

WECYCLE
La Bicyclette Nantaise
La BN

I. La stratégie

A / DES CONSTATS

Ces cinq points expliquent le contexte social dans lequel nous évoluons et le pourquoi de notre concept.

a / Pollution

À Lille, le pic de pollution a égalé celui de Pékin il y a moins d'une semaine.

b / Surpoids

En France, 1 personne sur 8 est obèse, et 40% de la population est en surpoids.

c / Consommation

De plus en plus de personnes veulent sortir de la relation acteur/public que leur propose le système actuelle, pour se placer dans une position de consomm'acteurs = les décroissants

d / Sécurité

Au Danemark, à Copenhague, la ville agit en fonction des besoins des utilisateurs. Aujourd'hui, les bandes cyclistes ont été élargi de manière à laisser trois cyclistes rouler de front. En France, les bandes cyclistes trop étroites procurent un sentiment d'insécurité face aux voitures.

e / Vol

Les usagers sont réticents à l'idée d'utiliser leur propre vélo et de le laisser en ville à cause des voleurs. Le constat intéressant de la police est que les voleurs ne revendent généralement pas le vélo mais se contente de l'utiliser.

B / UNE IDÉE SIMPLE

Proposer un système novateur qui positionne le consommateur en véritable acteur de la vie de demain en lui parlant de deux notions : le recyclage et la bicyclette, l'écologie et le mouvement, la promesse d'un corps sain dans une ville saine.

a / Le projet

Proposer un système communautaire qui prône les valeurs de partage, de convivialité, d'écologie et de santé.

b / Mode d'emploi

- J'amène mon vieux vélo à Wecycle
- Wecycle rénove totale mon vieux vélo et l'ajoute à la collection de vélos Wecycle
- En tant qu'adhérent, je paye une cotisation mais ma première année d'abonnement est offerte, et j'ai la garantie de pouvoir profiter à tout moment d'un vélo en parfait état, et ceux dans toutes les villes dans lesquelles se développent Wecycle.
- Je m'inscris ainsi dans le réseau Wecycle et peut prendre un vélo sans payer quand je le souhaite et suis averti des différents événements de la communauté Wecycle
- Les membres non-adhérents (qui ne fournissent pas de vélo) pourront aussi intégrer ce réseau en payant un abonnement

C / UN ESPRIT

Wecycle, c'est un état d'esprit, un mode de vie, une volonté de partage, de découverte, de mouvement et d'un grand bol d'air.

a / Des évènements

Wecycle est avant tout un réseau humain qui existe grâce à ses adhérents, une véritable communauté qui permet aux gens de se rencontrer au travers de différents évènements.

- balades nocturnes
- pique-nique à thème
- marathon caritatif

b / Lifestyle products

(À revoir en fonction du budget alloué)

Vendu sur internet (de la même manière que Rad ou Asos) pour éviter les coûts de boutiques.

Vente de vêtements au style dynamique et urbain, correspondant à l'image de Wecycle, de casques et de jackets aux motifs pop pour attirer l'utilisateur vers une tenue un peu plus glamour que la veste jaune fluo d'aujourd'hui et la happer dans cette dynamique de bonne humeur et de vivacité.

c / Food & Beverage

Les produits Wecycle sont des produits de consommation rapide respectant ses valeurs de santé, de bien-être et de vitalité (sur la lignée d'Exki).

Le but est d'instaurer Wecycle comme un véritable style de vie, et donc de faciliter l'accès à ses produits = vendu tout simplement en supermarché (comme Innocent), mais développe leur gamme dans des foodbikes postés dans certains endroits stratégiques (entrée de parc, zone de bureaux) ainsi que dans les spots accueillant les vélos (le LU, le Hangar à Banane, chaque bar qui accepte vend les produits alimentaires car devient relié lui aussi au réseau et peut être acteur d'évènements)

D / DES SOUS DES SOUS DES SOUS !

Voici une liste non exhaustive des revenus de la compagnie.

a / Un projet soutenu par la ville

Contribution importante de la ville de Nantes qui soutient le projet.

b / Des adhérents

Les adhérents qui fournissent leur vieux vélo se voit offrir un abonnement d'un an et paye un abonnement à prix préférenciel les années suivantes.

