



Plan de communication sur 3 ans



Que pour tous, l'industrie du carton ondulé soit l'apporteur de solution, l'interlocuteur incontournable

Axe 1

Demande sociétale

Économie circulaire / Environnement

Contexte :

- Loi AGEC
- Loi Pompili (Convention citoyenne sur le climat)
- De plus en plus de consultations citoyennes (CCC, CNA et mandat sur la sobriété de l'emballage, stratégie vaccinale Covid 19...)
- Exigences ONG (zéro déchets, recyclabilité...)

Au-delà du caractère environnemental du matériau, c'est aussi la mise en œuvre qui est critiquée (écoconception, vide, suremballage, utilité, efficacité du recyclage et taux de recyclabilité)

Cibles :

Grand public;
Institutionnels (ministères, élus)
ONG

Axe 2

Demande professionnelle

La filière carton ondulé est apporteuse de solution pour répondre aux problématiques des conditionneurs

Image d'employeur

Contexte :

- Substitution des emballages plastiques
- L'industrie du carton ondulé est apporteur de solutions adaptées à tous les besoins / Expertise
- L'industrie du carton ondulé est une industrie moderne, innovante

Cibles : Secteurs clients ; Grand public ; Jeunes

Axe 3

Demande professionnelle

- Secteur fruits et légumes

Contexte :

- Continuité du travail réalisé depuis plusieurs années
- Rattachement de la barquette pour intéresser la Grande distribution.

Cibles : Secteurs clients ; Grande Distribution

Auquel on ajoute un dispositif de communication interne :

Contexte : la communication vers les clients appartient aux groupes

→ Nécessité de montrer les actions
d'expliquer les positions

Dispositif déployé en 2021

Budget :

Économie circulaire / environnement-communication institutionnelle	55%	110 000 €
Filière apporteuse de solution (communication professionnelle)	25%	50 000 €
Secteur fruits et légumes	15%	30 000 €
Communication interne	5%	10 000 €
TOTAL	100%	200 000 €

Un dispositif « prise de parole » dans la presse professionnelle :

- Tribune d'expert dans Emballage magazine : 5 prises de parole en print dans le magazine :
 - o Nous avons un rôle essentiel
 - o Agir pour l'économie circulaire
 - o Le mythe du trop d'emballage
 - o L'industrie des possibles
 - o Une industrie innovante
- Hébergement et diffusion du contenu de la parution de novembre dédiée à la «tribune d'expert » sur www.emballagesmagazine.com avec médiatisation arche + infeed pendant 1 mois (une industrie innovante)
- Sponsoring de la conférence emballage du 24/06/2021 (présentiel + retransmission)
 - o countdown – co-branding – visibilité event
 - o Intervention « Quels défis et atouts pour les emballages carton ondulé à l'horizon 2030 »
- Sponsoring des oscars de l'emballage du 29/09/2021 dans la catégorie matériaux carton ondulé (présentiel + retransmission)
 - o countdown – co-branding – visibilité event
 - o prise de parole 5 minutes
 - o diffusion documents – sur-couverture 1 numéro
- Lettre du carton Ondulé - 4 emailing
 - o Le compostage, une fausse bonne idée / [Focus] Vrac : les solutions peuvent venir de l'emballage ! - [lien](#)
 - o Substitution des emballages plastiques : oui, les solutions en carton sont recyclables / [Focus] Quelles conditions pour un emballage recyclable ? - [lien](#)
 - o Évolutions réglementaires : l'expertise du carton ondulé / Informations environnementales : être "sincère, objectif et complet" - [lien](#)
 - o Prochain envoi en décembre
- Interview journalistique – publi-rédactionnel Emballage digest : 4 prises de parole en print + publication web
 - o Recyclage ou réutilisation des emballages : quand les évidences n'en sont pas vraiment
 - o Une transition méthodique vers des emballages 100% carton
 - o Emballer juste ou juste emballer
 - o Prochaine publication fin novembre
- Prise de parole dans l'Info-carton (à définir) + 1 page de publicité
 - o L'emballage carton mal payé de ses vertus
 - o Démystifier le « trop d'emballage »
- Sponsoring des ateliers du frais LINEAIRES – visibilité event – diffusion video

