

## **Plan de marketing 2015**

### **Les 400<sup>e</sup> de la présence francophone en Ontario et en Huronie**

---

#### **Qu'est-ce que Festival du loup?**

Du 16 au 19 juillet 2015, le Festival du loup en Nouvelle France commémore 400 ans de présence francophone en Ontario! Ce festival, qui célèbre le patrimoine et la culture francophone de la Huronie, offre des contes et de la musique en français, de la nourriture locale, des kiosques d'artisans, un encan d'art, un concours de hurlement, des jeux pour enfants et plus encore! Le festival promet du plaisir et de la joie pour tous les âges dans un cadre magnifique au bord de la baie Georgienne. Venez hurler avec nous!

#### **Détails du festival 2015**

- Cette année, le festival s'appelle « Le Festival du Loup en Nouvelle France »
- Nous célébrons le 400<sup>e</sup> anniversaire d'une présence francophone en Ontario
- Programmation du 16 au 19 juillet 2015
  - o Jeudi soir : Les contes de Lafontaine. Louis Racine, invité (salle paroissiale)
  - o Vendredi soir : soirée « l'Ordre du Bon temps», Joëlle Roy et Robert Paquette (pavillon)
  - o Samedi jour : prestation par la troupe Corpus, musiciens de la communauté, activités familiales, bouffe locale, bière (parc)
  - o Samedi soir : Coureurs de bois, Bon débarras, et jam fin de soirée (pavillon)
  - o Dimanche : reconstitution de la première messe en Ontario, spectacle Le nouveau monde de Champlain (église/salle paroissiale)

#### **Qu'est-ce qu'Écho de Champlain en Huronie?**

Les 23 et 24 avril 2015, le Musée vivant de Lafontaine présente L'Écho de Champlain en Huronie. Avec 200 comédiens, danseurs et chanteurs provenant des écoles et de la communauté, cette production multimédia fait revivre quatre siècles d'histoire franco-ontarienne. Le spectacle théâtral de deux heures présente, sur scène et écran géant, l'histoire de la région par le biais des personnages costumés, de la danse et d'une trame sonore exceptionnelle. Soyez des nôtres au Pavillon Robert Robitaille de Lafontaine pour voir déferler le patrimoine local en 14 tableaux éblouissants.

#### **Détails d'Écho à Lafontaine**

- Le spectacle d'Écho aura lieu les jeudi et vendredi 23 et 24 avril au pavillon Lafontaine
- Partenariat entre la Meute, l'Écho de la Nation, les Conseils scolaires Viamonde et C.S.D.C.C.S.
- Il s'agit d'une activité du Musée vivant de Lafontaine
- Comédiens sont des bénévoles de la communauté, des écoles francophones régionales
- Deux spectacles par jour et un en soirée chacune des 2 journées

## Qu'est ce que le Musée vivant de Lafontaine?

Du 9 au 15 novembre, la salle paroissiale de Lafontaine se transforme en Musée vivant. Une cinquantaine d'objets seront exposés avec un étiquetage bilingue qui permettra aux visiteurs de se transporter dans la première moitié du 20<sup>e</sup> siècle. À l'exposition se grefferont des activités culturelles et patrimoniales : des contes, conférences historique et généalogique, présentation littéraire sur des écrits qui racontent Champlain, présentation de vidéos témoins du vécu de la francophonie en Huronie.

## Détails du Musée vivant 2015

- Exposition d'artéfacts pendant 7 jours pour le grand public – avec affichage bilingue
- Pendant l'exposition :
  - o Présentation de 3 contes reliés au vécu de certains objets
  - o Reconstitution historique Voyageurs avec canot
  - o Présentation de quelques vidéos réalisés par Julie Laramée dans la collection « Huronie, Histoires et légendes »
- En soirée et fin de semaine :
  - o Conférence historique et généalogique par l'historien Jacques Lacoursière : l'exode du Québec et la généalogie sur les noms des premières familles en Huronie
  - o Présentation des historiens Daniel Marchildon et Micheline Marchand. Le couple présentera les meilleurs et pires moments de Champlain en Huronie.
  - o Conférence avec l'auteure Suzanne Desrochers, qui a écrit « La Fiancée de la Nouvelle-France »

## Objectifs des trois évènements

- Rassembler les francophones – surtout ceux de la Huronie
- Célébrer le patrimoine et la culture en soulignant le 400<sup>e</sup>
- Attirer des touristes et susciter l'intérêt pour la région et le FDL

