



SAE 102

PARTIE 1



SAE 102

PARTIE 1

Objectifs de la stratégie de communication – SMART

Spécifique : L'objectif est de faire connaître la Corsica Games Week et d'attirer un large public, en mettant en place une stratégie de communication efficace et en créant une véritable expérience immersive. Cela inclut la création de nouveaux réseaux sociaux dédiés à l'événement, un site web informatif, ainsi que des partenariats avec des influenceurs et des acteurs du secteur du gaming pour attirer différents types de publics : passionnés de jeux vidéo, curieux, familles, et habitants de la Corse.

Mesurable : L'objectif est de réussir à obtenir une plus forte notoriété sur les réseaux sociaux. Il faudrait réussir à augmenter le nombre de visite sur le site mais également sur les réseaux sociaux tel que Instagram, TikTok ou encore Facebook. Également, on vise à établir des partenariats avec des personnes appréciées et même connus dans le monde du jeu vidéo. Cela attirera beaucoup plus de personnes.

Atteignable : Pour atteindre cet objectif, nous mettrons en place une campagne de publicité ciblée sur internet et les réseaux sociaux, et distribuerons environ 5 000 flyers dans les établissements scolaires et universitaires ainsi que dans les lieux populaires. Des événements de promotion seront également organisés dans les lieux fréquentés par notre public cible, tels que les centres commerciaux ou des événements locaux.

Réaliste : L'objectif est d'avoir une plus grande implication locale, avec les entreprises, influenceurs et/ou même des partenaires. En sachant que les infrastructures en Corse peuvent accueillir 5 000 personnes, le but est d'arriver prochainement à un nombre de visiteurs rapproché.

Temporellement défini : L'objectif est de commencer, environ trois mois avant l'événement, des actions de promotion et de communication et d'avoir une augmentation de la notoriété. Aussi, une fois l'événement terminé, il faudrait un délai d'environ 3 semaines pour recueillir un maximum d'avis et de retour de satisfaction. On procèdera avec une enquête et/ou un quizz.

Cibles – Personae

Il y a quatre cibles bien définies, qui sont : Le cœur de cible, la cible principale, la cible, Les relais secondaire

Ce personae est le cœur de la cible, il est déjà captif car c'est un passionné de jeu vidéo. Il se laissera facilement convaincre et c'est un public actif. Lui et généralement son entourage sont intéressés par ce genre d'événement.

Hugo Leonacci

Hugo est un enfant qui aime s'amuser avec ses amis et faire de nouvelles rencontres. Il aime notamment les jeux vidéo et en découvrir d'autres ne lui déplairait pas, au contraire, il en serait enthousiaste. Il aime découvrir de nouvelles choses et en apprendre d'avantage, que ce soit des jeux, une nouvelle manière de jouer, etc. Il aime aussi faire des activités entre amis ou en famille. La nouveauté ne lui fait pas peur.

Objectifs

- Découvrir de nouveaux jeux.
- Faire de nouvelles rencontres.
- S'amuser.
- Tenter de nouvelles choses.

Moyen de communication

Craintes et frustrations

- Il a peur de se déplacer seul
- A peur d'être déçu.
- Les discours ennuyant.

Personnalité

Introvertie Extravertie

Asociable Sociable

Ignare Curieux

Blasé Enthousiaste

Age : 14 ans
Ville : Ghisonaccia
Travail : Collège
Famille : Vie avec ses parents

Enthousiaste
Joueur
Sociable
Energique

"J'aime trop jouer à Fortnite avec mes amis"

1 Personae n°1

Ce personae est la cible principale car c'est un public passif, qui connaît ce monde du gaming mais qui n'agit pas réellement. Le but étant de les convaincre.

Sophie Amont

Sophie est une ancienne gameuse et streameuse. Elle a toujours été passionnée par les jeux vidéo mais avec ses études et son travail, elle a délaissé tout ça. Toutes choses pouvant la faire replonger dans le gaming la rend nostalgique et heureuse et elle ne se privera jamais d'événements comme cela. Elle aime également partager des moments avec ses amies.

Objectifs

- Découvrir de nouvelles choses.
- Faire découvrir ses passions d'enfance à ses copines et son entourage.
- S'amuser.