Un dispositif visibilité media :

- Création de visuels avec image 3D



- Visibilité media (choix d'une présence essentiellement web et peu de print, réservé en priorité aux prises de paroles) :
 - o LSA : 3 pages (print + Adwall) + 3 mega bannières web sur site LSA commerce connecté + 3 mega bannière newsletter LSA Green
 - o E commerce mag : 2 mois de mega bannières sur la newsletter. 1 habillage display sur le site + 1 publi info offerts
 - o Retargeting sur tous les sites groupe infoprodigital (usine nouvelle, LSA, emballage magazine, plastique et caoutchouc magazine, etc) : 3531 mails envoyés - 53 000 impressions display délivrées -3 phases d'action
 - o Une page print dans l'agenda du CE carrefour

Un dispositif réseaux sociaux :

- mise en place d'une ligne éditoriale Twitter adapté à une communication institutionnelle (prises de positions, lobby, prises de paroles, opinions) à destination des journalistes et pouvoirs publics
- 10 posts / mois sur compte LinkedIn COF, 2 posts /mois sur compte plateau sérénité, 8 posts / mois sur compte Twitter COF

Production de supports

- Video Youtube COF AFIFOR – Ludovic B « Une journée avec #23 : un conducteur d'onduleuse (une machine à carton) »
- Production de vidéos courtes face caméra (en cours)
- Création d'un podcast COF

Budget dépensé :

		Budget	Réalisé	
Économie circulaire / environnement-communication institutionnelle	55%	110 000 €	92 659.50 €	62%
Filière apporteuse de solution (communication professionnelle)	25%	50 000 €	44 805.50 €	30%
Secteur fruits et légumes	15%	30 000 €	9 650 €	6%
Communication interne	5%	10 000 €	3 400 €	2%
	TOTAL	200 000 €	150 515 €	

Résultats

Count-down conférence emballage :

PRODUIT	DATE DE DEB.	DATE DE FIN	IMPRESSIONS	CLICS	CTR
MASTHEAD COUNTDOWN	10-juin	24-juin	4192	13	0,31%

Lsa

(a venir)

LSA Green

IMPRESSIONS
207 156

CLICS
198


CTR
0,10 %

BUDGET
4500,00 €



PRODUIT	DATE DE DEB.	DATE DE FIN	IMPRESSION	CLICS	CTR	BUDGET
MEGA LSA	01/04/2021	30/04/2021	30040	34	0,11%	1500,00€
PAVE LSA			40062	26	0,06%	
MEGA LSA	01/05/2021	31/05/2021	36394	67	0,18%	1500,00€
PAVE LSA			33613	37	0,11%	
MEGA LSA	01/09/2021	30/09/2021	28469	16	0,06%	1500,00€
PAVE LSA			38578	18	0,05%	
MEGA LSA	01/10/2021	31/10/2021				
PAVE LSA						

E-commerce mag

Récapitulatif Promotion Display

Site	Début de diffusion	Format	Impressions réservées	Impressions délivrées	Clics délivrés	% Clics
	01 avril	Habillage	90 000	91 484	488	0,53%
TOTAL			90 000	91 484	488	0,53%

Récapitulatif Promotion Newsletters

Date	Media	Volume	Ouvertures	Taux d'ouverture	Clics sur l'insertion	Taux de clics de l'insertion	Taux de réactivité
20/04/2021		33 148	4 714	14,22%	104	0,31%	2,21%
02/09/2021		28 853	3 856	13,36%	193	0,67%	5,01%

