

Plan de communication

CapTik

*Hanou André - Neveu Arthur - Grand Baptiste - Pereira
Vanessa - Cardoso Alec - Lairet Tiphaine - Besse Grégory*

La Stratégie de Communication

- Message principal
- Naming et phrase d'accroche
- Cibles
- Argument de vente
- Introduction de la ligne éditoriale

La ligne éditoriale

- Objectifs de communication
- Positionnement et univers / références
- Ton et effets attendus de la campagne

Le calendrier mensuel de publications

Annexes

- Descriptif du produit
- Bibliographie

Stratégie de communication

Message Principal

Nous désirons véhiculer un message clair au public ; Les moustiques, aussi embêtants soient-ils, sont essentiels à la biodiversité. Parfois porteurs de maladies graves pour l'Homme, il est urgent de les éradiquer.

Ces deux déclarations semblent se contredire ; Les moustiques sont-ils bons ou mauvais ?

Nous proposons une solution, le Captik. Un appareil innovant permettant de tuer intelligemment les moustiques cibles, ceux contaminés et invasifs.

Naming et phrase d'accroche

Nom du produit :

Captik

Nom de l'application :

CAPT'APP

Slogan

Captik, le leurre à moustiques,
anti-sick !

Nom des abonnements :

Captik Green | Captik Blue | Captik Pro

Cibles

Cible principal

Notre cible principale est les familles françaises du sud-est de la France, des outre-mer ou vivants proches d'un point d'eau.

Ces zones voient leur population de moustiques augmenter dangereusement et envahir leur quotidien, apportant avec eux de nombreux virus.

Nous voulons surtout cibler les familles ultramarines* dans notre communication car les enfants sont fragiles, et les maladies comme le paludisme peuvent s'avérer fatales pour eux (les enfants de moins de 5 ans représentent 80% des décès src: [Le Monde](#)). C'est un argument de taille car le Captik assure aux parents une protection pour leur enfants.

*ultramarin = population d'outre-mer

Cœur de cible

Nous nous adressons spécifiquement aux jeunes parents, d'environ 25-35 ans. C'est la tranche d'âge optimale d'une communication sur les réseaux sociaux comme Instagram. Ces familles montrent un intérêt pour la nature, la santé et les activités en plein air.

Ils sont sensibles aux enjeux de biodiversité et recherchent des solutions durables et respectueuses de l'environnement et sont donc réceptifs à notre message.

Cible secondaire

- Notre cible secondaire est la presse locale d'outre-mer.

Nous communiquons via les médias locaux de nos cibles, comme les chaînes de télévisions (Martinique 1er, Guadeloupe 1er, Guyane 1er, France 24, via ATV...), la radio (NRJ ; RCI ; Nostalgie ; Trac), la presse en ligne telle FranceAntilles.fr ; Le Quotidien (Réunion) Le journal de Mayotte (Mayotte).

- Notre cible secondaire concerne aussi des médias spécialisés dans les domaines de la nature, de la santé, et du bien-être. Ce sont des revues, magazines et autres presses consommées régulièrement par nos cibles principales. Ils parlent le mieux des enjeux et des dangers des moustiques.
- Enfin, nous visons des influenceurs Instagram car faire des partenariats avec eux pourrait booster notre réputation et la confiance avec le public.

Les influenceurs recherchés doivent habiter en outre-mers, ou au moins en parler souvent sur leurs réseaux. L'optimal serait des familles qui informent sur la santé et le bien-être des enfants. Les propositions trouvées sont les suivantes :

> @erika_teekah (Influenceuse des Caraïbes, fondatrice de Timoon un compte insta/youtube qui partage sur l'éducation, la culture, et la prévention.)

> @orlaneetcelian (Couple d'influenceur qui partagent des bons plans en Guadeloupe, ils sont ouverts aux collaborations commerciales)

Arguments de vente

Le Captik Green permet d'éradiquer 99% des moustiques contaminés aux alentours, vous garantissant de ne jamais attraper leurs maladies & virus.

