



STRATÉGIE DE COMMUNICATION



GROUPE 4

Virgile COLLARD

DELAHEGUE Margerie

VALLIENNE Gaëlle

Margo HERBIN

Adèle BERTRAND

Christelle DORLET



BRIEF

Le supermarché se réinvente : bio, circuit-court, coopératif et participatif. Les consommateurs veulent mieux manger, moins cher et sont prêts pour cela à donner un peu de leur temps libre. C'est le principe des supermarchés coopératifs, un concept solidaire. L'objectif est de vendre des produits de qualité à bas prix en créant du lien social, le tout grâce à des coopérateurs.

En France, on recense aujourd'hui un peu plus d'une trentaine de supermarchés coopératifs, dont un à Nancy « La grande épicerie générale de Nancy ». À ce jour, cette association compte 100 coopérateurs et se trouve au 61 rue Saint-Nicolas à Nancy. Un déménagement est prévu courant 2020, Nancy, afin de doubler sa surface de vente. Le statut de supermarché coopératif permet aux adhérents d'acquérir une part de celui-ci pour la somme de 100€/an. Ils deviennent donc en partie propriétaires du supermarché et sont sollicités pour toute prise de décision. Il leur est demandé de travailler dans le supermarché chaque mois en moyenne 3 heures. Ils peuvent être affectés au réapprovisionnement, à la caisse ou à la mise en rayon par exemple. En échange, les coopérateurs sont les seuls à pouvoir acheter dans le supermarché.

Les produits (alimentaires ou autres) proposés sont bio ou traditionnels, locaux en priorité (chaîne courte), sains, durables, de qualité à des prix accessibles, parfois moins chers que les magasins bio et compétitifs par rapport à la grande surface. La grande épicerie générale de Nancy référence à ce jour 1000 produits et a sélectionné 60 producteurs locaux. Il n'est nullement nécessaire d'avoir auparavant travaillé dans une grande surface pour faire partie de l'aventure. Chaque membre apporte en fonction de ses compétences une pierre à l'édifice.

Ce concept répond à une démarche écologique, économique, sociale et équitable. L'engagement de chaque membre sociétaire permet de diminuer considérablement les coûts de fonctionnement et ainsi de réduire le prix de vente des produits tout en assurant une rémunération au prix juste des producteurs.



Si ce concept rencontre un tel succès, c'est certainement dû au fait que de plus en plus de consommateurs se préoccupent de la qualité et de la provenance des produits qu'ils achètent. D'autre part, ces magasins participatifs créent du lien social. Chaque personne se sent investit et s'investit au bon fonctionnement de son supermarché coopératif.

La grande épicerie générale de Nancy fait appel à nous afin d'améliorer sa communication vers les producteurs locaux et auprès des initiatives répondant aux mêmes valeurs qu'elle pour créer des partenariats.

Le but de ce projet consiste à créer un événement fédérant de nouveaux producteurs ainsi qu'à ceux déjà partenaires au concept. Le budget de ce projet est de 3000€.

L'objet de cette stratégie de communication est donc la création d'un événement relatif à l'épicerie.

Afin de mieux comprendre la stratégie de communication que nous allons mettre en place, nous allons la diviser en trois phases distinctes : premièrement, vient la phase d'analyse, ensuite, la phase de réflexion et pour finir la phase d'action.

Après reformulation du brief, nous sommes passés à la phase d'analyse.



PHASE D'ANALYSE

Cette phase d'analyse consiste à collecter le maximum d'informations sur la coopérative **GRANDE ÉPICERIE GÉNÉRALE DE NANCY**. Pour cela, nous avons rédigé une analyse SWOT (Forces / Faiblesses / Opportunités / Menaces).

FORCES	FAIBLESSES
<p>PERFORMANCES : Circuits courts en majorité (produits français) : démarche écologique</p> <p>RESSOURCES : Ouvert le samedi</p> <p>NOTORIÉTÉ et IMAGE : Bon avis sur Google.</p> <p>PRODUITS :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Produits le plus qualitatif possible (possibilité de produits bio et / ou traditionnel). - Produits non alimentaire disponible (grande diversité) <p>DISTRIBUTIONS :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Circuits courts en majorité (produits français) : démarche écologique <p>PRIX :</p>	<p>PERFORMANCES :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Changement de structure d'association à SAS : perte de 200 personnes (à cause de la nécessité d'investissement en temps) - Peu d'évolution depuis 2016. <p>RESSOURCES :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Les producteurs ne sont pas tous réellement locaux - Horaires peu stables et restreints - Une fois adhérents, les individus possèdent une part de la coopérative et peuvent donc prendre des décisions. <p>NOTORIÉTÉ et IMAGE :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Peu de notoriété, en particulier au niveau des étudiants - Concept méconnu et peu "clair" : risque de confusion au niveau des personnes qui peuvent acheter les produits - Possible frein du fait de donner son temps pour pouvoir acheter