Retargetting Infopro Digital

IMPRESSIONS
159 009

CLICS
1 166

CTR
0,73 %

PRODUIT	DATE DE DEB.	DATE DE FIN	IMPRESSIONS	CLICS	CTR
ARCHE	01-avr	30-avr	22250	305	1,37%
INFEED	01-avr	30-avr	10250	37	0,36%
MASTHEAD	01-avr	30-avr	10250	28	0,27%
GRAND ANGLE	01-avr	30-avr	10250	17	0,17%
ARCHE	01-juin	30-juin	22250	314	1,41%
INFEED	01-juin	30-juin	10250	26	0,25%
MASTHEAD	01-juin	30-juin	10259	16	0,16%
GRAND ANGLE	01-juin	30-juin	10250	37	0,36%
ARCHE	01-sept	30-sept	22250	305	1,37%
INFEED	01-sept	30-sept	10250	27	0,26%
MASTHEAD	01-sept	30-sept	10250	15	0,15%
GRAND ANGLE	01-sept	30-sept	10250	39	0,38%
TOTAL			159009	1166	0,73%

CTR moyen Infopro Digital : 0,56% - Arche : 1,26% / Infeed : 0,26% / Masthead : 0,19% / Grand Angle : 0,13%

Emailing

Campagne	date lancement	Volume	Ouvertures uniques	Clics uniques	taux d'ouverture	Taux de clics	Taux de réactivité
ENVOI DMP CARTON ONDULE	avril	3 500	606	46	17,31%	1,31%	7,59%
ENVOI DMP CARTON ONDULE	juin	3 400	578	41	17,00%	1,21%	7,09%
ENVOI DMP CARTON ONDULE	sept	3 100	454	35	14,65%	1,13%	7,71%
TOTAL		10 000	1 638	122	16,38%	1,22%	7,45%

KPI's moyen sur ce dispositif (DMP) : > Taux d'ouverture : 12,72% > Taux de clics : 0,45% > Taux de réactivité : 3,52%

La lettre du carton ondulé :

Envoi par Infopro Digital

Campagne	date lancement	Volume	Ouvertures uniques	Clics uniques	taux d'ouverture	Taux de clics	Taux de réactivité
ENVOI 1 CARTON ONDULE	30-mars	10 000	1 265	118	12,65%	1,18%	9,33%
ENVOI 2 CARTON ONDULE	15-juin	10 000	1 258	113	12,58%	1,13%	8,98%
ENVOI 3 CARTON ONDULE	14-sept	10 000	1 638	186	16,38%	1,86%	11,36%
TOTAL		30 000	4 161	417	13,87%	1,39%	10,02%
Valeurs moyennes Infopro Digital					14%	0,6%	3,5%

Envoi par COF

Envois externes (abonnés) :

Campagne	date lancement	Volume	Ouvertures uniques	Clics uniques	taux d'ouverture	Taux de clics	Taux de réactivité
ENVOI 1 CARTON ONDULE	30-mars	320	73	48	22,81%	15,00%	65,75%
ENVOI 2 CARTON ONDULE	15-juin	348	117	61	33,62%	17,53%	52,14%
ENVOI 3 CARTON ONDULE	14-sept	362	124	51	34,25%	14,09%	41,13%
TOTAL		1 030	314	160	30,49%	15,53%	50,96%

Envois internes :

Campagne	date lancement	Volume	Ouvertures uniques	Clics uniques	taux d'ouverture	Taux de clics	Taux de réactivité
ENVOI 1 CARTON ONDULÉ	30-mars	73	23	26	31,51%	35,62%	113,04%
ENVOI 2 CARTON ONDULÉ	15-juin	74	22	22	29,73%	29,73%	100,00%
ENVOI 3 CARTON ONDULÉ	14-sept	75	23	16	30,67%	21,33%	69,57%
TOTAL		222	68	64	30,63%	28,83%	94,12%