Le Captik Blue, en plus de l'éradication des sujets malades, a une capacité d'attraction de moustiques supérieurs à n'importe quels autres produits sur le marché, et tuera un pourcentage de l'espèce invasive afin d'obtenir un retour à une population normale dans la zone d'efficacité.

Le Captik Pro fonctionne à une échelle bien supérieure des deux autres gammes. Parfait pour protéger une plus grande surface qu'une maison, telle qu'une entreprise, un chantier ou un parc par exemple.

Pour toutes les gammes, on peut dire qu'acheter un Captik revient moins cher sur le long terme que d'acheter d'autres solutions temporaires plusieurs fois. Aussi, certains produits sont dangereux pour la peau, les animaux ou les enfants, alors que le Captik ne comprend aucun risque.

La ligne éditoriale

Objectifs de communication

L'objectif de notre campagne de communication est de sensibiliser sur les virus et parasites véhiculés par les moustiques, ainsi que sur les espèces invasives de certaines régions de France. Nous utilisons un ton léger tout au long de notre campagne.

Nous voulons informer et éduquer sur le rôle des moustiques dans l'environnement ; Il est un pollinisateur au même titre que les abeilles, et prends le rôle de proie dans la chaîne alimentaire de plusieurs espèces.

Après avoir établi tout ça, nous présentons notre produit comme la balance entre confort, santé et respect de la biodiversité.

Ton et effets attendus de la campagne

Dans nos messages, nous voulons informer sans pour autant faire peur. C'est pour cette raison que nous voulons utiliser un ton léger, amical. Pour ce faire, nous allons employer les mots d'un registre simple, afin d'augmenter au maximum la portée de compréhension de nos messages. Nous allons donc utiliser un discours public. De plus, l'utilisation de l'humour est envisagée dans le cadre de notre communication sur Instagram notamment, par exemple des memes sur les moustiques, ou de courtes vidéos humoristiques (reels).

Positionnement et univers \ références

Notre univers est dans les tons vert, bleu, cyan et beige. Nous voulons des couleurs douces qui rappellent la nature et l'équilibre. L'usage d'éléments de la nature (feuilles, plantes, arbres, fleurs...) est courant dans notre communication. Une police d'écriture arrondie, sans pour autant enfantine (irrégulière, scribble...), doit être utilisée pour communiquer avec douceur.

Notre produit s'adresse à des personnes déjà conscientes des problèmes liés aux moustiques. Ils en ont assez des publicités « classiques », souvent moroses et fondées sur la peur pour inciter à l'achat. À l'inverse, nous souhaitons dédramatiser la situation en adoptant un ton plus léger, voire humoristique, afin d'apporter un certain soulagement à notre public cible.

Notre positionnement est celui d'une alternative "anti-moustique" saine pour l'Homme et respectueuse de l'environnement. Nous garantissons une meilleure qualité de vie, avec une promesse d'éradiquer les maladies des moustiques sur le long terme.

Calendrier mensuel

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
M A I				1	2	3	4
	5	6	7	8	9	10	11
	12	13	14	15	16	17	18
	19	20	21	22	23	24	25
	26	27	28 1ère publication Photo Guess	29	30	31 2ÈME Publication REPONSE AU GUESS + Ouverture du site	

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
J U N							1
	2	3	4 3ÈME Publication photo + explication du produit	5	6	7	8
	9	10	11 4ÈME Publication affiche du produit	12	13	14	15
	16	17	18 5ÈME Publication parrainage	19	20	21	22
	23	24	25 6ÈME Publication pub vidéo	26	27	28	29
	30						

	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
J U I L L E T		1	2 7ème publication statistiques sur les dangers des moustiques	3	4	5	6
	7	8	9 8ème publication Article de press sur notre produit	10	11	12	13
	14	15	16 9ème publication jeu concours pour gagner Captik Green	17	18	19	20
	21	22	23	24	25	26	27
	28	29	30	31			

Pourquoi ces choix :

Nous avons décidé de publier le mercredi car le plus souvent, les parents sont à la maison avec leurs enfants. Ils sont donc plus susceptibles de regarder leur notifications instagram, donc de regarder des contenus liés à notre produit.

