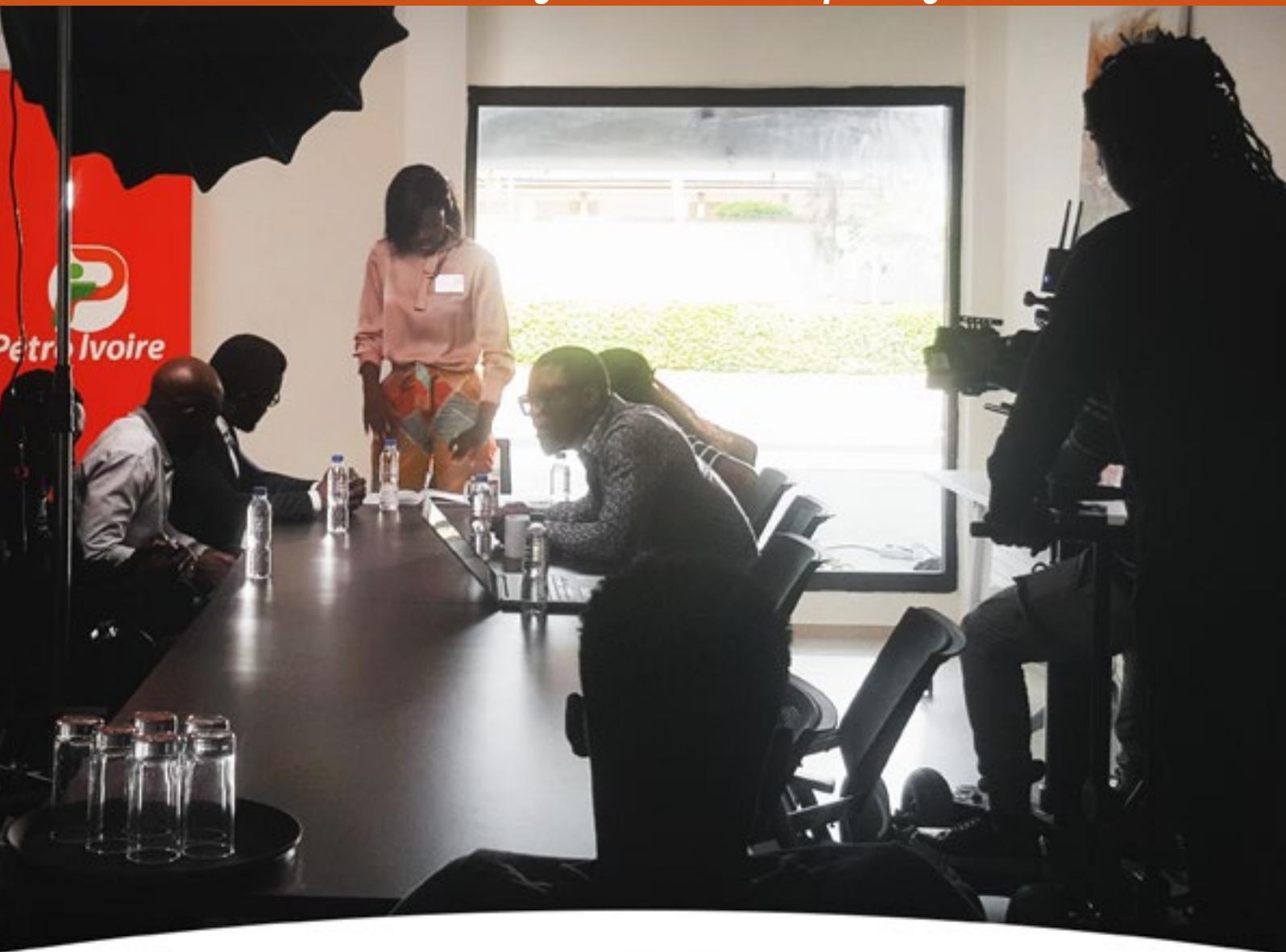


L'Éveil d'un **CHAMPION...**

Nous sommes l'énergie d'un continent qui bouge !



L'Afrique est un continent d'avenir, un continent d'opportunité, un continent en pleine mutation, un continent qui bouge.

