

Préambule :

L'ODYSSÉE CELTIQUE est un savant mariage, à la frontière de plusieurs univers. Cette alchimie favorise l'esprit de conquête et peut-être déclinée dans des entreprises ou organisations souhaitant optimiser leurs performances.

Les leviers de conquête utilisés sont notamment la technologie, l'e-marketing, le mobile marketing, la Web TV et les réseaux sociaux, mais aussi la culture, l'histoire, le patrimoine, la nature, le développement durable et le sport. Cette alchimie réussie stimule les équipes, les motive et peut soutenir utilement un véritable projet RH.

Les raisons de ce succès de conquête sont développées par Samuel Tiercelin, co-fondateur de l'Odyssee Celtique.

Par Samuel TIERCELIN Co-Fondateur de l'Odyssee Celtique
« L'Odyssee Celtique ou l'alchimie de la conquête »
Innovation, culture, histoire, aventure, challenge & nouvelles technologies

L'Odyssee Celtique en quelques mots :

Défi nouvelle génération qui met les légendes des Chevaliers de la Table Ronde à portée de clics, L'Odyssee Celtique lance la Quête du Graal du XXIe siècle : agir pour l'avenir de la planète.

Comment y parvenir ? En utilisant la puissance d'Internet et des nouvelles technologies pour diffuser efficacement l'information et universaliser un réseau de personnes motivées.

Subtil mélange de nature, de sport, de multimédia, de culture et d'actions pour la planète, cette aventure haute en couleurs se déroule simultanément en forêt de Brocéliande et sur le Web, dans le cadre d'une version multimédia du célèbre adage de « la tête et les jambes ». Les pieds dans la glaise, la main sur la souris ou le mobile, la tête dans les légendes de Brocéliande, l'Odyssee Celtique affiche sa spécificité et s'appuie sur les nouvelles technologies pour diffuser l'héritage culturel universel des légendes arthuriennes.

Mécanisme et grands principes de l'Odyssee Celtique

Le principe de L'Odyssee Celtique ? Résoudre des énigmes sur le thème de Brocéliande et des Chevaliers de la Table Ronde. Sur place une centaine d'étudiants de grandes écoles et d'universités venus de toute la France se dépensent pour trouver une série de balises disséminées dans la forêt mythique. Relayés en direct sur Internet pendant quatre jours et quatre nuits et soutenus par le grand public, ils vivent une aventure épique, et surtout, ils la font vivre en temps réel grâce aux NTIC.

Armés de téléphones mobiles et de GPS, ils parcourent plus de 170 km en quatre jours entre Paimpont et Rochefort-en-Terre, enchaînant épreuves et sensations fortes.

Tels des chevaliers modernes, ils se déplacent, non pas à cheval, mais en canoë, en VTT ou en rollers, pratiquent la course d'orientation, la technique verticale et la descente en rappel.

Grâce à la magie des téléphones mobiles ? les énigmes sont prises en photos et diffusées en temps réel via un blog sur Internet. Charge aux internautes – camarades en renfort dans les écoles et le grand public – de se creuser les méninges pour venir en aide à leur équipe favorite, à leur clan. Toute énigme non résolue se solde par la perte d'une demi-heure.

Les étudiants, ce sont donc « les jambes » et le grand public, « la tête ». De son domicile, chacun a la possibilité de suivre en direct par ordinateur interposé, la progression des concurrents sur une interface de géolocalisation grâce aux balises GPS dont sont armées les équipes.

L'Odyssee Celtique, c'est la première véritable aventure sportive, culturelle et interactive vécue en temps réel sur Internet.

Pourquoi ce succès ?

