Cas n°8 : Campagne institutionnelle et web
Thème : communication publique

ETUDIER UNE CAMPAGNE D'INTERET GENERAL – INFORMATIQUE ET LIBERTE – CONCEVOIR UN POST-TEST

Sujet E5 Activités de communication – 4 heures

Le niveau de difficulté des cas est indiqué de 1 à 5 étoiles, 5 étant le niveau maximum

Auteur : Olivier Nallis

Ce document comporte 6 pages.

★★

Nous allons nous intéresser dans ce cas à une campagne d'intérêt général lancée en pour favoriser la protection des enfants et des adolescents sur Internet.

1 Etudier une campagne d'intérêt général

En 2005, l'état renforce les outils pour lutter contre la cyber criminalité en développant le côté prévention. Dans ce cadre, il finance une campagne de télévision qui servira de point de départ à ce travail.

☞ Annexe 1 : la protection des enfants et des adolescents sur Internet et dans les médias

Ministère des Solidarités et de la Cohésion Sociale

Protéger les enfants et les adolescents lors de leur navigation sur le net via un ordinateur ou un mobile est l'une des priorités du ministère en charge de la famille. Comment mieux connaître les risques présents sur la Toile ? Comment signaler un contenu attentatoire à la dignité humaine ? Comment activer le logiciel de contrôle parental gratuit de votre fournisseur d'accès à l'Internet ? Un jeu vidéo, un film ou une émission de télévision correspondent-ils à l'âge de mon enfant ? Autant de questions que se posent fréquemment les parents. Ce dossier a pour but d'informer les parents et les éducateurs sut tout ce qui est entrepris par le gouvernement et les opérateurs pour favoriser au maximum cette sécurité.

☞ Annexe 2 : « Sur Internet la sécurité ça commence aussi par vous »

Ministère délégué à la Sécurité sociale, aux Personnes âgées et à la Famille 14 novembre 2006

Sur internet, la sécurité passe aussi par les parents. Les pouvoirs publics et les fournisseurs d'accès proposent aux parents des logiciels gratuits de contrôle parental. Le ministère chargé de la Famille lance une grande action de sensibilisation aux risques potentiels de l'Internet. 10 films courts sont diffusés à la télévision du 15 mai au 2 juin 2006. Une campagne d'information à vocation pédagogique Lors de la conférence nationale de la Famille qui s'est tenue le 22 septembre 2005, le Premier Ministre a annoncé des mesures visant à sécuriser la navigation des enfants sur Internet et une campagne d'information pour les accompagner. Ce dispositif s'inscrit dans la politique de protection de l'enfance. Il se concrétise aujourd'hui par la réalisation de films courts sur les logiciels de contrôle parental intitulés « Famille en ligne ».

Cette campagne nationale d'information a pour ambition d'instaurer un dialogue constructif et positif au sein de la famille autour d'Internet, avec un double objectif :
☞ Informer les parents des risques potentiels sur le Net pour leurs enfants
☞ Les familiariser à un usage responsable de l'Internet

Ainsi, comme le rappelle chaque film court qui est diffusé : « les pouvoir publics et les fournisseurs d'accès à Internet se mobilisent pour vous proposer des logiciels gratuits de contrôle parental et de protection de la f@mille ». La signature de la campagne : « La sécurité, ça commence aussi par vous ».

La sécurité des enfants et des adolescents sur Internet est avant tout l'affaire des parents. En effet, aux termes de l'accord passé le 16 novembre 2005 entre Philippe Bas, les fournisseurs d'accès à Internet (FAI) et les associations familiales et de protection de l'enfance, les FAI s'engagent à proposer gratuitement à leurs abonnés un logiciel de contrôle parental adapté à l'âge de chaque enfant.

Le concept

Sur le principe d'une caméra subjective, on découvre les membres d'une famille : Michel et Caro, les parents, Yann, le fils aîné, Malika, sa petite amie, Chloé, la cadette et enfin la grand-mère. A travers leurs expériences sur le Net, différent thèmes sont abordés par les films correspondant aux différents moyens de sécurisation mis en place : protection des données personnelles et bancaires,

blocage des sites et adresses indésirables, surveillance de la dépendance au jeu, Sous le titre « Famille en ligne » cette campagne à visées pédagogiques incite les parents à garder le contrôle. La diffusion sera effectuée du 15 mai au 2 juin 2006, 10 épisodes de 45 secondes seront diffusés - et pour certains rediffusés une deuxième fois - du lundi au vendredi sur TF1, hors écran publicitaire, juste avant le journal télévisé de 20 heures.

