

CONCOURS LE MEILLEUR DE LA PUB

CAMPAGNE DE SENSIBILISATION AU VOTE 2023

26 AVRIL 2024

colegram

Contexte

L'**essoufflement démocratique** se fait ressentir dans tout l'Occident. Partout, les **taux de participation aux élections** sont en **diminution constante**.

À ce sujet, l'année **2023** revêt pour **Genève** une **importance particulière**, car ponctuée de **deux vagues d'élections cantonales et fédérales**.

C'est dans ce contexte que la chancellerie de l'État de Genève met au **concours une campagne** qui aura pour objectif de **stopper l'hémorragie** et de **faire remonter le taux de participation**. Celle-ci devra se décliner dans les médias traditionnels, sur les réseaux sociaux et sur le terrain, sur lequel des concepts participatifs sont attendus.

Concept proposé

La majorité silencieuse est ciblée, et les jeunes plus particulièrement. Les Z, on le sait, s'informent de moins en moins via les médias traditionnels et ne se sentent pas réellement représentés par les élus. Ils préfèrent souvent les actions de revendications que le passage par le scrutin pour se faire entendre.

colegram propose donc des portraits studio dans lesquels les sujets sont valorisés pour leur jeunesse, leurs couleurs originales et leurs looks affirmés. Cependant, d'un geste qui appelle au silence, les personnages effacent leur propre bouche, comme pour s'auto-censurer. L'accroche et la signature donnent la clé: «Pour que ta majorité ne reste pas silencieuse... Fais entendre ta voix: vote!»



Élections fédérales 2023



**POUR QUE TES
CONVICTIONS
NE RESTENT PAS
SILENCIEUSES**

Fais entendre ta voix: vote!



Élections cantonales 2023



**POUR QUE TON
EXPERIENCE
NE RESTE PAS
SILENCIEUSE**

Fais entendre ta voix: vote!



Élections fédérales 2023



**POUR QUE TES
OPINIONS
NE RESTENT PAS
SILENCIEUSES**

Fais entendre ta voix: vote!



Élections cantonales 2023



**POUR QUE TES
PRIORITES NE
RESTENT PAS
SILENCIEUSES**

Fais entendre ta voix: vote!



Stratégie de diffusion

Une **stratégie originale** est déployée. À l'image de la génération qu'elle vise, la **campagne** propose une diffusion **à contre-courant**: elle **divulgue ses messages avant même d'en avoir abouti la production**.

En commençant par **publier les maquettes** de campagne durant une **opération de casting** largement **distribuée sur les réseaux**, en abordant aussi **précocement que possible les thèmes** dans la diffusion de capsules vidéo, en débutant ses vagues média par de l'affichage vert **visant principalement les étudiants**, elle cherche à **occuper le terrain avant l'omniprésence de la communication des partis**. Elle fait donc le pari d'être ainsi mieux **considérée par la jeunesse**.



Stratégie de diffusion

Planning

	2023																
	S05	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S34	S39	S40	S41	S42	S43	S44	S45
Premiers et seconds tours					■				■					■			■
OOH et print																	
Affichage TP			■	■								■	■				
Canal TPG (décompte)					■									■			■
Affichage Vert		■	■														
Digital																	
Social media Advertising			■	■	■				■	■			■	■		■	■
Interviews vidéo (IG+YT)	■	■									■	■					
Terrain																	
Actions de terrain		■		■								■					
Casting de rue et tournage interviews	■																
Affichage communal décompte					■									■			■

Casting de terrain

- **Casting de recrutement** des visages de la campagne au centre commercial La Praille: **emplacement à fort passage**
- Une **opportunité d'engager la conversation** avec les passants sur le sujet.
- **En parallèle**, une **campagne de recrutement sur les réseaux sociaux** a été menée.
- Environ **40 profils** ont été collectés et **6 sélectionnés**.



Interviews vidéo par des pairs

Une équipe de la **Junior Entreprise Genève** a été mobilisée sur plusieurs journées pour aller **interviewer des jeunes** (majeurs) dans différentes écoles et universités (CFPT, UNIGE, HEDS, HEPIA).