## Membres du comité de marketing

- Joëlle Roy, directrice de la Meute – [leloup@festivalduloup.on.ca](mailto:leloup@festivalduloup.on.ca) - 705-543-1535
- Nadine Lalonde, présidente de la Meute – [nlalonde@csolve.net](mailto:nlalonde@csolve.net) 705-549-6811
- Mikaela Lefaive, chef du comité – [mikaelalefaive@gmail.com](mailto:mikaelalefaive@gmail.com) - 705-321-5785
- Suzanne Roy, membre du comité – [roys@csviamonde.ca](mailto:roys@csviamonde.ca)
- Charlotte Bédard, trésorière de la Meute, [charlottebedard@me.com](mailto:charlottebedard@me.com)
- Michel Payment, conseiller de la Meute – [mmspaymt@csolve.net](mailto:mmspaymt@csolve.net)

## Le comité est responsable de...

- Commanditaires/reconnaissance
- Site web
- Médias sociaux
- Relations publiques/rédaction d'articles
- Marketing/annonces publicitaires
- Affiches
- Événements communautaires (kiosques)
- Produits imprimés/graphiques (ex. Rack cards-cartes présentoir, t-shirts, etc.)
- Appui des partenariats

## Objectifs du comité

- Rejoindre de nouveaux visiteurs
- Augmenter le nombre de participants au festival
- Explorer de nouvelles façons de promouvoir
  - Commandites : obtenir 15 000 \$ en tout
  - Site web : atteindre 6 000 visiteurs de novembre 2014 à juillet 2015
  - Médias sociaux : agrandir notre public de 5 %
  - Relations publiques : obtenir plus médiatisation avant l'évènement
  - Marketing : explorer annonces télé et digitales
  - Affiches : engager le public avec des campagnes
  - Évènements : être stratégique dans le choix de kiosques

## Ce que l'on sait de notre public

- Questionnaire en développement
- Mélange de francophones du grand Simcoe et de touristes
- De tous les âges

## Publics cibles

- Familles de la région – en particulier les familles qui ne viennent pas d'habitude au festival
- Propriétaires de chalet à Tiny
- Communauté artistique de la région

## Messages

Qu'est-ce qu'on veut que les gens retiennent au sujet du festival?

- Venez hurler avec nous!
- À Lafontaine, le plaisir se vit en français
- Visitez [festivalduloup.on.ca](http://festivalduloup.on.ca)
- Musique, danse, bouffe, jeux d'enfants et encore plus!
- Du jeudi 16 au dimanche 19 juillet à Lafontaine

Qu'est-ce qu'on veut que les gens retiennent au sujet d'Écho?

- Immense spectacle qui présente quatre siècles d'histoire et de culture française
- Participation active des enfants et des adultes de la communauté
- Les 23 et 24 avril 2015 au pavillon à Lafontaine

Qu'est-ce qu'on veut que les gens retiennent au sujet du Musée?

- La mission de Champlain et son rêve d'une Nouvelle-France est passé par la Huronie
- Il y a à Lafontaine une francophonie de souche qui provient de la vallée du St-Laurent
- La pérennité de la francophonie de la Huronie

## Ambassadeurs

Responsables de représenter la meute pour les médias et les discours.

- Nadine Lalonde, présidente de la Meute
- Joëlle Roy, directrice de la Meute
- Martin Lalonde, président du Festival 2015
- Mikaela Lefaive, comité de marketing (médias anglais seulement)