En vous appuyant sur cette campagne ou sur une autre campagne gouvernementale (Prévention routière, santé publique etc.)

1. ▸ ***Vous indiquerez quelques caractéristiques distinctives de la communication étatique.***
2. ▸ ***Vous citerez une faiblesse majeure du dispositif de campagne présenté***
3. ▸ ***Proposez une alternative sur le même média***

Préparer l'étude de cas et développer ses compétences professionnelles….

▶ 9 cas exclusifs corrigés pour traiter tout le programme et les corrections détaillées des trois premiers sujets officiels du BTS

Au programme : Etudes de marché liées à la communication, culture stratégique, droit, commercialisation, synthèse, analyse de portefeuilles clients, proposition de projet, création de post-test, applications de média planning, construction d'argumentation etc. L'essentiel des compétences professionnelles et la couverture totale du référentiel.

Version corrigés 19 euros seulement
Version énoncés seulement : 10 euros sur papier et disponible gratuitement en téléchargement sur btscomm.fr.

Vendu exclusivement en ligne sur btscomm.fr

2 Informatique, liberté et publicité.

La CNIL, Commission nationale de l'informatique et des libertés a été créée par la loi n° 78-17 du 6 janvier 1978 relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés. Elle veille notamment à ce que le cadre législatif de la collecte et de l'utilisation des données personnelles soit respecté. Un des volets de la campagne évoquée portait sur les données personnelles, le synopsis du spot était le suivant….

Yann, le grand frère, vient de créer son blog, il reçoit des messages publicitaires sur son portable. Il s'en inquiète auprès de son père. Ce dernier lui explique qu'il n'est pas obligé de donner des informations personnelles pour s'inscrire, il lui conseille de choisir un pseudo. Rappel du nouveau dispositif : choix des infos à communiquer, interdiction de certaines informations personnelles, etc.

Les obligations légales liées au web en France concernent les sites marchands, non marchands mais aussi le simple blogueur. Celui-ci doit s'identifier ou indiquer à minima le nom de son hébergeur et prendre les mesures pour permettre l'exercice du droit de réponse. Bien évidemment, le blogueur est soumis au respect des textes applicables en matière de droit d'auteur, de droit à l'image, de diffamation.

A propos de la loi informatique et libertés…

Lorsque vous collectez des données personnelles pour votre site, le formulaire de collecte doit mentionner obligatoirement plusieurs éléments…

1. ▸ ***Pouvez-vous en citer 2 ?***

La plupart du temps, des déclarations simplifiées de fichiers sur le site de la CNIL vous permettent de rendre votre collecte et stockage d'informations légaux. Mais lorsque vous collectez des données sensibles, qui présentent des risques particuliers d'atteinte aux droits et aux libertés (opinions politiques, race, religions etc.), la règle est différente….

2. ▸ ***Que devez vous faire ?***

Créer un système de veille, réaliser des enquêtes ponctuelles, construire un échantillon, traiter les réponses…

▶ Tout le programme de veille opérationnelle pour le BTS Communication en 90 pages avec des cours synthétiques et des exercices corrigés **pour 14 € seulement**.

Un livre synthétique et complet issu de 15 années de pratiques et d'enseignement pour vous offrir un support de cours sur mesure. Toutes les notions de cours sont expliquées simplement et donnent lieu à des exercices corrigées et expliqués en détail. Ces applications corrigées permettent non seulement de préparer les examens mais aussi d'acquérir une pratique professionnelle concrète adaptée à vos futurs métiers.

Vendu exclusivement en ligne sur btscomm.fr

3. ▸ ***Quels sont les risques encourus si vous dérogez à cette obligation ?***

L'adresse courriel est considérée comme une donnée personnelle. Si vous comptez revendre ces adresses, la CNIL recommande de mentionner… en plus des informations habituelles que… « Si vous souhaitez recevoir des propositions commerciales de nos partenaires par voie électronique, merci de cocher la case ci-contre ».