- L'équipe de tournage a participé au processus de création des vidéos de l'amont à l'aval, c'est-à-dire de la mise en place du concept, la création du questionnaire jusqu'au montage vidéo.
- Encadrés par l'équipe de création de l'agence, ils ont collecté dans 4 écoles supérieures genevoises les opinions des vingtenaires sur l'utilité et la représentativité électorale.



[VOIR INTERVIEW 1](#)

[VOIR INTERVIEW 3](#)

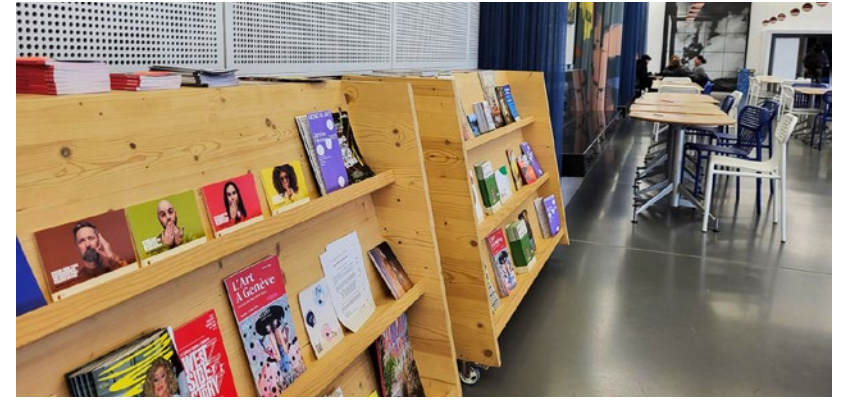
[VOIR INTERVIEW 2](#)

[VOIR INTERVIEW 4](#)

Les canaux offline

Affichage Vert

- Pour augmenter la portée de la campagne d'affichage auprès des cibles jeunes, celle-ci a commencé par une vague d'**affichage vert, en amont de l'affichage OOH** traditionnel.
- Affichage dans les **lieux et bars culturels**
- Format d'affichage : cartes postales et flyer A3.
- Canal de communication permettant d'atteindre une cible relativement jeune**
- **300 affiches A2, 210 affiches A3 et 6750 flyers** ont été diffusés.



Les canaux offline

Cartes postales

- Création de **cartes postales**, avec en **recto les sujets de la campagne** et en **verso un texte préimprimé encourageant le/la destinataire à voter**
- Une version sans texte en verso a également été réalisée pour laisser la possibilité au public de **personnaliser le message**.
- **Distribution** en affichage vert dans des **lieux à forte fréquentation des jeunes**: un **outil** vintage qui permet d'**atteindre plus directement la cible**.



Les canaux online

Vidéos interview

- Les **vidéos interview** produites ont été **diffusées en nombre de 3 sur Instagram et Facebook** pendant près de 2 mois. Elles ont également été **publiées sur le site teaser** sur lequel pointent les publications.

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie ·

«S'abstenir de voter, c'est laisser le pouvoir aux autres».
La Chancellerie fait campagne pour inciter les citoyens, notamment les plus jeunes, à se rendre aux urnes. 2023 sera marquée par des élections cantonales et fédérales: une rareté.

À propos de cette publ...



ge.ch
Fais entendre ta voix: vote! **En savoir plus**

19 3 commentaires

J'aime Commenter Partager

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie ·

«S'abstenir de voter, c'est laisser le pouvoir aux autres».
La Chancellerie fait campagne pour inciter les citoyens, notamment les plus jeunes, à se rendre aux urnes. 2023 sera marquée par des élections cantonales et fédérales: une rareté.

À propos de cette publ...



ge.ch
Fais entendre ta voix: vote! **En savoir plus**

32 8 commentaires 1 partage

J'aime Commenter Partager

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie ·

«S'abstenir de voter, c'est laisser le pouvoir aux autres».
La Chancellerie fait campagne pour inciter les citoyens, notamment les plus jeunes, à se rendre aux urnes. 2023 sera marquée par des élections cantonales et fédérales: une rareté.

