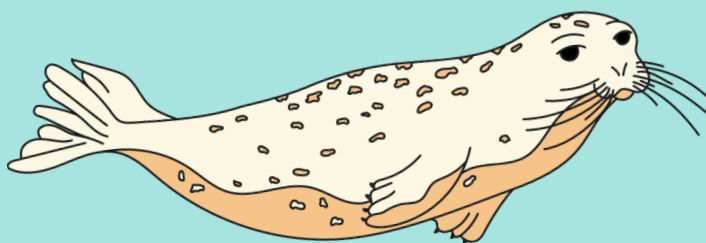


Semaine de l'océan

Le Festival du 1er au 8 juin

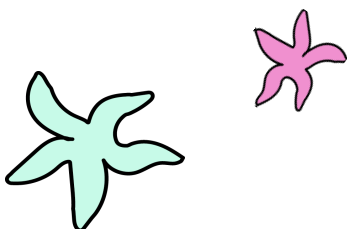
Rapport de
l'édition 2022



2022

Table des matières

Mot de l'équipe	3
Introduction	4
Partenaires et financement	5
La programmation	6
La plateforme web	8
Un impact positif qui parle!	9
Rapport d'audience	9
Traffic site web : semainedelocean.ca	10
Couverture Facebook / Instagram	11
Provenance du trafic	11
Promotion et diffusion	12
La stratégie de promotion et de diffusion	12
Budget publicitaire et marketing total	12
Efforts de promotion et de diffusion en bref	13
Écosystème de diffusion	13
Les visionnements en chiffres	14
Les nettoyages de berges	16
Un impact plus que concret!	16
Le concours artistique	18
Conclusion	20
Pour nous contacter	21



Mot de l'équipe

Pour une 3^e année consécutive, la Semaine de l'océan a su se démarquer par son cursus et ses contenus originaux! Coordonnée et promue à l'échelle internationale depuis 2002, la Journée Mondiale des Océans est une célébration annuelle le 8 juin, ainsi qu'un appel à l'action pour la conservation des océans tout au long de l'année. Depuis 2009, la Journée mondiale des océans est également officiellement reconnue par les Nations Unies.

Une meilleure compréhension et appréciation de l'océan est bénéfique sur tous les aspects de la vie. Le Canada longe trois océans; l'Arctique, l'Atlantique et le Pacifique, nous plaçant comme la nation ayant le plus long littoral au monde! De plus, le fleuve Saint-Laurent s'allonge des grands lacs jusqu'au golfe du Saint-Laurent, agissant comme un corridor vers l'Atlantique. Notre rôle et notre impact sur la santé de l'océan sont grands.

Du 1er au 8 juin, ce sont 15 événements, des quiz et 6 nettoyages de berge qui ont été orchestrés. Ce sont plus de 5 000 personnes qui ont participé à nos activités et 40 000 personnes atteintes sur nos réseaux. Ce n'est pas rien pour une 3^e édition !

C'est aussi grâce au soutien de nos nombreux partenaires, collaborateurs et du public, que nous avons pu mettre en place cette édition 2022. Grâce au soutien de toute une communauté, le festival reprend son envol pour une autre édition haute en couleur! Nous sommes fier.es de présenter encore cette année, la version québécoise et 100% francophone du mouvement pancanadien *Ocean Week Canada*.

À l'année prochaine 🙌

L'équipe de l'Organisation Bleue :)



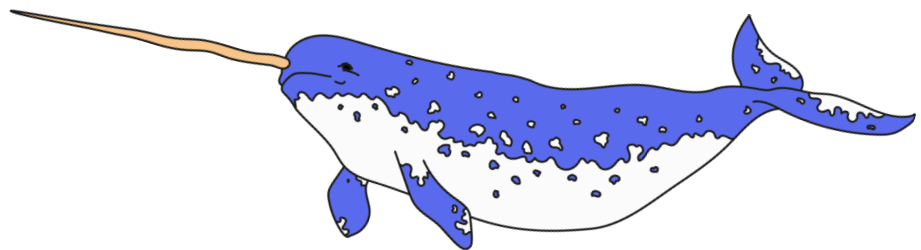
Introduction

Fondée en 2018, l'Organisation Bleue est un organisme à but non lucratif pour la conservation de l'environnement. C'est grâce à l'association de la vulgarisation scientifique et du média créatif, que nous repensons la sensibilisation environnementale autour d'expériences enrichissantes face à la planète en changement.

