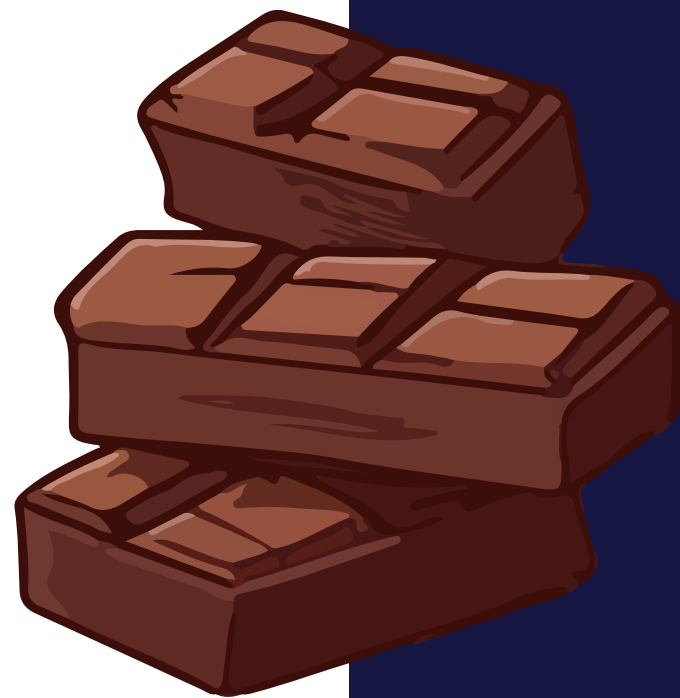




**TerreCacao**



# Lancement officiel de Kongoliceux

**02 Avril 2025 - Darwin Éco-système  
(Bordeaux)**

# Sommaire

## 1 - Préparer le lancement

- Une présentation de l'évènement
- La checklist des bonnes pratiques du communiqué de presse

## 2 - Influence et image de marque

- Les éléments clés du contrat de partenariat pour l'influenceur
- Un plan d'action de réponse au commentaire négatif
- Un plan de gestion de crise des réseaux sociaux
- Un système de veille

## Annexes



Cartographie des typologies d'invités à l'évènement



Corrigé du communiqué de presse



Mail d'invitation pour la journaliste



Tableaux de suivi des KPI's



# 1 - Préparer le lancement



# Introduction et objectifs smart

## Un chocolat d'exception, un engagement durable



TerreCacao a annoncé avec fierté le lancement de Kongoliceux, une marque de chocolat bio, éthique et engagé, respectueuse des producteurs et de l'environnement.

Cet événement de lancement est une opportunité pour les acteurs engagés de découvrir Kongoliceux en exclusivité et de participer à une initiative ayant un impact positif sur la planète.

### OBJECTIFS SMART :

- Accroître la notoriété de Kongoliceux en obtenant 10 parutions presse et 50 000 impressions sur les réseaux sociaux en trois mois.
- Enregistrer 500 précommandes via la boutique en ligne et les points de vente partenaires dans le mois suivant l'événement.
- Obtenir 90% de satisfaction sur l'engagement écoresponsable de l'événement via un sondage sous 15 jours.

# Programme et temps forts



Heure	Résumé	Programme
9 h 00	Accueil et introduction	Présentation de TerreCacao et de la marque Kongoliceux
10 h 00	Conférence d'ouverture	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Thème</b> : Le cacao responsable, un enjeu pour l'avenir</li><li>• <b>Intervenants</b></li></ul>
11 h 30	Ateliers et tables rondes	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Atelier</b> : Comprendre la production éthique du cacao</li><li>• <b>Table ronde</b> : L'impact du commerce équitable sur les communautés locales</li></ul>
13 h 00	Pause déjeuner	Repas éthique et dégustation de Kongoliceux
14 h 30	Expérience immersive	Parcours autour des engagements de la marque et des actions concrètes mises en place
17 h 00	Clôture et networking	Échanges entre participants et partenaires

# Lieu, décor et animation

## **LIEU** : Darwin Éco-système, Bordeaux

Un espace emblématique de l'innovation durable, aligné avec les valeurs de Kongolicieux. Accessible en transport en commun, ce lieu favorise une ambiance conviviale et engagée.

