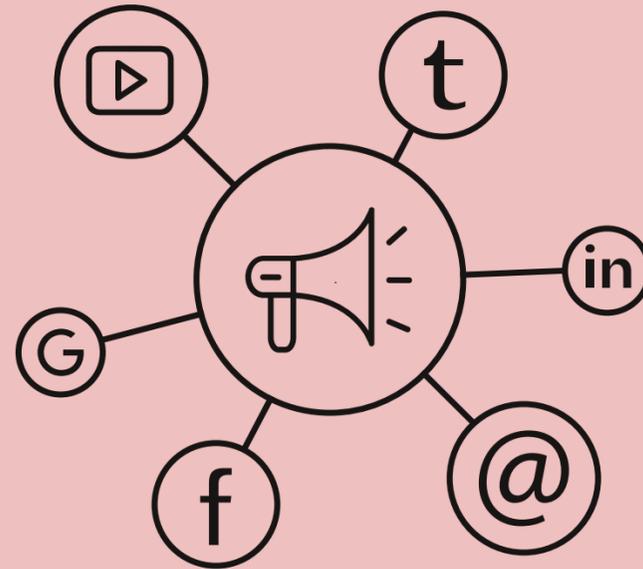
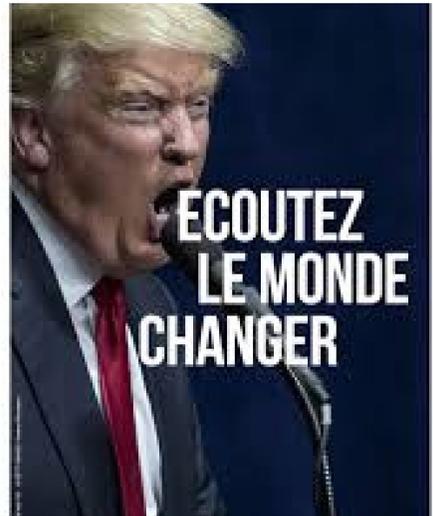
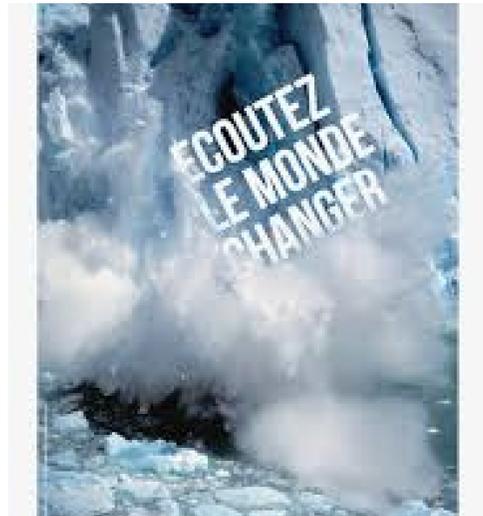