L'Organisation Bleue est fière de produire *La Semaine de l'océan*, un phénomène canadien qui allie vulgarisation scientifique, art et créativité, en devenant le premier chapitre québécois et 100% francophone du festival *Ocean Week Canada*. Au menu, plusieurs conférences avec des spécialistes de renom, des nettoyage des berges du Saint-Laurent, mais surtout, des performances musicales et artistiques pour briser les silos entre les sphères scientifiques, environnementales et culturelles.

Ce festival, mis sur pied en pleine pandémie en 2020, est reparti pour une troisième année consécutive, à la rencontre d'experts, d'entrepreneurs et d'artistes qui font découvrir aux festivalier.es des idées et des projets interdisciplinaires, qui sensibilisent le grand public à l'importance de maintenir nos océans et notre fleuve en santé.

L'Organisation Bleue en fait un événement annuel dans l'écosystème des festivals émergents de la province, qui rassemble les Québécois.es autour du fleuve Saint-Laurent et de l'océan.



Partenaires et financement

Le chapitre québécois de la Semaine de l’océan 2022 a été rendu possible grâce aux 27 entreprises et organismes qui ont soutenu financièrement et collaborativement la troisième édition. Cette année, ce sont à peine 25 000 \$ qui ont permis de mettre en place cette ambitieuse semaine aux retombées multiples.

Grâce au soutien de toute une communauté, le festival a repris son envol!



La programmation

Afin d'offrir une programmation diversifiée, nous avons fait preuve de créativité et de stratégie. Pour ce faire, nous avons ciblé des plages horaires distinctes afin de rejoindre des audiences variées. Tant sur l'heure du midi qu'en soirée, nous avons réussi à bien cerner les tendances de notre auditoire et faciliter un maximum de présence sur nos événements virtuels.

Nous avons aussi reçu de l'accompagnement stratégique de la part de l'agence La Base, agence marketing, avec qui nous avons développé une grille de programmation et une stratégie de communication étoffée. Cette approche nous a permis de bien planifier nos contenus et leur promotion avant la diffusion du festival. Notre travail de planification nous a permis d'atteindre près de 5 000 visionnements dans la période du 1er au 8 juin, avec une portée entièrement organique de 40 000 personnes atteintes à travers nos réseaux sociaux.

Semaine de l'Océan *programmation programmation du 1er au 8 juin 2022*

<p>LA HAUTE VOLTIGE EN MILIEU MARIN AVEC LYSANNE RICHARD <i>Classe de maître</i></p> <p>1^{er} juin 17h00 à 18h30 Facebook live</p>	<p>NETTOYAGE À LÉVIS <i>Nettoyage de berge</i></p> <p>5 juin 11h00 à 13h00 Événement de mobilisation</p>
<p>L'AVENTURE DE LA VIRÉE DU SAINT-LAURENT <i>Discussion en ligne</i></p> <p>2 juin 19h00 à 19h30 Facebook live</p>	<p>BALAD'EAU PAR LYNE MORISSETTE <i>Épisode sur la Semaine de l'Océan</i></p> <p>7 juin 12h00 à 13h00 Facebook live</p>
<p>PARCOURS DE NETTOYAGES À MONTRÉAL <i>Nettoyage de berge + DJ Set</i></p> <p>4 juin 10h00 à 14h00 Plusieurs lieux en simultané</p>	<p>L'EXPÉDITION BLEUE: SCIENCE, ART ET INCLUSIVITÉ <i>Lancement & panel</i></p> <p>8 juin 18h00 à 19h00 Facebook live</p>
<p>Ciné-marin</p>	
<p>WEB-SÉRIE : LA VIRÉE DU SAINT-LAURENT <i>Visionnement en ligne</i></p> <p>3 - 5 juin Gratuit sur inscription</p>	<p>DOCUMENTAIRE : THE LAST OF THE RIGHT WALES <i>Visionnement en ligne</i></p> <p>3 - 5 juin Gratuit sur inscription</p>

Pour voir la programmation en détails, cliquez [ici](#).