Moyen de communication

Craintes et frustrations

- Ne pas profiter pleinement des choses.
- Peur de ne pas tomber sur ce qu'elle pense.
- Peur d'être trop vieille pour certaines choses.

Personnalité

Indiscipliner Discipliner

Impatiente Patiente

Ignare Curieuse

En retard Ponctuel

Age : 24 ans
Ville : Bastia
Travail : Etudiante dans le numérique
Famille : Célibataire

Enfantine
Aventureuse
Comique

"J'aime la nostalgie et j'avais une passion pour les jeux vidéo"

2 Personae n°2

Ce personae est la cible secondaire, il est éloigné de ce monde ou alors a une chose qui le rattache (ici c'est son fils). C'est un public plus large et souvent qui a déjà eu une légère ou forte expérience avec le gaming auparavant.

Leonardo Grazietti

Leonardo est un père de famille. Il a un fils et aime beaucoup partager des moments avec lui. Les moments en famille sont important. En revanche, il n'aime pas perdre son temps. S'instruire est un passe-temps pour Leonardo. Il déteste quand les choses prennent du retard ou les personnes non ponctuelles. Son fils est sa priorité et il ne veut pas le décevoir. S'il peut le faire profiter, il le fera. Il aime aussi retourner en enfance quelques fois.



Objectifs

- Profiter et partager des moments avec son fils.
- Apprendre de nouvelles choses / s'instruire.

Moyen de communication



Craintes et frustrations

- Décevoir son fils.
- S'ennuyer.
- Ne pas avoir ce dont il attend.
- Les choses et personnes non ponctuel.

Personnalité

Indiscipliner	Discipliner
Impatient	Patient
Ignare	Curieux
En retard	Ponctuel

Informations

Age : 37 ans
Ville : Ajaccio
Travail : Expert-comptable
Famille : Marié avec un enfant

Qualités

Travailleur
Organiser
Patient
Attentif

3 Personae n°3

Ce personae est le relais, ce sont généralement des personnes avec un fort entourage et une forte notoriété et susceptible de propager notre message. Ce sont généralement des jeunes sur les réseaux sociaux, influenceurs, etc.

Candace Stone

Candace est une jeune adolescente qui aime énormément profiter, sortir en soirée et faire des activités avec ses ami(e)s. Elle est très curieuse et est surtout extraverti. Elle aime beaucoup assister à des événements, peut importe le thème. Etant une fille très curieuse, elle n'hésitera pas à aller voir un peu tout ce qu'il y a. Le fait de seulement sortir de chez elle avec des ami(e)s l'enchanté beaucoup.



Objectifs

- Faire le plus de sortie possible avec ses ami(e)s.
- Découvrir de nouvelles choses.

Moyen de communication



Craintes et frustrations

- Être seule.
- S'ennuyer.
- Ne pas savoir ce qui lui attend.

Personnalité

Indiscipliner	Discipliner
Impatient	Patient
Ignare	Curieux
Introverti	Extraverti

Informations

Age : 17 ans
Ville : Île-rousse
Travail : Etudiante
Famille : Vie seule, célibataire

Qualités

Curieuse
Impulsive
Impatiente
Colérique

4 Personae n°4

Positionnement

La Corsica Games Week est LE rendez-vous incontournable du gaming en Méditerranée. Cet événement unique combine compétitions e-sportives, démonstrations de technologies de pointe et animations ludiques dans un cadre exceptionnel : l'île de beauté. Que vous soyez un gamer passionné, un curieux ou une famille en quête de nouvelles expériences, cet événement vous propose un programme riche et varié qui s'adresse à tous. Profitez d'un événement 100% corse, qui soutient les talents locaux et crée des liens forts entre innovation et culture.

Plus qu'un salon, la Corsica Games Week est un véritable festival du gaming. Testez les dernières innovations, rencontrez des créateurs et influenceurs, et partagez des moments uniques avec d'autres passionnés. L'événement met également en lumière la scène gaming corse, valorisant ses créateurs tout en renforçant le lien entre tradition et innovation.

Que vous recherchiez l'adrénaline d'une compétition e-sport ou une expérience plus détendue avec les dernières consoles, la Corsica Games Week transforme chaque visiteur en acteur d'une aventure inoubliable.

Le positionnement repose sur trois grands axes :

-Immersion et accessibilité : L'événement est pensé pour être ouvert à tous, qu'il s'agisse de gamers expérimentés ou novices, avec des activités adaptées à tous les âges et niveaux d'expérience.

