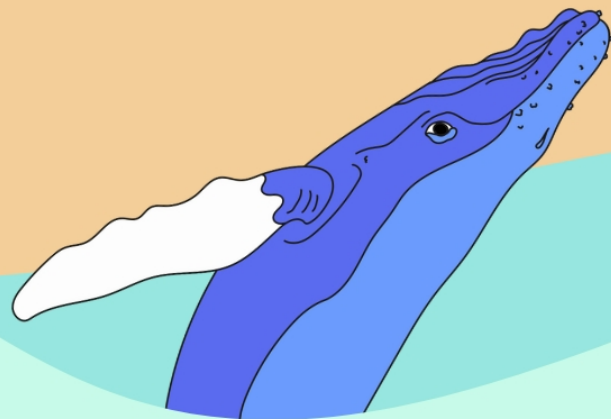


# Semaine de l'océan

Québec *du 1er au 9 juin 2024*



**Rapport - 5e édition**



Pour une cinquième année consécutive, la Semaine de l'océan Québec s'est démarquée par ses activités et ses contenus originaux! Du 1er au 9 juin, c'est avec plaisir que nous avons offert, gratuitement, à petits et grands, partout à travers le Québec et même à quelques endroits au Canada et la francophonie internationale, plus d'une trentaine d'activités et de contenus, tant en présentiel que sur le web. Sans oublier les innombrables communications que nous avons partagées sur nos nombreuses plateformes.

Une meilleure compréhension et appréciation de l'océan est bénéfique sur tous les aspects de la vie pour l'ensemble du pays. Le Canada possède trois côtes ; l'Arctique, l'Atlantique et le Pacifique, nous plaçant comme la nation ayant le plus long littoral au monde! De plus, le fleuve Saint-Laurent, ayant comme source les grands lacs et s'allongeant jusqu'au golfe du Saint-Laurent, agit comme un corridor vers l'Atlantique. De ce fait, le rôle et l'impact du Québec sur la santé des océans est immense. C'est pourquoi nous avons, cette année, précisé notre mission : informer, éduquer, sensibiliser, rassembler, divertir et créer par et pour l'océan.

L'une de nos missions est également d'accorder des tribunes aux personnes sous-représentées. Nous tentons donc constamment de mettre de l'avant le travail, la passion ou la voix de personnes qui restent parfois dans l'ombre afin de participer à une société plus juste et équitable. Cette année, ce sont de nombreuses femmes, des personnes de la communauté LGBTQIA2+, des personnes de différentes communautés ethniques et parfois même certaines personnes avec un handicap qui ont participé, de près comme de loin, à nos festivités. Nous sommes persuadées qu'ensemble, nous pouvons davantage faire des vagues de changement.

Nous avons également élargi nos horizons, en passant notamment de notre point d'ancrage habituel à Montréal, pour naviguer jusqu'en Gaspésie, en passant par Québec et en tentant de rejoindre des communautés francophones à l'échelle nationale et internationale. Nous sommes fier·ères de présenter chaque année, la version québécoise et 100% francophone du mouvement pancanadien Ocean Week Canada.

Comme chaque édition, nous avons fait une place de choix à la Journée mondiale de l'océan qui a constitué le moment phare de nos festivités. Coordinée et promue à l'échelle internationale depuis 2002, la Journée mondiale de l'océan est une célébration annuelle ayant lieu le 8 juin, ainsi qu'un appel à l'action pour la conservation de l'océan tout au long de l'année. Depuis 2009, la Journée mondiale de l'océan a également été officiellement reconnue par les Nations Unies.

L'édition 2024 de la Semaine de l'océan Québec a comporté beaucoup d'améliorations par rapport aux années précédentes et nous désirons être en mesure de pouvoir nous dépasser nous-même toujours davantage. C'est pour cette raison que nous vous partageons ce rapport, qui résume les festivités de cette année et leur arrière-scène, tout en soulignant les bons et les moins bons coups.

Grâce à la solidarité de plusieurs communautés, soit plus d'une trentaine de partenaires et des centaines de bénévoles, le festival reprend son envol pour une autre édition haute en couleur en 2025!

On vous attend l'année prochaine pour poursuivre la vague de changement que nous avons amorcée.