## **DÉCOR** :

- **Matériaux écologiques** : bois recyclé, végétation abondante, éclairage tamisé pour une ambiance chaleureuse
- **Mise en scène immersive** : parcours interactif retraçant le voyage du cacao, de la fève à la tablette
- **Espaces sensoriels** : découverte olfactive et tactile des matières premières du chocolat

## **ANIMATIONS** :

- **Atelier** "De la fève à la tablette" : démonstration en direct avec un maître chocolatier
- **Dégustation guidée** : exploration des saveurs de Kongolicieux en accord avec d'autres produits éthiques
- **Projection documentaire** : immersion dans le quotidien des producteurs congolais et l'impact du commerce équitable

# Stratégie de communication et visibilité

**Objectif :** Maximiser la visibilité et renforcer l'impact de Kongolicieux.

## Avant l'évènement

- Campagne digitale sur les réseaux sociaux et newsletters
- Relations presse avec des médias spécialisés
- Teasers vidéo et interviews exclusives

## Pendant l'évènement

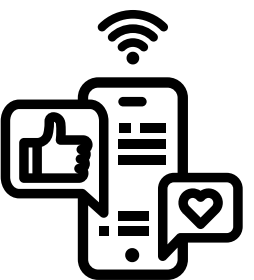
- Couverture live sur les réseaux sociaux
- Captation vidéo et retransmission en streaming
- Interviews d'experts et d'invités

## Après l'évènement

- Publication de contenus récapitulatifs (articles, vidéos, témoignages)
- Suivi des retombées presse et engagement digital
- Maintien de la dynamique avec des actions post-événement

## PARTENARIATS CLÉS :

- Sponsors engagés dans l'alimentation durable et le commerce équitable
- Médias partenaires pour assurer une couverture optimale
- Prestataires écoresponsables pour la logistique et l'organisation



# Budget prévisionnel (50 000 € HT)

## BUDGET PRÉVISIONNEL :

- Location du lieu
- Logistique et décoration
- Communication et marketing
- Restauration et dégustation
- Animations et intervenants
- Imprévus



- **Location du lieu : 10 000 €**
  - Sélection d'un espace écoresponsable pouvant accueillir une centaine de personnes, équipé des infrastructures nécessaires et accessibles en transports en commun.
- **Logistique et décoration : 8 000 €**
  - Aménagements respectueux de l'environnement, utilisation de matériaux recyclés ou réutilisables, signalétique écoresponsable.
- **Communication et marketing : 7 000 €**
  - Campagnes digitales, création de contenus visuels, relations presse, en privilégiant des supports numériques pour réduire l'empreinte écologique.
- **Restauration et dégustation : 10 000 €**
  - Offre de produits bio, locaux et de saison, service traiteur engagé dans une démarche durable, limitation des déchets alimentaires.
- **Animation et intervenants : 7 000 €**
  - Rémunération des conférenciers, animateurs d'ateliers, artistes, avec une attention particulière à leur engagement en faveur du développement durable.
- **Imprévus : 8 000 €** (Marge pour couvrir les dépenses imprévues ou ajustements nécessaires.)



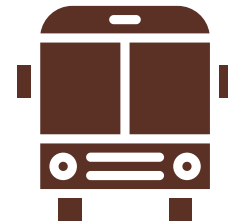
# Engagement écoresponsable et impact attendu

## ENGAGEMENT ÉCORESPONSABLE :



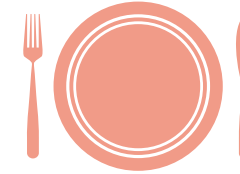
### GESTION DES DÉCHETS

Mise en place du tri sélectif et réduction des emballages jetables



### ACCÈS EN TRANSPORTS DURABLES

Lieu accessible en transport en commun, incitation au covoiturage et parking vélo