Classe de maître
LA HAUTE VOLTIGE EN MILIEU MARIN AVEC LYSANNE RICHARD & SON COLLABORATEUR FRANÇOIS LEDUC

1^{er} juin 17h00 à 18h30
 Facebook live

présenté par QUÉBECOR





Inscrivez-vous

Ciné-marin
DOCUMENTAIRE LAST OF THE RIGHT WHALES

3-5 juin En ligne

HIT PRODUCTIONS



Inscrivez-vous

Ciné-marin
WEB-SÉRIE LA VIRÉE DU SAINT-LAURENT

1-8 juin En ligne

TELUS



Visionnez ici

Discussion en ligne
L'AVENTURE DE LA VIRÉE DU SAINT-LAURENT

2 juin 19h00 à 19h30
 Facebook live

Avec : Marie-France L'Écuyer et France Basile



Inscrivez-vous

Parcours de nettoyages
NETTOYAGE DE BERGES À MONTRÉAL

4 juin 11h00 à 14h00
 Montréal



Inscrivez-vous

Parcours de nettoyages
NETTOYAGE DE BERGES À LÉVIS

5 juin 11h00 à 13h00
 Québec



Inscrivez-vous

Discussion en ligne
BALAD'EAU PAR LYNE MORISSETTE
 ÉPISODE SPÉCIAL - SEMAINE DE L'OcéAN

