

MM. les Présidents de Fédération, mesdames, messieurs les communicants,

C/18/048

Objet : Campagne de communication 2018 - 2019

Monsieur le Président, mesdames, messieurs ;

Vous allez prochainement recevoir la nouvelle campagne communication de la FNC par CD à votre fédération départementale, ainsi que via un lien envoyé par mail début août.

Pour la première fois, la FNC utilisera en propre cette campagne afin de créer une synergie nouvelle pour l'ouverture de la chasse et inciter les médias à parler de nous. La FNC utilisera l'effet « parisien » afin de créer un phénomène de « buzz », autour d'un affichage massif sur les quais du métro de la capitale ainsi que des plus grandes villes de France à la rentrée scolaire.

La campagne se déroulera de début août à fin septembre sur la thématique suivante : « **Les chasseurs, premiers écologistes de France** ».

L'objectif de cette dernière est de « prendre la main » sur un débat de société à la sortie des vacances, au moment de l'ouverture, ainsi que de susciter les réactions des « pros » comme des « antis » chasse. De plus cette campagne devrait intervenir en relai de notre réforme.

Elle comporte ainsi plusieurs volets :

- **Des visuels** « Les chasseurs, premiers écologistes de France », illustrant ce propos.
- **Un dossier de presse sonore** composé de 10 émissions démontrant par 10 sujets d'1mn30 les actions des chasseurs en faveur de la biodiversité (Agrifaune, actions de protection de la petite faune, chemins ruraux, Fondation...). Ces 10 émissions comportent des interviews du Président Willy Schraen, ainsi que des explications données par les salariés en charge des dossiers à la FNC.
- **Un spot publicitaire** créé pour Radio Autoroute.
- **Un film émotionnel** pour les réseaux sociaux sur la thématique des chasseurs et de leur rapport à la nature.
- **Des éléments de langage** vous permettant de répondre aux questions que cette affirmation suscitera en local.
- **Des textes publiables sur Internet** afin d'accompagner les créations sonores, vous permettant d'illustrer les propos de manière généraliste.

La FNC utilisera cette campagne en plusieurs temps forts :

- **Du 6 au 12 août** : Diffusion d'un spot publicitaire à destination du grand public sur Radio Autoroute (107.7) sur la thématique « les chasseurs, premiers écologistes de France ».

- **Dans la semaine du 20 août** : Envoi à la presse nationale du dossier de presse sur la campagne de communication, lancée par les chasseurs.
- **A partir du 20 août et jusqu'au 28 septembre** : Envoi aux 850 radios locales de France du dossier de presse sonore pour diffusion des 10 émissions « Au cœur de la biodiversité, la minute nature ».
- **Du 28 août au 11 septembre** : Lancement de la campagne d'affichage dans le métro parisien « Les chasseurs, premiers écologistes de France. »
- **Le 2 septembre à 10h** : La FNC chargera sur sa page facebook le film émotionnel.

Afin de donner plus d'impact à cette campagne de communication et de démultiplier l'effet, nous vous demandons de participer à cet élan en :

- **Diffusant sur votre territoire les visuels à partir du 28 août** (réseau de transport local, publicité dans la Presse Quotidienne Régionale ou Hebdomadaire, affichettes, flyers...).
- **Diffuser le film émotionnel en le chargeant directement sur la page facebook de votre FDC ou FRC, le 2 septembre à 10h**, simultanément avec la FNC.
- **En diffusant, à partir du 20 août, sur votre site web les chroniques** que vous recevrez avec les textes de présentation (mailing prévu début août avec les liens de téléchargement).
- **D'envoyer à votre presse locale le 20 août le communiqué de presse et le dossier de presse, proposés par la FNC**. Ce communiqué et ce dossier de presse seront modifiables par vos soins afin de vous adapter à votre contexte local.

Sachez que tous les visuels sont modifiables et personnalisables par l'agence MP. Pour ce faire, vous pouvez contacter à ce sujet Sylvie Lallemant au 03 44 86 26 60.

Dans tous les cas, que vous preniez part à cette campagne dans son entièreté ou partiellement, nous vous demandons de respecter les dates de diffusion des différents supports afin de ne pas anéantir l'effet « buzz » recherché.

Nous ne manquerons pas de revenir vers vous, par mail, via le réseau de communicants, pour vous envoyer tous les éléments dès la fin du mois de juillet.

Ensemble nous pouvons être plus fort et communiquer plus loin : faisons en sorte que cette campagne nous fasse connaître positivement auprès du grand public.

En vous remerciant encore de l'effort consenti, je vous prie de croire en mon plus profond respect.

Salutation en Saint-Hubert,

Willy SCHRAEN