À propos de cette publ...



ge.ch
Fais entendre ta voix: vote! **En savoir plus**

16 7 commentaires 2 partages

J'aime Commenter Partager

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie ·

«S'abstenir de voter, c'est laisser le pouvoir aux autres».
La Chancellerie fait campagne pour inciter les citoyens, notamment les plus jeunes, à se rendre aux urnes. 2023 est marquée par des élections cantonales et fédérales: une rareté.

À propos de cette publ...



ge.ch
Fais entendre ta voix: vote! **En savoir plus**

43 12 commentaires 2 partages

J'aime Commenter Partager

Affichage TP

Vague cantonale:

- 20 x F4 sur Bus Citaro
- 8 x F24 sur Trolley bus
- 9 x crêtes + 12 x F24 sur Tram Cityrunner
- 200 cartons suspendus sur tous les véhicules

Vague fédérale:

- 4 x F24 Côté circulation sur Autobus Citaro
- 4 x F24 côté circulation sur Trolleybus Exquicity
- 4 combi L (2 AL24 + 5 crêtes)





TA VOIX PEUT FAIRE LA DIFFERENCE.

L'ABSTENTION, CA NE MENE A RIEN.

POUR QUE TA MAJORITE NE RESTE PAS SILENCIEUSE

stpg transports publics genevois

865

stpg

stpg

Les canaux offline

Affichage panneaux

Cour de l'Hôtel de Ville

Nous avons également eu l'opportunité d'afficher les sujets de la campagne sur des supports appartenant à l'Etat dans la Cour de l'Hôtel-de-Ville.

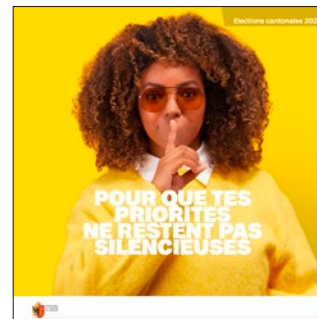
Cela a permis une belle visibilité de la campagne auprès des représentants politiques dans un cadre valorisant et avec un fort passage quotidien.



Les canaux online

Sujets d'affichage animation

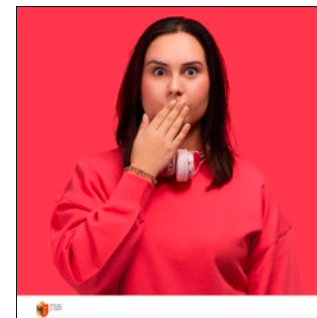
- Reprise des sujets d'affiche en **version animée** pour une **communication plus large sur les réseaux sociaux**, pour ainsi **atteindre un public plus jeune**.



VOIR



VOIR



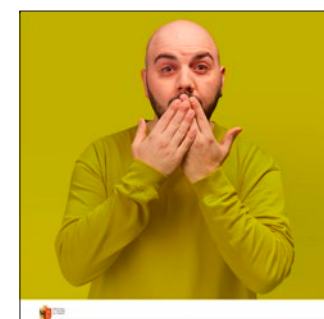
VOIR



VOIR



VOIR

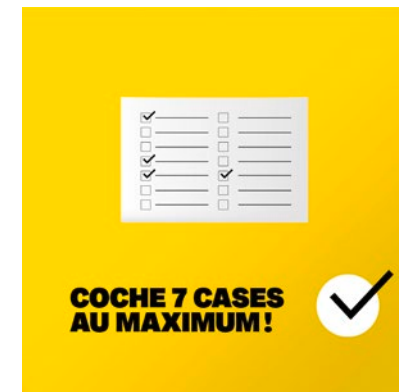


VOIR

Les canaux online

Carrousels tutoriels

- le but de ce support digital était d'expliquer aux jeunes et au grand public les fondamentaux du vote. Cela permettait ainsi de faciliter la procédure et d'inciter à voter.