7 juin 12h00 à 13h00
 Facebook live



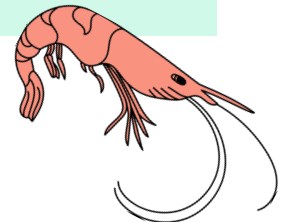
Inscrivez-vous

Panel de discussion
L'EXPÉDITION BLEUE : SCIENCE, ART & INCLUSIVITÉ

8 juin 18h00 à 19h00
 Facebook live



Inscrivez-vous

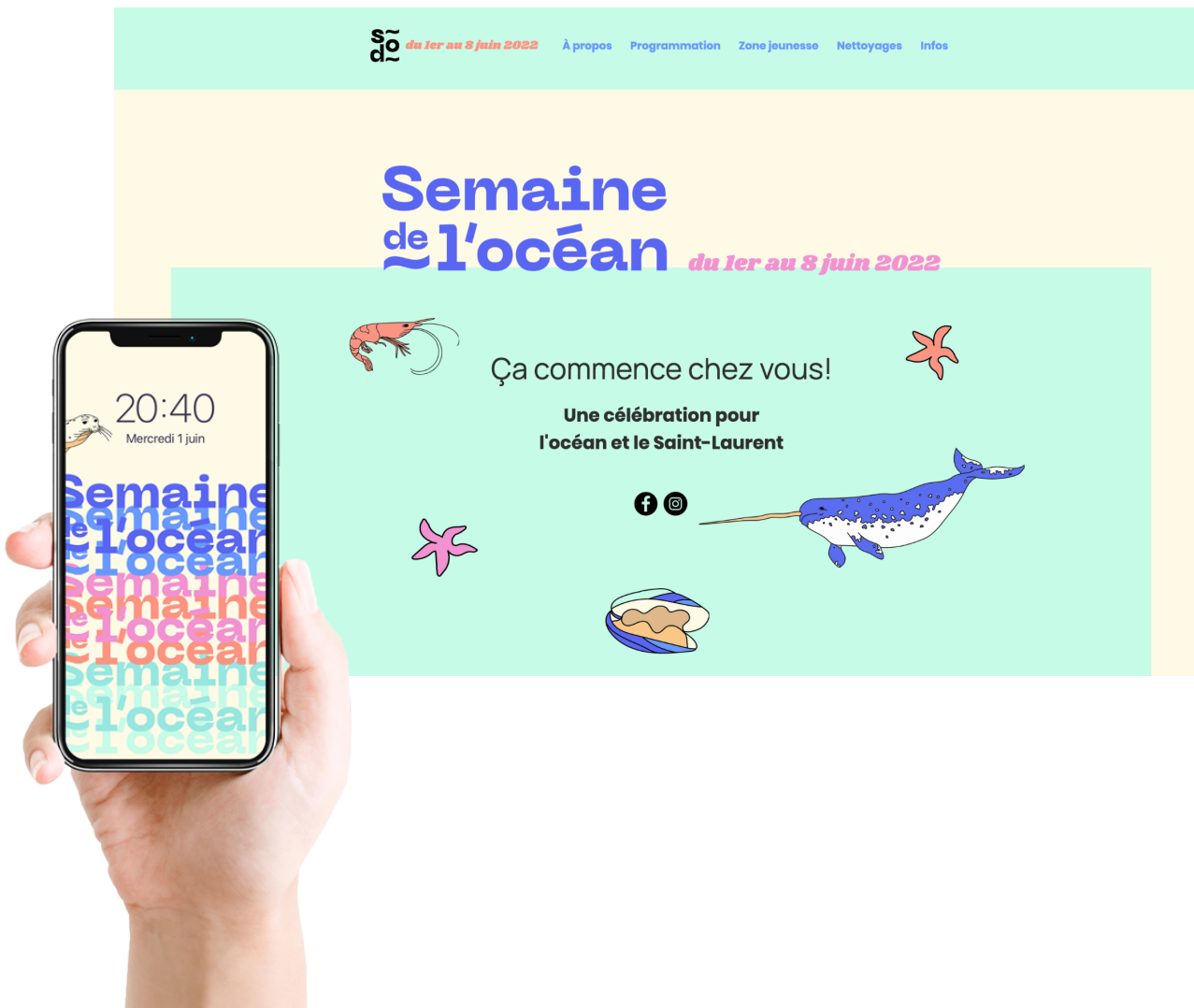


La plateforme web

Afin de centraliser l'information et mettre en valeur notre marque, nous avons créé, en 2021, un *hub* numérique pour le festival, que nous avons peaufiné et optimisé pour cette nouvelle édition. Nous avons aussi créé une nouvelle « zone jeunesse » pour centraliser les activités destinées aux jeunes de 12 ans et plus.

La plateforme web www.semainedelocean.ca devient ainsi le point d'ancrage pour faciliter les inscriptions aux événements et centraliser l'information pour le public. La plateforme nouvellement optimisée nous permet d'envoyer des rappels aux participant.es et nous permet également de récolter de précieuses données sur la nature de notre audience.

Pour voir la plateforme, cliquez [ici](#).



Un impact positif qui parle!

- **14 événements** : 8 virtuels + 6 sur le terrain
- **5 000 visionnements** de nos contenus vidéo
- **40 000 personnes atteintes** sur les réseaux sociaux
- **6 nettoyages de berges** simultanés entre Québec, Montréal et La Mitis
- **235 bénévoles** impliqués.es
- **1.1 tonnes de déchets** ramassés
- Une portée dans la **francophonie internationale!**

Rapport d'audience

Cette année encore, nos efforts sur le web se sont traduits principalement dans la francophonie, et ce à travers le monde! Un public international a consulté notre site web, dont en France, en Belgique et dans certains pays d'Afrique, renforçant l'importance de notre initiative dans le milieu francophone.

Nous avons aussi augmenté le trafic sur notre site web comparativement à l'édition 2021. Pour l'édition 2023, nous pourrions envisager de développer la découvrabilité accrue par le SEO et le référencement, notamment par des moteurs de recherche tels que Google.