**À l'année prochaine!**

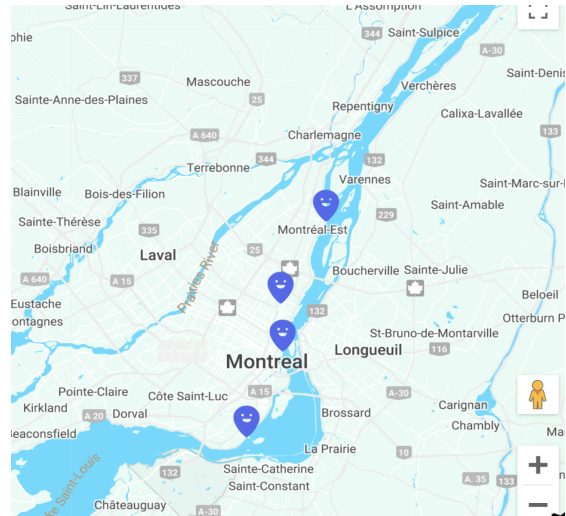
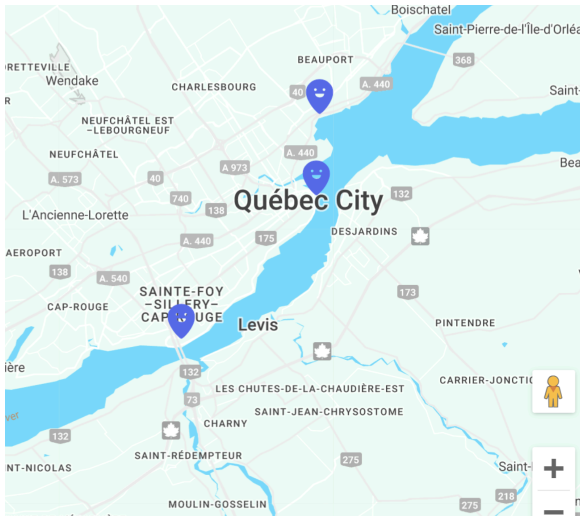


# Table des matières

<b>Mot de l'équipe</b>	<b>3</b>
<b>Partenaires et financement</b>	<b>4</b>
<b>La programmation</b>	<b>6</b>
<b>La programmation jeunesse</b>	<b>11</b>
<b>La plateforme web</b>	<b>12</b>
Retombées médias	15
Rapport d'audience	15
Trafic site web : <a href="http://semainedeloceanqc.ca">semainedeloceanqc.ca</a>	16
Provenance du trafic	17
Couverture Facebook	18
Couverture Instagram	18
<b>Promotion et diffusion</b>	<b>20</b>
La stratégie de promotion et de diffusion	20
Budget publicitaire et marketing total	21
Efforts de promotion et de diffusion en bref	21
Écosystème de diffusion	21
La découvrabilité en chiffres	22
<b>Conclusion</b>	<b>24</b>
<b>Pour nous contacter</b>	<b>25</b>

# Les 3 pôles de la SDO à travers la province!

Québec, Montréal, Bas-Saint-Laurent-Gaspésie



## Partenaires et financement

Le chapitre québécois de la Semaine de l'océan 2024 a été rendu possible grâce à une **cinquantaine d'entreprises et d'organismes** qui ont soutenu financièrement et collaborativement cette cinquième édition.

Cette année, ce sont 95 000 \$ qui ont permis de mettre en place cette ambitieuse semaine aux retombées multiples, sans compter le 25 000\$ en nature qui ont été aussi amené au financement total du festival par Organisation Bleue, pour une valeur totale de 120 000\$.

Grâce au soutien de toute une communauté, l'édition 2024 a fait des vagues, voire un raz-de-marée !



## Liste des partenaires

1. Organisation Bleue
2. Semaine de l'océan Canada
3. Coalition canadienne des connaissances de l'océan
4. Idylle arts vivants
5. Aquarium du Québec
6. École en réseau
7. Cinémathèque québécoise
8. Maison 4:3
9. Exploramer
10. Port de Québec
11. OBV de la Capitale
12. Stratégies Saint-Laurent
13. Apnea City
14. Société de la Rivière-Saint-Charles
15. KSF Montréal
16. Peaks and Barrel
17. Héritage Laurentien
18. Sun Bum
19. Taïga boards
20. Maple 3
21. Enjoyoga
22. Conseil des arts de Montréal
23. Arrondissement de Pointe-aux-Trembles
24. Conseils des arts et des lettres du Québec
25. Shaka vibe
26. Baluchon
27. CDC de la Pointe - région Est de Montréal
28. Rose Boréal
29. Société Vieux Port de Montréal
30. Dj Abeilles
31. Biodôme Espace pour la vie
32. Ville de Montréal
33. Réseau Québec maritime
34. Pure
35. Dj Lecours
36. TardiBabe
37. Valentine Thomas
38. Écoquartier Lasalle
39. Mme L'Ovary
40. Café Madga
41. Café Eviza
42. Escape café
43. Musée de la Civilisation
44. Endorphine
45. Les amis du Biodôme
46. On y va Québec
47. Tök Communication
48. La Base
49. Québecor
50. Ville de Québec
51. Oasis du port de Québec
52. Novarium
53. Eau Service

Pour voir la programmation en détails, cliquez [ici](#).

