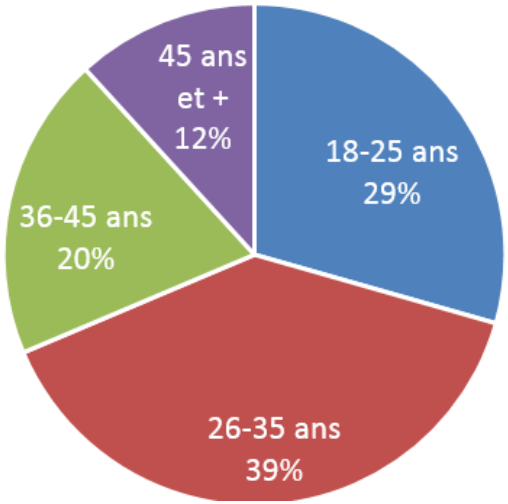
## Des cyclistes du quotidien qui ont fière allure

Et bien d'autres ….

# Votre communauté de cyclistes

## Des cyclistes très différents




Étudiant

Assistant de direction

Informaticien

Conducteur de train

Chef de projet

Doctorant

Artiste

Directeur sportif

Ingénieur

Ressources Humaines

Radiologue

Sapeur Pompier

Infirmier

Professeurs des écoles

Demandeur d'emploi

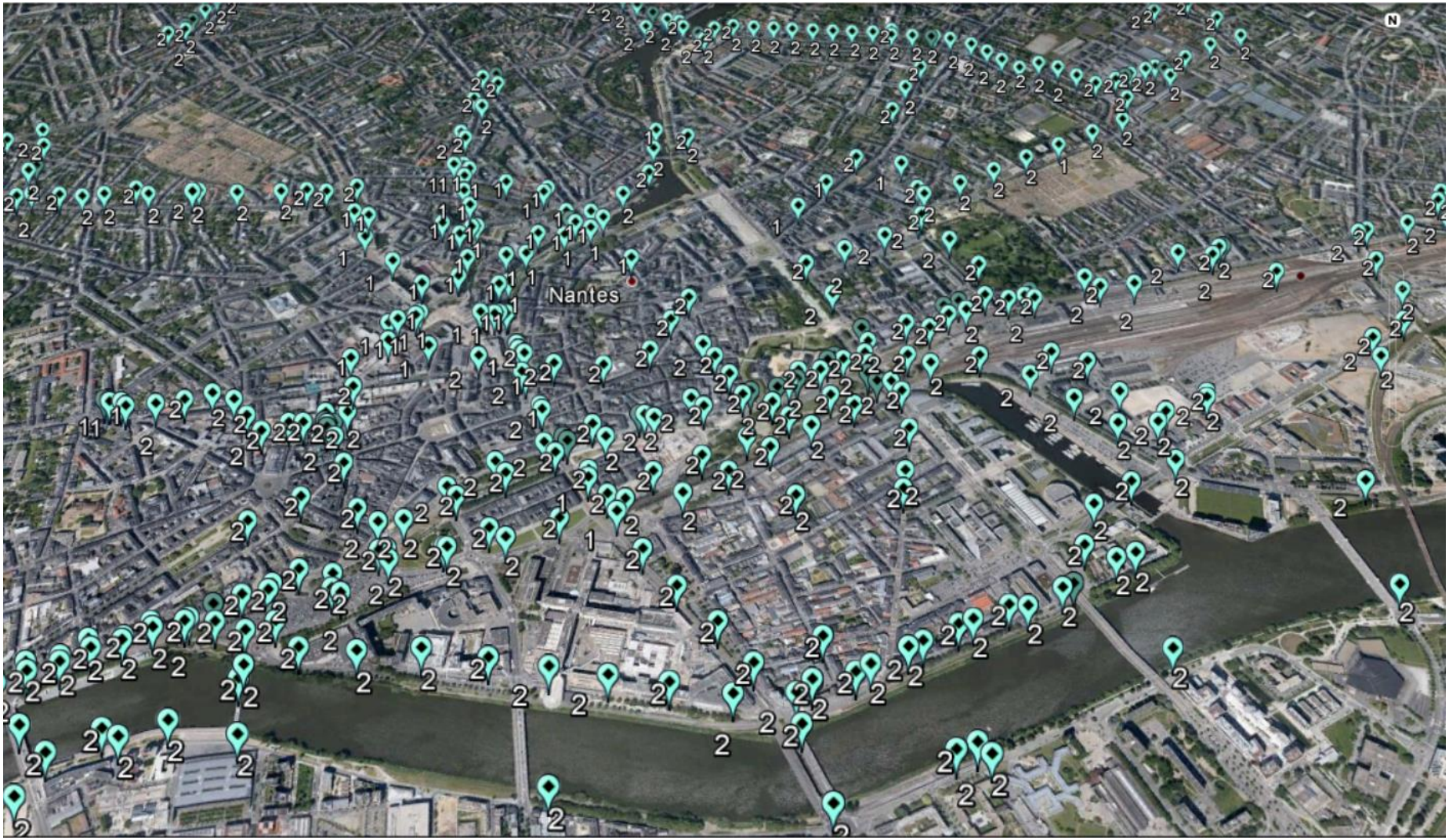
Secrétaire

# Vos cyclistes ont été suivis dans leurs déplacements et stationnements

Zone 1 = Hypercentre / Zone 2 = Centre-ville élargi / Zone 3 = Grands axes de circulation / Zone 4 = Zone urbaine / OUT = Hors-zone d'intérêt

**Exemple de tracking sur la journée du 25 juin 2015 entre 7h et 9h**

19 cyclistes étaient sur la route à ce moment précis.

