



Date d'émission : 16/01/2018

Stage 2018 - Marketing et communication stratégique : vers un outil collaboratif

1. Présentation de la structure d'accueil

Créée en 1988, l'AGLIA rassemble les Conseils Régionaux et les professionnels de la pêche et des cultures marines (CRPMEM/ Comités Régionaux des Pêches Marines et des Elevages Marins, CRC Comités Régionaux de Conchyliculture) des quatre régions de la grande façade Atlantique - Manche occidentale : Bretagne, Pays de la Loire, et Nouvelle-Aquitaine.

Son objectif est de promouvoir les activités liées à la pêche et à l'aquaculture du Golfe de Gascogne. L'AGLIA s'est peu à peu imposée comme un partenaire actif dans les débats ouverts sur l'avenir des filières maritimes du Grand Ouest Atlantique, et comme un véritable outil de réflexion, de coordination et d'appui aux professionnels concernés.

2. Contexte

En 2012, l'Agilia a lancé une réflexion sur son positionnement. Un audit de son fonctionnement en 2012 a permis d'élaborer le plan stratégique en 2013. Ce plan définit le rôle et les missions prioritaires de l'AGLIA selon les enjeux des filières pêche et aquaculture, en complémentarité avec les compétences des membres de l'association.

Ce plan stratégique a mis en évidence la nécessité d'apporter des éléments concrets aux instances décisionnelles nationales et européennes dans le but de défendre les intérêts des professionnels de la pêche et de la conchyliculture. En entamant cette démarche, l'Agilia pourrait ainsi s'inscrire pleinement dans son rôle de diffusion de la connaissance, de mise en réseau des acteurs et de défense des intérêts des filières pêche et aquaculture.

Le projet « **Information et positionnement** » a été lancé en janvier 2015 et s'est achevé en décembre 2017 pour initier cette démarche. Il avait deux objectifs : **faire savoir le savoir-faire** et **favoriser la mise en réseau**.

Ce projet a permis de créer un **centre de ressources en ligne** comportant :

- Un **répertoire de projets** des filières pêche et conchyliculture
- Des **documents de vulgarisations**, des fiches ou des vidéos
- Des **positionnements communs**, principalement à travers des réponses aux consultations publiques et le résultat de journées de réflexion stratégique.

La démarche est maintenant lancée. Elle doit maintenant être consolidée et pérennisée avec 3 objectifs :

- **Produire** du contenu pour le répertoire de projets, la vulgarisation et les positionnements communs
- **Valoriser** le travail de collaboration entre les filières pêche et conchyliculture et les régions à l'échelle de la façade atlantique. Il s'agira de réaliser un travail de communication sur les enjeux de la profession, les positionnements communs et les initiatives durables et innovantes des filières sur notre façade.
- **Impliquer** les contributeurs, producteurs du contenu, et **fidéliser** les usagers du centre de ressources en ligne.

3. Missions

La personne recrutée participera à cette démarche, sous la responsabilité de la chargée de mission en charge du projet au sein de l'Agilia et en collaboration avec les membres de l'association. Les techniques de gestion de

projet, de communication, de marketing et d'organisation d'évènements seront mobilisées pour mener à bien les missions. Le(a) stagiaire devra travailler plus particulièrement sur **l'implication des contributeurs et la fidélisation des usagers**, et, selon le temps disponible, **la production de contenus de communication**.

Impliquer - Diagnostic sur le centre de ressource

Le **centre de ressources** développé dans le cadre du projet Information et Positionnement. Il permet d'accéder en ligne et gratuitement à un **répertoire de projets** des filières pêche et conchyliculture, de la **vulgarisation** et les **positionnements communs** des membres de l'Agla sur différents sujets.

Alimenter le site requiert beaucoup de temps et une collecte des informations conséquentes. C'est pourquoi ce centre de ressources en ligne a été envisagé comme un **outil collaboratif**. Des **personnes** spécialistes des filières, membres ou collaborateurs de l'Agla, pourront avoir un profil et alimenter les trois parties du site.