-Tradition et innovation : La Corsica Games Week valorise la richesse culturelle Corse tout en explorant les nouvelles technologies, créant une harmonie entre héritage local et vision futuriste.

-Communauté et partage : C'est un lieu de rencontres et d'échanges, réunissant créateurs de contenu, influenceurs, passionnés et acteurs de l'industrie autour d'une passion commune pour le jeu vidéo.

En résumé, la Corsica Games Week ne se limite pas à être un simple salon du jeu vidéo. C'est une célébration du gaming sous toutes ses formes, où innovation, créativité et convivialité se rejoignent pour offrir un événement unique et mémorable, à la fois pour les insulaires et pour les visiteurs extérieurs.

Slogan : « Un univers interactif et fait pour tous ! »

La Corsica Games Week partage avec la Paris Games Week (PGW) un objectif commun : mettre en avant les nouveautés technologiques et créer un espace d'immersion total. Toutefois, la PGW est un événement de grande envergure européenne, s'appuyant sur des marques internationales et une communication massive via des influenceurs et des médias spécialisés. En revanche, la Corsica Games Week met davantage l'accent sur la valorisation des talents

locaux et sur l'intégration de la culture corse dans l'univers du gaming, offrant une expérience qui associe modernité et authenticité insulaire. La PGW divise son espace en zones pour chaque thème, comme le cosplay ou les métiers du gaming. La Corsica Games Week, elle, offre une expérience où tout est regroupé et connecté, mélangeant gaming et innovation.

Pour ce qui en est avec la Toulouse Games Week (TGW), elle attire grâce à la présence de célébrités internationales de la pop culture et d'invités renommés, tandis que la Corsica Games Week **s'appuie sur la communauté locale et des influenceurs du gaming**, mettant en lumière la scène gaming corse tout en cherchant à séduire un public extérieur.

Tous ces événements misent sur une communication dynamique via les réseaux sociaux et une stratégie de proximité pour engager les visiteurs. De plus, ils partagent des valeurs d'inclusivité, que ce soit via des initiatives pour les familles ou pour les personnes handicapées. Tous incluent des sondages et analyses post-événement pour s'améliorer et fidéliser leur audience.

La Corsica Games Week se distingue des grands événements tels que la PGW ou le TGS en mettant au cœur de son positionnement **l'innovation au service d'un territoire unique**. Plutôt qu'une simple vitrine technologique ou un festival de pop culture, elle devient un **pont entre modernité et héritage corse**, offrant aux visiteurs une expérience immersive et mémorable dans un cadre naturel exceptionnel.

Style de communication

Message clé : La Corsica Games Week n'est pas qu'un simple événement de gaming, c'est une véritable aventure immersive où l'innovation rencontre la tradition et où chaque passionné, curieux ou famille peut vivre une expérience unique. Nous avons conçu cet événement pour tous : des compétitions palpitantes aux découvertes technologiques, tout est réuni pour créer des moments mémorables dans le cadre exceptionnel de la Corse.

Ton général : Un ton dynamique et enthousiaste serait l'idéal. On transmettrait une énergie positive et de l'excitation, pour cela il faudrait plutôt utiliser des verbes d'actions et des phrases percutantes. Aussi, il serait judicieux de rajouter un ton inclusif et chaleureux afin de mettre à l'aise les visiteurs. Pour cela, le message doit être perçu comme une invitation chaleureuse. Également, il faut que le ton soit moderne et surtout innovant en mettant en avant, par exemple, l'aspect technologique et la dimension futuriste du gaming, tout en restant ancré dans la culture Corse. Par exemple : Que vous soyez expert en gaming ou simple curieux, cet événement est conçu pour tous !

Vocabulaire : Il serait judicieux d'employer des termes comme « expérience immersives », « réalité virtuelle » ou encore « innovations technologiques » afin d'aider les visiteurs passionnés à se sentir compris et à savoir que cet événement est pour eux et qu'il correspond à leurs attentes. Également, appuyer sur la présence de la réalité virtuelle et la nouveauté, par exemple : Essayez des casques de réalité virtuelle, des consoles de nouvelle génération et bien plus !