# Semaine de l'océan Québec

**Programmation**  
**Programmation**  
**Programmation**  
**du 1er au 9 juin 2024**

<p><b>Nettoyage festif</b></p> <p><b>NETTOYAGE À MONTRÉAL</b></p> <p><b>1er juin</b> 11h00 à 14h00 Bassin KSF</p>	<p><b>Lunch &amp; learn</b></p> <p><b>PROTÉGER L'OCÉAN, UN MÉTIER À LA FOIS</b></p> <p><b>6 juin</b> 12h00 à 13h00 En ligne sur FB + LinkedIn</p>
<p><b>Nettoyage festif</b></p> <p><b>NETTOYAGE À QUÉBEC</b></p> <p><b>2 juin</b> 11h00 à 14h00 L'Oasis du Port de Québec</p>	<p><b>Événement spécial</b></p> <p><b>ENTRAÎNEMENT SPIRITUEL &amp; YOGA POUR L'OCÉAN</b></p> <p><b>8 juin</b> 10h00 à 13h00 Plage de l'horloge, Vieux-Port de Mtl</p>
<p><b>Créatures des profondeurs</b></p> <p><b>ATELIERS DE CRÉATION - JEUNESSE</b></p> <p><b>2-3 juin</b> 10h00 à 12h00 &amp; 13h00 à 15h00 L'Aquarium du Québec</p>	<p><b>Ciné-marin</b></p> <p><b>PROJECTION DE L'OCÉAN VU DU CŒUR</b></p> <p><b>8 juin</b> 18h00 à 20h30 Cinémathèque québécoise</p>
<p><b>Classes de mer en ligne</b></p> <p><b>CLASSES DE MER - JEUNESSE</b></p> <p><b>4-5 juin</b> 13h15 à 14h00 <b>6-7 juin</b> Facebook live + Teams</p>	<p><b>Expositions permanentes</b></p> <p><b>LE QUÉBEC AUTREMENT DIT</b> Dès le 29 mai 2024 Murale immersive en déchets, Musée de la civilisation</p> <p><b>COMMUNAUTÉ DES POSSIBLES</b> Dès le 29 mai 2024 Expo photos extérieure, Pointe-de-l'île</p>
<p><b>Soirée Grandes Expéditions</b></p> <p><b>MISSION HORIZON GLACÉ: PANEL IMMERSIF</b></p> <p><b>5 juin</b> 19h00 à 20h00 En ligne et en personne au Novarium, Rimouski</p>	

[semainedeloceanqc.ca](http://semainedeloceanqc.ca)





# La programmation

Afin de sensibiliser le plus grand nombre de personnes à l'importance de la santé de l'océan, nous avons offert deux programmations diversifiées, une générale et une jeunesse. De ce fait, nous avons fait preuve de créativité et de stratégie, en ciblant des plages horaires distinctes, que ce soit en matinée, sur l'heure du midi ou en soirée, afin de rejoindre des audiences variées. Bien cerner les tendances de notre auditoire, en plus de collaborer avec des partenaires de diffusion, nous ont permis d'offrir nos événements à un maximum de personnes.

La programmation générale de la Semaine de l'océan 2024, a offert le **panel « Les grandes expéditions : Mission Horizon glacé »**. Ce panel, présenté en partenariat avec le Réseau Québec maritime et le Novarium, en présentiel, à Rimouski, et en ligne, a permis de faire découvrir au public l'arrière-scène d'une mission scientifique menée dans le Fjord-du-Saguenay à l'hiver 2024 en mettant de l'avant la parole de membres qui ont pris part à la mission. De plus, pour la première fois cette année, le festival a offert la **discussion « Inspirer pour mieux protéger »** avec Valentine Thomas et Chloé Savard, deux femmes d'influence qui attirent l'intérêt du public et qui exercent des métiers liés à la nature et à l'océan, animée par notre directrice Anne-Marie Asselin.





Trois nettoyages de berges, dont deux festifs, ont également eu lieu. Le premier a ouvert les festivités de la Semaine de l'océan en plus de débiter la saison estivale du Bassin KSF, à LaSalle, tandis que le second s'est déroulé à l'Oasis du port de Québec. Ces deux nettoyages de berges ont été particuliers, puisqu'en plus de ramasser des déchets à pied, certain-es ont ramassé en apnée, en paddleboard, à la pêche à l'aimant et en skateboard, et ce accompagnés de nos amies de chez ApneaCity et Peaks and Barrels. Dans l'ambiance hors du commun offerte par DJ Lecours, ils ont mis de l'avant des kiosques de sensibilisation et de découverte. Au nettoyage à La Salle, chez nos partenaires de chez KSF, les participant-es ont pu visiter les kiosques de Taïga Board, Sum Bum, Héritage Laurentien, etc. Alors que dans la Capitale Nationale l'Aquavan de l'Aquarium du Québec, l'Organisme des bassins versants de la Capitale, la Société de la Rivière Saint-Charles, l'OBV de la capitale et autres ont sensibiliser les participants sur plusieurs facettes de la biodiversité. ! Le dernier nettoyage de berge a clos le festival et a été réalisé grâce à Exploramer à Sainte-Anne-des-Monts dans l'estuaire maritime du Saint-Laurent..

## Montréal

1er juin 2024

Bassin KSF, Lasalle

## Québec

2 juin 2024

Bassin Louise

## Sainte-Anne-des-Monts

9 juin 2024

Exploramer

Enfin, **notre événement phare de la programmation générale** a été une activité de reconnection avec l'océan par le yoga, avec deux yogis de chez Enjoyoga et un entraînement spirituel par nul autre que DJ Abeille, soit le « **Yoga pour l'océan avec DJ Abeille and friends** », à la plage du quai de l'horloge dans le Vieux-Port de Montréal, qui a accueilli plus 150 personnes (malgré la pluie et la Formule 1).