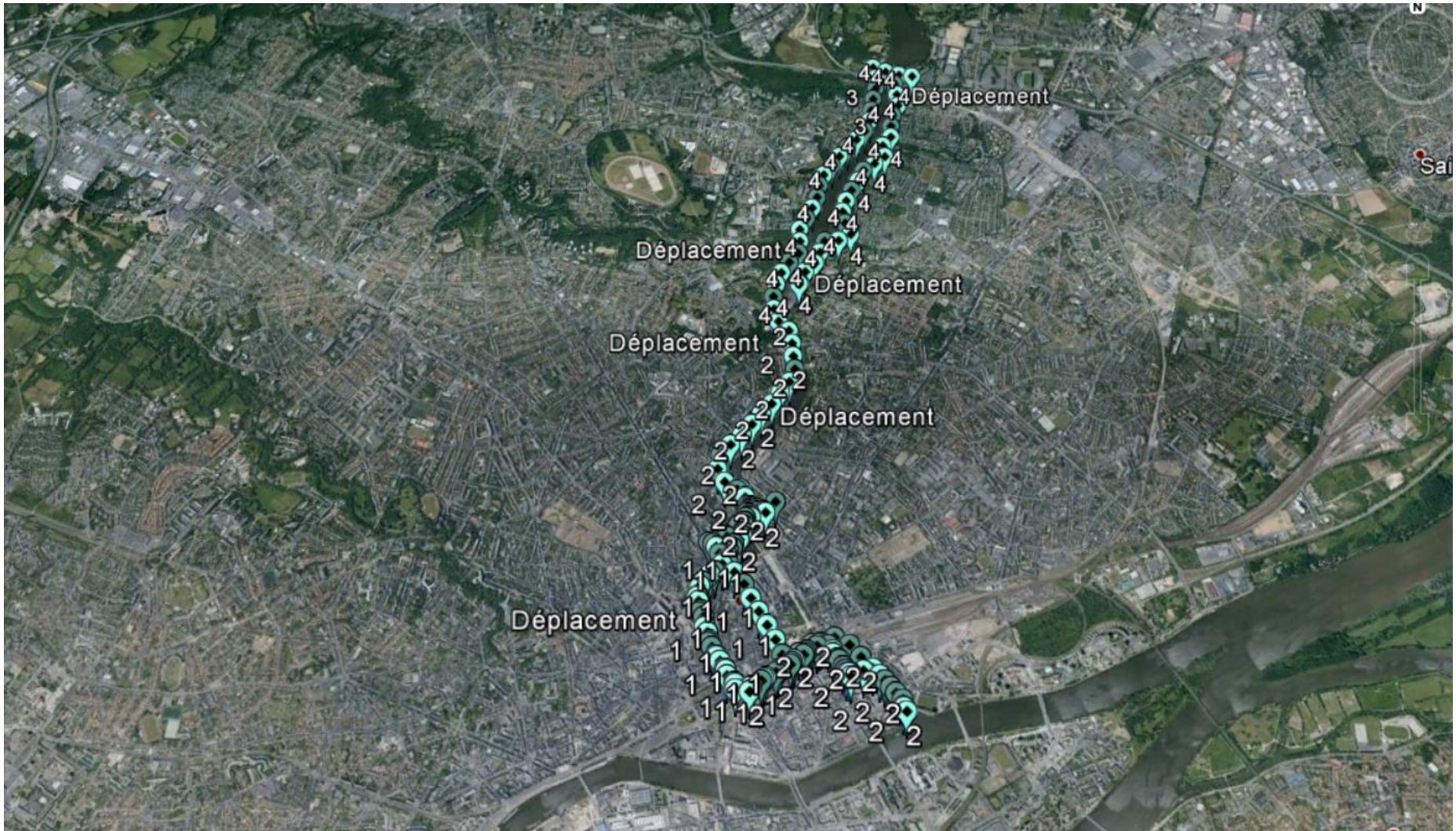


# Vos cyclistes ont été suivis dans leurs déplacements et stationnements

Zone 1 = Hypercentre / Zone 2 = Centre-ville élargi / Zone 3 = Grands axes de circulation / Zone 4 = Zone urbaine / OUT = Hors-zone d'intérêt

**Exemple de trajet de Delphine (Chef de projet, 34 ans) - Pour une journée-type**

Déplacement pour aller au travail, stationnement pendant 9 heures, déplacement pour rentrer chez elle, stationnement devant chez elle.