LinkedIn compte Carton Ondulé de France

2586 abonnés au 30/10/2021

Paramètres abonnés

Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021

Ensemble organique et sponsorisé

Désactivé



Statistiques des visiteurs

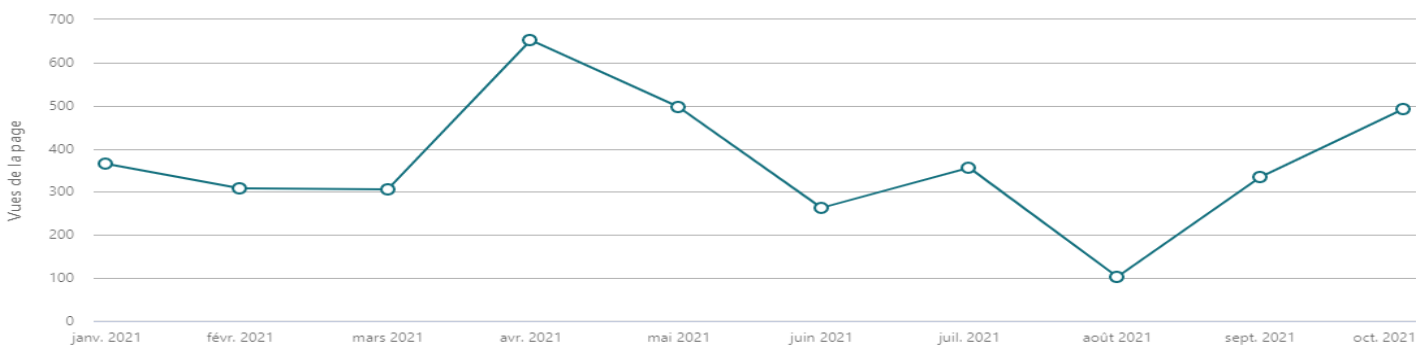
Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021