# La programmation jeunesse

La programmation jeunesse de la Semaine de l'océan 2024 a offert, en ligne, **trois Classes de mer** bien distinctes, soit l'une en collaboration avec le Biodôme de Montréal, une autre avec l'Aquarium du Québec et une dernière offerte par l'Organisation Bleue sur la pollution plastique, et ce sur quatre plages horaires différentes. Toujours en ligne, le **concours « Créateur·trices des profondeurs »** a stimulé la créativité des jeunes créateur·trices! De plus, nous avons ouvert nos horizons en offrant davantage d'activités en présentiel en dehors de la grande métropole! Les jeunes ont été convié·es à l'Aquarium du Québec les 1er et 2 juin, en partenariat avec l'Idylle arts vivants, pour stimuler la créativité des jeunes avec l'atelier de bricolage « Atelier de créatures marines recyclées » tout en leur permettant de participer à notre concours en ligne mentionné précédemment. Finalement, à Montréal, au Biodôme, l'activité de réalité virtuelle a fait plonger beaucoup de jeunes « Au cœur des bassins du Biodôme ».



## La plateforme web

Afin de centraliser l'information et de mettre en valeur notre marque, nous avons créé, en 2021, un *hub* numérique pour le festival, que nous avons encore peaufiné et optimisé, notamment en modifiant notre « À propos » et en présentant les différents membres de notre équipe, en plus d'ajouter une carte interactive pour circonscrire certains de nos événements.

Sur la plateforme web, chacune des activités sont reliées à un hyperlien qui dirige les usagers vers différentes plateformes d'inscription (Endorphine, École en Réseau et Google Forms), facilitant la participation et accompagnant le public . La plateforme web <https://www.semainedeloceanqc.ca/> devient ainsi le point d'ancrage pour faciliter les inscriptions aux événements et pour centraliser l'information pour le public. La plateforme nouvellement optimisée nous permet d'envoyer des rappels aux participant·es en plus de récolter de précieuses données sur la nature de notre audience.



## La Semaine de l'océan en chiffres!

Nous observons une montée frappante de notre découvrabilité sur les réseaux sociaux dû à notre stratégie accrue au niveau de la quantité de publications réalisées, de nos partenaires de diffusion, de l'implication d'influenceur-ses (4) à notre festival ainsi qu'aux efforts publicitaires et de campagne de pré-lancement en amont du festival.

La diminution de la portée média est probablement dûe à la Formule 1 - Grand prix de Montréal, qui a eu lieu en même temps que la SDO 2024. Un contexte défavorable à la découvrabilité du festival émergent qui était en concurrence directe avec l'un des événements les plus attendus de l'année. Dans ce contexte socio-économique et marketing compétitif, il aurait fallu devancer/repousser le festival, ou même injecter un budget beaucoup plus grand pour rivaliser avec les chiffres de l'édition 2023.

Un autre secteur qui connaît une diminution est le trafic sur le site web, qui s'explique par le changement de l'URL ([semainedelocean.ca](http://semainedelocean.ca) → [semainedeloceanqc.ca](http://semainedeloceanqc.ca)), ayant une découvrabilité considérablement plus basse et un SEO n'étant pas optimal dans les moteurs de recherche.

La prochaine section présentera la portée mesurée de la 5e édition du festival, et les retombées comparatives des autres éditions. En somme, il y a eu une hausse considérable pour l'ensemble des retombées sauf pour le web et les relations de presse.

### 2024

- **15 événements** : 6 virtuels, 8 présentiels et 1 hybride!
- **3 ateliers** culturels, **2 expositions** d'art visuel et **1 projection cinéma**
- **99 contenus publiés**: dont **6 diffusions** de contenus éditoriaux étoffés (blogue, quiz et carrousel)
- **2 concours**, 1 jeunesse et 1 général
- **3 nettoyages de berges**, de Montréal à Sainte-Anne-des-Monts en passant par Québec avec 640 kg de déchets collectés

- **150 bénévoles** impliqués
- **3259 participants** aux événements présentiels
- **204 681 portée atteintes** sur les réseaux sociaux et infolettres
- **126 013** visionnements de nos contenus vidéos
- **37 353** couverture Facebook - Instagram
- Une portée médias de **1 492 024**, avec **10 parutions** médias avec un budget total de 6000\$
- Une portée dans la **francophonie internationale!**

## 2023

- 11 événements: 7 virtuels + 4 sur le terrain et présentiels
- 15 000 visionnements de nos contenus vidéo
- 37 500 personnes atteintes sur les réseaux sociaux et infolettres
- 2 nettoyages de berges entre Québec et Montréal
- 80 bénévoles impliqués
- ½ tonne de déchets ramassés
- Une portée médias de 2,443millions et 36 parutions médias, avec un budget total de 5000\$