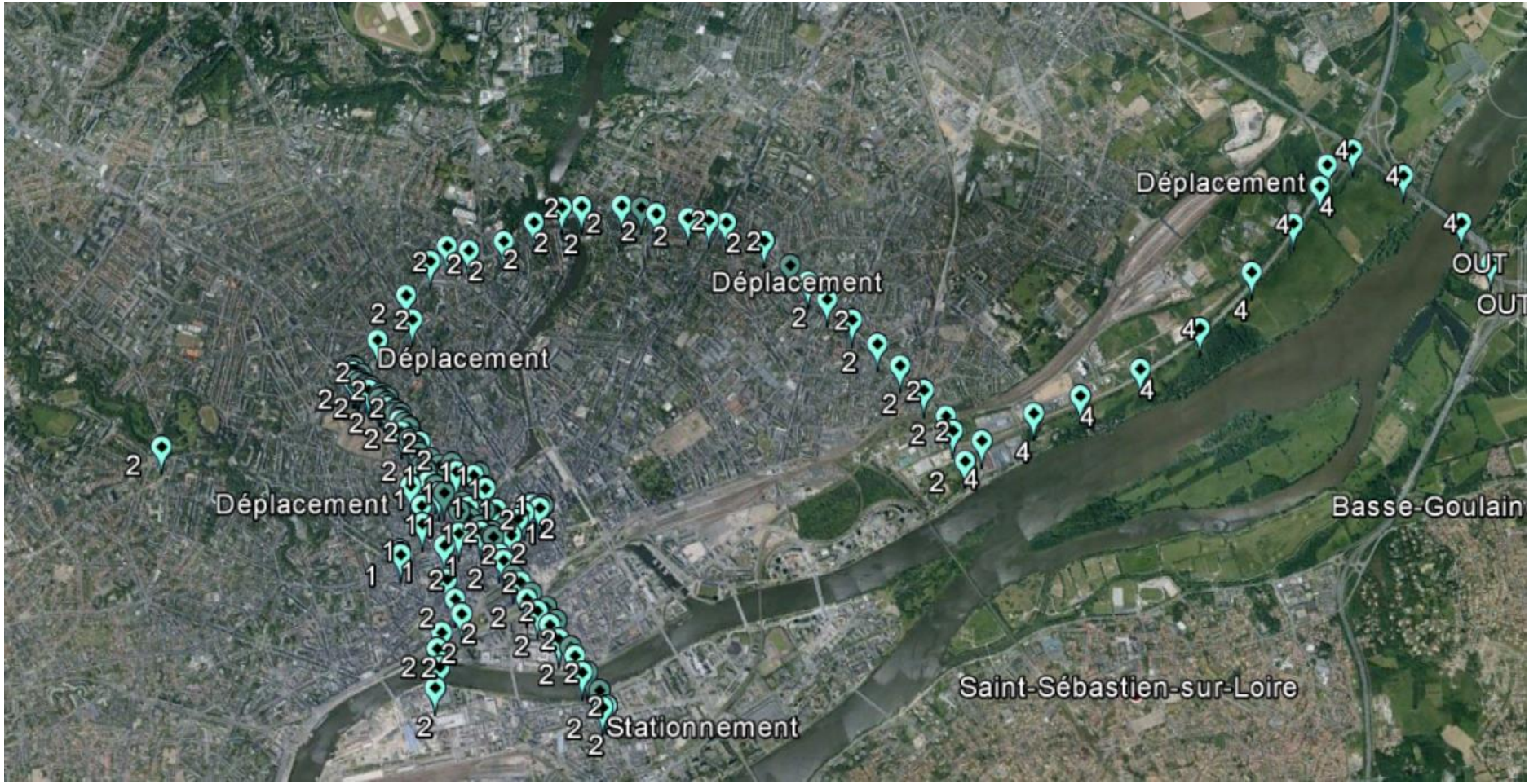


# Vos cyclistes ont été suivis dans leurs déplacements et stationnements

Zone 1 = Hypercentre / Zone 2 = Centre-ville élargi / Zone 3 = Grands axes de circulation / Zone 4 = Zone urbaine / OUT = Hors-zone d'intérêt

**Exemple de trajet de Jean-Marc (Architecte, 43 ans) - Pour une journée-type**

Déplacement pour aller à ses rendez-vous en centre-ville, stationnement pendant quelques heures, déplacement pour un nouveau rendez-vous, stationnement devant les bureaux...

