

Sensibiliser 25

Le « street marketing » vient au secours de la propreté publique

Contenu

Présence de « promoboys » sur des évènements de l'été pour inviter le public présent à visiter le nouveau site Pure Province et participer au concours en ligne.

Objectifs recherchés

Sensibiliser les citoyens à la problématique de la propreté publique.

Leur faire connaître notre nouveau site Internet en les invitant à le visiter et participer à notre concours.

Public visé

Les vacanciers, les familles, les visiteurs d'évènements familiaux durant l'été 2016.

Acteurs / partenaires à impliquer

Intercommunale AIVE.

Province de Luxembourg.

Organisateurs d'évènements

Déroulement de l'action

5 évènements de l'été ont été choisis pour mener cette action de sensibilisation : la Foire Agricole de Libramont, le beau vélo de Ravel à Vielsalm et à Arlon, le Festival du conte de Chiny et la Fête du Parc naturel d'Attert. Tous rassemblent un public familial.



Par équipe de 2, des étudiants étaient équipés de ballons street marketing, caquettes et t-shirts à

l'effigie de notre nouvelle mascotte et du logo Pure province. Ils sillonnaient l'évènement pour sensibiliser les vacanciers et les familles à l'importance de la propreté publique. A l'aide d'une carte de visite, ils invitaient les adultes à visiter notre nouveau site Internet et participer à un concours doté de nombreux prix.

Les enfants recevaient des ballons de baudruches.



Outils téléchargeables

/

Bilan

Action attrayante, positive et bien accueillie tant par le public que par les organisateurs.

Nous aurions voulu participer à d'autres événements mais n'avons pas eu l'accord des organisateurs.

Suite au décompte des cartes de visites et des ballons de baudruches distribués, cette action a permis de toucher 706 adultes et 1043 enfants. Les équipes estiment avoir globalement touché plus de 2000 personnes :

Indicateur	Festivité					
	10/7 - Conte Chiny	16/7 - Ravel Vielsalm	23/7 - FAL	24/7 - Attert	20/8 - Ravel Arlon	
Estimation du nombre global de participants à l'évènement	1700	5000	195000	2500	4000	208200
Estimation du nombre de personnes touchées directement par les étudiants	335	400	250	400	700	2085
Nombre de cartes distribuées	128	281	55	59	183	706
Nombre de ballons baudruches distribués	207	247	250	139	200	1043

Peu de retour du concours (64 personnes) pourtant doté de 2 bons « séjour » attractifs.

Budget (hors frais de personnel préparatoires à l'action)

Quoi	Coût HTVA
Ballons baudruches	1.193,00 €
Ballons sac à dos	1.089,00 €
T'shirt – casquettes étudiants	93,55 €
Etudiants	318,54 €
Bons cadeaux	181,65 €
Total	2.875.74 €