Annexes

Descriptifs du produit (version 300 mots)

Notre produit est le Captik. Il capture et tue les moustiques transmetteurs de maladies. L'appareil est placé en extérieur, suspendu dans un jardin ou derrière la maison.

Il existe plusieurs gammes. Le Captik Green possède la fonctionnalité 'Moustique Contaminé'.

L'objet est composé de 2 parties : On appelle le module les picots vert/bleu et leur socles en bois dévissable. Le module sert à attirer les moustiques et détecter s'il est contaminé. La seconde partie est simplement la sphère qui tue les moustiques capturés.

Le Captik Blue ajoute la fonctionnalité 'Moustiques invasifs'. À l'aide d'un système GPS, il tue également les moustiques en surabondance dans une zone spécifique.

Le but est de ne pas tuer tous les moustiques, car ils sont nécessaires pour la pollinisation et essentiels dans la chaîne alimentaire.

Pour rentrer plus en détail, les picots verts dégagent des phéromones qui attirent les moustiques. Les moustiques détectent les odeurs à 30 mètres d'eux. Les phéromones diffusées par le Captik sont bien plus alléchantes pour eux, ainsi ils se dirigeront naturellement vers lui.

Ensuite, lorsque les moustiques sont collés aux picots, ces derniers réussissent la prouesse de détecter si les sujets sont porteurs d'une maladie ou non. Les sujets contaminés sont alors aspirés dans la sphère où ils sont tués à l'aide d'une petite décharge électrique.

Le produit vise principalement les outre-mer françaises, où les maladies se diffusent déjà en masse.

Le prix d'achat est de 150 euros, avec des abonnements bimestriels de 50 et 80 euros pour les gammes Green et Blue respectivement.

Tous les deux mois, on reçoit un paquet avec deux modules pleins de phéromones.

Le but est de garder l'idée d'un produit bon pour le développement durable ; Une fois les nouveaux modules reçus, on revoit gratuitement les anciens modules vides.

Ils sont ensuite testé pour bon fonctionnement puis remplis de nouveau afin d'être réutilisés !

Descriptifs du produit (version 100 mots)

Notre produit, Captik, tue les moustiques porteurs de maladies dans les zones outre-mer de France. Les picots verts de l'objet dégagent des phéromones qui attirent le moustique puis détectent au contact de ce dernier s'il possède une maladie ou non.

Il s'agit de réguler la population de moustiques sans pour autant les éliminer car ils sont nécessaires pour la biodiversité. La gamme Blue tue aussi les espèces invasives sur un territoire précis.

Enfin, le prix et le système d'abonnement permettent d'éviter un surplus de déchets en favorisant le recyclage des recharges usées.

Présentation de la marque

CAPTIK est une marque qui se soucie réellement de votre santé tout en ayant pour vocation de préserver la biodiversité. Chaque année, plusieurs dizaine de milliers de personnes dans le monde perdent la vie à cause des moustiques infectés. À travers notre innovation CAPTIK, nous luttons efficacement contre les moustiques porteurs de maladies comme la dengue, le chikungunya et le zika, dangereuses pour l'humain. Le produit se divise en plusieurs gammes afin d'offrir différentes options et des niveaux d'accessibilité.

Notre objectif ? Vous offrir une vie plus saine tout en respectant l'environnement. En utilisant CAPTIK, vous faites un geste concret pour votre santé, celle de vos proches, et pour la planète. Parce qu'une meilleure santé commence par le meilleur choix, adoptez le CAPTIK !