Aussi, des termes comme « l'île de beauté », « talents locaux » ou encore « scène gaming Corse » soulignent l'aspect unique et authentique de l'événement. Cela permettra d'attirer à la fois les locaux, mais aussi ceux qui souhaitent soutenir ou même découvrir une nouvelle culture et une autre facette de la Corse.

Pour illustrer le style de communication, voici des exemples de messages pour différents supports :

Pour une affiche ou un flyer :

 Corsica Games Week – LE festival du gaming en Méditerranée !

Au programme : compétitions, innovations, et moments uniques. Rejoignez-nous pour vivre une aventure inoubliable dans un cadre exceptionnel !

 Dates :

 Lieu :

Pour un site web :

La Corsica Games Week, c'est 3 jours de gaming intense au cœur de l'île de beauté ! Compétitions e-sport, tests de technologies innovantes et rencontres avec des créateurs. Un événement unique mêlant tradition et innovation. Ne manquez pas ce rendez-vous incontournable pour vivre une expérience inoubliable !

Pour les réseaux sociaux :

" 🎮 Prêts pour la Corsica Games Week ? 🚀 Découvrez les dernières innovations, participez à des compétitions e-sport, et partagez des moments uniques dans le cadre magique de la Corse ! Ne manquez pas LE festival du gaming en Méditerranée ! Réservez dès maintenant ! ✨
#CorsicaGamesWeek #E-sportCorsica #Portovecchio #Gaming #Corse #Gameur

Pour TikTok, Réels Instagram ou des Story :

Une vidéo où l'on voit des personnes jouer et s'amuser en arrière-plan, légèrement flouter et avec du texte et un voix l'accompagnant. Dans le texte on pourrait mettre : « Prêt pour la Corsica Games Week ? 🔥 » « Compétitions e-sport / Nouvelle technologie futuriste / Créateurs locaux ! » « 3 jours de gaming inoubliable » « Rejoignez-nous à la Corsica Games Week ! 🎮 »

Aussi, il faudrait diffusez un teaser vidéo pour piquer la curiosité.

Moyen de communication

Pour la **communication digitale** :

La communication en ligne est le cœur de cette stratégie. Il faudrait tout d'abord un site seulement pour la Corsica Games Week, ainsi que des réseaux sociaux propre à eux (car ils dépendent du site « Città di Portivechju ». Ce site web servira de plateforme principale où toutes les informations concernant cet événement seront réunies (programme, date, billet, actualité, partenaires, ...). Aussi, il faut une présence très poussée sur les réseaux sociaux tel que TikTok, Instagram, Twitter, Facebook. Une campagne dynamique comme des posts régulier, des teasers, des vidéos courtes, des lives, des quizz ou encore des concours est nécessaire pour attirer le beaucoup de personnes.

Pour attirer encore d'autres personnes, on pourrait mettre de publicités sponsorisées (surtout pour les habitant Corse) sur Google par exemple. De ce fait, beaucoup plus de personnes seront conscient de cet événement.

Pour la **communication locale** :

Des affiches et flyers à distribuer serait l'idéal pour convaincre et faire connaître cet événement aux locaux. Le mieux serait de les distribuer et afficher dans des lieux stratégiques comme dans des lycées / collèges ou même universités, si ce n'est pas possible, alors de les afficher et distribuer devant les établissements. Aussi, il faudrait faire passer l'information sur les radios locales (NRJ Corse, Corse Radio) ou même à la télévision sous forme de publicité ou alors un extrait dans Via Stella. On peut encore pousser plus loin en publiant l'événement dans les journaux comme Corse-Matin (généralement lu par les grands parents ou parents).

Pour la **communication directe** :

L'idéal serait de mobiliser des partenaires, influenceurs e même créateurs à promouvoir cet événement sur leurs réseaux sociaux ou blog (Twitter). Aussi, des partenariats avec des établissements scolaire serait judicieux pour faire connaître l'événement auprès des jeunes.

Pour la communication **pendant et après l'événement** :

Pendant l'événement, il serait amusant de faire des lives sur différents réseaux sociaux, en montrant comment est l'événement, en montrant des personnes jouer (avec leurs autorisations) ou encore les lieux. Des interviews et des extraits de vidéos ou photos des jeux et compétitions à mettre en ligne serait mieux.

Après l'événement, on peut proposer un quizz ou un sondage pour récolter tous les avis et les points à améliorer prochainement.