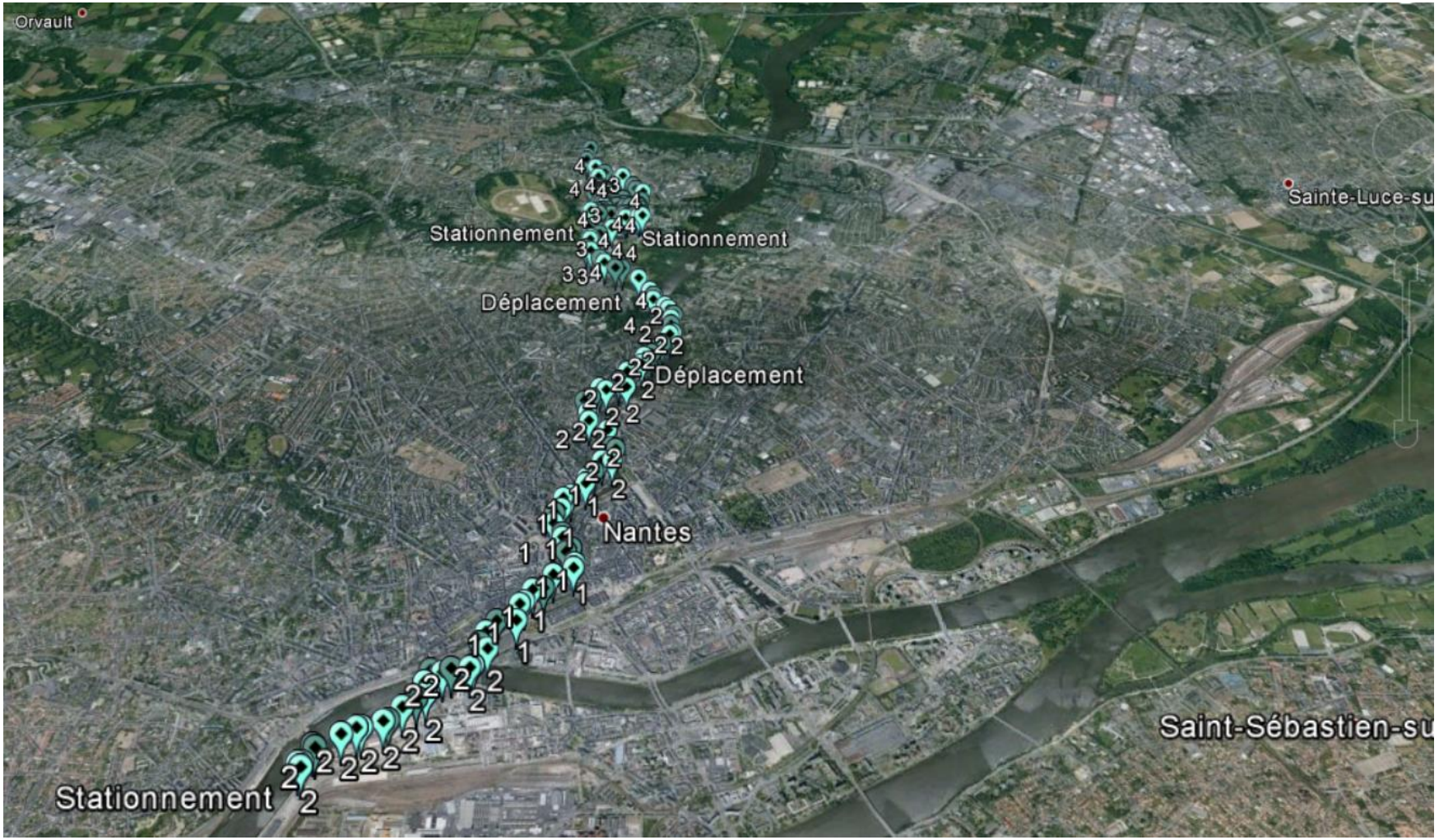


# Vos cyclistes ont été suivis dans leurs déplacements et stationnements

Zone 1 = Hypercentre / Zone 2 = Centre-ville élargi / Zone 3 = Grands axes de circulation / Zone 4 = Zone urbaine / OUT = Hors-zone d'intérêt

**Exemple de trajet d'Erick (Étudiant, 25 ans) sur une journée-type**

Déplacement pour aller sur son lieu de stage, stationnement au Hangar à Bananes de 9h à 17h30, retour chez lui et déplacements loisirs...



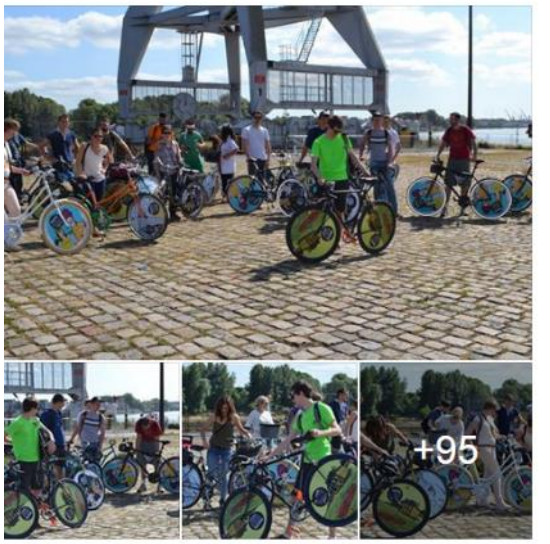
# Vos cyclistes ont pris des photos des vélos à chaque stationnement grâce à l'application smartphone écovélo

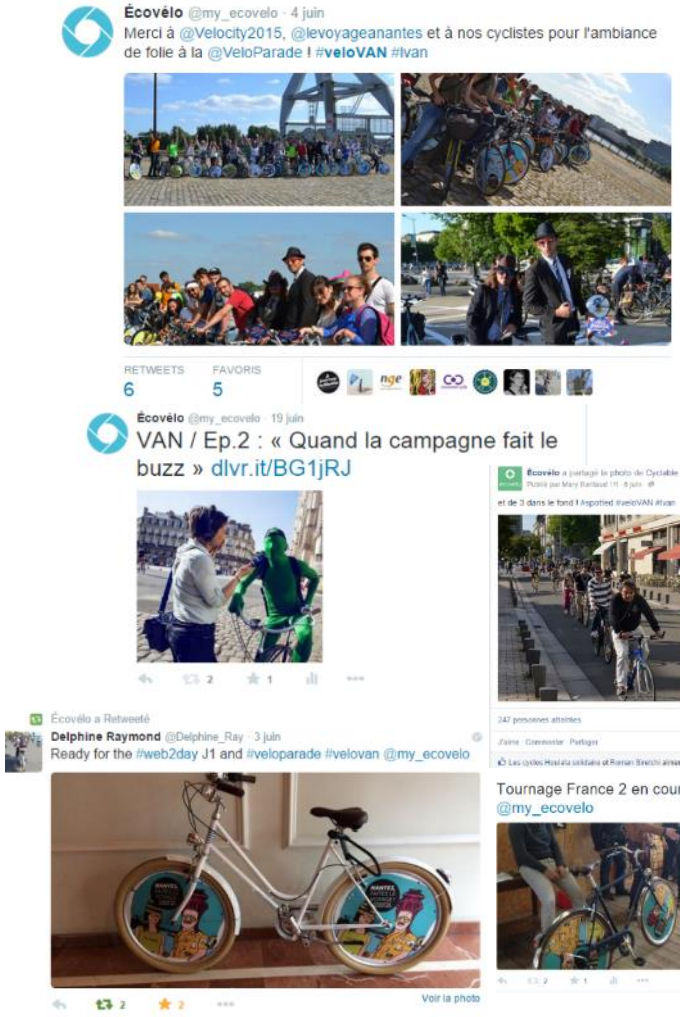
Lorsqu'ils déclarent leur vélo « En stationnement », les cyclistes doivent prendre une photo du vélo pour montrer que ce dernier est bien équipé, propre, et dans l'espace public. Les photos sont géolocalisées et vérifiées chaque matin. Cela fait partie des engagements sur la « charte des cyclistes » pour valoriser l'annonceur qui sponsorise les déplacements de nos cyclistes.

Nous avons collecté plus de 1000 photos des vélos en stationnement !

# Vos vélos ont fait parlé d'eux sur le web et les réseaux sociaux

Les photos et commentaires sur le web ont permis d'atteindre plus de 9000 personnes





# Vos vélos ont fait parlé d'eux sur le web et les réseaux sociaux

et de deux ! #spotted #veloVAN #Ivan

329 personnes atteintes  Mettre en avant

Je n'aime plus · Commenter · Partager

Écovélo, Clément Skk, Virginie Montagne, Etienne Roselet et 3 autres personnes aiment ça.