- Produits moins chers que dans le grand commerce (terme de rapport qualité / prix)
- Acheter au bon prix au producteur

COMMUNICATION :

- Site web bien construit et explicatif.
- Bon référencement web
- Facebook bien alimenté (plus de 3600 abonnés)
- Instagram (1360 abonnés)
- Article dans certains journaux locaux (Grand Est, France 3...)
- Affiches et flyers

PRIX : Prix d'adhérence de 100 €

COMMUNICATION :

- Budget communication limité (3000€)
- Twitter (674 abonnés)

OPPORTUNITÉS

- Développement de la conscience écologique
- Possibilité de coopérer avec des producteurs plus locaux (Les Vosges).
- Seul épicerie coopérative échange temps/achat dans la région

MENACES

- Concurrence des producteurs qui font de la vente directe au consommateur et à la grande distribution
- Concurrence de coopérative à Metz et Strasbourg

Après avoir récolté toutes ces informations concernant la coopérative **GRANDE ÉPICERIE GÉNÉRALE DE NANCY**, nous sommes passés à la phase de réflexion.



PHASE DE RÉFLEXION

Cette phase de réflexion consiste à établir un diagnostic de la situation et à apporter des solutions en partant du constat effectué.

Premièrement, en ce qui concerne le positionnement (le positionnement vise à donner sa spécificité à la coopérative dans un univers concurrentiel donné), La grande épicerie générale de Nancy propose un point de vente aux producteurs locaux avec un mode de rémunération au prix juste et favorise le partenariat avec des associations solidaires et écologiques.

Les valeurs transmises par ce concept sont : Une épicerie coopérative coopérant avec des producteurs locaux, proposant des produits au bon prix.

Les objectifs de cette stratégie sont, dans un premier temps, cognitif (faire connaître la coopérative) : en effet, il faut amener de nouveaux producteurs à devenir partenaires au concept.

Ensuite, l'objectif sera conatif car notre but est de les faire venir à notre événement et les faire ainsi adhérer à l'association.

Il est important de déterminer sa cible, à savoir : une cible principale et une cible secondaire. Ce ciblage nous permettra d'obtenir un maximum de retour en diminuant les futurs consommateurs et en se démarquant de la concurrence.

Notre cible principale seront les producteurs locaux répondant aux valeurs de l'association. Et notre cible secondaire sera les adhérents ainsi que les collaborateurs de la coopérative.

Ensuite, nous allons nous intéresser au message de l'enseigne et plus précisément le style, la promesse, le bénéfice, les preuves et les contraintes.

En ce qui concerne le style, nous allons utiliser un langage courant pour ne pas paraître ni trop familier ni trop professionnel avec nos futurs producteurs.

La promesse de la coopérative est une juste rémunération de votre travail lors de l'achat de vos produits.

Le bénéfice est que c'est une chaîne courte avec une meilleure rémunération et reconnaissance du travail des producteurs.



La preuve est que c'est une coopérative sérieuse qui existe depuis 2016 et qui est régulière auprès de ces producteurs nombreux et actuels.

Le ton que nous allons employer est familiale et chaleureux afin de mieux représenter l'aspect coopératif.

Enfin, en ce qui concerne les contraintes, il faut réussir à faire venir les producteurs malgré leur manque de temps, mais également réussir à cibler uniquement les producteurs et collaborateurs et pas le grand public.

Enfin, concernant la communication de l'événement, nous avons choisi les médias suivants :

MÉDIAS :

- Flyers/dépliants
- Cartons d'invitations
- Roll-ups

HORS MÉDIA :

- Site web relatif à l'événement
- Carte Umap recensant les producteurs
- Promotion de l'événement sur les réseaux sociaux Insta et Facebook

- Reportage vidéo des producteurs déjà partenaires
- Création d'une vidéo présentant la coopérative
- Campagne de mailing
- Objets relatifs à l'événement : Eco-cup cartons pour le buffet / Badges pour identifier les producteurs déjà partenaires / Présentoirs avec les noms des producteurs qui fournissent les dégustations

A présent, nous allons passer à la phase d'action en vous présentant l'événement ainsi que les moyens de communication que nous allons mettre en place.



PHASE D'ACTION

Cette phase consiste à présenter et expliquer nos choix concernant l'événement que nous allons mettre en place ainsi que nos moyens de communications.