## 2022

- 14 événements: 8 virtuels + 6 sur le terrain
- 5 000 visionnements de nos contenus vidéo
- 40 000 personnes atteintes sur les réseaux sociaux
- 6 nettoyages de berges simultanés entre Québec, Montréal et La Mitis
- 135 bénévoles impliqués
- 1.1 tonnes de déchets ramassés

## 2021

- 12 événements: 9 virtuels + 3 terrains
- 14 737 visionnements sur nos contenus vidéos
- 130 000 personnes atteintes sur les réseaux sociaux
- 10 nettoyages de berges simultanés entre Québec, Montréal et La Mitis
- 75 bénévoles impliqués
- près de 1.3 tonnes de déchets ramassés

## Retombées médias

Plusieurs médias provinciaux et nationaux ont couvert la Semaine de l'océan Québec 2024, soit 10 parutions. De ces médias, des articles numériques, des entrevues radios et même des topos télévisuels! La portée globale fut de 1 492 024, soit une diminution de 38% par rapport à l'édition de 2023, probablement dûe au Grand Prix de Montréal - Formule 1 qui s'est déroulé en parallèle de la SDO. Par contre, les parutions sont non négligeables, ce qui démontre des relations de qualité et soutenues entre les médias et Organisation Bleue. Le festival a été mentionné entre autres par TVA Nouvelle au téléjournal, LCN en direct, La Presse, Noovo, CTV Montréal, Rythme Fm et Passion Mtl.



## Rapport d'audience

Cette année encore, nos efforts sur le web se sont traduits principalement dans la francophonie, et ce à travers le monde! Un public international a consulté notre site web; en France, en Belgique et dans certains pays d'Afrique, renforçant l'importance de notre initiative dans le milieu francophone.



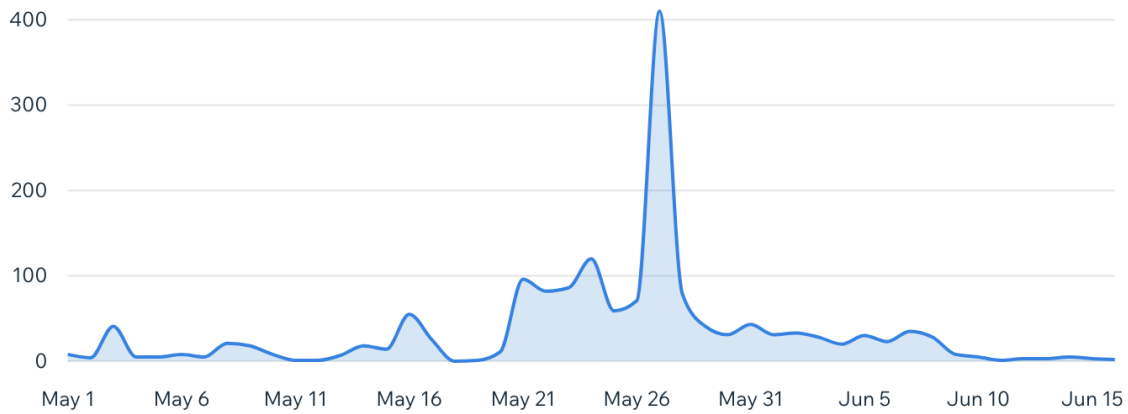
Nous remarquons cependant une diminution du trafic sur notre site web comparativement aux autres éditions, probablement dû au changement de l'URL avec mention «qc», résultat qui était prévu vu le nouvel URL.

### Trafic site web : semainedeloceanqc.ca

Site sessions  
1,632 ↑ 1,674%

Unique visitors  
1,304 ↑ 1,399%

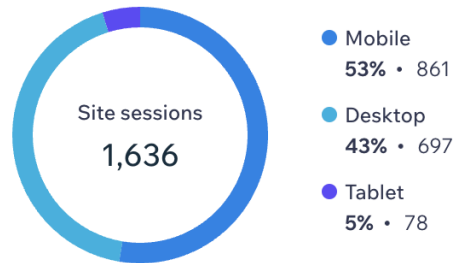
#### Sessions over time



### New vs returning visitors



### Sessions by device



## Provenance du trafic

Sessions ▼ by source and category ▼ i

Direct	↑ 959%	699
Facebook (Organic social)	↑ 23,800%	478
Wix Email Market...ail marketing)		174
Instagram (Organic social)	↑ 4,400%	90
Google (Organic search)	↑ 640%	74