Domaine	Chef de section	Projets	Budget	Messages (si différents du plan)	Publics cibles
<b>Commanditaires</b>	Suzanne Roy avec appui de Hank Thibideau et Joëlle Roy	<ul style="list-style-type: none"> <li>Améliorer la trousse de commandite d'ici la mi-janvier; une trousse personnalisée pour les gros commanditaires; une autre trousse pour les petites entreprises</li> <li>Explorer de nouvelles options pour reconnaître les commanditaires (ex. Twitter, écrans sur le site avec les logos) d'ici décembre</li> <li>Augmenter les forfaits de façon raisonnable (deux événements plutôt qu'un, et on attend un plus grand nombre de visiteurs)</li> <li>Développer de nouvelles potentialités (ex. médias)</li> <li>Obtenir plus d'argent que l'année dernière, d'ici mai</li> <li>Élaborer un plan de reconnaissance et de remerciement</li> <li>Dock FM – conclure une entente fin janvier; recueillir des prix qui feront l'objet d'un encan en ondes la semaine avant le FDL; Nadine participe en studio</li> </ul>	00 \$	<ul style="list-style-type: none"> <li>Plus de 4 000 personnes</li> <li>La communauté locale francophone se rassemble</li> <li>Prix raisonnable pour beaucoup de promotion</li> <li>Niveaux de commandite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organismes locaux, en particulier ceux qui ont un lien à la communauté francophone</li> <li>Médias (demander de la publicité gratuite en échange de promotion sur le site - travailler avec Mikaela Lefaive)</li> </ul>
<b>Marketing et annonces publicitaires</b>	Mikaela Lefaive	<ul style="list-style-type: none"> <li>Évaluer les efforts de l'an dernier : GDV, Mirror, Tiny Cottager, VagueFM, etc. (voir budget), d'ici janvier</li> <li>Explorer les options déjà sur la table pour 2015 : CTV, KoolFM, MICRO, d'ici la fin janvier</li> <li>Trouver et évaluer de nouvelles options : annonces web, médias grand Simcoe (Barrie, Orillia), Google adwords, messages de promotion/FB et tweets, d'ici fin janvier</li> <li>Travailler avec l'équipe de commandite pour les médias</li> <li>Mettre en place un plan pour les annonces publicitaire d'ici février/début mars</li> </ul>	3 000 \$	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aucune exclusivité n'est accordée – événements communautaires inclusifs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Familles francophones de la région, surtout ceux qui ne viennent pas d'habitude au festival</li> <li>Propriétaires de chalet à Tiny</li> <li>Communauté artistique de la région</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• CFRH – Partenariat – chercher 2 pour 1 pour le 600 \$ dépensé en pub (Jo)</li> </ul>			
<b>Affiches</b>	Joëlle Roy appui de Nicole Lefaive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieux utiliser les pancartes routières (consulter l'équipe de montage – ils ont un système)</li> <li>• Travailler avec Joëlle pour créer d'autres collants afin d'utiliser toutes les pancartes</li> <li>• Lancer et gérer une campagne « placez une affiche du festival sur votre pelouse! » où les gens peuvent communiquer avec nous pour obtenir une affiche, d'ici juin</li> <li>• Gérer une campagne « sortez vos loups », d'ici juin</li> <li>• Améliorer les affiches sur le site même - on a besoin de plus de visibilité à partir de la route, notamment, d'ici juin</li> <li>• Créer une nouvelle affiche pour le Musée</li> <li>• Explorer la possibilité de créer une grande pancarte à l'entrée principale du village d'ici mars</li> </ul>	500 \$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dates</li> <li>• Venez hurler avec nous!</li> <li>• Site web?</li> <li>• Prix pour les campagnes = billets gratuits!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Résidents de la région (francophones et anglophones)</li> <li>• Propriétaires de chalet</li> </ul>
<b>Marchandises</b>	Joëlle Roy appui de Nicole Lefaive	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Décider de la marchandise que l'on veut cette année : t-shirt, chandail, et...? d'ici février</li> <li>• Possiblement explorer plus qu'un modèle pour les t-shirts - ex. classique et « j'ai hurlé avec le loup », etc.</li> <li>• Commander la marchandise à temps pour Écho, pour que l'on puisse la vendre dans le cadre de cet événement</li> <li>• Être responsable des tables des marchandises</li> <li>• Choisir le meilleur endroit où placer la marchandise sur le site (devrait-on mettre la table à l'entrée?)</li> <li>• Explorer la reconnaissance des commanditaires sur la marchandise – et quelque chose au sujet du 400<sup>e</sup> sur les t-shirts</li> </ul>	00 \$	Venez hurler avec nous!	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Familles (projet scolaire)</li> <li>• Ceux qui viennent à nos événements (t-shirts, chandail)</li> </ul>

<b>Relations publiques</b>	Nadine Lalonde et Joëlle Roy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuer la brève description de nos événements</li> <li>• Établir un calendrier éditorial d'ici janvier et ensuite écrire et partager les contenus selon l'horaire</li> <li>• Travailler avec le Goût de vivre pour publier les articles</li> <li>• Possiblement travailler avec les commanditaires médias (ex. Vague FM) pour voir si on peut être mis en vedette régulièrement en mai/juin/juillet, et si oui, gérer cette visibilité</li> <li>• Chercher des endroits autres que les médias traditionnels où partager nos nouvelles (ex. bulletin paroissial, lettres d'écoles aux parents)</li> <li>• Explorer la création/gestion d'une liste de médias à l'interne – voir la liste du Commissaire aux langues officielles comme point de départ</li> <li>• Aider avec la rédaction de textes en général, au besoin</li> <li>• Travailler avec Radio Canada le jour de la messe</li> <li>• Communiqué pour annoncer la venue du Musée – septembre, effort médias pour mousser la recherche d'objets</li> </ul>	00 \$	<p>Festival</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Venez hurler avec nous!</li> <li>- À Lafontaine, le plaisir se vit en français</li> <li>- Visitez festivalduloup.on.ca</li> <li>- Musique, danse, bouffe, jeux d'enfants et encore plus!</li> <li>- Du jeudi 16 au dimanche 19 juillet à Lafontaine</li> </ul> <p>Écho</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Immense spectacle qui présente quatre siècles d'histoire et de culture française</li> <li>- Participation active des enfants et des adultes de la communauté</li> <li>- Les 23 et 24 avril 2015 au pavillon à Lafontaine</li> </ul> <p>Musée</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La mission de Champlain et son rêve d'une Nouvelle-France est passé par la Huronie</li> <li>- Il y a à Lafontaine une francophonie de souche qui provient de la vallée du St-Laurent</li> <li>- La pérennité de la francophonie de la Huronie</li> </ul>	Le grand Simcoe – mettre l'accent sur les francophones
<b>Site web</b>	Mikaela Lefaive avec appui d'Allex Laurin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Évaluer le contenu du site, éliminer/archiver la vieille info et la remplacer d'ici janvier</li> <li>• Simplifier la page programmation pour qu'elle soit facile à lire - liens aux bios, vidéos et sites des artistes, par lancement</li> <li>• trouver une bonne façon de promouvoir Écho et le thème pour cette année, d'ici janvier</li> <li>• Assurer une meilleure utilisation des photos, vidéos et</li> </ul>	50 \$	Tous	