L'ÉVÉNEMENT :

L'événement mis en place a pour but d'attirer de nouveaux producteurs partenaires. En effet, avec le déménagement de l'enseigne dans de nouveaux locaux plus grands, l'épicerie peut élargir les cercles de ses collaborateurs : l'enjeu étant de convaincre des producteurs de la région Grand Est afin de resserrer l'échelle territoriale

Pour ce faire, il était impératif de susciter un intérêt pour ces professionnels afin de les convaincre de se déplacer. Ainsi, nous avons choisi d'inviter Tom Boothe, représentant de la Louve à Paris, pionnier circuit court en France, qui pourra leur exposer les bénéfices en termes économiques et humains de ce mode de consommation. Par ailleurs le fait de convier également les producteurs déjà associés au projet et les adhérents va permettre un échange d'expérience. Certains seront invités à s'exprimer sur les améliorations de leur rémunération et de leur qualité de travail depuis qu'ils sont sortis de la grande distribution et qu'ils travaillent avec l'épicerie.

Un temps sera consacré aux questions posées à Tom Boothe et aux producteurs ayant témoigné.

La présence de ces producteurs collaborateurs permettra également de fédérer tous les partenaires de la coopérative. Pour que cette rencontre soit placée sous les signes du partage et de la convivialité, nous avons organisé une dégustation de produits locaux à la suite de la conférence, encourageant la poursuite de la soirée de façon plus informelle.



Lieu de l'événement: la MJC 3 maisons : nous avons choisi cette MJC , déjà partenaires de l'épicerie avec la manifestation des jardins partagés.

La MJC qui dispose d'une salle pouvant accueillir plus de 100 personnes avec cuisines à disposition prête ses locaux à la coopérative. Elle est proche du centre ville et est facilement accessible.

L'événement aura lieu le samedi 13 avril 2021. Ce dernier se déroulera de la manière suivante :

- 17h30 : Ouverture des portes avec le kakémonos de présentation à l'entrée: Accueil autours d'un café, thé, jus d'orange

- 18h : Début de conférence :

Le mode de présentation sera coopératif, sans estrade.

Présentation de l'épicerie

Son évolution et les nouveaux locaux avec photos projetés

Présentation de Tom Boothe, de la Louve

Intervention de Tom Boothe relatif à l'amélioration des conditions de travail et rémunérations des producteurs ayant optés pour les circuits courts

Questions/ Réponses

Témoignages de deux producteurs locaux partenaires de l'épicerie

Questions/réponses

- Fin de conférence 19h30

- 19h30 : Apéritif dinatoire et dégustations des produits locaux mis en avant ar les producteurs présents.

- 22h : Fin de la rencontre.

- 22h30 : Fermeture des portes.



COMMUNICATION DE L'ÉVÉNEMENT :

Distribution de flyers :

Afin de promouvoir l'événement auprès de producteurs locaux, il est impératif d'aller à leur rencontre.

En effet, si beaucoup de paysans ou artisans sont maintenant numérisés, il subsiste des personnes non initiés aux outils numériques qui sont coutumiers des relations directes.

Nous préconisons de présenter l'épicerie et de les inviter à notre conférence en présentant à eux sur les lieux de marchés ou manifestations.

il ne s'agit pas de "tracter" au hasard des marchés, mais de prendre le temps de parler avec eux, de les connaître, d'obtenir leurs coordonnées (téléphone, mail, site) et de laisser un dépliant d'invitation pour les personnes intéressées.

Les personnes pour lesquelles nous avons recueillis des coordonnées seront invitées par mail un mois avant l'événement, et par téléphone (texto ou appelle téléphonique) une semaine avant. Graphiquement, nous avons repris les couleurs et les motifs de la coopérative pour une meilleure cohérence visuelle. Nous avons pris le parti-pris de réexploiter le auvent qu'il utilise déjà pour des toiles. Ainsi, on intègre directement l'identité de la Grande Epicerie Générale de Nancy. A l'intérieur du dépliant, le thème graphique est convivial (les formes variables et organiques évoquent le mouvement et l'énergie). Nous expliquons le concept de l'épicerie, car les personnes recevant le dépliant ne sont pas toujours tenu au fait de l'activité de la coopérative. Nous avons également voulu introduire et expliquer le thème de la conférence pour attirer les producteurs. Nous renvoyons également les producteurs intéressés vers le site web grâce à un QR Code tout en signalant que la Grande Epicerie Générale dispose de réseaux sociaux. Tous les contacts sont présents (adresse, mail et téléphone), dans le cas où les producteurs n'ont pas les réseaux sociaux.

Veillez trouver les principaux lieu de distribution de nos flyers à la page 12.