Ce mouvement est palpable et visible dans les innovations qui fleurissent à travers le continent et le dynamisme de nos économies.

Cette expansion et ce potentiel sont une excellente nouvelle pour l'avenir et une source de motivation pour tous les acteurs de la zone.

Cette activité, nous devons l'assumer, nous en imprégner et elle doit se traduire dans notre quotidien.

Pétro Ivoire, en tant qu'acteur majeur de l'énergie en Côte d'Ivoire, prend pleinement sa part dans cette révolution. Vendredi 4 juin 2021, nous avons lancé notre nouvelle campagne institutionnelle, **L'Énergie d'un continent qui bouge**.

Conscient de notre potentiel de champion sur le marché national de l'hydrocarbure, cette campagne est un moyen d'affirmer ce positionnement et nous projeter vers notre vision africaine. Nous avons l'ambition d'être **LA RÉFÉRENCE** des consommateurs sur le territoire national et **LA RÉFÉRENCE** dans la fourniture d'énergie en Afrique. C'est la raison du slogan de notre campagne.

Petro Ivoire est la 3ème entreprise dans le secteur des hydrocarbures en Côte d'Ivoire et la 1ère sur le marché du gaz emballé en Côte d'Ivoire. Ces positions sont le produit d'un travail constant de rigueur et de qualité fourni par des équipes dévouées et motivées par la quête de succès. Nous sommes également accompagnés tout au long de notre développement par des partenaires qui nous soutiennent et nous aident à concrétiser cette vision.

“ Nous revendiquons notre identité ivoirienne et africaine proposant des produits et services de hauts standards. Notre vision est celle de l'Afrique qui gagne grâce à son potentiel. ”



À travers cette campagne, nous voulons exprimer notre volonté de nous rapprocher de nos cibles. Nous le faisons en répondant aux besoins de notre clientèle à travers des produits et services de qualités répondant aux normes et exigences des standards internationaux et adaptés à notre clientèle.

Cette campagne s'adresse au grand public « **Du livreur au cadre, de la restauratrice au chauffeur tous se battent pour faire avancer la grande machine** ».

C'est grâce à toutes ces personnes qui nous font confiance que nous améliorons notre offre et occupons aujourd'hui cette position de champion, poussés par les valeurs de rigueur, de qualité, d'innovation et d'excellence, nous visons à étendre nos services afin d'être plus proche de la population et mieux les servir.



Réalisateur

Roland GOGO

Production

GOGO FILMS

Directeur Artistique

Cédric Symenouh

Tout Un **Concept**

Le lancement de la campagne a été précédé par une « pré-campagne » en préparation de la prise de parole grand format. Nous avons mis en place une série d'actions à destination des collaborateurs, de nos partenaires et de notre clientèle.

Un hashtag a été créé pour l'occasion :

#CavaBouger

L'idée en arrière-plan était d'introduire la prise de parole de Pétro Ivoire sur nos différentes plateformes. Ce hashtag a servi de teaser pour attirer l'attention autour de notre marque.

Plusieurs canaux ont été utilisés pour ce relais. Nous avons réalisé un visuel nuage de mots reprenant les mots de la campagne. Ce visuel a été utilisé en interne mais également sur les réseaux sociaux pour susciter l'engouement et la curiosité.

Dans la même philosophie, un filtre (habillage de photo de profil) a été posté sur nos différents réseaux sociaux pour promouvoir cette nouvelle campagne. Ce filtre est un point de départ pour créer un esprit d'appartenance à la marque.

Nous en avons profité pour donner la parole au dirigeant principal de l'entreprise dans un format innovant et adapté à la cible.





Cette prise de parole devait s'appuyer sur un point fort de l'identité de la marque.

Nous avons donc organisé un Meet-up le 26 mai 2021 animé par le Directeur Général, **M. Sébastien KADIO-MOROKRO**.

Ce meet-up a permis au Directeur Général de rencontrer des entrepreneurs ivoiriens et d'échanger sur le thème « **Comment pérenniser et faire croître une entreprise familiale** ». Un appel à profils a été lancé sur les réseaux sociaux de la marque afin d'identifier les participants, recueillant plus de 131 candidatures.

