

PRÉSENTATION

WEB TV

MAGAZINE

PAR ATLANTEA PROD

ARCHI-COOL

PETITS ESPACES - GRANDES IDÉES



SOMMAIRE



1

L'IDÉE

2

LES OBJECTIFS

3

LE MARCHÉ

4

STRATÉGIE DE CONTENUS

5

EXEMPLES DE CONTENUS

6

LIGNE ÉDITORIALE

7

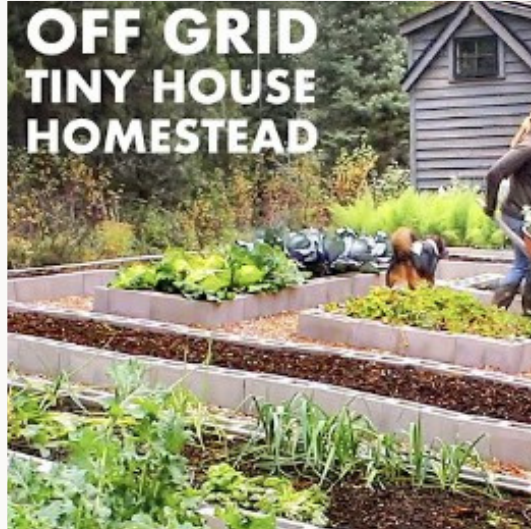
CONCLUSION & PRISE DE CONTACT



LIVING BIG



OFF GRID
TINY HOUSE
HOMESTEAD



BREATHTAKING



L'IDÉE

Montrer la diversité des modes d'habitat "atypiques".

Tiny house, mini maisons, cabanes, vans aménagés, petits espaces collectifs ou individuels... Autant de réalisations que de passionnés à découvrir.

QUELQUES CHIFFRES

- Le secteur du bâtiment et des travaux publics (BTP) génère au total 240 millions de tonnes de déchets soit 70 % des déchets produits en France (données 2018). www.notre-environnement.gouv.fr
- Face à la dépense énergétique, près de 12 % des ménages se trouvent en situation de précarité énergétique.
- Les matériaux biosourcés sont une alternative crédible aux produits non renouvelables.

NOS RÉFÉRENCES

- Living Big in a Tiny House (web TV Néo-Zélandaise)
<https://www.youtube.com/@livingbig>
- Never Too Small
<https://www.youtube.com/@nevertosmall>
- Exploring alternatives
<https://www.youtube.com/@exploringalternatives>