Le tandem #ecovelo qui claque ! Ils ont fière allure ces 2 centraliens ...

J'aime · Commenter · Partager

Bourbousson Jérôme, Samuel Dreano, Marie Paule Larguier et 2 autres personnes aiment ça.

Clément Skk Partait ! !
J'aime · Répondre · 1 juin, 18:54

**Écovélo** @my_ecovelo · 6 juin
#spotted Le bonhomme Celelem sur un ecovelo #veloVAN #Ivan @celelemfrance @levoyageanantes @visitnantes

RETWEETS 2  FAVORIS 2

YouTube

**Véloparade Nantes 2015, Ecovélo**
Ecovélo était présent avec ses 50 cyclistes habillés aux couleurs du voyage à Nantes lors de la véloparade 2015. Les images de cette folle journée

Voir sur Internet

2  1

**Delphine Raymond** @Delphine_Ray · 7 juin
C'est parti pour la fête du vélo en @my_ecovelo #veloVAN #FeteDuVelo #Nantes

**Sébastien Bourbousson** a partagé la vidéo de Écovélo.
30 mai ·

La semaine prochaine c'est france 2 qui prend le relais... Si vous croisez ces vélos dites moi !

294 vues

Écovélo a téléchargé une nouvelle vidéo : Télé Nantes // 18h info // 28 mai 2015.

Reportage tourné hier, le 28 mai, par TeleNantes dans les locaux d'Ecovélo, à l'occasion du lancement de la campagne pour Le Voyage à Nantes

J'aime · Commenter · Partager

Elisa Le Vieil Bourbousson, Tristan Legros, Bourbousson Jérôme et 2 autres personnes aiment ça.

**Anne-sophie Vasseur** j'ai vu des roues à Pirmil !
J'aime · Répondre · 30 mai, 08:18

**Bourbousson Jérôme** J'arrête pas d'en croiser ! Ils sont pas nombreux mais on peut pas les rater c'est fou comme ça tape a l'oeil !!!
J'aime · Répondre · 30 mai, 12:06

Le plus bel @my_ecovelo #velovan de la #VeloParade le tandem blues brothers !!!

RETWEETS 9  FAVORIS 3

**Écovélo** a partagé la photo de Cyclable.
Publié par Mary Barrtaud [?] · 6 juin ·

trouvé !!!

# Écovélo est aussi parvenu à valoriser votre campagne dans les Médias (TV, Presse, Blogs)

Télé Nantes - 28 mai 2015
from Ecovelo 1 month ago

Ecovelo sur France 2 - Émission C'est au Programme

## Presse et blogs

La couverture médiatique de votre campagne aura permis d'atteindre plus de 300 000 personnes

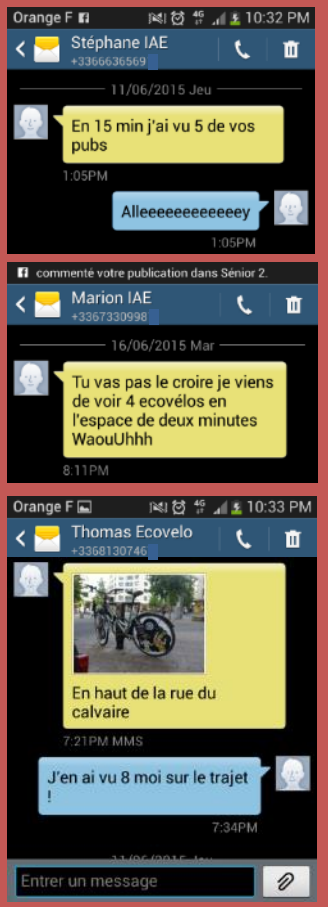
# Écovélo a recueilli les avis et commentaires des cyclistes et des curieux

## Exemples de commentaires des cyclistes

Aurélia :
« La campagne du Voyage à Nantes s'est très bien passée, bon vélo et bonne appli. J'espère pouvoir renouveler l'expérience prochainement »

Amaury :
« Cela a été une excellente expérience pour moi que j'aimerais renouveler dès que possible ! J'ai eu énormément de compliments sur mon vélo, des questions concernant le Voyage à Nantes (VAN) et des demandes d'infos concernant les "publicyclistes" ! Je pense que cette campagne a été un super coup de pub pour le VAN mais aussi pour Ecovélo. Ça a été très convivial de croiser les autres cyclistes et amusant de repérer leurs vélos en stationnement dans la ville.
Je ne manquerai pas de candidater aux prochaines campagnes de Nantes. »

Elisa : « Super campagne en tout cas, j'ai d'ailleurs pas très envie de les enlever mes enjoliveurs !!! »




## Quelques exemples de commentaires entendus dans nos réseaux

« Ah oui j'ai croisé ces vélos dans Nantes, ils sont placés stratégiquement aux endroits les plus passant c'est ça ? »

« Seb, je vois tes vélos tous les jours, bravo, c'est très efficace »