Les canaux online

Résultats cantonales

13

Nombre de publications

12077

Clics sur un lien

1.61 CHF

CPC moyen

2.67 CHF

CPM moyen

6600000

Impressions au total

23577

Interactions

Les canaux online

Résultats fédérales

4

Nombre de publications

4757

Clics sur un lien

1.93 CHF

CPC moyen

3.16 CHF

CPM moyen

2633270

Impressions au total

115950

Interactions

Les canaux online

Content management

- Une **présence sur les réseaux sociaux** devait être maintenue pendant la **vague fédérale**, en publiant et communiquant **régulièrement** sur **divers sujets** en relation avec **l'abstention et le vote**.

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie

L'abstention à Genève, ce sont près de 160 000 personnes qui ne font pas entendre leur voix lors des votations et élections. 160 000 voix qui ne s'expriment pas, représentées sur la Plaine de Plainpalais par des bouches bâillonnées par un ruban adhésif.

Enlevez le scotch, faites entendre votre voix le 22 octobre pour les élections fédérales!

#voiceofchange #abstention #votation #geneve



À propos de cette publ...

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie

À seulement 7 jours du jour des élections fédérales, votre voix compte plus que jamais! Une démocratie n'a de valeur que si toutes les voix s'expriment. Participez, votez et faites entendre votre voix. Pour votre avenir.

#vote #GEDemocratie #youthvote



À propos de cette publ...

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie

En moyenne, seul 1 jeune sur 3 vote. Le savez-vous? Faites entendre votre voix!

#youthvote #gedemocratie #geneve



À propos de cette publ...

GE-démocratie
Sponsorisé · Financé par GE-démocratie

Sans la jeunesse, pas de démocratie! Pourquoi les jeunes votent-ils, ou pas? En apprentissage ou aux études, des jeunes donnent ...Voir plus



À propos de cette publ...

Les canaux online

Résultats content management

6

Nombre de publications

1696

Clics sur un lien

2.12 CHF

CPC moyen

2.94 CHF

CPM moyen

628044

Impressions au total

741

Interactions

Les canaux offline

Signalétique compte à rebours

- Concept de départ: **signalétique panneaux** de circulation temporaire indiquant **l'imminence du scrutin** à déposer dans des **lieux très passants**
- L'utilisation des panneaux de circulation pour ce type d'utilisation n'est pas possible pour des questions de sécurité et de logistique interne.
- **L'imminence du scrutin a donc été annoncée par de l'affichage communal dans les communes de Genève (F4 et A3) lors de la vague cantonale ainsi que pendant la vague fédérale.**



Les canaux offline

Guérilla containers

- Une benne mise en place dans **3 lieux très passants** du centre-ville : **Bel-Air, Plainpalais, Mont-Blanc**
- Une **affiche avec un message accrocheur** a été apposée sur chaque benne : «**Ta voix mérite une autre boîte !**».
Nous y avons également ajouté un **texte explicatif de l'action guérilla**.
- **L'action a suscité l'intérêt de certains des passants** qui s'arrêtaient pour comprendre le message.
- Cependant l'opération aurait sûrement eu un **meilleur impact** et une plus grande attention du public avec un **habillage intégral** et une installation sur une plus longue période.



Les canaux offline

Manifestation silencieuse

- Une **marche silencieuse** d'une quinzaine de personnes a été organisée.
- Les figurants voyagent simultanément la **bouche recouverte d'un ruban adhésif aux couleurs genevoises, représentant la part d'abstentionnisme lors des dernières élections.**
- L'action a été **relayée dans les médias** et le **sujet couvert par Léman Bleu et Radio Lac.**
- La marche s'est terminée à l'Unimail, suscitant la réaction de nombreux étudiants. **Cela a également permis de transmettre un message et d'interagir avec les passants.**