Le Meet-up a donc dû se faire de façon hybride, en présentiel et virtuellement.



15 Entrepreneurs et 10 Journalistes ont ainsi été accueilli à la Station **Pétro ivoire** de Saint Jacques pour un petit déjeuner avant d'être conduit au siège de l'entreprise à Vridi.



Ce fut l'occasion pour eux de visiter les installations de la SAEPP, entreprise en charge du stockage et de l'emplissement de gaz dont **Pétro Ivoire** est actionnaire majoritaire avant de s'entretenir avec le Directeur Général.

Fernand Dédeh et Edith Brou, bloggers société très suivis ont participé en ligne au Meet-up et relayé cette initiative qu'ils ont apprécié sur leurs plateformes donnant plus de visibilité à ces actions.

Les échanges ont été très constructifs, enrichissants et sans tabous. Les participants ont ensuite pu rencontrer les cadres de l'entreprise et échanger lors d'un cocktail. Cette action s'inscrit dans un engagement à long terme de Petro Ivoire d'encourager et d'accompagner les entrepreneurs.





L'énergie d'un continent qui bouge



Pétro Ivoire
FAISONS ROUTE ENSEMBLE



Notre CONCEPT EN VIDÉO

Le film institutionnel a été réalisé par Roland GOGO, réalisateur émérite qui a reçu en 2018, le prix du meilleur réalisateur de Côte d'Ivoire.

Notre film institutionnel est une représentation de notre vision d'accompagnement et de soutien de la population au quotidien.

Nous avons décidé de nous tourner vers une piste story telling qui est une technique de communication narrative permettant de raconter et faire passer un message fort à travers une histoire attirante et forte en émotion.

Le film institutionnel nous plonge au cœur de la journée d'une jeune cadre, d'un chauffeur, d'une restauratrice et d'un livreur qui sont accompagnés tout au long de leur journée par **Petro Ivoire**.

Ce sont ces personnes-là qui font avancer la grande machine qu'est notre économie.

Le choix des personnages a été effectué afin que toutes nos cibles puissent s'identifier et s'y reconnaître.

Pour être en total immersion dans le film, le réalisateur nous propose des prises de vues très dynamiques avec essentiellement des



gros plans sur les acteurs mettant en avant leurs états d'esprit et permettant de faire ressortir leurs émotions.

Le film est raconté avec une voix-off sur un ton sérieux, ambitieux et dans une tonalité visuelle chaleureuse rythmée par une musique africaine moderne correspondant à l'identité de la marque.

Le film institutionnel est diffusé en interne, sur les chaînes télévisées, sur nos plateformes digitales Facebook, LinkedIn et sur le site internet **Petro Ivoire**.



Déploiement de la

CAMPAGNE

La campagne que nous avons lancée est une campagne 360 degrés qui consiste à solliciter l'ensemble des canaux de communication médias et hors-médias.



TV

Nous avons choisi de diffuser le film institutionnel sur **Life TV** et la **RTI**.

Life TV est une nouvelle chaîne qui propose des contenus attractifs suivis par une grande audience. Il a donc été judicieux de choisir cette chaîne comme

canal de diffusion du film institutionnel pour atteindre une cible moderne.

Le film est diffusé à 19h45 avant le JT de Life et pendant le Life Talk qui sont les top horaires où la chaîne atteint son pic d'audience.

Nous avons porté notre second choix de télévision sur la RTI qui est la chaîne la plus regardée sur l'ensemble du territoire. Elle est accessible par tous dans les zones urbaines et rurales. Sur la RTI, le spot est diffusé à différents horaires mais également avant et après le journal télévisé. L'objectif visé en choisissant le journal télévisé, est de toucher une cible de personnes actives.

RADIOS

Le spot radio est une déclinaison audio du film institutionnel. Il est diffusé sur les radios commerciales telles que **Radio Jam, Nostalgie, Vibe radio et les radios confessionnelles**.

Des diffusions sont faites également sur les radios de l'intérieur du pays dans les villes de Yamoussokro, Bouaké, San Pedro, Daloa, Man, Abengourou et Korhogo.