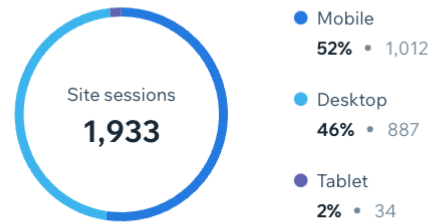
Traffic site web : semainedelocean.ca

New vs returning visitors



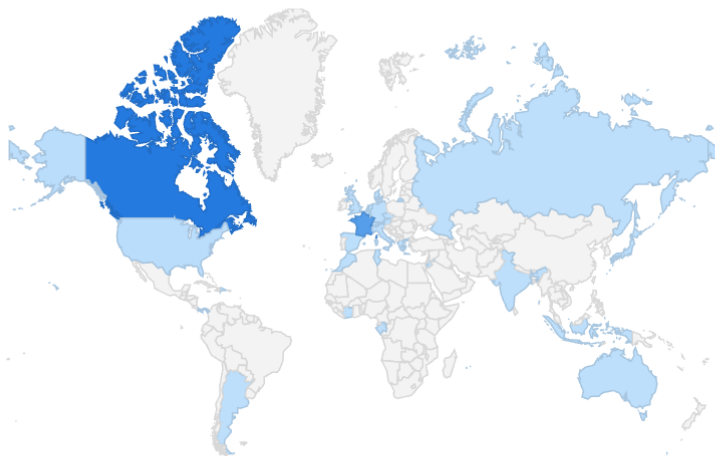
[See full report](#)

Sessions by device



[See full report](#)

Sessions by country



1  1,133

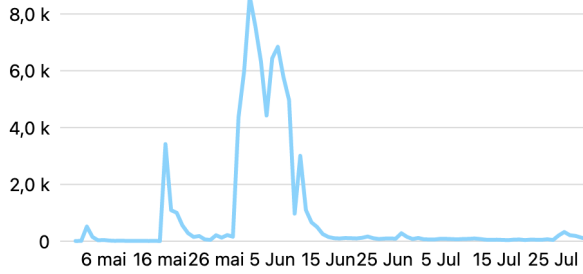
Countries

Canada >	1,133
France >	707
United States >	20
Belgium >	10
Italy >	9
Switzerland >	8
Spain >	6

Couverture Facebook / Instagram

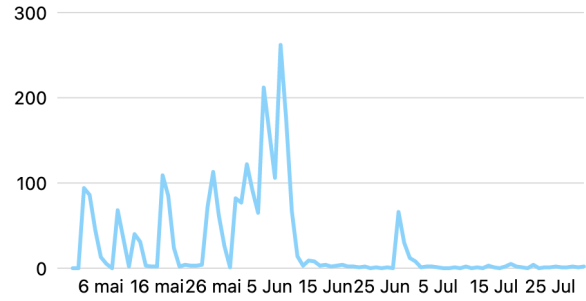
Couverture de la Page Facebook ⓘ

51 130 ↑ 7,2.k



Couverture Instagram ⓘ

806 ↑ 826,4



Provenance du trafic



Promotion et diffusion

Nos efforts de promotion sur les réseaux sociaux sont axés principalement sur Facebook, comme le montre la provenance du trafic généré sur notre site web. Ceci s'explique par la grande audience qui nous suit sur ce média. Instagram nous permet quant à lui, de rejoindre un auditoire plus jeune, de diffuser du contenu complémentaire et de diffuser des «stories» conjointement sur Facebook et Instagram.

L'envoi du communiqué de presse par Cision nous a permis de diffuser notre initiative à travers le pays. Nous avons atteint plus de 75 000 personnes par les médias, le communiqué de presse et la couverture sur les réseaux sociaux.

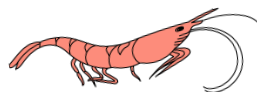
La stratégie de promotion et de diffusion

Nous avons créé des partenariats de diffusion et de promotion afin d'augmenter notre portée sur les réseaux à partir de la création de la page de la Semaine de l'océan sur Facebook et Instagram. Pour chaque contenu créé et diffusé, nous avons des publications croisées planifiées, ce qui nous a permis d'atteindre plusieurs milliers de personnes à plusieurs reprises sur différentes pages Facebook.

Nous avons aussi ciblé des groupes d'âges et des intérêts pour aller chercher un maximum de nouveaux abonnés. Cette stratégie s'est montrée concluante, avec un haut taux d'adhésion à notre page Facebook et une portée organique équivalant à une portée payée.