LES OBJECTIFS

1 AMPLIFIER UN MOUVEMENT

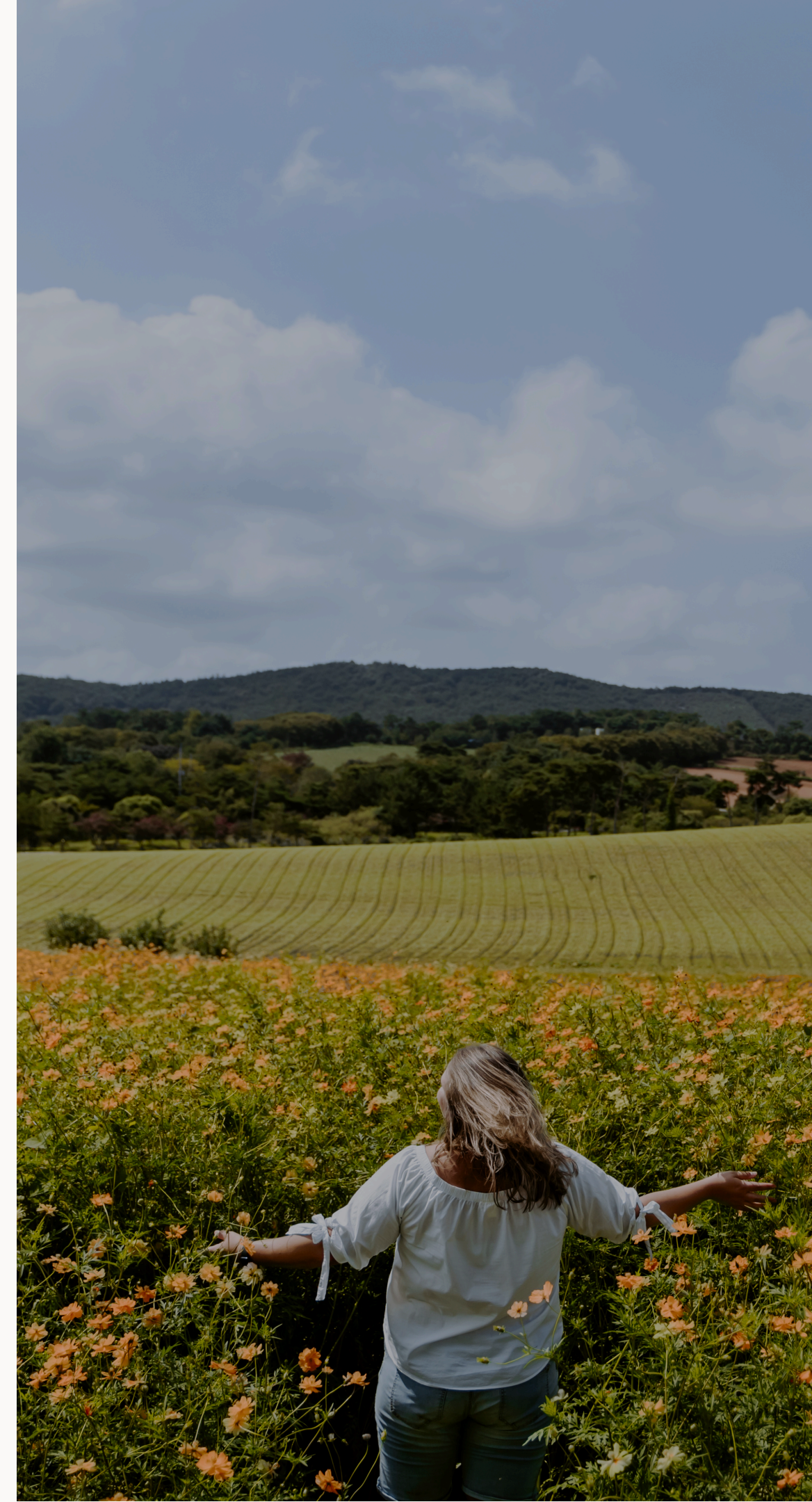
Faire face aux enjeux économiques, mieux respecter l'environnement, développer de nouvelles compétences... Nous souhaitons accompagner celles et ceux qui participent à cet élan.

2 CRÉER DES PASSERELLES

Entre les acteurs de la construction ou de la rénovation écoresponsable et le grand public, il faut des médias pour vulgariser et montrer ce qui se fait déjà et les projets en cours.

3 DÉVELOPPER UN NOUVEL "ART D'HABITER"

Après l'engouement autour des grands espaces à vivre, le "mieux vivre" à taille humaine est en plein essor. Il faut mettre ce nouvel "art de vivre" en pleine lumière.



LE MARCHÉ

NOS FUTURS ABONNÉS

En couple, en famille, célibataires, actifs ou retraités, celles & ceux qui souhaitent modifier leurs habitudes, sortir des sentiers battus, sont de plus en plus nombreux. Que ce soit pour des raisons éthiques, environnementales ou purement financières, c'est à un public très large et en constante évolution que nous nous adressons.

COMMENT TROUVER NOTRE PUBLIC ?

Beaucoup sont déjà impliqués dans une recherche personnelle et font parti de réseaux comme **Twiza** ou **Hameaux légers** par exemple. Ils sont souvent actifs dans leurs recherches et sont donc présents sur les réseaux sociaux. Iels utilisent beaucoup Youtube comme moteur de recherche.





STRATÉGIE DE CONTENU

Un magazine vidéo spécialisé, accessible en Français, est déjà une opportunité peu courante sur la Toile. Nous nous appuyons sur les réseaux sociaux et les associations spécialisées pour développer notre audience.

BLOG

Un blog avec une actualisation hebdomadaire, sera accessible gratuitement. Une newsletter bimensuelle sera également proposée.

RÉSEAUX SOCIAUX

Nous serons présents via une page Facebook et un compte Instagram.

