

## COMPTE RENDU

### NOS ANCÊTRES LES FRANÇAIS: NOIRS ET AUTRES OUBLIÉS DE LA RÉVOLUTION

Notre but était de s'adresser à un public de jeunes adultes nous avons donc choisi la tranche d'âge 20-25 ans. Le meilleur moyen à nos yeux de toucher ces jeunes dans leur quotidien c'est de le faire sur internet. Pour préparer notre campagne publicitaire nous nous sommes donc axés sur l'élaboration d'un site web que l'on ensuite mis en lien avec une page Facebook.

Le site web était pour nous un bon moyen de partager du contenu important, des articles qui porteraient sur la thématique du livre, qui permettrait aux gens qui apprécient le livre de continuer à pouvoir apprendre et découvrir sur le sujet. On pourrait imaginer qu'il permettrait aussi à l'ouvrage de rester dans les mémoires et d'avoir une continuité dans le temps ( promettant ainsi au passage de nombreuses ventes ).

Ensuite nous nous sommes lancés dans l'élaboration d'une page Facebook qui parlerait du livre, permettant aux lecteurs de connaître les dernières nouvelles sur l'ouvrage de manière assez rapide sans qu'il ait besoin de faire ses propres recherches. Ce serait également une plateforme qui permettrait d'organiser des sessions de rencontre de lecteurs ou alors des lectures publiques et tout ce que l'on peut imaginer dans le but de faire vivre le livre d'une autre manière que par sa simple lecture.

Nous avons choisi Facebook et pas un autre réseau social pour plusieurs raisons : La première est évidente, Facebook est premier sur le marché des réseaux sociaux mondial ( Ils avaient 1,59 milliards d'utilisateurs actifs en janvier 2016). La deuxième est que Facebook offre un large panel de possibilités en publicité. Elle est présente partout et il serait facile d'attirer de nouveaux lecteurs sur un site en payant tout simplement une publicité pour qu'elle apparaisse de manière aléatoire sur les écrans d'un certain public visé. Pour finir, le fonctionnement même de Facebook prône l'échange de données et dès qu'il y a un échange c'est encore plus de gens que l'on touche. Les « partages » ( « share » ) sont importants parce qu'ils touchent les jeunes tous les jours de leur vie sur leur « mur ». Si on arrive à capter leur attention de manière rapide et efficace, cela peut être un lecteur gagné.

Comme le démontre le nombre de publicités sur les réseaux sociaux, captiver l'attention des jeunes avec Facebook n'est pas une idée novatrice. Pour nous démarquer nous voulions justement concevoir un média qui soit rapide et simple pour susciter très vite l'intérêt chez la personne, qu'elle ne « zappe » pas la publication car trop longue ou inintéressante. Nous avons imaginé un média tout spécialement pour cet effet .

L'idée était de mélanger le côté fait historique réel à une touche plus légère et décontractée, apprendre en s'amusant. Pour ce faire nous nous sommes inspirés des GIFs ( animations de quelques images ) qui sont repartagé massivement tous les jours sur Facebook, majoritairement par la tranche d'âge qui nous concerne ici. Nous avons créé des illustrations dont le but était d'étonner le lecteur à propos de sa propre histoire tout en y ajoutant une touche d'humour, nous l'avons appelé « ce petit plus que vous ne saviez pas».

Grâce à cette partie de notre travail nous pourrions toucher une dimension qui n'est pas utilisée par le milieu de l'édition sur le plan publicitaire. Chacun de ces partages serait suivi d'un lien vers le site et également vers le facebook du livre, ce qui permettrait de booster les deux et donnerait au livre une visibilité importante. Le but de ces illustrations est qu'elles soient accessibles au plus grand nombre, mais surtout qu'elle donne envie de s'intéresser et d'aller plus loin sur le sujet. D'où l'importance du site, qui traiterait le même genre de sujet mais avec des articles de qualité et bien expliquer. De plus c'est aussi un portail de vente du livre donc si les gens on envie d'aller encore plus loin ils peuvent acheter le livre directement depuis le site.

SABRINA HADDAR  
LAURA GAILLOT  
AKHESA SAVANNA MOULU