

AQUAHACKING

STRATÉGIE **WEB** & MÉDIAS **SOCIAUX**



MISE EN CONTEXTE

Pourquoi AquaHacking?	3
Une question de pérennité	3
En lien avec Mission Rivière	4
Une interaction en continu	5

STRATÉGIE WEB

Arborescence phase 1	6
Arborescence phase 2	7
Calendrier de production	8

MÉDIAS SOCIAUX

Objectifs	9
Stratégie	10
Ressources nécessaires	11

POURQUOI AQUAHACKING?

Le succès de l'expérience collaborative HackingHealth a inspiré l'idée de créer une organisation qui aurait pour mission de rassembler des hackers des quatre coins du monde intéressés à mettre leur expertise au service de l'eau, un besoin fondamental pour tous.

Le nom **AQUAHACKING**, qui fait un clin d'œil à l'événement HackingHealth, évoque à la fois la cause de l'eau et le domaine ciblé. Grâce à sa simplicité et son caractère universel, ce nom favorisera la recherche sur internet et assurera l'efficacité du référencement sur les moteurs de recherche.

UNE QUESTION DE PÉRENNITÉ

Symbole universel de la vie, l'eau est essentielle à la santé de tout être humain. D'autre part, les technologies de l'information font de plus en plus partie de toutes les sphères de la vie moderne. L'amalgame de ces deux éléments est à l'origine de ce concept novateur qui interpellera les générations d'aujourd'hui et de demain.

Le nom **AQUAHACKING**, qui combine le terme universel « aqua » et le terme anglais très reconnu « hacking », assure à l'événement une solide présence sur le web en tant qu'organisation de portée internationale.

EN LIEN AVEC MISSION RIVIÈRE

AQUAHACKING est un terme unique qui sera utilisé tant pour le nom de domaine que pour le positionnement sur les moteurs de recherche. Nous aurons recours à la redirection d'URL qui permettra de canaliser les recherches des internautes vers un seul et unique site web. Ainsi, *www.missionriviere.com* sera redirigé vers *www.aquahacking.com* de manière à positionner le projet Mission Rivière comme une partie intégrante du mouvement **AQUAHACKING**. Les utilisateurs qui tapent « Mission Rivière » dans un moteur de recherche seront dirigés vers la page d'accueil d'**AQUAHACKING** qui sera clairement identifiée « Mission Rivière - AquaHacking ».

Lorsque le Sommet Rivière des Outaouais battra son plein, la page d'accueil laissera place aux futurs événements d'**AQUAHACKING**. Par exemple, dans l'éventualité où le prochain événement s'intitulait H₂O Québec, la recherche « H₂O Québec » redirigerait les internautes vers l'adresse *www.aquahacking.com/evenements/h2o-quebec* dont le titre spécifique serait « H₂O Québec - AquaHacking ».