### RESTAURATION RESPONSABLE

Buffet 100% bio, local et de saison, avec options végétariennes et vegan



### DÉCOR ET STANDS ÉCOLOGIQUES

Utilisation de matériaux recyclés, naturels et réutilisables



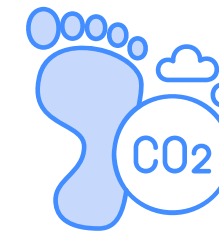
### ÉNERGIE VERTE

Éclairage LED et approvisionnement en électricité d'origine renouvelable



### COMMUNICATION RESPONSABLE

Supports numériques privilégiés, impressions sur papier recyclé si nécessaire



### ÉVÉNEMENT BAS CARBONE

Mesure et compensation de l'empreinte carbone de l'événement



### GOODIES ÉCO-CONÇUS

Cadeaux responsables, fabriqués à partir de matières durables et éthiques

## IMPACT ATTENDU :

- **Médiatique** : Large couverture presse et digitale
- **Éducatif** : Sensibilisation des invités à un mode de consommation responsable
- **Économique** : Développement de collaborations et augmentation des précommandes
- **Environnemental et social** : Promotion de pratiques durables et soutien aux producteurs congolais

# Checklist des bonnes pratiques du communiqué de presse

## Structure et format

- Comporte un logo et une date en haut de page
- Titre clair, accrocheur et percutant
- Chapô (résumé de 2 à 3 phrases maximum) est présent sous le titre
- Texte organisé en paragraphes courts pour une lecture fluide
- Section "À propos" est incluse à la fin pour présenter l'entreprise
- Contacts presse mentionnés avec les coordonnées complètes en fin de document

## Contenu et clarté

- Information principale donnée dès les premières lignes
- Le communiqué répond au QQQQCP
- Ton professionnel et neutre, sans exagération promotionnelle ni pronom personnel intime ("je", "nous", "vous")
- Message cohérent et compréhensible pour le public cible
- Chiffres ou faits concrets inclus pour renforcer la crédibilité
- Citations intégrées et attribuées à des personnes légitimes

## Style et lisibilité

- Texte concis (1 à 2 pages maximum)
- Vocabulaire accessible et sans jargon inutile
- Aucune faute d'orthographe ou de grammaire
- Plusieurs relectures effectuées pour vérifier la clarté et la pertinence du contenu



## 2 - Influence et Image de marque



# Éléments clés d'un contrat de partenariat

**1 - Parties impliquées** : **Identité** des parties contractantes, avec leurs **informations** légales et coordonnées.

**2- Objet du contrat** : La description claire de **l'objectif** du partenariat.

**3 - Nature des prestations** : Les **tâches spécifiques** que chaque partie doit accomplir.

**4 - Durée du contrat** : Les **dates de début et de fin** du partenariat, ainsi que les **modalités de résiliation anticipée**.

**5 - Conditions financières et modalités de règlement** : Le **montant** de la rémunération, les **échéances** de paiement et les **modalités** de règlement.

**6 - Droits et obligations des parties** :

- **Confidentialité** : Engagement à ne pas divulguer les informations confidentielles
- **Propriété intellectuelle** : Dispositions sur la propriété et l'utilisation des contenus créés
- **Indemnisation et responsabilité** : Respect des réglementations en vigueur et conséquences en cas de non-respect des engagements

**7 - Juridiction compétente** : Le **tribunal** en charge de régler les litiges en cas de désaccord.

**8 - Signature des parties** : Les **signatures** des personnes représentant chaque **partie** pour officialiser l'accord.

# Contexte et enjeux

Après plusieurs mois de commercialisation et une montée en notoriété grâce au partenariat avec **Femi Ngoy**, Kongolicieux fait face à une **polémique** : des militants environnementaux dénoncent sur **Instagram et X** l'acheminement de son chocolat par avion, **remettant en question son engagement écologique**.

Cette situation présente plusieurs **risques** :

- **Perte de crédibilité** auprès des consommateurs engagés.
- **Amplification du bad buzz** avec un effet boule de neige médiatique.
- **Possibles appels au boycott**, impactant l'image et les ventes.

Notre réponse doit être **rapide, transparente et pédagogique** pour désamorcer la crise tout en **réaffirmant** nos engagements écologiques et nos axes d'amélioration futurs.