VIDÉOS

Le magazine proposera 11 numéros à l'année, accessibles via un abonnement accessible financièrement.

Cette approche intégrée maximise la portée et l'engagement d'ArchiCool

EXEMPLES DE CONTENUS

1



2



3



BIENTÔT...

**1 VIDÉO
PAR MOIS**

11 numéros par an (numéro double en juillet-août). D'une durée moyenne de 26', avec des reportages, portraits, présentations de produits, de techniques. Toute l'actualité du mois.



LIGNE ÉDITORIALE

Un ton optimiste et naturel pour présenter des alternatives et des opportunités engageantes.

DISTANT ————— AUTHENTIQUE

PROFESSIONNEL ————— DÉCONTRACTÉ

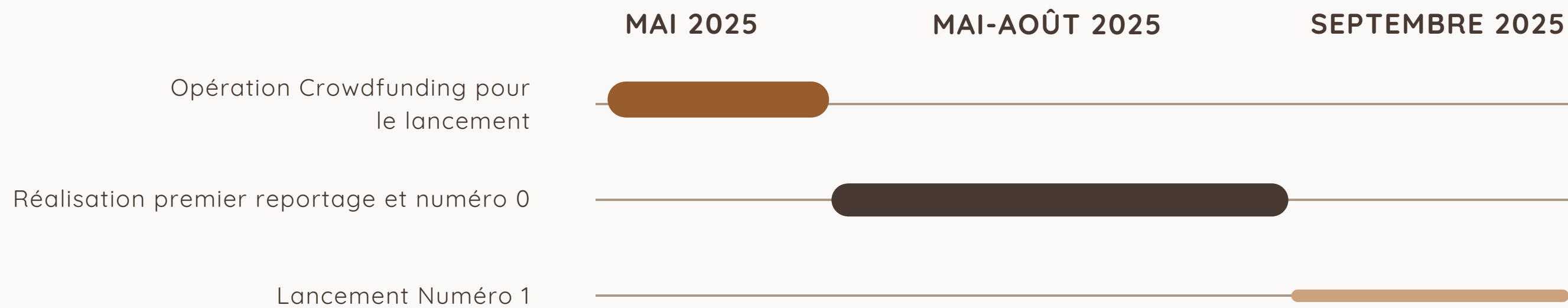
NEUTRE ————— ENGAGÉ

FORMEL ————— HUMORISTIQUE

MOYENS HUMAINS

Une équipe réduite et des collaborations régulières.

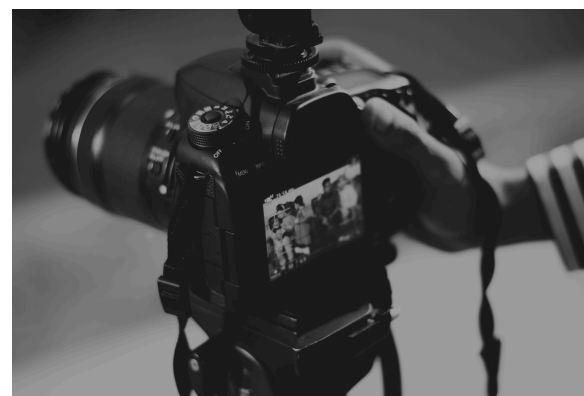
Alain Mascaro, réalisateur, Armelle Thuillier pour les relations extérieures, une personne en freelance pour le montage. Nous nous appuyerons également sur un réseau de partenaires et de prescripteurs pour proposer notamment des sujets à traiter.



6

MOYENS MATÉRIELS

Professionnel de l'image depuis plus de 25 ans, nous sommes déjà en capacité de produire les contenus pour le lancement. L'optimisation de nos équipements et l'aménagement d'un véhicule pour la production des reportages, s'échelonneront d'ici le lancement en septembre.



7



EN AVANT !

Après des années à observer le milieu de l'habitat alternatif, nous avons développé un projet de média, riche, vivant et connecté avec son temps. Reste à concrétiser ce projet, plus exactement à le finaliser.

Rendez-vous très vite !

CONTACT

 +33 6 61 70 85 48

 contact@atlanteaprod.fr

 www.archicool.atlanteaprod.fr

 Charente-Martime - France

Merci !