## Couverture Facebook

Performances

Par jour Cumulé ⓘ

Couverture ⓘ

40,2 k ↑ 14,1 k

Interactions avec le contenu ⓘ

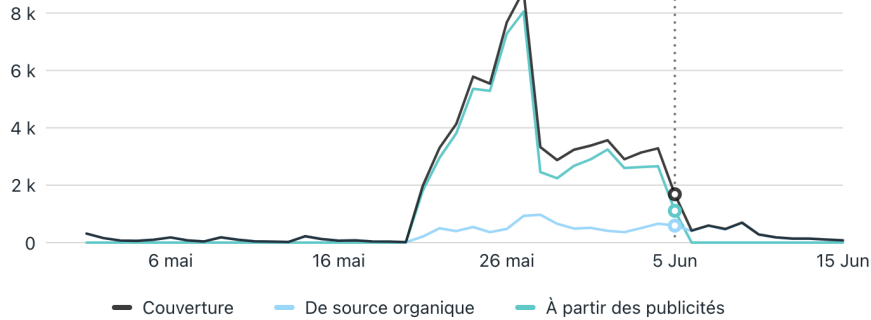
1,1 k ↑ 108,1 k

Followers ⓘ

Global  
2,8 k

Clics sur un lien ⓘ

643 ↑ 100



Répartition de la couverture

Total

40 243 ↑ 14,1 k

De source organique

8 676 ↑ 3,0 k

À partir des publicités

33 114 ↑ 100

## Couverture Instagram

Performances

Par jour Cumulé ⓘ

Couverture ⓘ

18,4 k ↑ 59,1 k

Interactions avec le contenu ⓘ

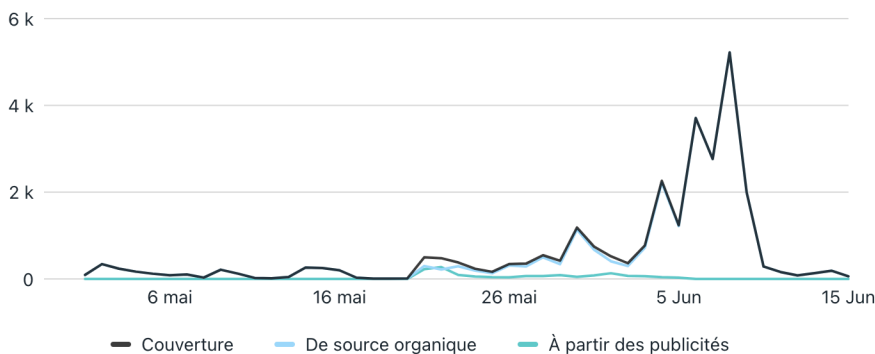
1,3 k ↑ 100

Followers ⓘ

Global  
842

Clics sur un lien ⓘ

52 ↑ 100



Répartition de la couverture

Total

18 365 ↑ 59,1 k

De source organique

17 726 ↑ 57,1 k

À partir des publicités

977 ↑ 100

## Trafic réseau sociaux : Facebook et Instagram @semainedeloceanqc

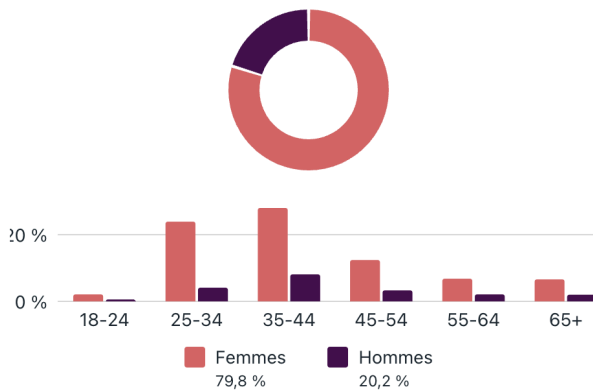
Followers Facebook ⓘ

2 845

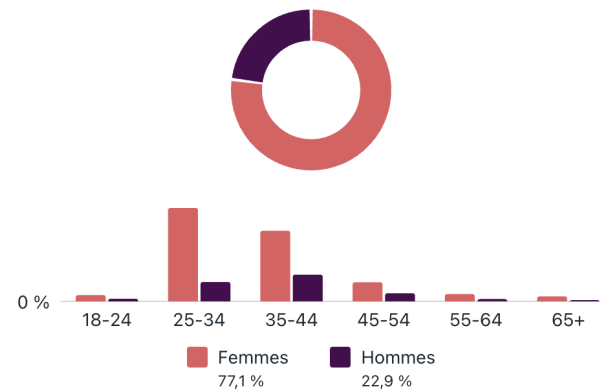
Abonné(e)s Instagram ⓘ

842

Genre et âge ⓘ

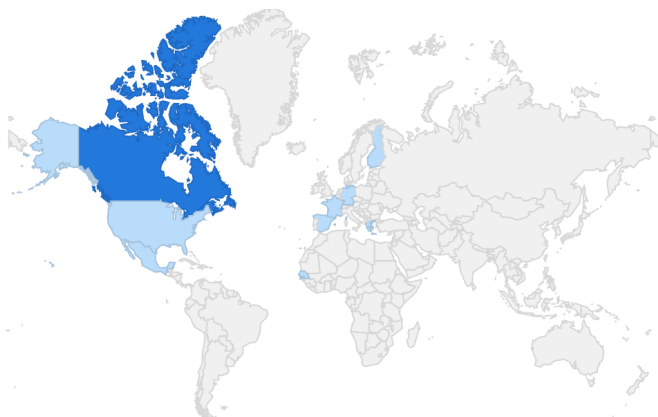


Genre et âge ⓘ



## Trafic international

Sessions par pays



1 1,699

Pays

Canada >	1699
United States >	18
France >	16
Spain >	2
Mexico >	1
Finland >	1



[Voir le rapport complet](#)