Page : Toutes les pages

Indicateur : vues de page

Trafic sur ordinateur et mobile agrégé

Activé



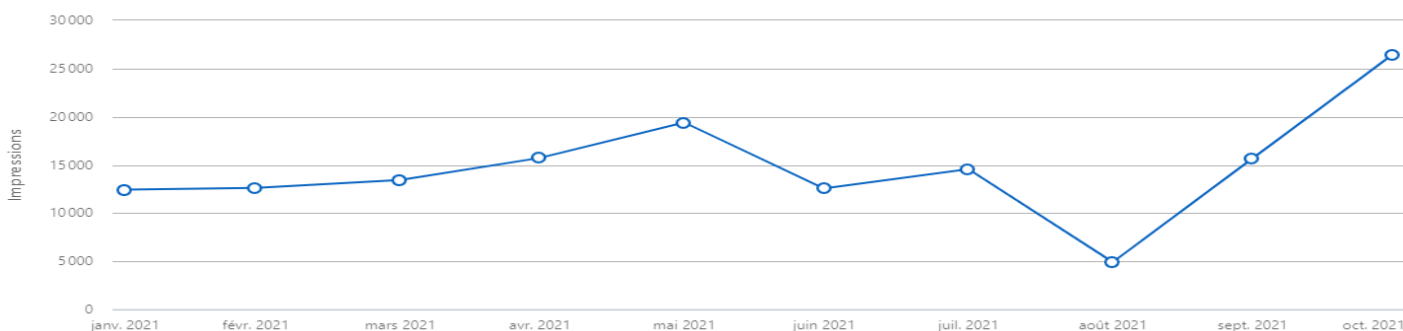
Statistiques des nouvelles

Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021

Statistiques : impressions

Ensemble organique et sponsorisé

Désactivé



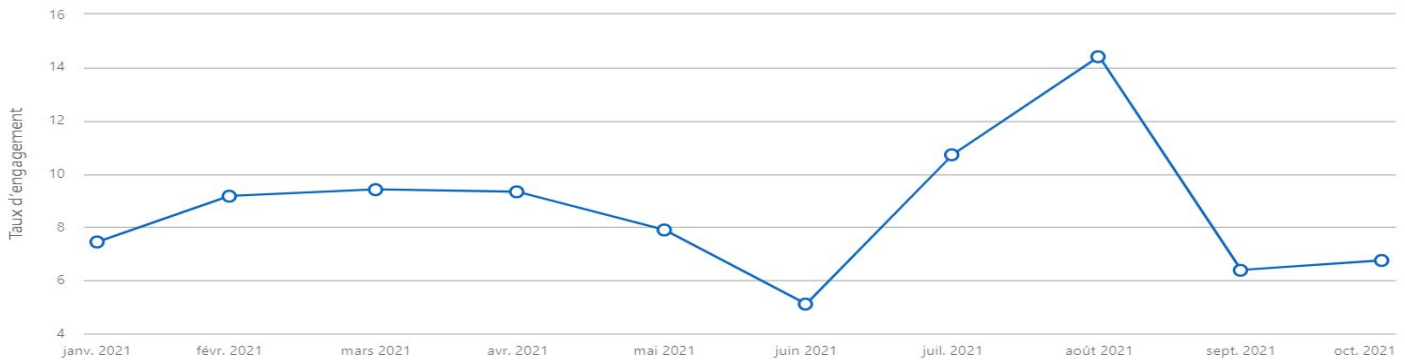
Statistiques des nouvelles ?

Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021

Statistiques : Taux d'engagement

Ensemble organique et sponsorisé

Désactivé



Titre de la nouvelle	Publiée par	Créée	Impressions	Vues	Clics	CTR	Réactions	Commentaires	Partages	Suivis
Info-tri Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	05/11/2021	208	-	3	1,44%	6	0	0	-
Le carton ondulé est un matériau éco-responsable Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	02/11/2021	1434	-	62	4,32%	35	1	6	-
[Le génie du carton ondulé permet de se plier à toutes les demandes 😊]. Les... Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	29/10/2021	3 126	-	126	4,03%	45	5	4	-
[Développement d'un emballage : l'étape du prototypage 🧐]. Lorsqu'un client a... Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	27/10/2021	1 290	-	44	3,41%	30	0	4	-
Papiers et cartons Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	25/10/2021	2 031	-	80	3,94%	35	0	7	-
Evolutions réglementaires : l'expertise du carton ondulé - Carton Ondulé de France Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	22/10/2021	1 090	-	27	2,48%	22	2	2	-
[L'emballage e-commerce : un emballage soumis à de multiples contraintes 🙌].... Tous vos abonnés Booster	Julien ZEH	19/10/2021	2 184	-	72	3,3%	47	2	14	-

LinkedIn compte Plateau Sérénité

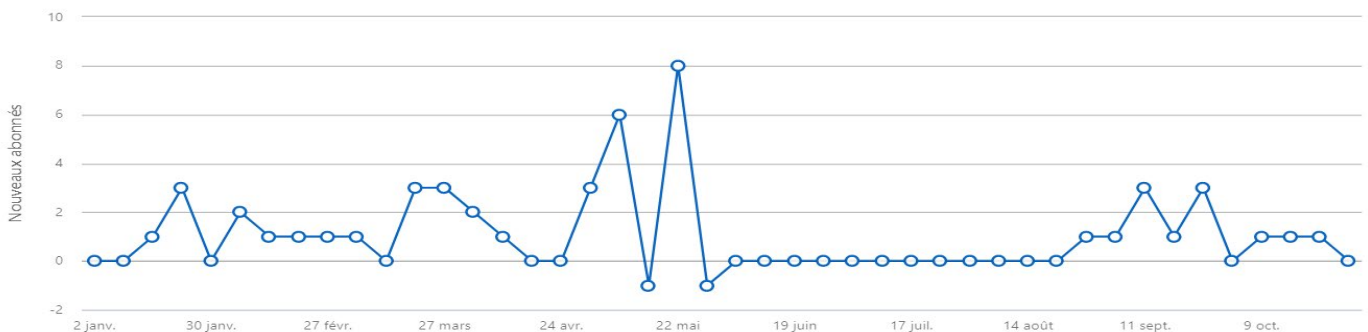
172 abonnés au 30/10/2021


Paramètres abonnés ?

Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021

Ensemble organique et sponsorisé

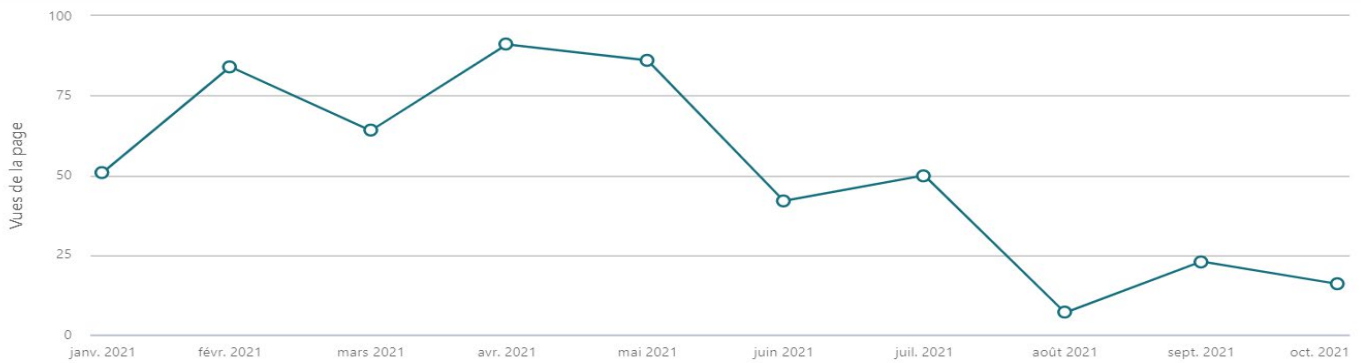
Désactivé



Statistiques des visiteurs  Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021 Page : Toutes les pages Indicateur : vues de page