4. ▸ ***Quels sont les nom et intérêt de ce principe ?***

A propos de la pratique…

Un cookie est un petit fichier texte, enregistré sur l'ordinateur de l'internaute. Il contient des informations sur la navigation effectuée sur les pages du site qui a provoqué sa création. Ainsi, le cookie facilite l'utilisation du site, si vous avez déjà rempli un formulaire avec vos nom, prénom, email, etc., vous n'aurez pas à chaque fois besoin de tout ressaisir. Si votre site utilise des cookies, la CNIL recommande d'informer l'internaute par une mention du type « Ce cookie enregistre des informations relatives à votre navigation sur notre site, et stocke des informations que vous avez saisies durant votre visite : détails… » ou « La durée de conservation de ces informations dans votre ordinateur est de [indiquez la durée de conservation du cookie sur le poste client], ou encore : Nous vous informons que vous pouvez vous opposer à l'enregistrement de "cookies" en configurant votre navigateur de la manière suivante : indiquer la procédure.
Chacun se fera sa propre idée à partir de son expérience de la navigation, mais selon la nôtre, ces mentions ne sont jamais présentes tout au moins de manière apparente.

5. ▸ ***Pouvez-vous brièvement donner votre avis sur cet état de fait ?***

Tous les cours professionnels en fiches synthétiques pour préparer les oraux et structurer une vraie recommandation.

▶ Un ouvrage de 154 pages dans un format original (carré 19x19) qui traite la fonction 2 du référentiel tout en restant opérationnel.

Réunis 4 chapitres, tous les éléments théoriques nécessaires pour structurer une recommandation, conseiller un annonceur, les points clefs pour assurer un développement commercial et certains des meilleurs outils pour mener à bien une négociation. Avec 20 applications et exercices corrigés basés sur notre pratique professionnelle et un rappel des points de droit élémentaires pour acheter ou vendre des prestations liées à la communication.
Version (carré 19x19): 154 pages **19 euros**. Existe également en version poche **116 pages : 11 euros** seulement

Vendu exclusivement en ligne sur btscomm.fr

3 Concevoir un post test et calculer la mémorisation

A la suite de cette campagne, l'Institut BVA a réalisé une étude auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 15 ans. Le but était d'évaluer la campagne notamment en termes : de mémorisation, d'agrément et d'impact. 1007 personnes ont été interrogées du 15 au 17 juin 2006. La méthode des quotas a été appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, profession du chef de famille, région et catégorie d'agglomération.

1. ***Expliquez brièvement en vous appuyant sur cet exemple ce qu'est la méthode des quotas***
2. ***Rédigez les principales questions du post-test de cette campagne en indiquant clairement en plus des questions, les éventuelles consignes données aux interviewers***

Exemple de spot.

Le père vient d'installer un logiciel de contrôle parental sur son nouvel ordinateur, en suivant la procédure proposée par son FAI; avant de déterminer les profils de chaque membre de la famille, il en discute avec sa femme et Chloé, sa fille de 12 ans. Ils s'accordent sur l'intérêt de pouvoir disposer d'une protection adaptée à l'âge de leurs enfants. Rappel du nouveau dispositif : Définition des profils «enfants », « ados », « adulte ».

Application : Combien de personnes auront mémorisé le message ?

Si l'on en croit les études d'Armand Morgenstern. Il existe des « constantes » (Les β bêtas) qui caractérisent le taux de mémorisation de chaque média. En supposant que 10,5 millions de personnes constituent notre cible et que 30% soient notre cœur de cible. Que ces 30% aient été touchés 3 fois pendant la campagne.

3. ***Combien de personnes du cœur de cible auront mémorisé le message à l'issue de la campagne si l'on applique le bêta de Morgenstern*.***

*15% TV, 4% pour l'affichage, 10% Presse, 70% cinéma, 5% Radio et calculé récemment de 11% pour les bannières sur le web.

Apprendre et réviser sans vous ennuyer !

▶ Un objectif : être efficace, ludique et répondre aux exigences du BTS. Une soixantaine de pages pour revoir et apprendre seul ou en groupe le « best off » des savoirs utiles pour préparer les oraux et l'écrit d'Activités de la communication.

120 questions + 48 exercices du programme, des questions de techniques de production et de la culture des marques.
Les pages corrigés portent les mêmes numéros dans la seconde partie du livre… ***Prix 9,90 euros*** *seulement.*

Vendu exclusivement en ligne sur btscomm.fr