Pour en savoir plus sur l'évènement



La Grande Epicerie
61 rue Saint-Nicolas
54000 Nancy
06 27 39 87 23
grandepicerienancy@gmail.com



L'ÉPICERIE, VOTRE TRAVAIL EST RECONNU À SA JUSTE VALEUR

LE CONCEPT

C'est un projet de super-marché coopératif et collaboratif sur Nancy. Il s'agit de créer un super-marché fonctionnant essentiellement par le travail de ses membres / clients. Ces derniers participent bénévolement au fonctionnement du lieu et à sa gestion, 3h par mois, en contrepartie de quoi ils peuvent bénéficier des prix bas pratiqués sur les étals de la boutique. Payer moins cher (de l'ordre de 10%) des produits de qualité, participer à une meilleure rémunération des producteurs, passer un peu de son temps à échanger et travailler avec les autres. Ce sont les principaux objectifs de ce projet. Ce système a déjà convaincu plus de 60 producteurs partout en France.

L'ÉVÈNEMENT

Les circuits courts, l'avenir pour les producteurs ? Nous vous invitons à une conférence inédite avec Tom Boothe, Fondateur de la première épicerie coopérative de France, La Louve à Paris. Il connaît les enjeux et l'avenir de ce système économique de plus en plus répandu. Nous convions également les producteurs déjà collaborateurs de l'épicerie pour vous parler de leur point de vue. Ils vous parleront de leur évolution au sein de l'épicerie et de leur nouvelle rémunération. Découvrez tous nos collaborateurs et leurs produits lors d'un apéritif dînatoire. Le samedi 13 avril 2021, 18h - 22h
MJC DES 3 MAISONS
12 rue de Fontenoy
54000 Nancy





Lieux rencontre des producteurs locaux afin de les inviter à l'événement :

SUR LES MARCHÉS :

- Les marchés fermiers événementiels organisés par Saveurs Paysannes à chaque saison :

Dernier dimanche de mars (9-16h) : Marché de Pâques à Haroué

D'Avril à Novembre : dernier dimanche de chaque mois, 9h-12h : Haroué

1er samedi et dimanche de mai (10-19h) : Nature en fête à Nancy (Parc Ste Marie)

2ème samedi et dimanche de Septembre : Stan Elevage à Lunéville

3ème vendredi, samedi et dimanche de Septembre : Fête de la gastronomie à Nancy (Place Charles 3)

4ème samedi et dimanche de Septembre : Jardin Extraordinaire à Nancy (Conseil départemental)

2ème dimanche d'Octobre : Campagn'Art à Nancy (Parc de la Pépinière)

3ème samedi et dimanche de novembre : Marché du Monde Solidaire à Nancy (Conseil départemental)

Dernier dimanche de mars (9-16h) : Marché de St Nicolas à Haroué

autres marchés réguliers :

DAMELEVIÈRES, sur la place du centre ville : tous les 2ème et 4ème vendredis du mois, de 16h30 à 19h30, sauf le mois de janvier

EULMONT, Place de l'école : 3ème samedi du mois, 9h-12h

JEANDELAINCOURT, Place de l'ancienne gare : 2ème samedi du mois, 9h-12h

HOUEMONT, place de la Ronchère: 1er et 3e samedi de chaque mois, de 9h à 12h

MAXEVILLE, site des Brasseries : chaque jeudi de 16h à 19h

MONCEL-SUR-SEILLE, Place de la mairie : 1er vendredi du mois, de 17h-19h30

NOMENY, Quai Benoît : 4ème samedi du mois, 9h-12h

SAIZERAI, sur le parking à côté de la mairie : 1er et 3ème vendredis du mois, de 17h à 20h, de mai à octobre

TOUL, place Pierre Schmidt : tous les samedis de 9h à 12h

VEZELISE, sous les halles : 2e samedi de chaque mois, de 9h à 13h, de mars à octobre



NANCY Marché couvert

petits marchés autour de Nancy: ESSEY, SAINT MAX, VANDOEUVRE, LAY SAINT CHRISTOPHE

Sur des Festivals et Manifestation sur lesquels des producteurs sont présents tel que le festival Bons moments :RENCONTRE OE-NO-GASTRONOMIQUE - Grande Halle de l'Octroi Nancy La Grande Halle est le repère des amateurs de vins bio et naturels et de produits frais et locaux.

Campagne de mailing :

Le flyers d'invitation sera également envoyé par mail graces aux coordonnées récoltées sur différents sites:

- Liste et coordonnées des producteurs bio lorrains mailing:

https://www.paysanbiolorrain.org/gestionCommerciale.stp?ACTION=LISTE_PRODUCTEUR&CODE_LOCAL=ABLP1CV8

- Liste des producteurs locaux Vosgiens

<https://www.acheteralsource.com/producteurs-en-france/all/departement/88/page/1>

Afin de fédérer les producteurs déjà partenaires ainsi que les futurs producteurs, nous allons mettre en place une campagne de mailing.