En mariant aventure, culture, innovation, l'Odyssee Celtique est un véritable jeu participatif qui exalte en outre les valeurs du développement durable. Dans ce contexte actuel de crise, chacun éprouve le besoin de donner du sens à ses actions. Or, l'Odyssee Celtique répond à ce besoin, permettant à tous, petits et grands, de s'impliquer dans cette @venture tout en ayant la possibilité de la partager avec le plus grand nombre. Sensibilisation à l'avenir de la planète, ouverture sur le monde, partage, échange, L'Odyssee Celtique est finalement au carrefour de bon nombre d'attentes d'aujourd'hui. D'où son succès croissant.

Grâce à son concept interactif qui permet de faire vivre un événement en direct sur le Web au plus grand nombre, l'aventure est donc à la fois réelle (vécue à Brocéliande par une centaine d'étudiants) et virtuelle (vécue par plusieurs milliers d'internautes...)

Plate-forme participative pour suivre l'événement en live, téléphones cellulaires multimédia, interface de géolocalisation (GPS), blogs photos et vidéo, collecte de dons en ligne... autant d'outils qui font de L'Odyssee Celtique un concentré d'innovations et une application du Web 2.0 à une aventure véritable.

L'Odyssee Celtique a misé sur les nouvelles technologies en diffusant en direct un contenu riche grâce en 2009 à sa "plate-forme universelle de convergence multimédia".

Il s'agit de favoriser le confort de l'utilisateur, afin de permettre à tout le monde de suivre facilement l'équipe de son choix et d'échanger en direct via différents canaux (e-mail, photos, vidéos, SMS, MMS, etc.)

L'internaute peut alors suivre l'événement en direct et sait en temps réel où est son équipe (module géo-localisation), quelle est l'énigme en cours (module énigme), quel est son score individuel, son score collectif, tout en ayant un récapitulatif de la course en photos et en vidéos, avec la possibilité d'envoyer des encouragements via e-mail, photos et vidéos.

Plate-forme multimédia, blog collaboratif d'informations, communication on-line (Youtube, Facebook, Twitter,...), JT web mis en ligne depuis le terrain, L'Odyssée Celtique est résolument un événement d'aujourd'hui, où les nouvelles technologies occupent un rôle de plus en plus fondamental dans la manière de diffuser l'information qui va vers plus d'instantanéité.

Nous testons d'autres technologies « propriétaires » que nous proposons déjà à d'autres organisations comme par exemple ASO, société organisatrice du Tour de France. Plus spécifiquement, nous avons déjà développé un module de blog photos, appelé shooss (Shoot Send and Share ©), permettant de remonter la preuve par l'image en temps réel via l'envoi de MMS sur une interface dédiée.

Stratégie de développement et Facteurs Clefs de Succès

Le contenu repose sur la diffusion du « trésor culturel arthurien ». C'est le fil de conducteur de L'Odyssée Celtique qui, avant d'être un événement sportif, est d'abord **une histoire que l'on raconte** et un scénario qu'on décline. Pour parvenir au bout de l'aventure, on entraîne les participants dans une **épopée** qui se réapproprie les **valeurs universelles** du Roi Arthur et de ses chevaliers, pour les appliquer concrètement dans le monde d'aujourd'hui. C'est ainsi que participants, partenaires et sponsors s'y retrouvent, nous soutiennent et considèrent l'Odyssée Celtique comme un événement vraiment à part.

Culture, histoire et patrimoine sont des éléments fédérateurs qui servent aussi les stratégies d'entreprises visant à développer les leviers business en animant, motivant leurs équipes et en donnant du sens.

L'Odyssée Celtique devient un véritable événement de « **TV Web-réalité** », vécu en direct, en temps réel, à la fois sur le Web, le Web mobile et la télévision, avec des passerelles avec le media papier.

En somme c'est une application concrète de la mutation actuelle des media, car un événement d'envergure est par définition « cross media »....