# Plan d'action de réponse au commentaire négatif

## Actions immédiates (24-48h)

- **Surveiller** l'évolution des réactions et identifier les principaux influenceurs du débat
- **Publier la réponse officielle** sur les commentaires des posts militants + en story Instagram
- **Briefer Femi Ngoy** pour qu'il relaie une communication positive sur l'**impact social et environnemental** de Kongolicieux
- **Préparer une FAQ** sur le transport et l'engagement RSE de la marque à diffuser sur le site et les réseaux

## Actions de réassurance (1 semaine)



- **Post explicatif sur les réseaux** : une infographie claire sur les contraintes logistiques et les projets en cours pour des alternatives plus vertes
- **Story Instagram & TikTok avec Femi Ngoy** : vidéo immersive expliquant le parcours du cacao et l'engagement de la marque
- **Collaboration avec un expert RSE** : un spécialiste du transport durable pour partager une analyse neutre et crédible
- **Concevoir un plan de gestion de crise** des réseaux sociaux

## Actions long terme (1-3 mois)

- **Recherche active de solutions alternatives** (maritime, offset carbone, ...)
- **Transparence sur les avancées** : communiquer régulièrement sur les solutions envisagées et leur faisabilité
- **Organisation d'un live Instagram ou Twitter Space** avec un expert environnemental pour ouvrir le débat
- Mettre en place une **veille active**

# Identification des types de crises

## TYPOLOGIE DES CRISES POSSIBLES :

Type de crise	Exemple	Gravité	Risque
 Critique environnementale	Transport du chocolat en avion	Élevée	Perte de crédibilité, appel au boycott
 Accusation de Greenwashing	Engagements écologiques perçus comme du marketing	Moyenne	Débat sur les réseaux, perte de confiance
 Problème produit	Qualité, allergie, contamination	Élevée	Risque légal, atteinte à la réputation
 Polémique influenceur	Femi Ngoy en lien avec une marque non éthique	Moyenne	Perte d'authenticité, désengagement de la communauté
 Bad Buzz viral	Hashtag détourné contre la marque	Très élevée	Impact médiatique fort, crise à gérer en urgence



# Charte de réponse aux crises

Un document doit être créé pour formaliser la gestion des réponses en cas de crise. Ce document inclura :

- Des guidelines sur les éléments de langage et le ton à adopter
- Une liste des principaux scénarios de crise et les réponses associées
- La répartition des rôles au sein de l'équipe

## SCHEMA DES NIVEAUX DE RÉPONSES :

Niveau de crise	Temps de réponse	Canal de réponse
Critique isolée	≤ 2h	Réponse en commentaire
Débat en cours	≤ 4h	Réponse + interaction en privé
Buzz négatif	≤ 6h	Post officiel + communiqué
Crise majeure	≤ 12h	Vidéo officielle + intervention médias

## PRINCIPES CLÉS :

- Transparence : Ne jamais nier les faits
- Réactivité : Répondre en moins de 2h en cas de crise
- Cohérence : Toujours aligné avec la stratégie de Kongoliceux
- Personnalisation : Répondre en fonction du contexte et du ton de l'utilisateur



# Charte de modération

Un document de charte de modération doit être mis en place. Ce document contiendra notamment :

- Les règles internes de modération des commentaires
- Les types de messages à masquer/supprimer (insultes, fake news...)
- La gestion des interactions sensibles avec les internautes

## EXEMPLE DE TABLEAU DE MODÉRATION :

Type de commentaire	Action à mener
Propos haineux (racisme, sexisme, ...)	Suppression immédiate + signalement
Critique argumentée et respectueuse	Réponse argumentée et bienveillante
Fake news ou désinformation	Rectification des faits avec sources officielles
Demande client (SAV)	Redirection vers le service client
Attaque injurieuse / Diffamation	Masquer ou signaler

**⚠ Attention :**  
**Toute suppression de  
commentaire doit être  
justifiée pour éviter d'être  
accusé de censure !**

# Protocole d'actions et de contact

## QUE FAIRE ET QUI CONTACTER ?

Etape	Action	Responsable
Détection	Identifier l'origine et l'ampleur de la crise	Karim (Stagiaire)
Évaluation	Déterminer le niveau de risque (faible, moyen, élevé)	Hélène (Brand Manager)
Rédaction	Préparer une réponse validée par la direction	Hélène (Brand Manager) + Adèle (Directrice)
Diffusion	Répondre sur le bon canal (commentaire, post, communiqué)	Karim (Stagiaire)
Suivi	Mesurer l'impact et ajuster la communication	Toute l'équipe