Cette campagne s'adresse à trois cibles : les producteurs déjà partenaires à la coopérative, les nouveaux producteurs avec lesquels la coopérative souhaite travailler ainsi que les adhérents.

En ce qui concerne les producteurs déjà adhérents ainsi que les adhérents à la coopérative, les adresses mail sont d'ores et déjà connus : il suffira donc d'envoyer le mail à chacune de ces personnes afin de leur communiquer les informations sur l'événement (horaires, lieu, objet) et de savoir s'ils seraient intéressés par ce dernier. Nous demanderons alors auprès des producteurs afin de savoir s'ils pourraient amener leurs produits ainsi qu'auprès des adhérents pour obtenir de l'aide lors du rangement de la salle.




Concernant les nouveaux producteurs, il faudra démarcher et rechercher des contacts auprès de structures regroupant les contacts de divers producteurs locaux. Ce mail aura donc pour objet la présentation de la coopérative ainsi que l'invitation à l'événement.

Cette campagne de mailing est peu coûteuse et permet de cibler efficacement les producteurs sans communiquer auprès du grand public.

Mail adhérents

← 📧 ⌚ 🗑️ 📧 ⌚ 🗑️ ⋮

Invitation Conférence "Le circuit court, l'avenir pour les producteurs ?"

 **contact@grandeepiceriegenerale.fr**
À Partenaires / Coopérateurs

Madame, Monsieur,

Nous vous remercions pour votre confiance et votre engagement au sein de notre enseigne **La grande épicerie générale de Nancy**.
Nous avons le plaisir de vous inviter à notre conférence "Le circuit court, l'avenir pour les producteurs ?".
Cette rencontre aura lieu le 13 avril 2021 à la MJC des 3 Maisons de Nancy située 14 rue de Fontenoy.
Nous y aborderons les avantages du circuit court pour les producteurs et nous pourrons partager l'expérience de notre invité Tom BOOTHE, fondateur de la première épicerie coopérative de France.
Vous pourrez ensuite échanger avec des producteurs locaux autour d'une dégustation de produits issus de notre épicerie.


Ouverture des portes : 17h30
Conférence : 18h - 19h30
Dégustation : 19h45 - 22h
Fermeture des portes : 22h30

Au plaisir de vous accueillir le 13/04/2021.
Cordialement,
La grande épicerie générale de Nancy.

Mail producteurs adhérents

← 📧 ⌚ 🗑️ 📧 ⌚ 🗑️ ⋮

Invitation Conférence "Le circuit court, l'avenir pour les producteurs ?"

 **contact@grandeepiceriegenerale.fr**
À Producteurs partenaires

Madame, Monsieur,

Nous vous remercions pour votre confiance et votre engagement au sein de notre enseigne **La grande épicerie générale de Nancy**.
Nous avons le plaisir de vous inviter à notre conférence "Le circuit court, l'avenir pour les producteurs ?".
Cette rencontre aura lieu à la MJC des 3 Maisons de Nancy (12-14 rue de Fontenoy 54000 NANCY) le 13/04/2021.
Nous y aborderons les avantages du circuit court pour les producteurs et nous pourrons partager l'expérience de notre invité Tom BOOTHE, fondateur de la première épicerie coopérative de France. Vous pourrez ensuite échanger avec d'autres producteurs locaux autour d'une dégustation de vos produits.

Ouverture des portes : 17h30
Conférence : 18h - 19h30
Dégustation : 19h45 - 22h
Fermeture des portes : 22h30


Au plaisir de vous accueillir le 13/04/2021.
Amicalement,
La grande épicerie générale de Nancy.



Mail nouveaux producteurs

← 📧 ⚠️ 🗑️ 📧 🕒 📧 🗑️ ⋮

Invitation Conférence “Le circuit court, l’avenir pour les producteurs ?”

 **contact@grandeepiceriegenerale.fr**
À Nouveaux producteurs

Madame, Monsieur,

La grande épicerie générale de Nancy est une épicerie coopérative et collaborative, proposant des produits issus directement de productions locales. Nos principaux objectifs : une rémunération juste des producteurs, une mise en vente de produits de qualité au meilleur prix ainsi qu’une mise en place d’un lieu d’échange et de travail entre particuliers. Nous sommes à la recherche de nouveaux producteurs locaux nous permettant d’enrichir nos rayons.

C’est pourquoi, nous avons le plaisir de vous inviter à notre conférence “Le circuit court, l’avenir pour les producteurs ?”. Cette rencontre aura lieu à la MJC des 3 Maisons de Nancy située 12-14 rue de Fontenoy à NANCY le 13/04/2021.