SAE 102

PARTIE 2



SAE 102

PARTIE 2

Message à communiquer

Bienvenue dans le futur du gaming : La Corsica Games Week. Ce n'est pas simplement un événement gaming, c'est une aventure immersive qui réunit innovation, tradition et culture dans le cadre magique de l'île de beauté. Deux jours de découvertes intenses et de divertissement pour tous : passionnés de jeux vidéo, curieux, familles... cet événement unique est conçu pour offrir une expérience inoubliable à chacun.

Au programme :

- Compétitions e-sport palpitantes,
- Démonstrations des technologies de demain : réalité virtuelle, nouvelles consoles et bien plus encore.
- Animations pour tous les âges (jeux interactifs,...)

Venez tester les dernières innovations, rencontrer des créateurs talentueux et découvrir la scène gaming corse qui ne demande qu'à être explorée. Un événement 100% Corse, qui met en valeur la créativité locale tout en plongeant dans l'avenir du gaming.

Que vous recherchiez l'adrénaline d'un tournoi e-sport, une expérience immersive en réalité virtuelle, ou des moments de partage en famille, la Corsica Games Week est l'endroit où chaque visiteur trouve sa place. Ce n'est pas seulement un événement : c'est un lieu de convivialité, un espace de rencontre entre passionnés, où tradition et modernité se mélangent pour créer une atmosphère unique.

L'île de beauté vous ouvre ses portes pour une célébration du gaming sous toutes ses formes : innovation, culture locale, et esprit communautaire sont au rendez-vous pour vous offrir des moments mémorables.

Forza Corsica Games Week ! 🤝 🔥

Ce texte met en avant l'aspect unique de la Corsica Games Week en soulignant l'équilibre entre l'innovation technologique et la culture Corse. Le texte présente l'événement non seulement comme un lieu de compétitions e-sportives, mais aussi comme une immersion dans les nouvelles technologies tel que la réalité virtuelle ou encore consoles de nouvelle génération, ce qui attire à la fois les passionnés de gaming et un public plus large (curieux et familles).

Également, l'accent est mis sur la valorisation des talents locaux, un élément clé qui différencie cet événement des autres salons de gaming. La référence à la Corse, l'île de beauté, et l'idée d'un événement « 100% corse » servent à renforcer l'ancrage local tout en mettant l'accent sur l'innovation, attirant ainsi des visiteurs à la fois locaux et extérieurs.

Enfin, le texte est rédigé de manière inclusive, pour que chacun puisse se projeter, qu'il soit gamer expérimenté ou novice, tout en évoquant l'aspect convivial et communautaire de l'événement. Cela permet de créer une invitation chaleureuse, qui fait appel à l'enthousiasme et à la curiosité de tous.

Plan de communication

La Corsica Games Week est un événement majeur qui se déroule en Corse et qui célèbre l'univers du jeu vidéo. L'événement vise à offrir une expérience immersive unique, liant tradition et innovation dans un cadre exceptionnel : l'île de beauté. Ce sera une occasion idéale pour les passionnés de jeux vidéo, les curieux et les familles de découvrir des compétitions e-sport, des innovations technologiques tel que la réalité virtuelle, et de mettre en valeur la scène gaming locale.

Le secteur du gaming connaît une forte croissance et la Corsica Games Week cherche à se positionner comme un rendez-vous incontournable du gaming en Méditerranée. Cet événement a pour objectif de faire découvrir les talents locaux, attirer un public régional et international, et promouvoir les nouvelles technologies tout en restant ancré dans la culture Corse.

Objectifs stratégiques :

L'objectif principal est de valoriser la scène gaming locale en mettant en avant les talents insulaires et d'attirer un large public. L'événement devra également faire découvrir les innovations technologiques (comme la réalité virtuelle et les nouvelles consoles de jeu) et renforcer l'image de la Corse comme une destination tournée vers l'avenir tout en célébrant la tradition.

Objectifs de communication :

Les objectifs de communication sont de faire connaître l'événement à un large public, d'engager les visiteurs à travers des contenus interactifs, de maximiser les inscriptions aux compétitions et de fidéliser les participants pour les prochaines éditions. L'idée est aussi de créer une dynamique de partage sur les réseaux sociaux pour engager le public.