Budget publicitaire et marketing total

1 200 \$



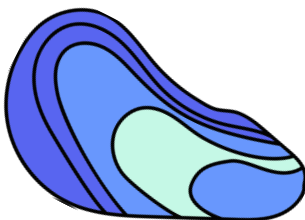
Efforts de promotion et de diffusion en bref

- Optimisation de la plateforme web
- Une vidéo promotionnelle animée de 30 secondes
- Un communiqué de presse envoyé nationalement par Cision
- Une campagne publicitaire pour les réseaux sociaux

Écosystème de diffusion

Vitrine de diffusion	Où
Plateforme web pour faciliter les inscriptions	semainelocean.ca
Diffusion des événements virtuels	Facebook SDO* et OB*
Promotion, communication	Facebook, Instagram (SDO et OB), LinkedIn
Contenu complémentaire et quiz	Instagram et Stories
Infolettres	Liste de courriels de l'Organisation Bleue et semainedelocean.ca

*SDO = Semaine de l'océan; OB = Organisation Bleue



La découvrabilité en chiffres

Type de contenu	Titre	Partenaires de promotion/ diffusion	Visionnements / participant.es	Portée FB* et IG* combinée
Classe de maître	La haute voltige en milieu marin avec Lysanne Richard	Québecor, Lysanne Richard et ApneaCity	1700	6688
Web série 3 épisodes	La Virée du Saint-Laurent	La Virée du Saint-Laurent	260	3909
Webinaire	Discussion avec la réalisatrice et le producteur de la Virée du Saint-Laurent	La Virée du Saint-Laurent	450	3146
Ciné-marin	The last of the right whales	-	450	4166
Nettoyage et webinaire corporatif (privé)	Pointe du moulin, Vieux-Port de Montréal	Eidos	30	-
Nettoyage communautaire	Montréal, Parcours dans l'Ouest de la ville	Guru, Taiga, ApneaCity, Provert, Grame, Éco-quartier Lasalle	75	2612
Nettoyage communautaire	Bas-Saint-Laurent Parcours Mitis	La Mitis	100	-
Nettoyage communautaire	Québec, Anse Gilmour	Port de Québec, Ville de Lévis, Stratégies Saint-Laurent	30	8509

Type de contenu	Titre	Partenaires de promotion / diffusion	Visionnements / participant.es	Portée FB* et IG* combinée
Webinaire / Podcast	Lancement de la plateforme Balad'Eau avec Lyne Morissette	Lyne Morissette, Balad'Eau	555	5750
Panel en ligne	L'Expédition Bleue, rencontre avec les chercheuses	Biosphère Espace pour la vie	1300	789
Éditorial, dossier numérique spécial SDO	À quoi servent les baleines?	GREMM, Baleines en direct	850	1671
Vidéo promotionnelle	La Semaine de l'océan	Portée organique et payante	1867	6000
Total:			6 106	41 012

* FB = Facebook; IG = Instagram

Les nettoyages de berges

Un impact plus que concret!

- 1.1 tonnes de déchets collectés entre Montréal, Québec et La Mitis
- 235 bénévoles de mobilisé.es
- 7 organismes communautaires et environnementaux impliqués
- 8 entreprises collaboratives et commanditaires

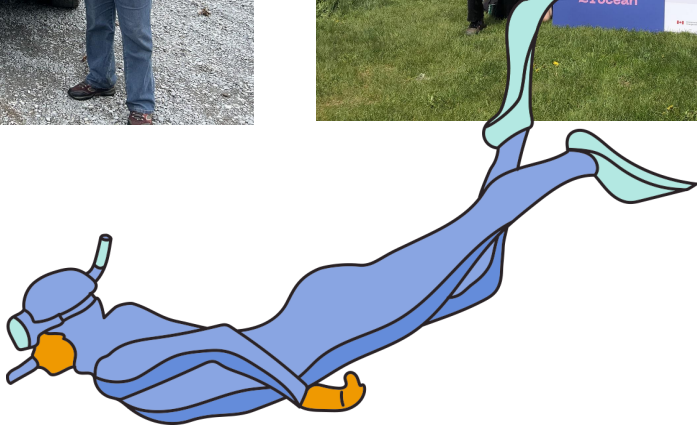
Montréal 4 juin 2022	Québec 5 juin 2022	Mitis 4 juin 2022
Canal Lachine	Anse Gilmour, Lévis	La Mitis
Lasalle		
Stoney Point		