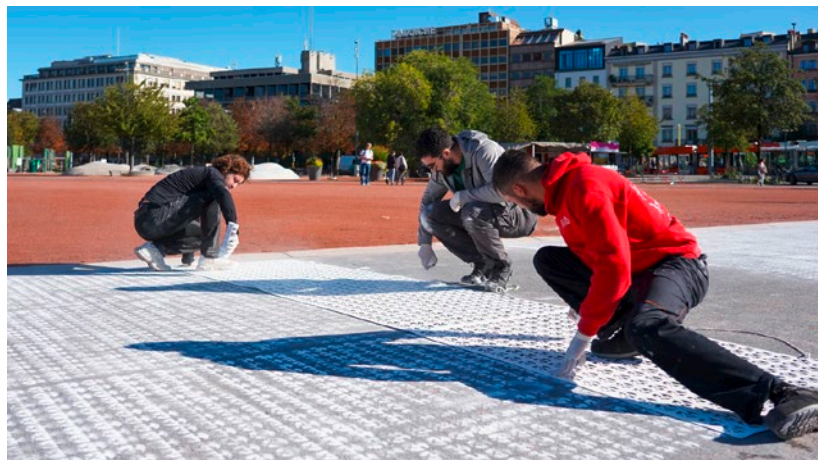


[VOIR LA MANIFESTATION SILENCIEUSE](#)

Les canaux offline

Opération clean tag

- Près de **156 000 smileys** représentés par des bouches bâillonnées par un ruban adhésif, **ont été tagués tout le long de la traversée de Plainpalais.**
- **Le nombre de smileys** représente le nombre de personnes qui se sont abstenues de voter.
- **Objectif:** représenter l'ampleur de l'abstentionnisme et faire prendre conscience du grand nombre
- **L'opération** a largement été **couverte par la presse** et a également suscité de **nombreuses réactions des passants** (surtout pendant l'opération).



[VOIR L'OPÉRATION CLEAN TAG](#)

Earned media

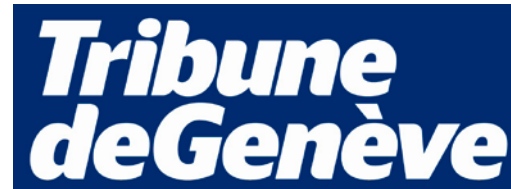
- Les **concepts originaux** des actions de terrain, actionnés par une communication en amont à la presse, ont permis une **couverture importante des médias régionaux**. Des articles dans **La Tribune de Genève**, un sujet sur **Léman Bleu** et un reportage au **12:45 de la RTS** ont permis de considérablement **augmenter la portée du budget médias alloué à la campagne**.



[VOIR LE SUJET](#)



[ÉCOUTER LE SUJET](#)



[LIRE LE SUJET](#)



[VOIR LE SUJET](#)

Conclusions

- Une campagne de sensibilisation au vote largement diffusée à la population genevoise par **différents canaux de communication**, visant à rappeler l'importance du vote et des enjeux électoraux.
- **Une campagne d'affichage impactante** avec différents profils de personnages représentatifs de la population, des couleurs éclatantes, et un concept intrigant, saluée par les médias et les professionnels.
- Une **approche axée sur les jeunes** tout en communiquant de manière étendue à l'ensemble de la population, assurant ainsi une sensibilisation équilibrée.
- Les **vidéos interviews réalisées avec la Junior Entreprise** et diffusées sur les réseaux sociaux ont suscité une réaction positive des internautes, grâce à un contenu intéressant, un format attractif, et la participation active des jeunes.

Conclusions

- Une **augmentation du taux de participation** au second tour des élections cantonales et fédérales, indiquant un impact concret de la campagne (**+1,7% de participation à Genève en comparaison à 2018**)
- Un appel répété de la population avec des informations simples et concises sur **le processus de vote**, soulignant la nécessité de les inclure dans les futures campagnes.
- Une bonne **visibilité dans les médias genevois** lors des opérations de guérilla marketing et des événements, générant une couverture médiatique régulière.
- L'appréciation générale de la population pour la campagne de sensibilisation au vote, exprimée à travers des actions de terrain, confirme l'importance de continuer à encourager la participation électorale et à éduquer sur les enjeux démocratiques.