Trafic sur ordinateur et mobile agrégé

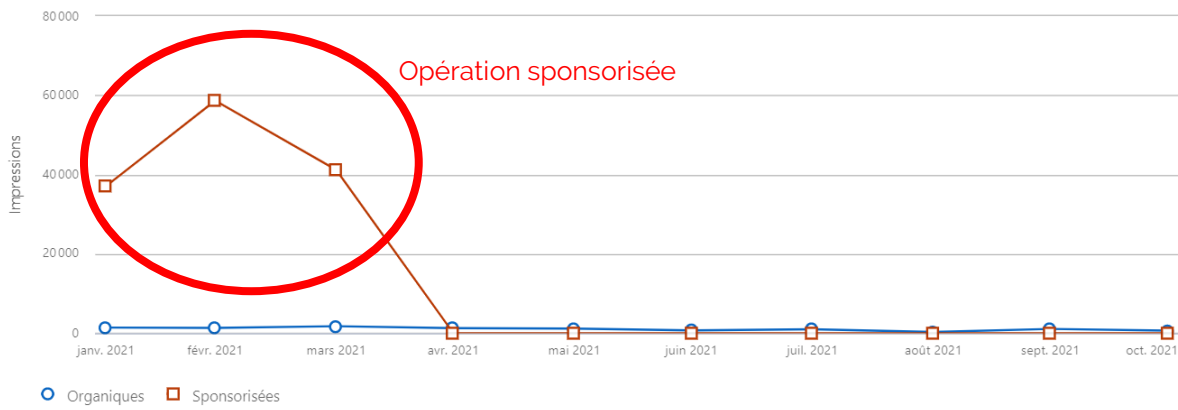
Activé 



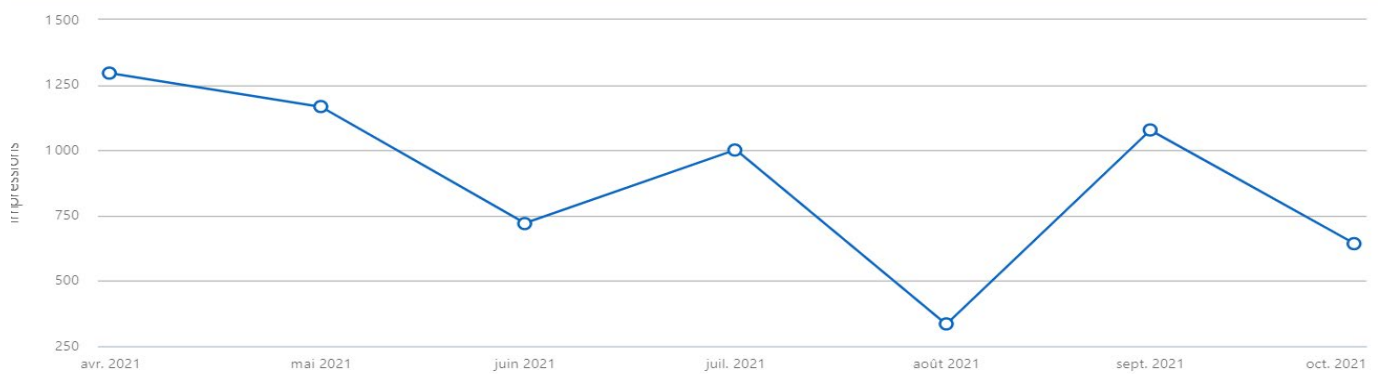
Statistiques des nouvelles  Période : 1 janv. 2021 - 30 oct. 2021 Statistiques : impressions

Ensemble organique et sponsorisé

Désactivé 



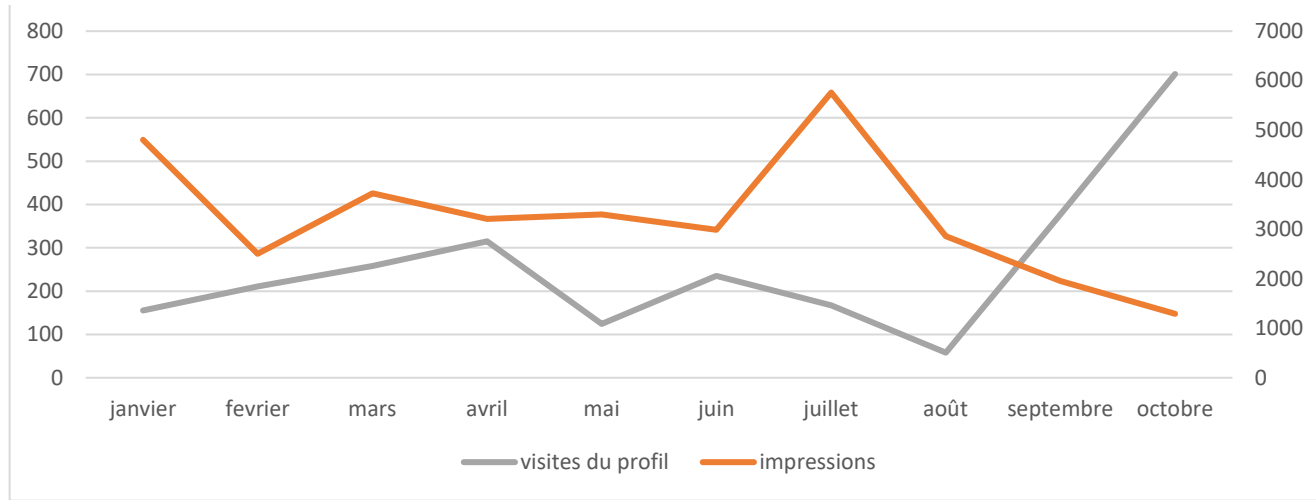
Détail des impressions non sponsorisées :





Twitter

Nombre d'abonnés : 337



Vidéo YouTube

Une journée avec #23 : un conducteur d'onduleuse (une machine à carton)

98338 vues • 18 juil. 2021

👍 4,6 K 💬 93