Parcours de nettoyages

NETTOYAGES DE BERGES À MONTRÉAL

4 juin 11h00 à 13h00
Plusieurs lieux en simultané





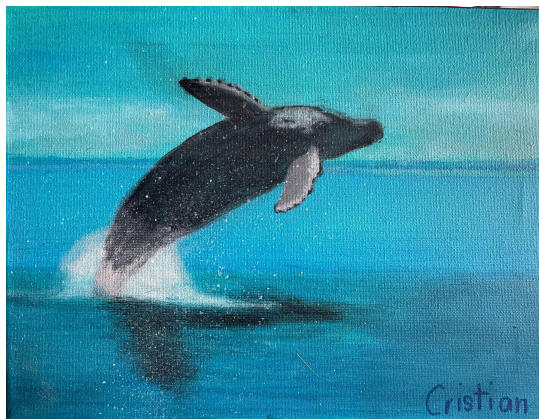
Le concours artistique

Durant la Semaine de l'océan, les élèves du primaire du Québec et de la France étaient invité.es à créer une oeuvre d'art, médium au choix (dessin, peinture, sculpture...) dans la thématique suivante:

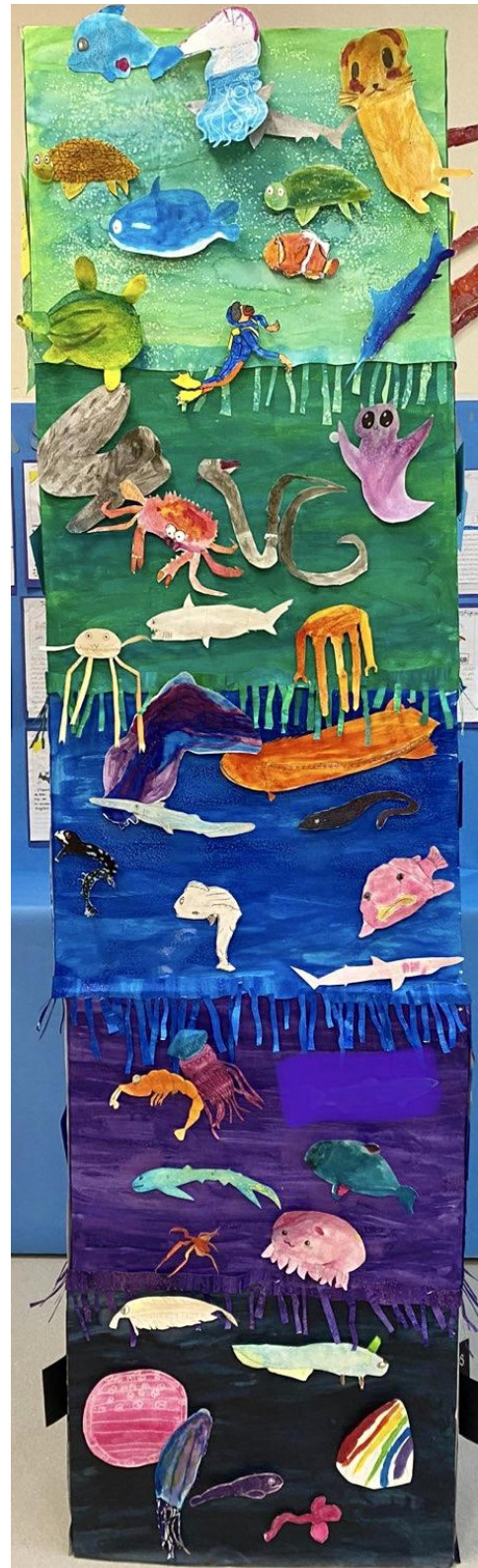
L'océan de chez toi

Au total, près de 20 oeuvres ont été soumises au concours. L'oeuvre gagnante (à droite) est une oeuvre collaborative, réalisée par les élèves de 3e année de l'école Bancroft, à Montréal.