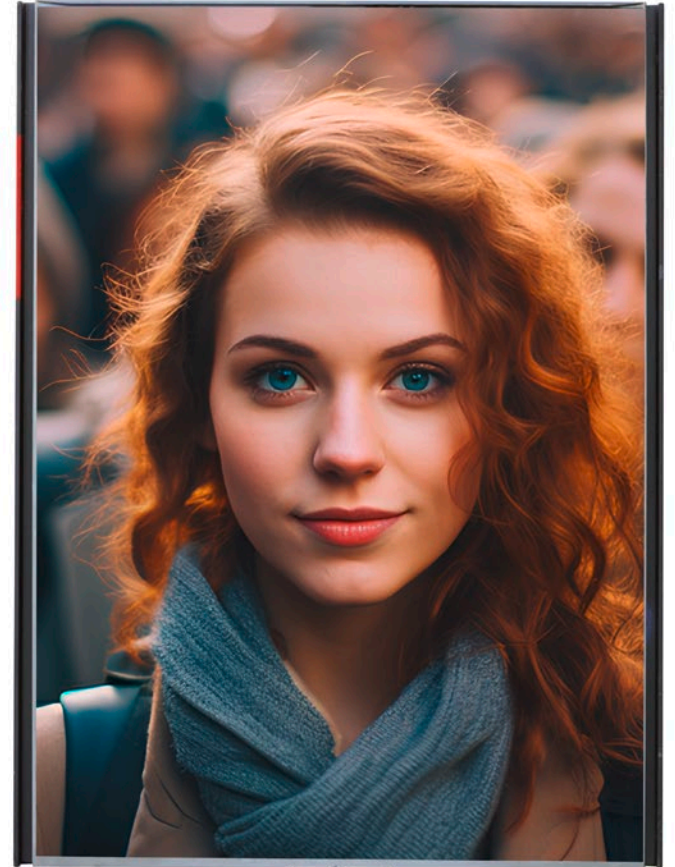
L'agence

Révéler vos valeurs

colegram déploie ses activités entre le monde de la **communication** et celui du **design multimédia**.

Depuis 2003, l'agence propose du conseil en **communication**, des concepts de **branding** et la création de **contenus** - textuels, iconographiques, visuels et animés - déployés sur des supports 360°.

Une mission l'anime : **concevoir des projets pointus, innovants et transversaux**, adaptés aux médias offline et online, en dédiant toute son expertise au service de ses clients.



L'équipe colegram

le sens du service



Julien Lance

**CREATIVE &
ACCOUNT DIRECTOR**

- Fondateur de l'agence
- 25 ans dans la communication
- Master UNIGE Histoire de l'art

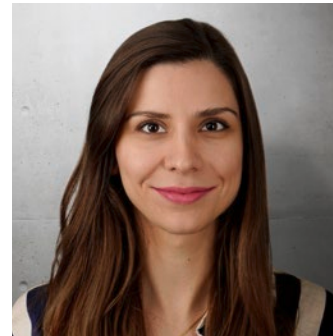


Karim Abbas

**SENIOR GRAPHIC & MOTION
DESIGNER**

- 18 ans dans la communication
- CFC Graphiste EAA
- + Webdesigner Ifage
- + Motion designer Cadschool

-



Nita Dalladaku

ACCOUNT & COMMUNITY MANAGER

- 3 ans dans la communication
- Master Université de Toulouse
- Marketing et Communication



Guillaume Marclay

WEB DESIGNER

- 3 ans dans la communication
- Bachelor Crea Digital



Kerime Yayla

GRAPHIC & VIDEO DESIGNER

- 5 ans dans la communication
- CFC designer de l'information EAA
- Bachelor Designer graphique ECAL

Partenaires

Cette campagne a été conçue avec deux partenaires clefs de l'agence, que nous tenons à remercier ici.

- **Jean-Michel Larsen**, pour la conception-rédaction
- **Davolo Steiner**, pour le shooting des portraits

MERCI DE VOTRE ATTENTION !

colegram