Le premier facteur clé de succès est d'avoir des **collaborateurs** convaincus de la démarche, qui prennent de leurs temps pour alimenter le site.

Pour s'assurer ce facteur clé de succès, **deux questions** se posent :

- Comment faire pour que le centre de ressources soit **alimenté** par des contributeurs ?
- Comment **valoriser** et **fidéliser** ces derniers ?

Le deuxième facteur clé de succès est d'avoir des usagers qui viennent sur le site. Il faut donc qu'ils pensent au centre de ressources de l'Agla comme un **centre de ressource de référence** sur la pêche et la conchyliculture, tout comme Wikipédia peut l'être pour le grand public. Deux questions se posent :

- Comment faire connaître le centre de ressources auprès de divers publics ?
- Comment faire pour qu'ils développent une habitude et qu'ils reviennent sur le site en cas de besoin ?
- Laisse-t-on un espace public où ils peuvent librement contribuer / poser des questions ?

La personne recrutée devra réaliser dans un premier temps un **benchmark** sur les actions mises en œuvre pour

- qu'un outil pensé comme **collaboratif** le devienne réellement et soit alimenté par des **contributeurs** extérieurs.
- Qu'il devienne une **référence** pour les **usagers**

Il s'agira d'identifier les outils collaboratifs qui fonctionnent et les stratégies mises en place derrière (de communication, d'incitation à la contribution sur le site etc.).

Ce benchmark permettra dans un second temps de rédiger des **préconisations** pour l'Agla.

Ce diagnostic sera valorisé sous forme de **rapport** et de **présentation** aux membres de l'Agla.

Optionnel - Valoriser : production de contenus de communication

*En fonction du temps disponible, la personne recrutée pourra produire des **supports de communication pour la promotion de l'outil collaboratif**. La communication est primordiale pour faire connaître le site auprès de potentiels contributeurs et usagers, et pour diffuser les enjeux des filières pêche et conchyliculture. Pour information, actuellement, l'Agla possède un **blog** et des **comptes sur les réseaux sociaux** (Facebook, Twitter, Instagram).*

4. Organisation de la mission

4.1 Profil et compétences recherchés

- Compétences en gestion de projet
- Compétences en communication stratégique et en marketing ;
- Bonne capacité d'analyse et rédactionnelle ;
- Rigueur et sens pratique ;
- Bon relationnel ;
- Intérêt pour le secteur des pêches professionnelles et de l'aquaculture. La connaissance des problématiques des filières pêches et aquaculture serait un plus ;
- Permis B.

4.2 Informations pratiques

- Lieu d'accueil : Rochefort (17 312)
- Durée : **10 semaines** – 27 mars à juin 2018.
- Gratification légale
- Renseignements : Elodie ETCHEGARAY / 05 46 82 60 60 / etchegaray.aglia@orange.fr
- Envoi de CV + lettre de candidature à François GATEL (gatel.aglia@orange.fr) et Elodie ETCHEGARAY (etchegaray.aglia@orange.fr).

5. Bibliographie sur la théorie

Hooked: how to build habit-forming products, Nir Eyal

Comment les entreprises à succès créent-elles des produits dont les consommateurs ne peuvent s'en détacher ? Nir Eyal décrit le processus en 4 étapes qui est souvent utilisé.

Résumé en vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=hVDN2mjJpb8>

Conférence de l'auteur : https://www.youtube.com/watch?v=odc9_OlUhws

Contagious : why things catch on, Jonah Berger

Ce livre explique pourquoi certains produits ou idées deviennent populaires.

Résumé en vidéo : https://www.youtube.com/watch?v=HfSs_hOAzY

Invisible influence : the hidden forces that shape behavior, Jonah Berger

Comment développer des habitudes chez les usagers.

Résumé en vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=qR1znZ1rnPc> ou

<https://www.youtube.com/watch?v=XxfcaY86jpw>

Conférence : <https://www.youtube.com/watch?v=lz6lcWwMCPk>