



# LE GAZ VERT

UN PAS VERS UN AVENIR PLUS DURABLE



**DILHAC Manon**

Master 2 Marketing des produits  
innovants



**SEDDIKI Léa**

Master 2 Marketing des produits  
innovants



**FOREST Emma**

Master 2 Marketing des produits  
innovants

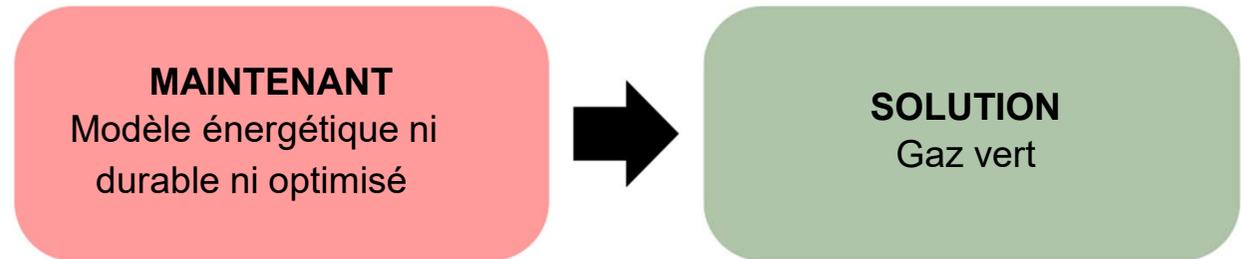
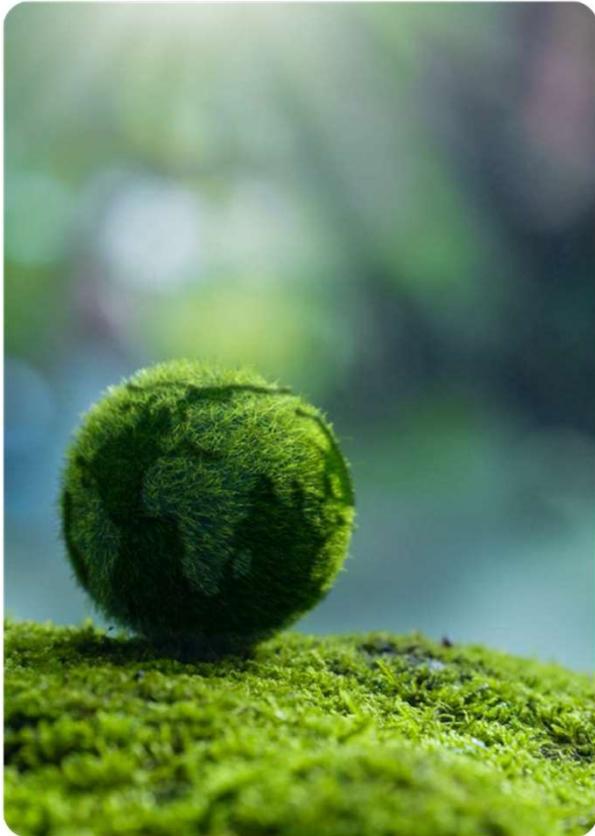


**WILLEMSSEN Emma**

Master 2 Marketing des produits  
innovants



# CONTEXTE



**84%** des moins de 35 ans sont intéressés par l'utilisation du gaz vert  
(Source : enquête menée par GRDF en mars 2022 en région Occitanie sur 1000 personnes majeures)

## ***Problématique***

*Comment sensibiliser les jeunes adultes (18-35 ans) ainsi que les enfants (futurs utilisateurs potentiels) au gaz vert et le démocratiser pour encourager son adoption ?*



# NOTRE CONCEPT

## UN BUS ITINÉRANT

ACCESSIBILITÉ

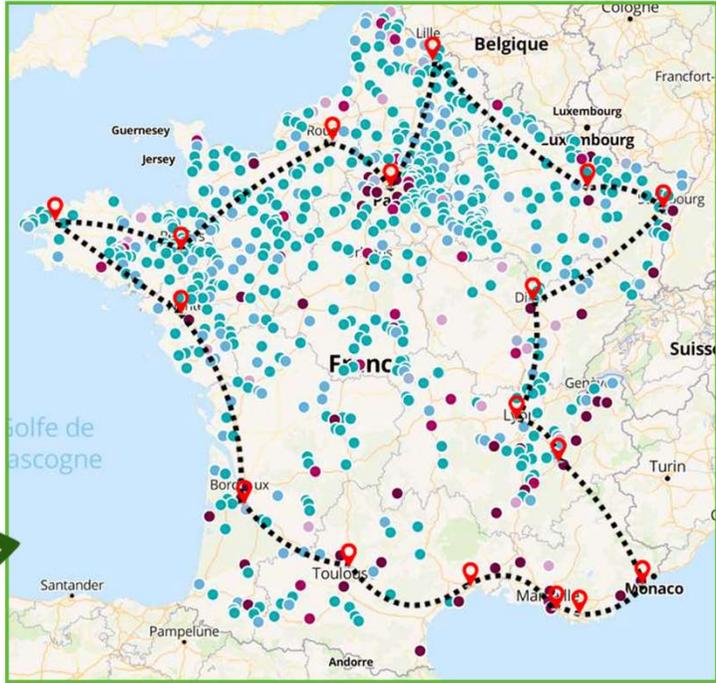
DESIGN

MOBILITÉ



ITINÉRAIRE

17 grandes villes proches des usines de méthanisation



Itinéraire du bus établi à partir de la cartographie des sites d'injection de biométhane en service.