UNE INTERACTION EN CONTINU

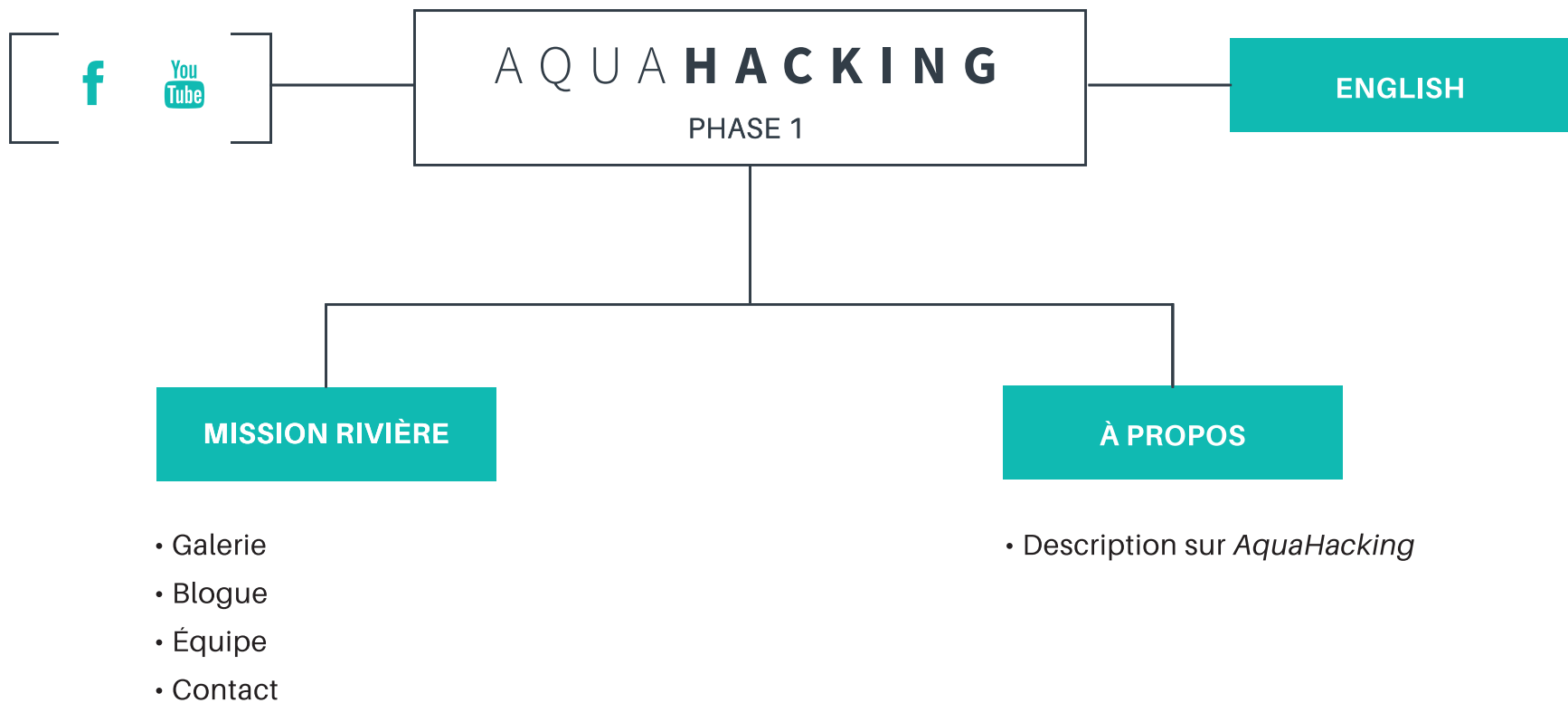
Pour favoriser l'engagement des acteurs du milieu avant la tenue des différents événements qui auront lieu partout en province, un formulaire sera accessible sur le site web leur permettant d'identifier les problématiques auxquelles ils sont confrontés dans leur milieu respectif et de proposer des solutions technologiques. Les « hackers » seront liés les uns aux autres à l'aide d'un babillard de projet (sparkboard) intégré au site web qui leur permettra de présenter leurs projets et de créer des équipes pour mener à bien leurs initiatives avant la tenue du sommet.

Un fil Twitter sera ajouté et accessible tout au long des divers événements sur la page d'accueil du site et permettra de suivre les interactions entre les hackers. Les « hackathons » seront diffusés en temps réel sur le site web.