## CONTACTS À ACTIVER :

- Adèle (Directrice) :
  - [adele@terrecacao.com](mailto:adele@terrecacao.com)
- Hélène (Brand Manager) :
  - [helene@terrecacao.com](mailto:helene@terrecacao.com)
- Karim (Stagiaire) :
  - [karim@terrecacao.com](mailto:karim@terrecacao.com)

# Diagramme de prise de décision

Une critique isolée apparaît sur un commentaire ou un post

- Répondre directement avec une explication claire et factuelle
- Si nécessaire, proposer un échange en privé pour désamorcer la situation

Le débat commence à prendre de l'ampleur (plusieurs commentaires et interactions)

- Publier un post officiel expliquant la position de la marque et clarifiant la situation
- Engager un dialogue avec bienveillance en restant transparent

Un bad buzz viral se déclenche (forte médiatisation sur les réseaux, relais par influenceurs ou médias)

- Réagir rapidement avec une communication officielle sous forme de communiqué de presse et/ou vidéo
- Activer les relations presse et réseaux d'influence pour apporter un éclairage neutre sur la situation
- Si nécessaire, organiser un live vidéo ou une FAQ pour répondre aux préoccupations du public

La crise prend une ampleur critique avec un impact business significatif (perte de clients, boycott, mise en cause légale)

- Déclencher une réunion de crise en interne pour définir une stratégie de réponse globale
- Prendre contact avec des experts en gestion de crise et en relations publiques
- Intervenir dans les médias traditionnels (TV, presse, radio) pour apporter une clarification officielle
- Ajuster la stratégie et suivre l'évolution en temps réel pour adapter les actions

# Systeme de veille

## POURQUOI METTRE EN PLACE UNE VEILLE PROACTIVE ?

- **Détecter rapidement les signaux faibles** pouvant indiquer une potentielle crise et les collecter dans un **dashboard**
- **Comprendre les tendances et attentes** du public
- **Identifier les critiques récurrentes** et préparer des réponses adaptées
- **Analyser leur origine** (consommateurs, militants, médias...)
- **Qualifier le niveau de risque** (isolé, viral, stratégique)

## QUELS OUTILS UTILISER POUR LA VEILLE ?

- **Google Alerts** (Suivi des mentions de Kongolicieux en ligne)
- **Talkwalker Alerts** (Détection automatique des tendances et discussions émergentes)
- **Mention** (Surveillance des conversations sur les réseaux sociaux)

## CRITÈRES POUR SURVEILLER NOTRE E-RÉPUTATION :



### **Volume de mentions :**

Identifier la fréquence à laquelle notre marque est citée



### **Sentiment des publications :**

Déterminer si les retours sont positifs, neutres ou négatifs



### **Niveau d'engagement :**

Observer les interactions (likes, partages, commentaires) pour mesurer l'impact



# Annexes



# Annexe 1 : Mapping des typologies d'invités



## AMBASSADEURS ET PERSONNALITÉS ENGAGÉES

Relais de notre message et légitimisation de notre action auprès d'un large public concerné

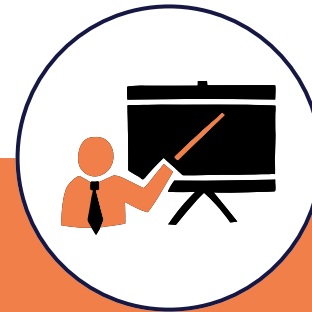
- **Camille Etienne** (influenceuse militante écologiste)
- **Cyril Dion** (réalisateur et militant environnemental)
- **Léa Camilleri** (influenceuse, sensibilisation grand public)



## POLITIQUES ET SPONSORS STRATÉGIQUES

Soutien financier, logistique et en communication

- **La NEF** (banque éthique, finance solidaire)
- **Fondation Nicolas Hulot** (acteur clé de la transition écologique)
- **Biocoop** (réseau de magasin bio)
- **Sarah Lebrun** (députée transition écologique et commerce responsable)



## MÉDIAS ET JOURNALISTES SPÉCIALISÉS

Diffusion de l'information et couverture de l'événement

- **Hugo clément** (journaliste environnemental et engagé)
- **We demain** (média engagé dans enjeux environnementaux)
- **Ouest France** (presse local)
- **Basilic Podcast** (podcast engagé éthique et écologie)