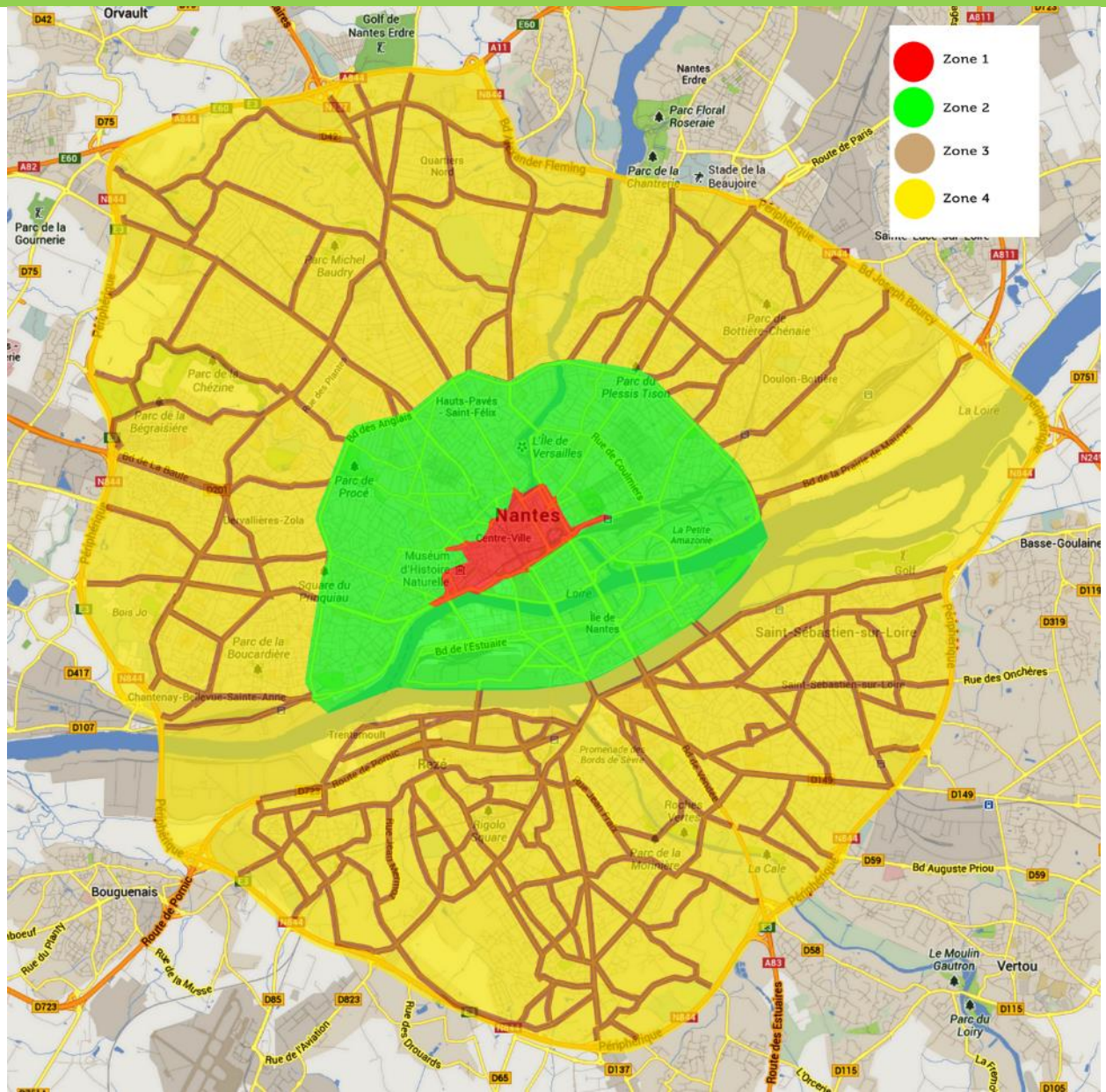
« Erick, j'ai croisé 3 de tes vélos en moins de 10 minutes en centre-ville ! Il y en a combien au total en ce moment ? »

# Écovélo a participé à la Véloparade du Voyage à Nantes

42 des 50 cyclistes ont effectivement été présents sur l'évènement que vous organisiez
Certains se sont déguisés…

# Le relevé détaillé des diffusions

# La carte des zones d’intérêt sur Nantes Agglomération

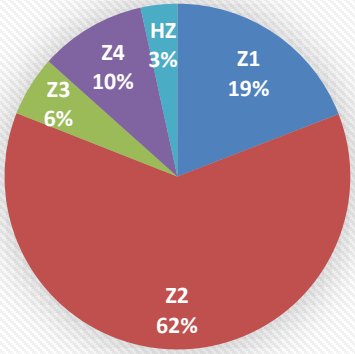


# Déplacements : Les kilomètres roulés

| Durée : 30 jours<br>Unités : 50 cyclistes | Nombre de kilomètres roulés | Proportion globale |
|---|---|---|
| Zone 1 - Hypercentre | 1 458 km | 19% |
| Zone 2 - Centre-ville | 4 718 km | 62% |
| Zone 3 - Grands axes de circulation | 430 km | 6% |
| Zone 4 - Zone urbaine | 760 km | 10% |
| Zone OUT - Hors périphérique | 261 km | 3% |
| **TOTAL** | **7 628 km** | **100%** |

**+ de 2 fois le Tour de France parcouru !**

## Territorialité des déplacements




En moyenne, chaque cycliste aura roulé 153 km sur la période des 30 jours de campagne.

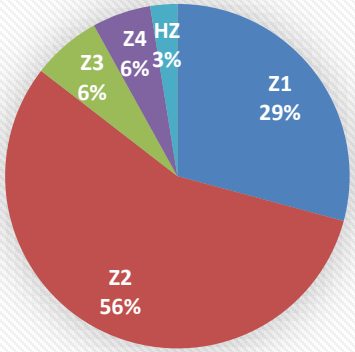
**=> soit environ 6 km/cycliste/jour**

**Important** :
Ces relevés correspondent uniquement aux données déclarées par les cyclistes via l'application smartphone et les fiches de mobilité. Ils ne reflètent pas la totalité des réalisations car ne prennent pas en compte les trajets avant 7h du matin ou après 20h en semaine, et ne comptabilisent pas non plus les déplacements du dimanche.
**Ils peuvent donc être majorés de 15% environ pour mieux coller à la réalité.**

# Stationnement : Les heures de diffusion

| Durée : **30 jours**<br>Unités : **50 cyclistes** | Nombre de kilomètres roulés | Proportion globale |
|---|---|---|
| Zone 1 - Hypercentre | 2 482 h | 29 % |
| Zone 2 - Centre-ville | 4 786 h | 56 % |
| Zone 3 - Grands axes de circulation | 551 h | 6 % |
| Zone 4 - Zone urbaine | 469 h | 6 % |
| Zone OUT - Hors périphérique | 215 h | 3 % |
| **TOTAL** | **8 504 h** | **100%** |

## Territorialité des stationnements




En moyenne, chaque cycliste aura stationné 170 heures sur la période des 30 jours de campagne.