Message :

La Corsica Games Week n'est pas qu'un salon de jeux vidéo, c'est une expérience immersive où l'innovation rencontre la tradition. Venez vivre trois jours de compétitions e-sport palpitantes, découvrir des technologies de pointe comme la réalité virtuelle et

rencontrer des créateurs locaux dans le cadre exceptionnel de la Corse. Un événement pour tous les âges, un véritable espace de convivialité où passionnés et curieux peuvent partager des moments mémorables.

Cible :

Les cibles principales de l'événement sont les gamers passionnés, les curieux, les familles, ainsi que les créateurs de contenu et influenceurs du monde du gaming. Les jeunes adultes, adolescents, mais aussi les familles à la recherche d'activités ludiques seront particulièrement visées. L'événement s'adresse aussi à ceux qui souhaitent découvrir les talents locaux et la scène gaming corse.

Moyens de communication :

Pour atteindre ces objectifs, plusieurs moyens de communication seront utilisés. Un site web dédié à l'événement sera mis en place, avec toutes les informations importantes : programme, billetterie, actualités. Les réseaux sociaux seront également utilisés, principalement Instagram, Facebook, et TikTok, pour publier des teasers vidéo, des photos, des concours, et des annonces importantes. Des affiches et flyers seront distribués dans des lieux stratégiques tels que les universités et écoles de Corse. De plus, des partenariats avec des influenceurs locaux et des créateurs de contenu permettront de toucher un public plus large.

Référent :

Le responsable de la communication sera chargé de coordonner toutes les actions liées à la promotion de l'événement. Il veillera à ce que les informations soient diffusées de manière claire et cohérente sur tous les supports, afin de toucher efficacement le public cible. Il sera également le principal point de contact pour toute question ou collaboration en lien avec la communication. Il sera le point de contact principal pour tous les aspects liés à la communication.

Planning :

Le planning de communication commencera six mois avant l'événement avec la création du site web et la mise en place des réseaux sociaux. Trois mois avant l'événement, la promotion débutera avec des publications régulières et des publicités en ligne. Un mois avant, des teasers vidéo et des concours seront lancés pour maximiser l'engagement. Pendant l'événement, des vidéos en direct et des photos seront publiées sur les réseaux sociaux pour partager l'expérience en temps réel. Enfin, après l'événement, un bilan sera réalisé avec des sondages de satisfaction pour recueillir les retours et améliorer les prochaines éditions.

Indicateurs de succès :

Les indicateurs de succès incluront le nombre de visiteurs sur le site web, le taux de participation aux compétitions, l'engagement sur les réseaux sociaux (likes, partages, commentaires), ainsi que le nombre de billets vendus. Des enquêtes de satisfaction seront également menées pour évaluer la qualité de l'événement et les points à améliorer.

En conclusion, la Corsica Games Week est un événement important qui va mettre en avant la scène gaming locale tout en attirant un public passionné de jeux vidéo et de nouvelles technologies. L'événement combine tradition et innovation dans un cadre incroyable, la Corse, et va permettre de découvrir des talents locaux, des compétitions e-sport, et des innovations comme la réalité virtuelle. Avec une bonne stratégie de communication et des actions bien ciblées, la Corsica Games Week veut et peut devenir un événement incontournable pour tous les passionnés de gaming et ceux qui veulent découvrir la culture corse. C'est une belle occasion de se rassembler, de partager et de vivre des moments inoubliables autour du jeu vidéo.

Objectifs cognitifs – affectifs – conatifs

Dimension conative :

L'objectif ici est d'inciter les participants à passer à l'action : réserver leur place, s'inscrire à des activités, et partager leur expérience. On pourrait encourager les gens à réserver à l'avance pour profiter de tarifs réduits ou de packs exclusifs. Cela donne aussi une idée de rareté et de privilège pour ceux qui s'y prennent tôt.

Il serait bien de les inciter non seulement à venir, mais aussi à participer activement à l'événement : s'inscrire à des compétitions, des ateliers, ou des sessions de test. Pour cela, on peut mettre en avant les compétitions comme une occasion unique de tester ses compétences et de se mesurer à d'autres gamers.