# Promotion et diffusion

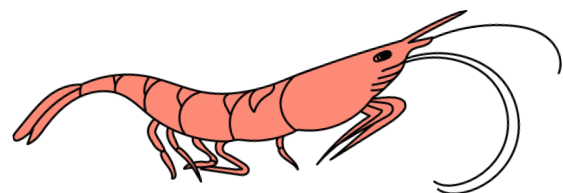
Nos efforts de promotion sur les réseaux sociaux sont axés principalement sur Facebook, comme le montre la provenance du trafic généré sur notre site web. Ceci s'explique par la grande audience qui nous suit sur ce média. Instagram nous permet quant à lui, de rejoindre un auditoire plus jeune, de diffuser du contenu complémentaire et de diffuser des « stories » conjointement sur Facebook et sur Instagram. De plus, grâce à de nouvelles collaborations, co-publier des contenus sur notre page Instagram et celle de nos partenaires nous ont permis de toucher un plus large auditoire.

La SDOqc se démarque par son identité visuelle unique et moderne. . Les logos, les affiches promotionnelles, les visuels Facebook/Instagram, etc. de la Semaine de l'océan Québec possèdent une image qui leur est propre, qui se veut accessible, attrayante, colorée, bref, aux couleurs du festival!

## La stratégie de promotion et de diffusion

Nous avons créé des partenariats de diffusion et de promotion afin d'augmenter notre portée sur les réseaux à partir de la création de la page de la Semaine de l'océan sur Facebook et Instagram. Pour chaque contenu créé et diffusé, nous avons des publications croisées planifiées, ce qui nous a permis d'atteindre plusieurs milliers de personnes à plusieurs reprises sur différentes pages Facebook.

Nous avons aussi ciblé des groupes d'âges avec des intérêts diversifiés pour aller chercher un maximum de nouveaux abonnés. Cette stratégie s'est montrée concluante, avec un haut taux d'adhésion à notre page Facebook et Instagram accompagné d'une portée organique équivalant à une portée payée.



## Budget publicitaire et marketing total

**7500\$**

## Portée contenus publicitaires

**35 161**

## Efforts de promotion et de diffusion en bref

- Optimisation de la plateforme web 3.0
- Une vidéo promotionnelle animée de 30 secondes
- Un communiqué et campagne de presse envoyé nationalement par TÖK communications
- Une campagne publicitaire pour les réseaux sociaux
- Stratégie de découvrabilité en réseau: diffusion des directs par publications croisées

## Écosystème de diffusion

Vitrine de diffusion	Où
Plateforme web pour faciliter les inscriptions	semaineloceanqc.ca
Diffusion des événements virtuels	Facebook SDOQc* et OB*
Promotion, communication	Facebook, Instagram (SDOQc et OB), LinkedIn
Contenu complémentaire et Reels	Instagram et Stories
Infolettres	Liste de courriels de semainedeloceanqc.ca

\*SDO = Semaine de l'océan Qc; OB = Organisation Bleue

## La découvrabilité en chiffres

Voir Annexe 1 : tableau des retombées par contenu

## Pistes d'amélioration pour 2025

- **Mieux comprendre l'écosystème national**

Il est très difficile de planifier et déployer autant d'efforts en production événementielle sans connaître les attentes réelles de notre partenaire national. Plusieurs autres Hubs et initiatives existent, mais nous ne participons pas à la concertation, ni au rencontres de ceux-ci. Ça faciliterait grandement la compréhension du mouvement national, si nous pouvions assister à des rencontres entre hubs et si nous avions accès aux autres planifications du pays. De cette façon, nous croyons qu'il serait plus facile pour le Québec, de comprendre le mode de fonctionnement des autres hubs, en plus de créer des liens entre nous, tout en rencontrant les attentes du niveau national de l'organisme parapluie OWC.

- **Améliorer notre système de billetterie**

Nous avons remarqué cette année que nos systèmes de billetterie utilisés, même s'ils sont adéquats, ne permettent pas au public de s'engager à venir à nos événements puisque ceux-ci sont gratuits. Il est donc fréquent que notre système de billetterie soit complet, mais que moins de personnes se présentent sur les lieux. Il faut donc réfléchir à une manière pour que les personnes qui s'inscrivent à une activité s'engagent à se présenter.

- **Créer des documents d'entente écrite avec nos partenaires**

Circonscrire les projets collaboratifs nous permettra, lors d'un cas de départ de l'employé·e qui s'occupait de notre entente, de veiller à une bonne continuité de nos projets.

- **Demander des portfolios, des démos, des moodboard aux artistes et aux animateur·trices avec lesquelles nous travaillons**

Avoir un aperçu du travail de la personne que nous engageons nous permettra de mieux évaluer le cachet ou le salaire que nous lui offrons et d'arrimer nos attentes par rapport à son travail.