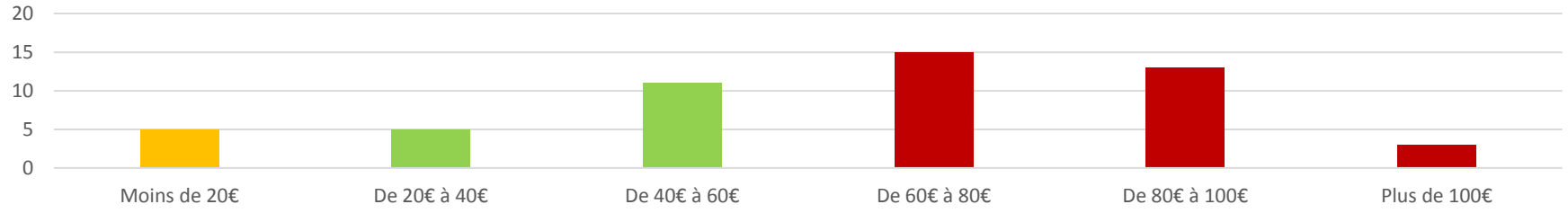
**=> soit environ 6,8 heures/cycliste/jour**

**Important** :
Ces relevés correspondent uniquement aux données déclarées par les cyclistes via l'application smartphone et les fiches de mobilité. Ils ne reflètent pas la totalité des réalisations car ne prennent pas en compte les stationnements avant 7h du matin ou après 20h en semaine, et ne comptabilisent pas non plus les stationnements du dimanche.
**Ils peuvent donc être majorés de 15% environ pour mieux coller à la réalité.**

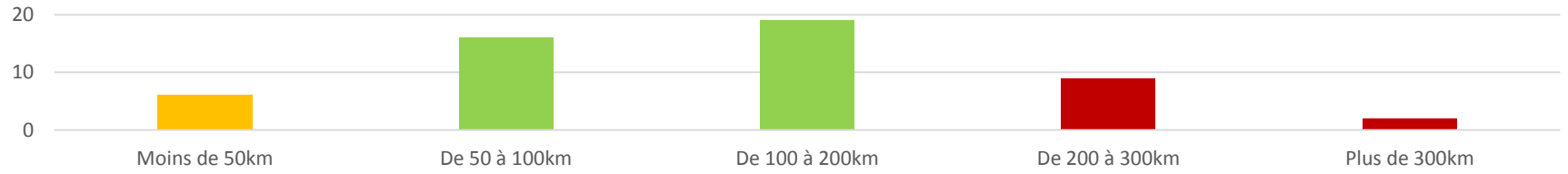
# Statistiques générales

Moyenne globale des rémunérations : 60€/mois/cycliste

Répartition des rémunérations des cyclistes sur la globalité de la campagne




Répartition des distances parcourues par les cyclistes sur la globalité de la campagne




Répartition des stationnements réalisés par les cyclistes sur la globalité de la campagne

# Audience et Occasions de Voir

Nos études mettent en évidence, qu'en fonction des zones de circulation et de stationnement, l'audience varie.

## Notre unité de mesure : les Occasions de Voir (ODV)

Une occasion de voir correspond au passage à proximité du vélo d'un piétons, un cycliste ou un automobiliste qui, s'il le veut, peut voir le vélo et lire la publicité qui y est inscrite

| Durée : **30 jours**<br>Unités : **50 cyclistes** | ODV/jour/vélo | Total ODV réalisées |
|---|---|---|
| Zone 1 - Hypercentre | 25 000 | 4 774 000 |
| Zone 2 - Centre-ville | 20 000 | 7 363 000 |
| Zone 3 - Grands axes de circulation | 15 000 | 636 000 |
| Zone 4 - Zone urbaine | 7 000 | 252 000 |
| Zone OUT - Hors périphérique | 5 000 | 83 000 |
| **OCCASIONS DE VOIR GÉNÉRÉES - Total ODV** | | **13 108 000** |

**13 108 000 passages** ont été comptabilisés à proximité de vos vélos

En supposant que 5% des passants ont effectivement lu votre communication, nous estimons qu'environ **630 000 personnes ont été directement touchées** par votre campagne d'affichage sur les écovélos

*Ce comptage ne tient pas compte de la visibilité créée sur les réseaux sociaux, le web et les médias en général. Il ne tient pas compte des redondances.*

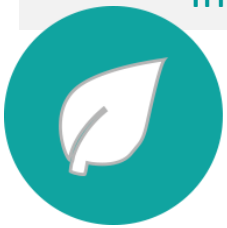
Vos diffusions ont été réalisées principalement en centre-ville. Nos études mettent ainsi en évidence que vous avez essentiellement touché une audience CSP+/CSP++ et une audience étudiante. 90% des cibles avaient probablement entre 20 ans et 50 ans.

Au regard du coût de votre campagne et des ODV réalisées, nous estimons que votre Coût Pour Mille (CPM) a été de :

CPM = 0,83 €HT

# Impact social et environnemental

## Impact sur l'environnement



1 km à vélo = 0,2 kg de CO2 évité

Votre campagne de communication a permis d'éviter la production de **1 530 kg de CO2**

Vous avez compensé en CO2 l'équivalent d'un affichage publicitaire hebdomadaire sur **380 panneaux déroulants**

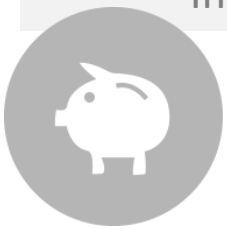
## Impact sur la santé

En tant qu'activité physique , la pratique du vélo améliore la santé des cyclistes et écarte les dangers liées à la sédentarité notamment les risques des maladies cardio-vasculaires et de cancer. L'espérance de vie des cyclistes augmente à hauteur de 30% du temps passé sur leur vélo. La pratique cycliste améliore le bien-être, le moral et brule des calories.