## CLIENTS, DONATEURS ET MÉCÈNES

Soutien actif à notre mission et développement des actions futures

- **Mirova** (fonds d'investissement à impact, finance verte)
- **Blue Bees** (plateforme de crowdfunding, projets écologiques)
- **GreenPeace** (ONG environnemental et militante)
- **Donateurs privés** (citoyens engagés)



## COLLABORATEURS INTERNES ET ALLIÉS CLÉS

Animation et engagement interne pour renforcer la communauté

- **Makesense** (communauté d'innovateurs sociaux, bénévoles engagés)
- **Zero Waste France** (association experte, accompagnement et sensibilisation)
- **Porteurs de projets** (start-ups à impact)



# Annexe 2 : Corrigé du communiqué de presse

Logo + Nom de l'entreprise

"Communiqué de presse"  
Date : (format JJ/MM/AAAA)

~~Lancement de "Kongoliceux" par TerreCacao : Un Chocolat Responsable pour la Protection de la Planète~~ Lancement de Kongoliceux : Un chocolat responsable pour la planète

TerreCacao, le spécialiste des chocolats biologiques, est fier d'annoncer le lancement de sa nouvelle marque, "Kongoliceux" Kongoliceux. Ce chocolat d'exception, issu des terres riches et fertiles du Congo, représente un engagement fort en faveur de la durabilité, de l'éthique et de la protection de l'environnement.

~~Une Production Respectueuse de l'Environnement~~ Une production respectueuse de la nature

"Kongoliceux" Kongoliceux est élaboré à partir de cacao cultivé de manière biologique, sans pesticides ni engrais chimiques. La production utilise exclusivement des énergies renouvelables, garantissant ainsi une empreinte carbone minimale et promouvant des pratiques agricoles durables. ~~Nous sommes fiers d'utiliser des emballages écologiques qui respectent notre planète.~~ Les emballages écologiques utilisés reflètent cet engagement en faveur de la planète.

~~Soutien aux Communautés Locales~~ Soutien aux communautés locales

TerreCacao ~~s'engage à soutenir les~~ agit en faveur des communautés locales en employant des salariés issus ~~de ces mêmes communautés~~ des régions productrices pour la fabrication de "Kongoliceux" Kongoliceux. Nous assurons des conditions de travail équitables et investissons dans le développement des compétences locales, contribuant ainsi au bien-être économique et social des régions productrices de cacao. Notre entreprise valorise la diversité et l'inclusion à chaque étape de notre chaîne de production.

~~100% des Bénéfices pour la Protection de la Faune et de la Flore~~ Des bénéfices pour la protection de la faune et de la flore

~~Dans un geste unique pour la conservation de la nature, TerreCacao reversera 100% des bénéfices issus des ventes de "Kongoliceux" à des initiatives dédiées à la protection de la faune et de la flore congolaises. Chaque tablette de "Kongoliceux" achetée soutient directement des projets de conservation, visant à protéger les espèces menacées et à restaurer les écosystèmes vulnérables. En achetant "Kongoliceux", vous participez activement à la sauvegarde de notre planète.~~ Dans une démarche inédite, TerreCacao s'engage à reverser 100% des bénéfices des ventes de Kongoliceux à des initiatives de protection de la faune et de la flore congolaises. Chaque tablette achetée contribue directement à la sauvegarde des espèces menacées et à la restauration des écosystèmes fragiles.

Logo + Nom de l'entreprise

"Communiqué de presse"  
Date : (format JJ/MM/AAAA)

~~Une Invitation à un Voyage Sensoriel et Responsable~~ expérience gustative et responsable

~~Nous invitons les amateurs de chocolat du monde entier à découvrir "Kongoliceux" et à participer à un mouvement global pour la protection de notre planète. En choisissant "Kongoliceux", vous optez pour un produit de qualité supérieure tout en soutenant des pratiques durables et éthiques qui bénéficient à l'environnement et aux communautés locales. "Kongoliceux" est le choix idéal pour les consommateurs conscients qui souhaitent faire une différence positive.~~ Les amateurs de chocolat du monde entier sont invités à découvrir Kongoliceux et à rejoindre un mouvement global en faveur d'une consommation durable et éthique. En choisissant Kongoliceux, les consommateurs participent activement à un changement positif pour l'environnement et les populations locales.