La radio est le meilleur moyen d'atteindre la cible des transporteurs, commerçants et travailleurs. La stratégie derrière les tranches horaires auxquelles le spot radio est diffusé, est de pouvoir toucher le maximum de cibles à un moment de la journée.



AFFICHAGES

En termes de visibilité, tous nos panneaux de stations-services ont été habillés du visuel institutionnel. Nous avons fait de l'affichage sur des panneaux à l'entrée des villes d'Abengourou, Bouaké, Man, San Pédro et Yamoussoukro.

La campagne a également été relayée sur les panneaux big size de la Place de la République, la Rue du canal Pergola, Oil Lybia des 2 Plateaux, du Rond-point de la Palmeraie, du Carrefour de la Vie, du Pont Felix Houphouët Boigny, du Pont de Gaule, du Rond-point Akwaba, Figayo et au Plateau.

Nous avons choisi des panneaux ayant une très bonne visibilité et qui sont placés à des endroits où il y a un flux de passage élevé.



DIGITAL

En plus de la télévision et de la radio, notre campagne est aussi digitale. De plus en plus de personnes sont connectées sur à internet, sur les réseaux sociaux et les applications qu'ils utilisent au quotidien.

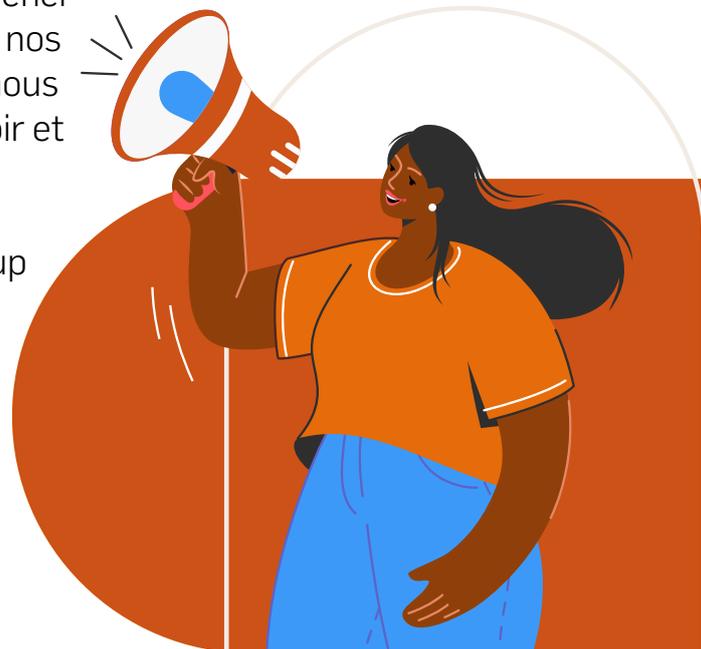
Ces espaces sont des points de contact directs entre les consommateurs et notre entreprise.

Nous avons donc adapté le contenu de nos réseaux sociaux LinkedIn et Facebook en fonction de la cible visée.

