

LES EQUIDAYS

Réalisation d'une série vidéo intitulée « L'Equidienne » à destination des réseaux sociaux du Conseil départemental du Calvados. Série réalisée et diffusée pendant toute la durée de la manifestation.

Notre agence a réalisé pour le Conseil départemental du Calvados un package vidéo complet avec pour objectif de promouvoir les Equidays sur ces canaux de diffusion (site internet et réseaux sociaux). Nous avons décidé de présenter aux trophées de la communication et de la presse en Normandie, une partie de ce package : « L'Equidienne » ; Nous avons choisi de vous présenter ce format du fait de sa viralité sur les réseaux sociaux mais aussi parce qu'il répond aux nouveaux modes de communication sur le digital.

- Le contexte et la problématique de communication, les cibles
 - Contexte : Le retour des Equidays six ans après leur dernière édition. Le département du Calvados souhaitait soutenir et impulser la renaissance de cette grande fête dédiée au cheval. Au-delà de vouloir simplement faire du cheval la vitrine du Calvados, le Département souhaitait faire vivre son territoire par et pour le cheval.
 - Problématique : Relancer et communiquer sur cet événement identitaire de la Normandie et toucher le plus de personnes possible - Faire vivre en direct la manifestation - Se mettre à la place du spectateur -Être au cœur des événements - Valoriser les acteurs de la filière équine.
 - Les cibles : Tout public – Intergénérationnel
- Le concept / l'idée / la stratégie de com' et les actions mises en place :
 - Le concept : La série « L'Equidienne » : réalisation d'un vlog - Aujourd'hui les réseaux sociaux sont devenus les nouveaux outils incontournables pour communiquer sur le digital. Ils fédèrent un grand nombre d'utilisateurs et permettent de toucher et d'interagir plus facilement avec son public cible. Pour promouvoir les équidays à travers la vidéo, il s'agissait de trouver un format qui soit compatible avec les réseaux sociaux et qui génère de l'interaction et de l'engagement - Créer un rendez-vous journalier, une véritable immersion au cœur de la manifestation afin de permettre aux spectateurs de se projeter et de pouvoir suivre chaque jour la manifestation.
 - L'idée : Réaliser un tourner-monter avec pour objectif de se mettre dans la peau du spectateur : Une demi-journée de tournage pour une diffusion dès le lendemain midi afin de créer un journal vidéo quotidien présentant les différentes manifestations, lieux et activités en lien avec le cheval.
 - Stratégie de com' : Relancer les Equidays 6 ans après leur dernière édition ; Faire connaître à nouveau au grand public cette manifestation dédiée au cheval.
 - Les actions mises en place : En parallèle de l'Equidienne : Création d'un site internet dédié aux Equidays et diffusion sur Facebook - Réalisation de 6 portraits vidéo courts, ludiques et

amusants des cavaliers participants à l'édition 2019 : 6 portraits de 1 minute de type konbini
- Réalisation d'un aftermovie.

- Les supports développés, leurs descriptions et les résultats :

- Les supports : 5 vidéos tournées avec une Osmo pockette et une caméra HD pour les plans larges. Une journaliste se filmant elle-même, nous emmenant à la rencontre des lieux, des événements, des activités en lien avec le cheval.

L'Equidienne - les vidéos :

- <https://www.youtube.com/watch?v=UQ3fSDiN4Uo> : Episode 1 : Découvrez la Cour Antéol, labélisée Club Equi Hand
- <https://www.youtube.com/watch?v=XXVM1yo2FTY> : Episode 2 : Découvrez les animations du village itinérant.
- <https://www.youtube.com/watch?v=WmLOTHauakQ> : Episode 3 : Découvrez l'hippodrome Clairefontaine de Deauville.
- <https://www.youtube.com/watch?v=mvreqnE0CE4> : Episode 4 : Rencontre avec le champion de France d'Attelage à l'hippodrome de Lisieux.
- https://www.youtube.com/watch?v=fagPfRrnq_M&t=8s : Episode 5 : Découvrez-le Horse-Ball au Pôle Hippique International de Deauville.

- Les résultats : sur Facebook :

- L'équidienne 1 (Antéol) Le post avec le lien embarqué vers Vimeo a touché 2 723 Personnes et généré 120 interactions
- L'équidienne 2 (Village) - 306 interactions – 722 vues pour une couverture à 4 500
- L'équidienne 3 (Hippodrome) Le post avec le lien embarqué vers Vimeo a touché 2 634 Personnes et généré 111 interactions
- L'équidienne 4 (Attelage) Le post avec le lien embarqué vers Vimeo a touché 2 1681 Personnes et généré 72 interactions
- L'équidienne 5 (horseball) a généré 821 interactions - 2300 vues pour une couverture estimée à 7500