Bio instagram

⚠️ Compte fictif

Captik, vivez enfin sans moustiques! 🦟

🌿 L'équilibre entre biodiversité & santé

📌 Leurre à moustique, éliminant piquûres et maladies

Sources

Wikipédia

Moustique

Mis à jour le 3 juin 2025 à 09:50

Consulté le 13 mai 2025

<https://fr.wikipedia.org/wiki/Moustique>

Ministre du travail, de la santé, des solidarités et des familles

Cartes de présence du moustique tigre (*Aedes albopictus*) en France métropolitaine

Publié par Le Gouvernement et mis à jour le 16 mai 2025

Consulté le 13 mai 2025

<https://sante.gouv.fr/sante-et-environnement/risques-microbiologiques-physiques-et-chimiques/especes-nuisibles-et-parasites/article/cartes-de-presence-du-moustique-tigre-aedes-albopictus-en-france-metropolitaine>

MUSÉUM

PEUT-ON COHABITER AVEC LES MOUSTIQUES ?

Publié par le portail d'information du MUSÉUM en octobre 2022

Consulté le 15 mai 2025

<https://www.mnhn.fr/fr/peut-on-cohabiter-avec-les-moustiques#:~:text=Qu'est%2Dce%20qui%20attire,de%20sueur%2C%20haleine%2C%20etc>

Le Monde

Chaque minute, un enfant de moins de 5 ans meurt du paludisme dans le monde

Publié le 25 avril 2022 à 12h26

Consulté le 15 mai 2025

https://www.lemonde.fr/idees/article/2022/04/25/chaque-minute-un-enfant-de-moins-de-cinq-ans-meurt-du-paludisme-dans-le-monde_6123599_3232.html

L'Assurance Maladie

Piqûre de moustiques : maladies et mode de transmission

Publié par un auteur inconnu le 19 mai 2025

Consulté le 19 mai 2025

[https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/piqûre-moustique-maladies/mecanismes-contamination-maladies-moustiques#:~:text=Les%20moustiques%20infectés%20peuvent%20transmettre,filariose%20lymphatique\)%20en%20le%20piquant](https://www.ameli.fr/assure/sante/themes/piqûre-moustique-maladies/mecanismes-contamination-maladies-moustiques#:~:text=Les%20moustiques%20infectés%20peuvent%20transmettre,filariose%20lymphatique)%20en%20le%20piquant)

Commission Européenne

Des capteurs pour lutter contre les moustiques porteurs de la fièvre du Nil occidental

Publié par Le Gouvernement et mis à jour le 29 septembre 2023

Consulté le 19 mai 2025

<https://cordis.europa.eu/article/id/446697-sensors-key-in-the-fight-against-mosquitoes-carrying-west-nile-fever/fr>

Vectrack

Earth observation service for preventive control of insect disease vectors

Consulté le 19 mai 2025

<https://vectrack.avia-gis.com>

Qista

Qista L'aspiration MosqiVortex 788

Publié par Pierre BELLAGAMBI le 17 mai 2023

Consulté le 19 mai 2025

<https://qista.com/fr/>

emarketing.fr

Quand faut-il publier sur Instagram ? Les bons jours et les bonnes heures

Publié par La Rédaction le 29 mai 2023

Consulté le 20 mai 2025

Selon un rapport réalisé par Mention et Hubspot, mercredi et dimanche sont les jours de la semaine où les réactions sont à leur maximum. En effet, les utilisateurs ont besoin de souffler en milieu et fin de semaine, donc sont plus susceptible de réagir sur Instagram.

<https://www.e-marketing.fr/Thematique/influences-1293/reseaux-sociaux-2216/Breves/Publication-sur-Instagram-quel-est-le-bon-timing--381803.htm#:~:text=Le%20meilleur%20jour%20pour%20poster,milieu%20et%20fin%20de%20semaine.>