Nous y aborderons les avantages du circuit court pour les producteurs et nous pourrons partager l’expérience de notre invité Tom BOOTHE, fondateur de la première épicerie coopérative de France.

Vous pourrez ensuite échanger avec nos producteurs adhérents autour d’une dégustation de produits issus de notre épicerie.

Votre aide sera la bienvenue afin d’organiser au mieux cette soirée.

Ouverture des portes : 17h30
Conférence : 18h - 19h30
Dégustation : 19h45 - 22h
Fermeture des portes : 22h30

Au plaisir de vous accueillir le 13/04/2021.
Cordialement,
La grande épicerie générale de Nancy.



Site internet relatif à l'événement :

Dans le but de promouvoir l'événement, nous avons souhaité créer un site vitrine de l'événement. Un lien vers ce support sera présent sur le site officiel du supermarché. Le site vitrine a pour but de présenter brièvement le concept de l'enseigne, ainsi que l'événement et les informations pratiques (lieu, date, heure).

Quelques photographies présentant les produits vendus et l'invité sont insérées.

Nous avons sélectionné des photographies modernes, attractives, mettant en avant notre invité et les produits vendus dans l'épicerie. La carte interactive qui recense les producteurs locaux est aussi ajoutée, en effet le fait d'identifier d'autres producteurs déjà associés au projet peut encourager les personnes hésitantes à se rendre à la conférence.

Le site permet également d'accéder aux pages Facebook et Instagram, sur lesquelles sera diffusée une vidéo de présentation de l'épicerie.

Le site est accessible à l'adresse suivante : <https://webetu.iutnc.univ-lorraine.fr/~bertra282u/startbootstrap-creative-gh-pages/>



[Notre coopérative](#)
[La conférence](#)
[Galerie](#)
[Contact](#)

VOUS ÊTES PRODUCTEURS DANS LE GRAND EST ?

La Grande Epicerie Générale de Nancy organise une conférence sur le circuit court, venez partager l'expérience de professionnels ayant fait ce choix.

EN SAVOIR PLUS

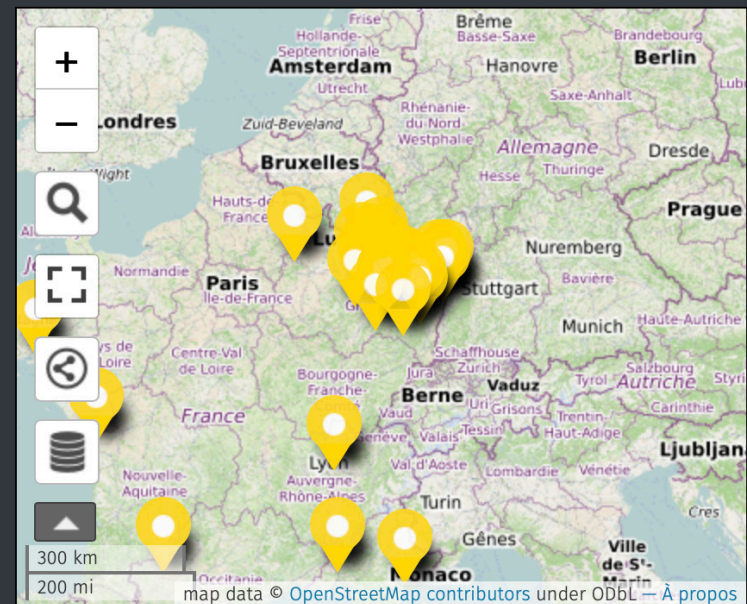
Notre coopérative

La Grande Epicerie Générale de Nancy est un supermarché participatif où les coopérateurs donnent quelques heures par mois pour faire vivre le magasin. Ce bénévolat permet une rémunération équitable de nos producteurs, dans le respect de leurs conditions de travail.

LA CONFÉRENCE



Nos producteurs





Cartons d'invitation :

Les producteurs déjà membres seront tous conviés par invitation postale. Nous leur transmettrons également un mail, et nous demanderons aux partenaires les plus proches par téléphone de participer à la conférence. Deux d'entre eux seront invités à témoigner lors de l'expérience. Nous espérons une participation d'au moins dix personnes.





Réseaux sociaux :

La grande épicerie générale de Nancy est présente sur les réseaux sociaux facebook et instagram.

Des posts vidéos seront publiés afin de présenter le concept. D'autres vidéos seront publiés sous forme de mini-série d'interviews de producteurs afin d'intéresser notre cible principale. Les vidéos seront tournées en amont par une agence de communication ou en freelance.

La campagne événementielle sera également déclinée sur leurs réseaux par un post illustré ainsi qu'un post événementiel. Ce post comportera un lien qui redirige vers le site de l'événement.

