

## DEVELOPPEMENT D'UN « PRIX DU PUBLIC » POUR L'EVENEMENT 1.618 SUSTAINABLE LIFESTYLE

### PROFIL DE L'ÉQUIPE

Bonne connaissance du Web et des réseaux sociaux, créativité et vision de communication innovante

### INSTITUTION PARTENAIRE

1.618 PARIS – [www.1618-paris.com](http://www.1618-paris.com)  
Marque gérée par la SAS BMCS  
14, rue de la Corderie 75003 PARIS

### PERSONNE RESPONSABLE DU PROJET

Barbara COIGNET  
Fondatrice et CEO

### PRESENTATION DE L'INSTITUTION & CONTEXTE DU PROJET

1.618 PARIS est une agence de créatifs et de communicants qui œuvrent pour sensibiliser au développement durable et faire rayonner les entreprises qui intègrent Beauté, Durabilité, Emotion, Respect, Culture et Innovation dans leur développement.

Depuis 2009, nous identifions, sélectionnons et révélons les entreprises créatives et engagées les plus inspirantes et leur donnons de la visibilité à travers nos événements, nos curations, dans la communauté 1.618, dans notre guide online et notre marketplace.

A l'occasion de notre prochain événement 1.618 à Paris en Juin 2020, programmé pendant la semaine européenne du développement durable, nous souhaitons donner plus fortement la parole aux visiteurs et aux consommateurs en leur proposant de remettre un ou plusieurs Prix aux marques ou produits qu'ils ont trouvé les plus désirables.

Les marques responsables ont souvent parcouru un long chemin, elles ont été sélectionnées et leurs engagements de développement durable validés par des experts avant de pouvoir participer à notre salon. Elles ont besoin de visibilité et la reconnaissance de la part de leur client final est un levier majeur pour les encourager et challenger leurs concurrents.

Ce Prix est une façon de les honorer, ou de les questionner afin d'atteindre les nouveaux critères essentiels aux consommateurs d'aujourd'hui.

### CONTENU PEDAGOGIQUE DU PROJET

Les consommateurs ont un pouvoir immense pour accélérer le changement aujourd'hui.

Le projet consiste à étudier les nouvelles attentes des consommateurs sur la question du développement durable et leur rapport aux marques, pour élaborer une charte et des critères permettant de créer un Prix qui sera décerné par les visiteurs du salon 1.618 à une marque ou un produit exposé.

Les étudiants auront accès aux dossiers développement durable des marques participantes pour en extraire les actions les plus importantes à présenter d'une façon simple et pédagogique au public.

Le groupe pourra proposer différents modes de récupération des voix (bornes de vote, QR Code sur les stands, parcours, appli, etc.)

Une réflexion sera menée sur l'appel au vote. Comment générer l'envie de participer ?

L'objectif premier étant de donner la parole aux consommateurs, puis de:

- Générer un nouveau regard de consommateurs face à un produit ou un objet (chercher à savoir comment il a été produit et dans quelles conditions)
- Sensibiliser les consommateurs sur leur propre pouvoir auprès des marques
- Honorer une marque qui a su allier qualité esthétique et responsabilité sociale et environnementale.

## RESULTATS ET PRODUITS ATTENDUS

Les étudiants auront carte blanche pour produire un processus de récupération et traitement des voix du public (intégrant dans la mesure du possible une dimension technologique et/ou innovation) comme par exemple bornes de vote, QR Code sur les stands, parcours, appli, etc.

## CALENDRIER DU PROJET

Mi-septembre à mai.

Le calendrier sera précisé au début du projet.

## METHODOLOGIE

Les étudiants auront un interlocuteur dédié au sein de l'équipe 1.618 et accès à tous les dossiers développement durable des marques participantes pour en extraire les actions les plus importantes à présenter.

## LOGISTIQUE

Les étudiants auront accès à la salle des Projets collectifs à Sciences Po, munie d'un ordinateur, d'un écran plasma, d'une imprimante et d'un téléphone.