On pourrait aussi proposer des challenges sur les réseaux sociaux, comme des concours photos ou vidéos avec des hashtags spécifiques pour l'événement. Par exemple, les participants pourraient partager leur photo préférée pour avoir une chance de gagner des cadeaux comme des t-shirts ou des goodies. Cela permettrait de faire parler de l'événement en ligne et d'attirer encore plus de monde.

Une autre idée serait de créer un livret à tamponner (à acheter pour 1€) à chaque stand. Une fois qu'ils ont collecté un certain nombre de tampons, ils pourraient gagner un cadeau. Ce genre de système encourage les participants à explorer tous les stands et à s'engager pleinement dans l'événement.

Dimension affective :

L'objectif ici est de créer un vrai lien émotionnel avec les participants, en leur faisant sentir qu'ils font partie d'une communauté de gamers, mais aussi qu'ils sont chez eux, en Corse. L'idée est de leur faire ressentir que cet événement est un lieu où ils peuvent partager leur passion pour les jeux vidéo, rencontrer d'autres personnes et se sentir inclus, sans jugement.

Pour renforcer ce sentiment d'appartenance, on pourrait ajouter des éléments locaux comme des paysages de la Corse (par exemple de Porto-Vecchio), des références à la culture corse et de la nourriture typique (fiadone, migliacci, fritelle). Cela aidera les participants, surtout les locaux, à se sentir connectés à leur île et à leur culture.

L'événement doit aussi susciter l'envie de vivre des moments mémorables. On pourrait montrer des vidéos ou des photos de gens qui jouent ensemble, qui s'amusent, et qui participent à des compétitions. Cela donnerait l'image d'un endroit convivial et ouvert, où les gens peuvent à la fois jouer en compétition et en équipe. Il est important de montrer que c'est un lieu où tout le monde peut s'amuser, même avec des inconnus.

Enfin, on pourrait créer un peu de mystère et de curiosité en annonçant des teasers de jeux, des compétitions spéciales, ou des rencontres avec des influenceurs. Cela piquera la curiosité des participants et les inciterait à venir.

Dimension cognitive :

L'objectif de cette dimension est de permettre aux participants d'apprendre tout en s'amusant. L'idée est de les plonger dans l'univers du jeu vidéo d'une manière interactive et éducative. On pourrait organiser des conférences ou des ateliers pour expliquer l'histoire du jeu vidéo, comment les jeux sont créés, et les technologies qui les rendent possibles. Par exemple, des intervenants pourraient présenter l'évolution des jeux vidéo, des premières consoles aux dernières innovations comme la réalité virtuelle, et ainsi permettre aux visiteurs de comprendre le rôle important que le gaming joue dans la culture moderne.

Pour rendre tout ça encore plus captivant, des expositions interactives pourraient être installées, montrant l'évolution des consoles et des personnages emblématiques comme Mario ou Sonic. On pourrait aussi expliquer les coulisses de la création d'un jeu, de la conception des personnages à la programmation. Les visiteurs pourraient ainsi découvrir tous les aspects du processus de création et comprendre le travail immense qu'il y a derrière un simple jeu.

Des ateliers pratiques permettraient aux participants de tester des technologies innovantes, comme la réalité virtuelle, ou même d'essayer de créer leur propre jeu vidéo. Des sessions sur la stratégie dans les jeux compétitifs, comme Fortnite ou Mario Kart, seraient aussi une excellente façon d'engager les joueurs. En plus de ça, des jeux immersifs comme des escape games à

thème gaming ou des quiz interactifs pourraient stimuler la réflexion des participants tout en rendant l'expérience plus fun.

L'idée est vraiment de stimuler la curiosité des participants, de leur donner l'opportunité de découvrir de nouveaux aspects du monde du jeu vidéo et de leur permettre de repartir avec de nouvelles connaissances et un intérêt encore plus grand pour cet univers.

En conclusion, la Corsica Games Week vise à offrir une expérience complète. La dimension affective permet aux participants de se sentir membres d'une communauté de gamers, tout en renforçant leur lien avec la Corse grâce à des éléments locaux. La dimension cognitive leur permet d'apprendre sur l'histoire des jeux vidéo et les technologies à travers des conférences et des ateliers. Enfin, la dimension conative les encourage à s'impliquer activement, en s'inscrivant à des compétitions et en partageant leur expérience. L'objectif est de créer un événement fun, enrichissant et inclusif, où les participants peuvent apprendre, jouer et se connecter.