La communication sur les réseaux sociaux débutera deux mois avant l'événement afin de solliciter au mieux notre cible principale.

Post événement FACEBOOK

The screenshot shows a Facebook post from the page 'Grande épicerie générale - Nancy'. The post text reads: 'Vous êtes producteurs et intéressés par le circuit court ? La Grande épicerie générale vous convie à une conférence le samedi 13 avril 2021. Venez partager notre expérience autour d'une dégustation de producteurs locaux. Plus d'infos sur <https://www.facebook.com/legrandepiceriegenerale/>'. Below the text is a graphic with a blue and white striped awning, the text 'L'ÉPICERIE, VOTRE TRAVAIL EST RECONNU À SA JUSTE VALEUR', and the 'Grande Épicerie Générale' logo. The post has 192 reactions and 11 comments.

Post événement INSTAGRAM

The screenshot shows an Instagram post from the account 'Grande épicerie générale - Nancy'. The post features a graphic with a blue and white striped awning, the text 'L'ÉPICERIE, VOTRE TRAVAIL EST RECONNU À SA JUSTE VALEUR', and the 'Grande Épicerie Générale' logo. Below the graphic is a blue button that says 'Plus d'infos'. The post has 120 likes and the same text as the Facebook post.



Post explicatif FACEBOOK

Grande épicerie générale - Nancy
1h

La Grande épicerie générale est un supermarché collaboratif. Ce nouveau mode de consommation local permet une économie collaborative. Plus d'infos sur www.grandepiceriegenerale.fr

COOPÉRATIVE ET PARTICIPATIVE

192 11 commentaires · 15 partages

J'aime Commenter Partager

Post explicatif INSTAGRAM

Grande épicerie générale - Nancy
Nancy

COOPÉRATIVE ET PARTICIPATIVE

Plus d'infos

120 J'aime

La Grande épicerie générale est un supermarché collaboratif. Ce nouveau mode de consommation local permet une économie collaborative. Plus d'infos sur www.grandepiceriegenerale.fr

Post producteurs FACEBOOK

Grande épicerie générale - Nancy
1h

Partons à la rencontre de nos producteurs locaux !
La Grande épicerie générale s'engage auprès ses producteurs et les soutient. Plus d'infos sur www.grandepiceriegenerale.fr

192 11 commentaires · 15 partages

J'aime Commenter Partager

Post producteurs INSTAGRAM

Grande épicerie générale - Nancy
Nancy

Suite vidéo

120 J'aime

Partons à la rencontre de nos producteurs locaux !
La Grande épicerie générale s'engage auprès ses producteurs et les soutient. Plus d'infos sur www.grandepiceriegenerale.fr



Roll-ups :

Le Roll-up sert à informer et à signaler. En effet, ils peuvent servir de repère au loin, pour les personnes cherchant la salle. La reconnaissance se fait grâce au graphisme reprenant la charte graphique et le dépliant. Les Deux Roll-up prenant le rôle de localisation sont ceux reprenant la couverture du dépliant. Les Roll-up informatif sont positionnés dans la salle et sert à résumer la soirée et le concept de la coopérative. Les Roll-up d'accueil d'explication de la coopérative peuvent être réutilisés à d'autre occasion.

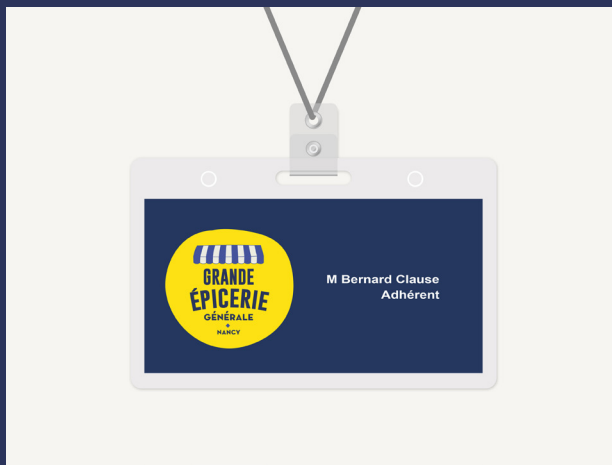




Accessoires relatifs à l'événement :

Lors de notre événement, nous allons utiliser les accessoires suivants :

- des Eco-cup en cartons recyclé pour le buffet: une forte dimension écologique émane de ce projet collaboratif, il est donc important
- d'utiliser de la vaisselle éco-responsable à l'effigie de la grande épicerie générale de Nancy, avec le logo apparent.
- des badges pour identifier les producteurs déjà partenaires.
- des présentoirs à placer devant les produits à déguster avec les noms des producteurs.