LE 20 JANVIER 2022

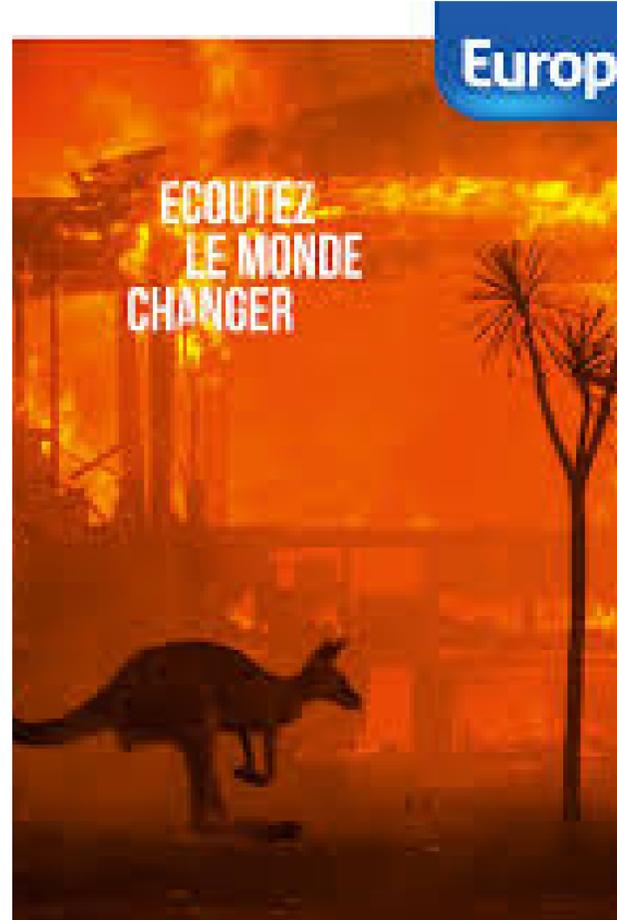
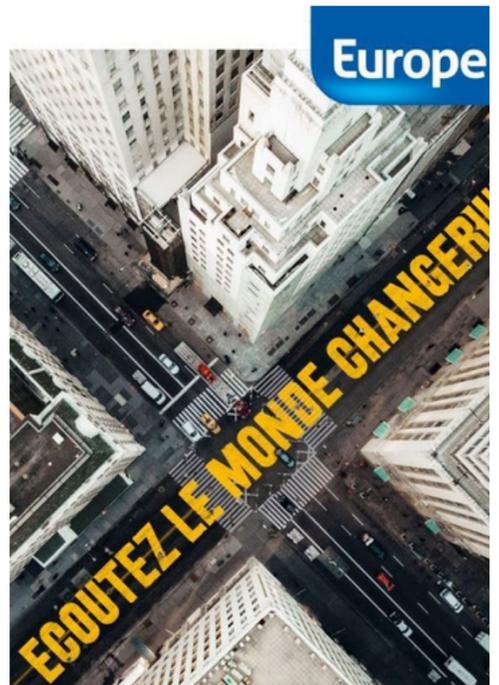


Analyse d'une campagne de communication

Conception d'une campagne de communication



Écoutez le monde changer



Campagne Europe 1

1

Emeteur/ Cible/
Positionnement

Europe 1

Personnes qui écoutent
la radio

Montrer qu'Europe est
une source d'information
importante

2

Objectifs

Cognitifs -> informer des
changements dans le
monde

Conatifs -> inciter à
écouter Europe 1 et à
partager leur entourage

Affectifs -> Créer une
image positive et
renforcer fidélité

3

Message/ Accroche/
Slogan

Message -> Europe 1 est
une source
d'informations de qualité

"Restez informé des
changements dans le
monde en écoutant
Europe 1"

Campagne Europe 1

4

Le type de
communication

Communication de
marque

Vise à renforcer l'image
d'Europe 1, source fiable
et efficace

5

Description du visuel

6

Les fonctions

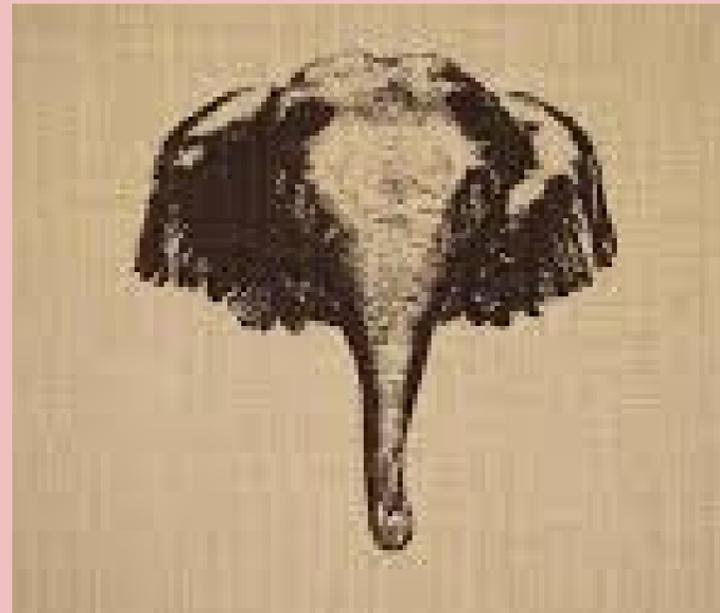
Épistémique -> informe
auditeurs des dernières
actualités