- **Permettre des échanges en temps réel lors de nos lives**

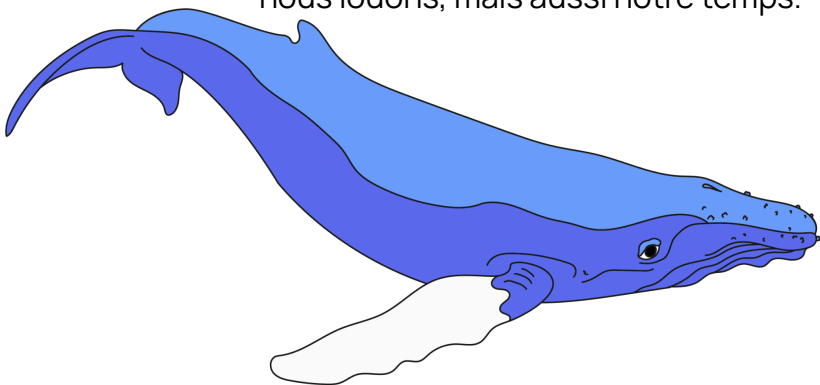
Beaucoup de nos partenaires nous ont fait savoir qu'il serait encore mieux d'offrir au public, notamment les jeunes qui écoutent les Classes de mer, de pouvoir interagir en temps réel avec les animateur·trices. Cela permettrait d'augmenter l'intérêt d'une telle activité en live, en plus d'enrichir encore davantage l'expérience des auditeur·trices.

- **Food trucks**

Cette année, nous avons eu deux food trucks présents à notre événement *Entraînement spirituel et yoga pour l'océan*. Peu de personnes ont consommé des produits provenant des food trucks. C'est pourquoi nous devons repenser notre stratégie. En ce sens, il serait peut-être préférable d'offrir un service alimentaire et de boissons pour des événements qui ont une plus longue durée (plus de trois heures) et qui exigent que les personnes restent sur place. Sinon, pour éviter les plus gros frais liés aux food trucks, nous pourrions opter pour une bicyclette qui offre des boissons et de la nourriture.

- **Une journée, un lieu**

Tous nos événements ont lieu à des endroits bien distincts, que ce soit dans une même journée ou bien d'une journée à l'autre. Toutefois, pour optimiser notre offre d'activité, il pourrait être judicieux d'offrir une journée (ou deux) lors du festival, où toutes les activités sont centralisées au même endroit. Cela nous permettrait de mieux rentabiliser les food trucks, tel que mentionné précédemment, tous les autres équipements que nous déplaçons et/ou que nous louons, mais aussi notre temps.





## Conclusion

La Semaine de l'océan Québec est fière des réalisations de la cinquième édition. Entre science, arts, vulgarisation, société et éducation, nous avons tenté de rejoindre le plus grand nombre de personnes. La multidisciplinarité se place au cœur de nos actions puisque nous sommes persuadé-es qu'en alliant nos forces, nous pouvons mieux comprendre toute la complexité que requiert la protection de l'océan. Reconnecter la population à leur environnement marin et aquatique, peu importe leur intérêt, leur âge ou leur discipline, est crucial à l'ère des changements climatiques. Notre approche constante est de sensibiliser de façon enrichissante, positive et décomplexée afin d'alimenter l'amour que nous portons pour le territoire et ses eaux. En aimant le territoire, nous sommes davantage poussé-es à en prendre soin et le protéger.

La Semaine de l'océan Québec s'est démarquée encore une fois par son offre de contenus et d'activités en français, selon les plus hauts standards de production et communication. Il est important d'être en mesure de rejoindre les populations francophones du Québec, du Canada et du monde entier, tout en faisant rayonner les cultures qui s'y rattachent puisque l'eau est une ressource commune et chaque communauté possède un patrimoine qui lui est rattaché de manière propre. Au fur et à mesure que notre festival se consolide, nous tentons de rejoindre et d'inclure de plus en plus de communautés, la diversité avec les plus standard d'inclusion et de représentativité.

Pour une deuxième année consécutive, nous avons eu une immense reconnaissance de la part de nos alliés d'Ocean Week Canada et de la Coalition canadienne pour la connaissance de l'océan. Cette reconnaissance s'est traduite en un financement octroyé par le Ministère Pêches et Océans Canada, dans l'optique d'accroître la littératie et la sensibilisation du grand public aux enjeux et aux connaissances relatives à l'océan. Travailler main dans la main avec de telles instances est primordial afin d'arrimer nos efforts et de s'insérer dans un mouvement qui dépasse les frontières géographiques, malgré les différences de langages et les visions parfois divergentes.

Nous sommes déjà bien enjoué-es de préparer la sixième édition de la Semaine de l'océan Québec. Une foule d'idées pour poursuivre le travail amorcé annoncent la prochaine vague.

**Merci à tous nos partenaires et collaborateurs, en se disant à l'année prochaine!**

## Pour nous contacter

**Anne-Marie Asselin**

Fondatrice, directrice générale



[am@organisationbleue.org](mailto:am@organisationbleue.org)



[facebook.com/Semainedeloceanqc](https://facebook.com/Semainedeloceanqc)



514-570-8747



[instagram.com/semainedeloceanqc](https://instagram.com/semainedeloceanqc)