Les adhérents ne fournissant pas de vélo paye un abonnement sans prix préférenciel.

c / Des évènements

À l'instar de Color Me Rad ! qui vend 20€ les 5km de course mais surtout une ambiance conviviale et festive, Wecycle organise des évènements qui rassemblent les adhérents, certains payants.

d / Des partenaires

Des partenaires comme Decathlon, Powerade et Exki sponsorisent les événements.

e / Des produits

Wecycle fait également des rentrées d'argent grâce à ses produits alimentaires, ses lifestyle products et ses bike products.

II. La communication

A / Une communication digitale

Les aspirations écologiques de cette marque l'amène à laisser de côté la communication papier et se concentrer sur le digital, permettant ainsi une véritable interaction entre le consommateur et Wecycle.

Le ton de la communication sera léger et décalé, de manière à décomplexer l'utilisateur par rapport aux notions de mouvement et de santé et éviter à tout prix une approche moralisatrice.

a / Récupérer son vélo

Chaque vélo est équipé d'un détecteur de carte.

L'adhérent passe sa carte et reçoit un code sur son smartphone pour s'authentifier et retirer le vélo.

Ceux qui donnent un vélo ont le même numéro que leur vélo, les autres ont un numéro d'adhérent également mais sans attache à un vélo.

b / Un réseau social

Les bornes sont dotées d'écran avec lesquelles les membres peuvent se photographier avec le vélo qu'ils viennent de récupérer. Les photos sont directement envoyées sur le compte Instagram de Wecycle et les membres peuvent voir qui a emprunté leur vélo grâce au numéro membre/vélo.

c / Une borne interactive

Certains jours, les utilisateurs peuvent gagner des bons de réduction sur les produits de la gamme Wecycle en imitant des positions indiquées sur les bornes Wecycle

ex : grimace, sourire, pouce levé etc...

Communication axée sur l'échange et la bonne humeur.

d / Un site internet

Le site internet conserve le ton humoristique de Wecycle et propose, en plus des renseignements essentiels (présentation, où trouver les vélos, indication d'évènements...) une discussion avec un personnage emblématique du réseau Wecycle (on lui écrit des questions et il nous répond sur un ton amusant)

Lors d'un évènement comme un circuit à vélo, le site propose une carte interactive retraçant le parcours : on clique sur certaines étapes du parcours et on a un aperçu vidéo du quartier et de son ambiance.

e / Une application smartphone

Chaque utilisateur recevant un numéro identique à celui du vélo qu'il laisse en intégrant le réseau Wecycle, l'application permet aux utilisateurs de se contacter afin d'échanger sur les sorties, les lieux de balades, les événements passés ou à venir, bref, de se rencontrer.

f / Un spot publicitaire

Wecycle profitera des média pour diffuser un spot publicitaire présentant l'âme de la marque plus que son fonctionnement.

WeShare
WeLaugh
WeMove
WeLive
WeCycle

Mettre en évidence plus des vidéos de lieux, de gens heureux...

B / DES ÉVÈNEMENTS QUI RASSEMBLENT

Le principal avantage de Wecycle par rapport à ses concurrents est l'aspect communautaire qu'il représente. Les membres Wecycle seront invités à participer à différents événements prônant la vitalité et la bonne humeur.

C / DES ENGAGEMENTS, DES ACTIONS

Le positionnement de Wecycle étant tourné vers l'humain, Wecycle mène des actions afin de promouvoir au maximum ses valeurs.

a / Des interventions dans les écoles

Wecycle fait la promotion d'un mode de vie sain et dynamique, mais si les adultes peuvent adhérer aujourd'hui à ce mouvement, c'est les enfants qui établiront les règles de demain. Ainsi, Wecycle s'engage à faire des interventions dans les écoles afin d'enseigner aux enfants les bonnes habitudes alimentaires à prendre. Le but est également de faire promouvoir la gamme alimentaire Wecycle et d'inciter les parents à s'y intéresser.

b / Un engagement humanitaire

Wecycle propose des marathons payants dont les bénéfices seront reversés à des associations humanitaires à définir.
voir Wecycle USA