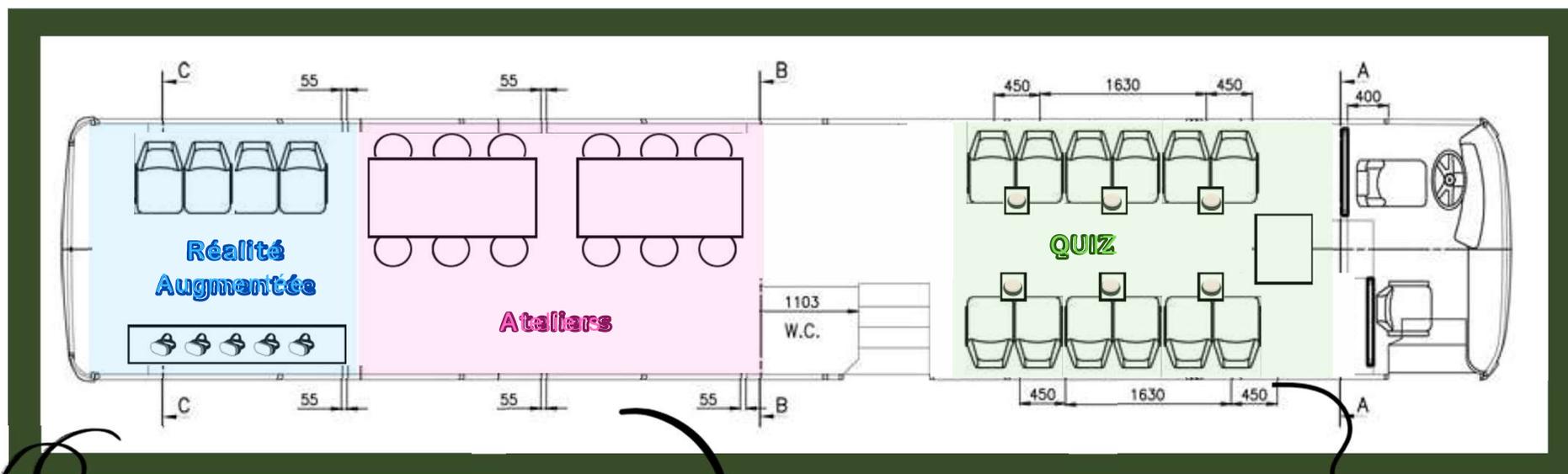
Source : Observatoire du biométhane - Nouvelle version — Open Data Réseaux Énergies (ODRE). (s. d.)

LE CARROUSEL DU LOUVRE

11 février 2025



# NOTRE CONCEPT



## RÉALITÉ AUGMENTÉE

Simulations immersives pour explorer le cycle de vie du gaz vert.  
=> Permet de visualiser l'impact écologique de cette énergie

## ATELIERS PÉDAGOGIQUES

Tables rondes et débats ouverts pour discuter du gaz vert avec les adultes.  
Ateliers manuels pour les enfants.

## JEUX INTERACTIFS ET QUIZ

Eduquer et informer sur les bienfaits du gaz vert afin de réduire les préjugés.



# NOTRE CONCEPT

Rendre concret un sujet complexe



Engager directement le public



Lieux stratégiques

Solution accessible à tous



Partenariats solides

Logistique optimisée





# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## OFFLINE

### AFFICHES ET PANNEAUX PUBLICITAIRES



### BROCHURES ET FLYERS

**ITINÉRAIRE :**

PARIS - 27/02 au 01/03	TOULON - 02/05 et 03/05
ROUEN - 07/03 et 08/03	MARSEILLE - 09/05 et 10/05
LILLE - 14/03 et 15/03	MONTPELLIER - 16/05 et 17/05
NANCY - 21/03 et 22/03	TOULOUSE - 23/05 et 24/05
STRASBOURG - 28/03 et 29/03	BORDEAUX - 30/05 et 31/05
DIJON - 04/04 et 05/04	NANTES - 06/06 et 07/06
LYON - 11/04 et 12/04	RENNES - 13/06 et 14/06
GRENOBLE - 18/04 et 19/04	BREST - 20/06 et 21/06
NICE - 25/04 et 26/04	

## ONLINE

### RÉSEAUX SOCIAUX



### PARTENARIATS INFLUENCEURS ENGAGÉS



*Exemple : Just1bisou présent au Salon International de l'Agriculture avec GRDF*

### BLOG / CARNET DE VOYAGE



**Merci pour votre  
attention !**

**POUR EN SAVOIR PLUS**



# VALEUR AJOUTÉE

**BUS AMÉNAGÉS  
DÉJÀ EXISTANTS**



## BUS PÉDAGOGIQUE

*Syndicat d'Aménagement du Bassin de la Vienne*

Propose des activités ludiques pour sensibiliser les petits et grands aux enjeux environnementaux