La richesse, mais aussi la difficulté, de l'Odyssée Celtique est sa pluralité de **contenus à haute valeur ajoutée**, permettant aux media de traiter de nombreux thèmes :

- la mise en valeur du patrimoine culturel de façon active et originale
- l'initiation aux nouvelles technologies pour réduire la fracture numérique
- la sensibilisation au développement durable
- le sport comme moyen pour fédérer
- les nouvelles technologies comme moyen pour rassembler les générations autour d'une cause
- l'inter-générationnalité
- le lien étudiants/entreprises.

Ceci nous a permis de nouer de nombreux **partenariats Presse** pour couvrir l'événement : Presse écrite (Ouest-France, le point étudiants, Armor Magazine...), des partenariats Web (Youtube, la chaîne météo, Agence Bretagne presse), des partenariats TV (la chaîne météo) et des partenariats radios (Hit West...).

Un sésame auprès des jeunes

Vecteur de communication et d'image, l'Odyssée Celtique offre un accès direct aux jeunes générations, notamment les étudiants des campus de toute la France... Nous nous y déplaçons en effet toute l'année pour présenter l'événement, devant des amphes bien remplis. L'Odyssée Celtique devient alors un vrai "cheval de Troie" auprès du public étudiant.

Le soutien des grands ambassadeurs pour médiatiser l'Odyssée Celtique

Patrick Poivre d'Arvor et l'aventurière Anne Quéméré nous soutiennent. Leur apport est indéniable, plus encore lorsqu'ils s'impliquent et participent activement, comme c'est le cas d'Anne Quéméré qui donne vraiment de sa personne. PPDA, de par son statut et son emploi du temps démentiel, nous fait profiter et de sa fantastique aura. C'est déjà beaucoup !

Le Marketing de réseau, facteur de conquête

Le succès et la mise en place de l'Odyssée Celtique repose entièrement sur le marketing de réseau.

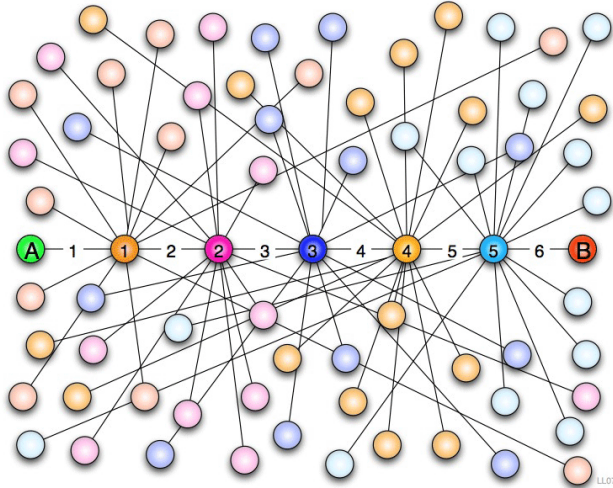
L'Odyssée Celtique, nécessitant une grande variété de compétences, nous ne pouvions les réunir que grâce au réseau développé avec succès, par cercles concentriques, construits et ouverts.

Trois personnes sont à l'origine de l'Odyssée Celtique. Actuellement, 6 ans après les débuts, ce sont près de 100 personnes qui joignent leurs compétences et apportent leurs qualités humaines.

Ce réseau s'est construit autour du premier cercle, puis des proches du premier cercle et de ceux du second.

Pour activer efficacement les réseaux sociaux, il faut s'interroger sur qui on connaît autour de soi et quels sont les réseaux de nos proches, et ainsi de suite. Cette approche est incroyablement puissante. Au-delà du marketing de réseaux, c'est du marketing relationnel et cela s'applique à tous.

Ainsi, posez-vous la question suivante : Comment accéder au Président de la République grâce à mon réseau ? La théorie des réseaux et sa pratique prouvent que vous pouvez rentrer en contact avec n'importe qui dans le monde en créant une chaîne de 6 personnes maximum. Essayez !



Source : Wikipedia (Théorie des « 6 degrés de séparation et du « petit monde » Stanley Milgram).

www.odyssee-celtique.com