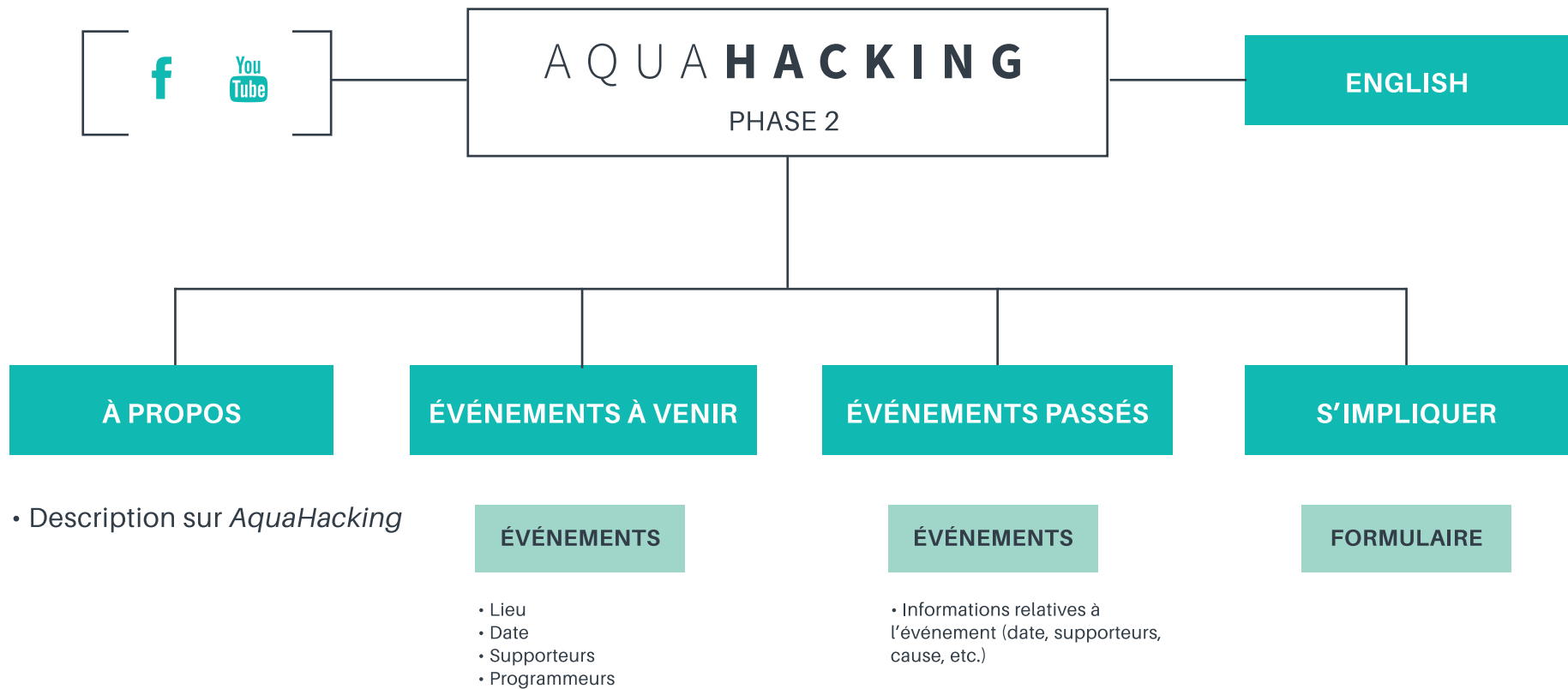
Après chaque événement, les options suivantes s'offrent à nous :

- Les applications pourraient être affichées directement sur le site web et disponibles pour téléchargement dans une section conçue à cette fin.
- Les statistiques sur l'événement pourraient être archivées. Ainsi, les personnes intéressées pourraient obtenir des renseignements sur les projets réalisés et les objectifs atteints.

ARBORESCENCE PHASE 1



ARBORESCENCE PHASE 2



CALENDRIER DE PRODUCTION

AQUAHACKING

SURLIGNAGE DE LA PÉRIODE



ACTIVITÉ	PLAN DÉBUT	PLAN DURÉE	RÉEL DÉBUT	RÉEL DURÉE	POURCENTAGE ACHEVÉ	PÉRIODES												
						1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
STRATÉGIE, ASSURANCE QUALITÉ ET GESTION DE PROJET																		
Gestion / Coordination de projet	1	12	0	0	0%													
DESIGN ET INTÉGRATION SECTION MISSION RIVIÈRE																		
Adaptation visuelle multiplateforme du design créé	1	1	0	0	0%													
Intégration HTML/CSS	2	2	0	0	0%													
DESIGN ET INTÉGRATION DU SITE WEB AQUAHACKING																		
Logo	1	1	0	0	0%													
Charte graphique	1	1	0	0	0%													
Design graphique et ergonomie (UX)	1	3	0	0	0%													
Intégration (HTML / CSS)	3	4	0	0	0%													
Adaptation visuelle multiplateformes	6	1	0	0	0%													
DÉVELOPPEMENT ET INTÉGRATION DU SYSTÈME DE GESTION																		
Implantation du gestionnaire de contenu	5	6	0	0	0%													
Test du site web et des fonctionnalités / assurance qualité	10	2	0	0	0%													
Lancement du site	12	1	0	0	0%													

OBJECTIFS

INFLUENCEURS ET DÉCIDEURS

Élaborer un programme d'action commun, définir trois grandes priorités et établir une structure préliminaire pour la mise en œuvre des solutions retenues; le comité demeurera en place jusqu'à ce que la structure de base soit créée.