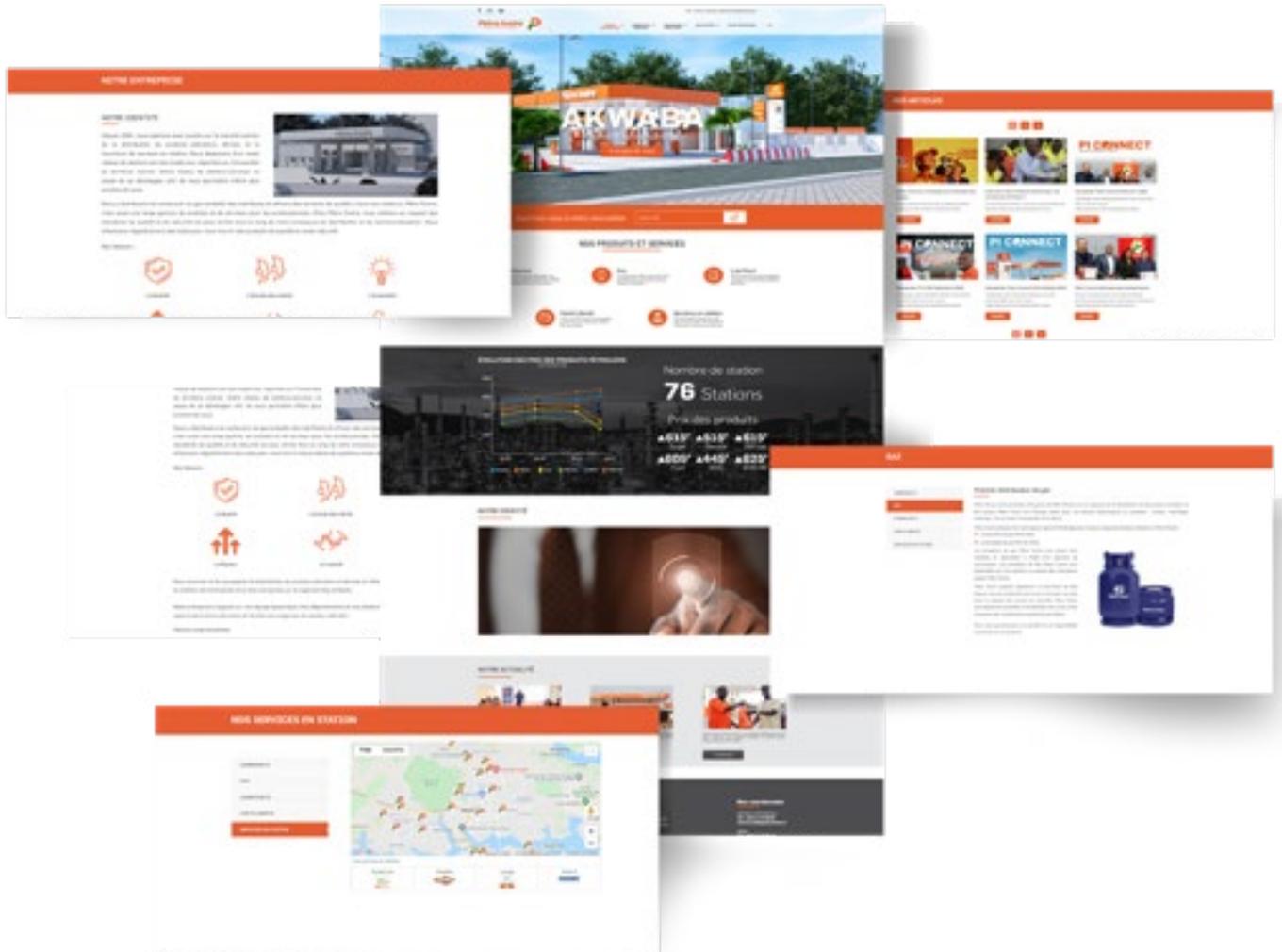
Les photos de couvertures de nos pages LinkedIn et Facebook ont été remplacées par le visuel de la campagne en cours.

Les contenus proposés par le community management sur nos plateformes digitales sont dans l'esprit de la campagne afin d'amener les internautes à redécouvrir notre marque, nos valeurs et notre vision. C'est l'occasion pour nous de mettre notre marque en avant, de se faire voir et connaître d'un public encore non exploité.

Nous avons également réalisé beaucoup d'achats d'espaces en ligne afin de toucher la cible directement via les sites les plus visités notamment Abidjan.net et les applications les plus utilisées donnant ainsi beaucoup de visibilité à la marque **(Plus de 500.000 personnes touchées en 1 mois).**



SITE INTERNET



Nous avons profité de la campagne institutionnelle pour lancer Le nouveau site **Petro Ivoire** moderne et dynamique.

Le site internet est représentatif de la nouvelle image de notre entreprise, c'est à dire innovant. Il a été conçu pour être graphiquement plus moderne tout en maintenant un ton professionnel, sobre et épuré.

Nos clients et collaborateurs pourront y trouver des informations sur notre marque, nos différentes offres de produits et services ainsi que notre actualité.

Nous rentrons dans une nouvelle ère, celle de l'innovation et du changement. C'est en faisant route ENSEMBLE que nous allons accomplir encore plus pour notre nation et notre continent car :

***Nous Sommes L'Énergie
D'un Continent Qui Bouge !***



Pétro Ivoire
FAISONS ROUTE ENSEMBLE