Carte interactive :

La carte se compose de chaque adresse des fournisseurs actuels de la Grande Épicerie Général de Nancy. Elle indique le numéro téléphone et le site internet de chaque organisation. Le lien est un lien cliquable qui permet un aperçu direct. Chaque point d'intérêt dispose d'une image ou d'un logo représentatif des fournisseurs. La carte a été conçue de façon à ce que les internautes prennent connaissance de la situation géographique de chaque entité au survol de la popup.

Des améliorations sont encore à apporter. En effet, créer plusieurs filtres en fonction des produits proposés améliorerait la recherche des internautes. De plus, proposer des photos de même taille permettrait un rendu plus esthétique.

Les problèmes rencontrés sont divers. Tout d'abord, il a été difficile de convertir la base de données en données géographiques. Par la suite, l'insertion des images s'est effectuée une à une, ce qui a engendré une perte de temps.





Budget :

Pour ce projet, le budget est de 3000€. Nous avons répartie ce dernier comme suit :

Produits	Descriptif	Quantité	Prix
Print			
Dépliant	format 200x200mm 2 volets avec plis croisé Papier inappa recyclé offset 150g A3 Impression numérique Massicot remis au format + rainage	500	350 €
Carton d'invitation	format 100x50 mm Papier inappa recyclé offset 250g A3 Impression numérique Massicot remise au format	60	250 €
Roll-up	format 1600x600 mm	4	300€
Accessoires			
Ecocup recyclé	floqué	100	100€
Badges en plastique	format standard	30	50€
Présentoir rectangle		50	100€
Multimédia			
Forfait vidéo	Tournage + montage		1200 €
Booster publication			150 €
Coût total			2500 € TTC



Planning :

Voici le planning à suivre pour mener à bien ce projet :

Retroplanning Conférence

Adèle Bertrand, Margo Herbin, Marjerie Delahogue, Gaëlle Vallienne, Virgile Collard

Campagne de communication Nouveaux abonnements Réseau Stan

NOM DE L'ENTREPRISE Grande épicerie générale de Nancy

CHEF DE PROJET

Agence Char'ad

DATE

13/02/20

					SEPTEMBRE				OCTOBRE				NOVEMBRE				DECEMBRE				JANVIER				FEVRIER				MARS				AVRIL				MAI				JUN				JUILLET				OCTOBRE				
					1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	L	M	M	J	V
1	Etude statistique producteurs associés	Christelle	01/09/20	30/09/20	30	■	■	■	■																																												
2	Conception des flyers et cartons d'invitation	Virgile	01/09/20	30/09/20	29	■	■	■	■																																												
3	Conception Kakémonos	Virgile	01/09/20	30/09/20	20	■	■	■	■																																												
4	Impression réception flyers et cartons d'invitation	Gaëlle	26/09/20	30/09/20	3		■	■	■																																												
5	Impression et réception kakémonos	Eric	26/09/20	30/09/20	3		■	■	■																																												
6	Tournage et montage vidéo témoignages pour RS	Marjerie	01/09/20	30/09/20	30	■	■	■	■																																												
7	Distribution des flyers	Christelle	01/09/20	30/03/21	209	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Conception site conférence	Adèle	01/09/20	30/09/20	29	■	■	■	■																																												
9	Mailings invitations	Margo	15/02/21	28/02/21	13																																																
10	Publication reseaux sociaux	Marjerie	15/02/21	15/04/21	60																																																
11	Relance mailings invitation 1	Margo	15/03/10	30/03/21	15																																																
12	Relance mailings invitation 2	Adèle	01/04/21	02/04/21	2																																																
13	Conférence	tout le monde	13/04/21	13/04/21	1																																																
14	Etude statistique producteurs associés	Gaëlle	01/10/21	30/10/21	30																																																
					0																																																



Analyse des résultats :

Afin de mesurer l'efficacité de notre événement et pouvoir mesurer nos forces et faiblesses dans le but de s'améliorer pour un futur événement, nous analyserons :

- Le taux d'ouverture, de clic et de spams des mailings.

Outil : Mailchimp

- Le taux de participation à l'événement

- Le nombre de producteurs qui deviennent partenaires suite à l'événement

- Avec les statistiques des réseaux sociaux pour regarder le nombre de personnes touchées par les différentes publications.

Vous avez à présent une vue d'ensemble concernant l'événement ainsi que les moyens de communication (relatif à ce dernier) que nous allons mettre en place pour vous permettre de rassembler vos producteurs partenaires tout en amenant de nouveaux producteurs à collaborer avec vous.

Nous vous remercions pour votre confiance et nous tenons à votre disposition pour d'éventuels informations,
L'agence CHAR'AD.