## BUS VERT'IGINEUX

*Aménagé par GRDF pour l'occasion du Salon International de l'Agriculture*

Propose un Escape Game pour faire connaître le BioGNV



## ÉLÉMENTS DE DIFFÉRENCIATION

### 1 BUS ITINÉRANT QUI ROULE AU BIOGNV

On conçoit un bus qui se déplace dans la France entière. Il s'arrête dans les villes stratégiques afin de sensibiliser les citoyens. L'itinéraire est réalisé en se basant sur les emplacements des usines de méthanisation (pour mieux cibler) mais également sur les emplacements des stations de BioGNV (pour être cohérent et écologique).

### 2 INTÉGRATION D'UNE NOUVELLE TECHNOLOGIE

On propose aux enfants et aux parents de vivre une expérience immersive avec des lunettes réalité augmentée. Cela permet de se différencier des campagnes traditionnelles. Le bus offre une interaction directe et engageante avec le public, offrant une expérience unique qui distingue cette solution des autres initiatives.

## COMMENT ON SE DÉMARQUE ?

Notre bus roule au BioGNV et se déplace dans toute la France pendant plusieurs mois. Il s'arrête dans les grandes villes pour être accessible à plus de personnes.

Il propose différentes activités adaptées à tous les âges et une expérience immersive inédite et innovante.



## CE QU'ON APPORTE FINALEMENT ?

Notre bus propose un meilleur moyen pour sensibiliser et informer car son impact touche plus de monde et ce de manière plus engageante grâce à l'innovation



# BÉNÉFICES POUR...

## CITOYENS

- Sensibilisation aux enjeux environnementaux : le bus permet de mieux comprendre les avantages du gaz vert
- Impact sur le quotidien : explication des bénéfices directs et réponse aux préjugés
- Cela permet de réduire les préjugés grâce à des démonstrations concrètes (ateliers interactifs et ludiques)

## GRDF

- Notre solution met en avant le rôle clé de GRDF dans la transition énergétique
- Grâce au bus, ils peuvent expliquer concrètement l'impact positif du gaz vert, en s'appuyant sur des données et des exemples tirés de leurs études
- Renforcement de leur image en tant qu'acteur engagé pour l'environnement et les territoires

## FOURNISSEURS

- Opportunités économiques en augmentant l'intérêt pour le gaz vert (nouveaux marchés)
- En participant à ce projet, ils gagnent en visibilité et renforcent leur image

## PRODUCTEURS

- Création d'emplois locaux
- Ce projet contribue au développement des zones rurales
- Mise en lumière de leur rôle essentiel dans cette transition énergétique
- Reconnaissance accrue

## SOCIÉTÉ ET AVENIR

- Ce projet sensibilise chacun à l'importance du gaz vert, que ce soit pour la planète ou pour la vie future en général
- En passant par plusieurs villes, des milliers de personnes seraient touchées
- Les visiteurs peuvent partager l'expérience et les pratiques apprises autour d'eux
- En réunissant toutes les parties prenantes citées précédemment, notre solution devient un outil collectif pour accélérer cette transition énergétique

**NB : il s'agit des bénéfices du gaz vert et des moyens mis en avant par le bus pour les illustrer**

LE CARROUSEL  
DU LOUVRE

**11 février 2025**

Conférences techniques – tous droits réservés aux auteurs des présentations



# FAISABILITÉ

## STRUCTURE DES COÛTS ET INVESTISSEMENTS

Le **coût principal** concerne la personnalisation du bus (design, réalité augmentée, équipement interactif...), ainsi que les différents outils et contenus.

Financements possibles via des partenariats (GRDF, collectivités locales, producteurs de gaz vert...)

Dans le long terme, plusieurs bus pourraient être mis en place.

### Coûts au long du projet :

- Entretien du bus et mise à jour des contenus
- Frais logistiques
- Communication

## PARTENARIATS ET ACCORDS AVEC LES VILLES

**Partenariats scolaires** : intégrer les écoles pour l'organisation d'activités pédagogiques adaptées

**Partenariats avec les villes** : travailler avec les municipalités pour utiliser des lieux stratégiques comme des places publiques, des événements locaux ou des sites proches des unités de méthanisation

Ex : Florensac, première ville en France à adopter des panneaux "gaz vert"

Conférences techniques – tous droits réservés aux auteurs des présentations

### PLANIFICATION

Identification des partenaires, estimation des coûts et du budget et validation des itinéraires



### CONCEPTION

Conception du bus, installation des équipements interactifs et développement des contenus pédagogiques



### TEST ET AJUSTEMENTS

Phase de test



### LANCEMENT ET AMELIORATION

Evenement inaugural dans une grande ville pour marquer le début de la tournée. Amélioration continue et possibilité d'expansion en fonction des retours d'expérience.

## ETAPES

LE CARROUSEL  
DU LOUVRE

11 février 2025



# GESTION DES RISQUES ET SOLUTIONS