Votre campagne a permis de « brûler » l'équivalent de **900 barres chocolatées**

Votre campagne a permis d'améliorer la santé des cyclistes pour un équivalent de **935 cigarettes évitées**

## Impact sur l'économie



La pratique utilitaire du vélo permet de consolider le budget des ménages en réduisant le coût des transport. Sur votre campagne, les cyclistes ont été rémunérés en moyenne 60€ chacun, au prorata de leur utilisation des vélos. Les cyclistes ont donc en moyenne gagné près d'1 an d'entretien de leur vélo.

Chaque kilomètre roulé à vélo correspond à un coût évité de 0,50€ pour la société (assurance maladie, pollution…).

**Votre campagne de communication a permis à notre société d'éviter de dépenser 3 800 €**

## Quelques éléments de valorisation non-chiffrés

Les vélos et les roues distribués par écovélo aux cyclistes sont fabriqués en France

Écovélo prélève 1€ tous les 100 km roulés pour alimenter un fond de dotation et ainsi financer des causes solidaires par la suite

Les kits publicitaires fournis par écovélo sont fabriqués en France, sur du PVC recyclé.

# Quelques photos emblématiques de vos vélos

NANTES
FAITES LE VOYAGE !
3 JUILLET AU
30 AOÛT 2015

Mac Burger
SANDWICHS
NANTES,
FAITES LE
VOYAGE!

DANGER
INTERDIT
AU PUBLIC
NANTES
FAITES LE VOYAGE!
2 JUILLET AU
30 AOUT 2015
I ♥ BUREN

NANTES,
FAITES LE
VOYAGE !
3 JUILLET AU
30 AOÛT 2015

11 RENCONTRES
DE QUARTIER
DU 21 MAI AU 27 JUIN
NANTES &CO
NANTES, FAITES LE VOYAGE !
3 JUILLET AU 30 AOUT 2015
SHIMANO
www.arcadecycles.com
NANTES, FAITES LE VOYAGE !
3 JUILLET AU 30 AOUT 2015

NANTES
FAITES LE VOYAGE!

bicloo
NANTES, FAITES LE VOYAGE!
I ♥ BUREN

Cycle Village
NANTES, FAITES LE VOYAGE!
EASTPAK

Bouffay
PULP

NANTES,
FAITES LE
VOYAGE !
I ♥ BUREN

NANTES,
FAITES LE
VOYAGE !
3 JUILLET AU
30 AOÛT 2015
NANTES,
FAITES LE
VOYAGE !

NANTES,
FAITES LE
VOYAGE !
3 JUILLET AU
30 AOUT 2015
NANTES,
FAITES LE
VOYAGE !

agora
presse
presse quotidienne... presse magazine...
agora
presse
carterie... jeux... cadeaux...

LA CALLE
NANTES
FAITES LE VOYAGE!

PAINT 3000

CAFÉ FLESS
YUM YUM
RESTAURANT
NANTES, FAITES LE VOYAGE!

PASSAGE
SURÉLEVÉ
AQUATONIC
NANTES,
FAITES LE
NANTES,

NANTES
FAITES LE VOYAGE !

# Quelques conseils pour votre prochaine campagne

# Les visuels

- Vos visuels étaient très sympathiques, originaux, et attiraient l'œil.
- Nous avons eu de nombreux commentaires de personnes n'étant pas originaires de Nantes, ayant vu les vélos, mais n'ayant pas forcément compris de quoi il s'agissait.
  - ✓ Peut-être serait-il utile, pour la prochaine fois, de travailler sur un « slogan » plus explicite ou de placer un flashcode pour satisfaire les curieux ?

# Les réseaux sociaux

- Les cyclistes et écovélo ont pris l'initiative de créer le hashtag #veloVAN pour faire le suivi des photos des vélos prises dans la rue et mises sur twitter. Sur facebook, il a été plus difficile de suivre les diffusions en dehors de nos réseaux directs.
  - ✓ Peut-être pourriez-vous communiquer plus directement sur vos pages facebook, twitter, et lancer une « chasse aux vélos » ? Effet viral garanti et valorisant en diffusion multi-canal.
  - ✓ Peut-être pourriez-vous aussi créer un jeu-concours en offrant des goodies en fin de campagne entre toutes les personnes qui ont partagé un tweet avec le #veloVAN par exemple, pour inciter à diffuser…

De manière générale, vous aviez déjà constitué des communautés sociales sur le web assez conséquentes, les répercussions ont été satisfaisantes, ce qui n'est pas le cas de tous les annonceurs. À consolider éventuellement !

# Les cyclistes

- Les cyclistes ont été choisis un peu à la hâte, pour un démarrage de campagne « asap » sur tous types de modèles de vélos. En s'y prenant plus en amont, la sélection des cyclistes peut être plus fine, en nous laissant un peu plus de temps en amont.
- Un plus grand nombre de cyclistes augmente non seulement les volumes d'audiences, mais aussi le rendement publicitaire grâce à une meilleure couverture. Un volume de 100 vélos sur 2 mois pourrait être extrêmement efficace pour marquer encore plus les esprits.
- Un email introductif envoyé à tous les cyclistes est aussi un moyen de leur dire, en amont « merci de rouler pour nous » tout en présentant votre activité afin qu'ils en parlent autour d'eux dans le « bon sens »

écovélo

Merci de nous avoir fait confiance.

www.ecovelo.com