		<ul style="list-style-type: none"> <li>contes</li> <li>• Eventbrite/vente de billet en ligne</li> <li>• Explorer un « formulaire d'inscription » pour recevoir des nouvelles du festival (courriel réservez la date, recrutement de bénévoles, rappel Écho, etc.) d'ici février</li> <li>• Considérer acheter festivalduloup.com et festivalduloup.ca (réacheminement) d'ici janvier</li> <li>• Bien promouvoir/décrire le nouveau projet du Musée vivant, puisque le gens ne le connaisse pas</li> <li>• Mettre des photos d'objets que l'on emprunte pour susciter l'intérêt et créer du contenu pour Facebook et Twitter - après le festival, fin été</li> <li>• Portraits des conférenciers invités au Musée : mi et fin octobre</li> </ul>		
<b>Médias sociaux</b>	Charlotte Bédard	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afficher régulièrement des messages sur Facebook, Twitter</li> <li>• Fermer le compte Instagram</li> <li>• Explorer d'ici février en faire le lien avec les clips Contes et légendes de la Huronie (Julien Laramée)</li> <li>• Explorer de nouvelles vidéos courtes qu'on pourrait créer pour YouTube afin de promouvoir le festival (peut-être pour 2016?) d'ici février</li> <li>• Parler au chef de section des relations publiques régulièrement pour harmoniser le calendrier éditorial</li> <li>• Reconnaître et remercier les commanditaires sur Facebook, Twitter</li> <li>• Partager des photos des objets du musée (devinez c'est quoi?) sur Facebook et Twitter</li> </ul>	00 \$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partenaires/francophonie</li> <li>• Artistes</li> <li>• Jeunes</li> <li>• Francophones du coin sur FB</li> </ul>

<b>Produits imprimés/graphisme</b>	Joëlle Roy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérer la création et la distribution de nos produits imprimés/graphiques</li> <li>• Possiblement trouver un graphiste professionnel. Si non, agir comme le contact à Jill. Projets : <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Créer une bannière Écho? pour web et Word d'ici janvier</li> <li>○ Cartes-présentoir pour lancement en février au Carnaval d'hiver de Tiny</li> <li>○ Affiches</li> <li>○ Billets imprimés (et si oui, à temps pour une promotion de vente anticipée a Écho en avril?)</li> <li>○ Affiches pour les points de ventes de billets (Canadian Tire) d'ici février</li> <li>○ Programmes (à temps pour les insérer dans le Mirror un mois d'avance)</li> <li>○ Conception visuelle des marchandises</li> </ul> </li> </ul>	2 000 \$	Tous
<b>Événements communautaires</b>	Michel Payment	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gérer le lancement de programmation.</li> <li>• Explorer un programme pour les écoles - concours ou atelier (travailler avec Suzanne Roy et Nadia Martins)</li> <li>• Quest Art (travailler avec Mikaela Lefaive) - entamer la conversation d'ici février</li> <li>• Évaluer les options pour et gérer/recruter les bénévoles pour les kiosques</li> <li>• Borden : jumelage de deux événements Portes ouvertes sur les langues officielles et journée annuelle de divertissements en famille du Centre de ressources à la famille, octobre 2015 – une proposition qui vaut plus la peine pour rejoindre le public cible du sud.</li> </ul>	400 \$	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grand Simcoe</li> <li>• Familles qui ne viennent pas d'habitude au festival</li> <li>• Familles francophones de la région</li> <li>• Communauté artistique</li> </ul>
<b>Total</b>			<b>6 100 \$</b>	