~~Disponibilité et Points de Vente~~ points de vente

~~"Kongoliceux" Kongoliceux sera disponible à partir du 1er juin 2024 dans les épiceries fines, les magasins bio et sur notre site internet officiel. Rejoignez-nous dans cette aventure gourmande et engagée ! Ensemble, nous pouvons faire la différence.~~

À propos de TerreCacao

TerreCacao est une entreprise engagée dans la production de chocolats biologiques, éthiques et responsables. Fondée sur des valeurs de durabilité et d'innovation sociale, elle collabore avec des producteurs locaux pour offrir des produits de qualité tout en respectant la planète.

Contacts presse

Nom du contact : [À compléter par le nom du responsable]

Email : [À compléter par l'adresse mail du responsable]




Téléphone : [À compléter par le numéro de téléphone du responsable]

Site web : [À compléter par le lien du site internet]

## PRINCIPALES CORRECTIONS :

- Ajout du nom de l'entreprise et du logo
- Ajout du titre et de la date
- Suppression des guillemets autour du nom de la marque
- Reformulation des phrases non adaptés (pronoms "nous" et "vous", ...)
- Suppression de la majuscule automatique de chaque mot dans les titres
- Reformulation syntaxe
- Ajout du paragraphe "A propos"
- Ajout des contacts presse

# Annexe 3 : Mail d'invitation pour la journaliste

À	lucie.marie@gmail.com
Cc	adele@terrecacao.com
Objet	Invitation exclusive – Lancement de Kongoliceux, un chocolat engagé 🍫🌍
<p>Bonjour Lucie Marie,</p> <p>Nous avons remarqué votre intérêt pour notre communiqué de presse, et nous serions ravis de vous inviter personnellement au lancement officiel de Kongoliceux, la nouvelle marque de chocolat responsable signée TerreCacao.</p> <p> <b>Date</b> : 02 Avril 2025 de 09 h 00 à 17 h 00</p> <p> <b>Lieu</b> : Darwin Éco-système, Bordeaux</p> <p> <b>Au programme</b> : échanges avec les acteurs du projet, immersion sensorielle autour du cacao, dégustations exclusives et engagement pour la préservation de la biodiversité congolaise.</p> <p>Votre expertise et votre regard sur les initiatives engagées font de vous une invitée précieuse pour cet événement. Nous espérons vivement pouvoir vous compter parmi nous !</p> <p>Merci de nous confirmer votre présence avant le 10 mars 2025. Pour toute question ou information complémentaire, n'hésitez pas à me contacter.</p> <p>Au plaisir d'échanger très bientôt,</p> <p><b>Mme PAGNIEZ Hélène</b> Brand Manager TerreCacao helene@terrecacao.com   06 27 84 62 08</p>	



# Annexe 4 : Tableaux de suivi des KPI's

Tableau de bord de suivi du lancement de Kongolicieux				
Période	Indicateur	Objectif	Résultat	Commentaire
Avant	Nombre d'invitations envoyées	100		
	Taux de réponses positives	60 %		
	Nombre de publications teaser	10		
	Part des fournisseurs engagés RSE	100 %		
Pendant	Nombre de participants	100		
	Engagement sur les réseaux sociaux	50 000 impressions		
	Nombre de mentions sur les réseaux	À définir		
	Sentiment des publications	À définir		
	Quantité de déchets triés/recyclés	80 %		
	Part des produits bio/locaux	100 %		
Après	Nombre de parutions presse obtenues	10 articles		
	Nombre de précommandes	500 ventes en 1 mois		
	Sentiment global (sondage)	90 % de satisfaction		
	Nombre de reprise du hashtag officiel	À définir		
	Satisfaction sur l'engagement écoresponsable	90 % (sondage sous 15 jours)		

Tableau de bord de suivi du partenariat avec Femi Ngoy			
Critère	Objectif sur 6 mois	Résultat	Commentaire
Nombre de posts Instagram	6 (1 par mois)		
Nombre de stories Instagram	12 (2 par mois)		
Nombre de vidéos TikTok	3 (1 tous les 2 mois)		
Nombre de vidéos YouTube	1		
Engagement moyen par post	À définir selon audience		
Participation à l'événement	1 présence + live/story		
Respect des éléments de langage	100 % des contenus		
Nombre de repartages par la marque	Selon performances		
Respect des délais contractuels	Oui/Non		