2e position

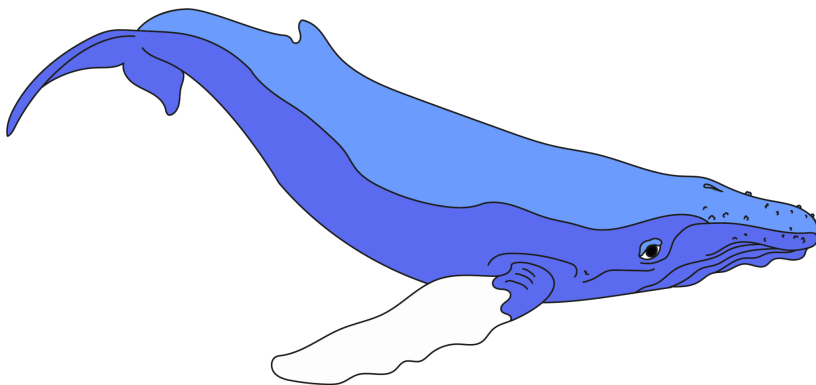


3e position



Recommandations pour 2023

1. Développer un contenu sur l'alimentation en collaboration avec « Mange ton Saint-Laurent »
2. Exposition multimédia de l'Organisation Bleue à Montréal
3. Performance musicale de type concert et/ou DJ set avec performance artistique
4. S'inscrire au regroupement des festivals émergents (REFRAIN) et potentiellement aller chercher du soutien gouvernemental en subventions
5. Réussir à lever au moins 50 000 \$ en commandites pour produire le festival, et ce avant le mois d'avril
6. Offrir une programmation en présentiel, dont un marathon *plogging* (ramassage de déchets combiné à une course à pied) présenté par un commanditaire
7. Promouvoir les webinaires et ateliers scolaires pour l'auditoire jeunesse
8. Faire produire de la marchandise aux couleurs de la SDO (chandails et sacs réutilisables)
9. Trouver un.e porte-parole et engager une campagne de micro influence
10. Prévoir un paddle out - spectacle sur l'eau



Conclusion

L'engouement pour la troisième édition montre, encore cette année, la pertinence de notre démarche. Reconnecter les québécois.es à leur environnement marin est crucial à l'ère des changements climatiques, mais surtout sensibiliser de façon enrichissante et positive face aux grands enjeux qui menacent nos océans. Nous croyons fermement avoir rempli notre mandat encore pour l'édition 2022. Il est essentiel pour la francophonie canadienne d'avoir accès à des initiatives représentatives de sa culture et des contenus variés en français. Notre initiative se distingue particulièrement de celles offertes au Canada anglophone, et notre audience en témoigne. Il est crucial de continuer d'offrir des contenus et des initiatives en français, pour sensibiliser la population francophone à l'océan et au Saint-Laurent.

Le manque de ressources financières et de temps ont cependant causé plusieurs délais en veille de lancement. Une préparation plus exhaustive en amont sera à prévoir, ainsi que plus de ressources humaines, si le budget le permet. Une chose est sûre, tout est possible quand on allie passion et collaboration et nous espérons avoir su démontrer notre savoir-faire et notre notoriété lors de cette troisième édition, avec notre petite équipe.

Le succès de la 3^e édition de la Semaine de l'océan a été rendu possible grâce à notre agilité et à notre capacité à atteindre un large auditoire, malgré le budget fortement restreint. Notre impact sur le terrain est également grand, grâce à l'engouement envers nos activités. Nous espérons grandement avoir fait preuve de la pertinence de notre événement dans l'écosystème québécois des festivals émergents et trouver des partenaires financiers engagés pour faciliter et amplifier nos ambitions pour notre quatrième édition en 2023.

En espérant amplifier le soutien financier et conséquemment, nos capacités internes à déployer notre plein potentiel pour l'édition 2023.

Merci à tous nos partenaires et collaborateurs, en se souhaitant à l'année prochaine!

Pour nous contacter

Anne-Marie Asselin

Fondatrice, directrice générale



am@organisationbleue.org



facebook.com/OrganisationBleue



514-570-8747



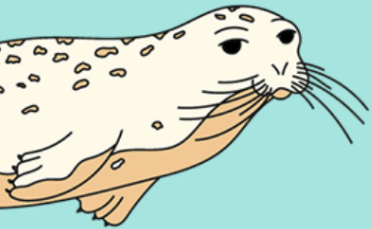
instagram.com/Organisation.Bleue



5147 Rue Clark, MTL, QC, H2T 2V1



www.organisationbleue.org



Semaine de l'océan 2022