- Avant l'événement : discussion sur la thématique
- Pendant l'événement : clavardage en direct sur Twitter
- Après l'événement : utilisation de Storify et publication de billets de blogue

JEUNES

Démontrer aux jeunes que la technologie peut être mise au service de la gestion durable de l'eau en proposant une série de solutions concrètes pour relever les défis dès maintenant.

- Avant l'événement : discussion sur la thématique, publication de messages sur Facebook et Twitter et affichage de vidéos sur Vine
- Pendant l'événement : AquaHacking, clavardage en direct sur Twitter
- Après l'événement : publication de billets de blogue, API et publication de messages dans les médias sociaux

PARTICIPANTS ET SYMPATHISANTS

Les mobiliser pour la protection de la rivière en les renseignant sur son état

- Avant l'événement : discussion sur la thématique, influenceurs à contacter, visualisation de données, création de grandes listes d'images, création de vidéos Vine, création d'un événement Facebook, animer et rendre interactive et créative la page Mission Rivière avec des données afin de maximiser les chances de partage (ex : www.evian.fr), diffusion d'une série d'images avec un présentateur, diffusion d'au moins une communication à portée virale
- Pendant l'événement : clavardage en direct sur Twitter (avec photo), exposition présentant des faits précis
- Après l'événement : publication de billets de blogue et de messages dans les médias sociaux

EN GÉNÉRAL : sensibiliser les citoyens, les entreprises et les gouvernements au rôle qu'ils ont à jouer dans la conservation de la rivière et au fait que les efforts qu'on y consacre, ici et maintenant, auront un impact pour les générations à venir.

STRATÉGIE

Elle consiste à donner le coup d'envoi à l'événement et de concentrer nos efforts sur les trois grandes étapes de l'échéancier. Le défi sera d'élaborer des contenus percutants pour les personnes intéressées et de leur le temps et l'espace nécessaires pour partager ces contenus et en discuter à fond.

NOTORIÉTÉ

Organiser un grande campagne de relations publiques qui conclura par un point presse lors duquel l'événement sera annoncé; dès que les médias sociaux commenceront à diffuser les premières vidéos et images, nous nous concentrerons sur l'information factuelle; les partenaires devront parler de l'initiative; comme l'événement Facebook aura été créé, l'objectif sera d'inviter le maximum de personnes.

ENGAGEMENT

Le contenu sur l'événement sera alimenté par les échanges entre les participants et les intervenants; encourager le plus grand nombre possible d'organismes à s'approprier l'événement et à élaborer leur propre contenu.

ACTION

Inviter le plus grand nombre de personnes à l'événement et les inciter à s'engager; miser sur une pluralité de participants; leur demander de confirmer leur participation, de diffuser nos contenus et d'inviter d'autres personnes; inciter ceux et celles qui nous suivent à parler de l'événement et leur donner des outils pour leur faciliter la tâche.

RESSOURCES NÉCESSAIRES

RESSOURCES HUMAINES

- **Gestionnaire de communauté** : personne responsable des médias sociaux pour l'événement du début à la fin des trois étapes; cette personne sera responsable de l'échéancier, de la stratégie de contenu, de la gestion de la production de contenu ainsi que de la gestion journalière.
- **Créateurs de contenu** : concepteurs, rédacteurs et vidéastes participant à l'initiative pour créer du contenu en continu (images, vidéos Vine, billets de blogue, visualisation de données).
- **Influenceurs** : personnes chargées de mobiliser les participants; nous devons cibler des influenceurs (des personnes connues dans le domaine ainsi que des vedettes) pour chacun des groupes cibles et les encourager à participer activement et de leur propre gré. Dans le pire des cas, nous pourrions obtenir de ces personnes le droit d'utiliser leur image dans le cadre de l'événement pour en accroître la visibilité.

OUTILS

- **Site Web de l'événement** : site axé sur l'action et les médias sociaux; le site doit constituer un vibrant appel à l'action.

Durant l'événement :

- Écran pour afficher le clavardage en direct sur Twitter (photos à l'appui)
- Alimentation des discussions en ligne par le gestionnaire de communauté
- Diffusion vidéo en direct des conférences (idéalement)
- Publication maximale des mots-clés #AquaHacking, #MissionRiviere et #RiverMission pour encourager les gens à participer en ligne à l'événement.