Symbolique -> renforce
l'image de marque

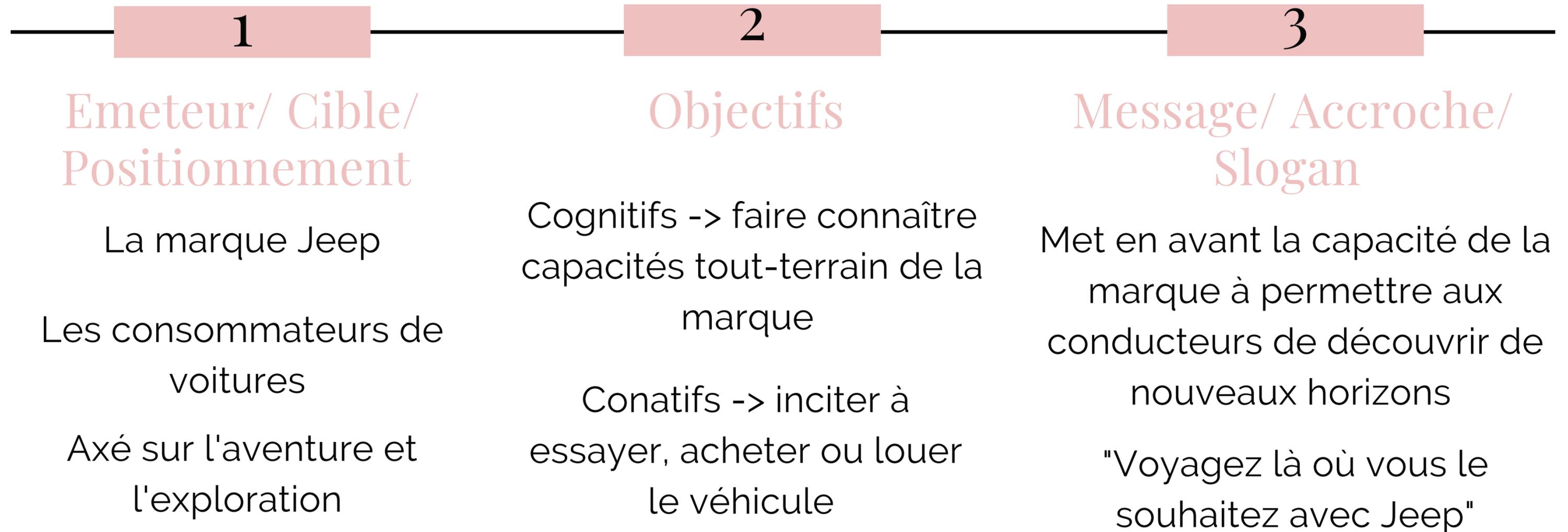
Esthétique -> attire
l'attention

*See whatever you
want to see*

Jeep



Campagne Jeep



Campagne Jeep

4

Le type de
communication

Communication de
marque

Met en avant les valeurs
de la marque ≠ les
caractéristiques d'un
produit

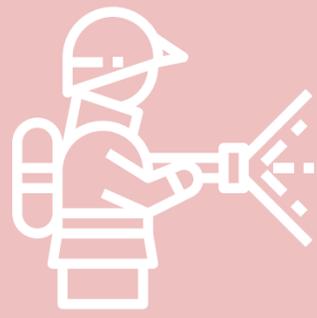
5

Description du visuel

6

Les fonctions

Symbolique ->
Vise à associer la
marque à l'idée de
liberté et
d'aventure



#Touspompiers



C'EST PAS L'ÂGE QUI COMPTE
C'est toi!



C'EST PAS LA TAILLE QUI COMPTE
C'est toi!



C'EST PAS LA FORCE QUI COMPTE
C'est toi!

#Touspompiers

1

Emeteur/ Cible/
Positionnement

La FNSPF

Le grand public

Centré sur
l'héroïsme et le
comique

2

Objectifs

Conatifs -> inciter les
personnes à soutenir les
sapeurs-pompiers

Affectifs -> susciter
l'empathie et de
l'admiration

3

Message/ Accroche
Slogan

"C'est pas l'âge/ la
taille/ la force qui
compte c'est toi"

#Touspompiers

4

Le type de
communication

Communication de
marque

5

Description
du visuel

6

Les fonctions

Symbolique

