



# DOSSIER DE CANDIDATURE

## Edition spéciale Galerie 7.5

Si vous êtes une agence, renseignez le client pour lequel vous avez réalisé cette campagne/action.

Si vous êtes annonceur, renseignez la ou les agences qui ont réalisé la campagne/action.

Si votre campagne/action a été réalisée en interne laissez ce champs vide.

Nom de l'entité déposante : Détente Digitale

■ agence

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : Demain en Rôle

**NOM DE LA CAMPAGNE : DEMAIN EN RÔLE**

QUELLE CATEGORIE ? Cette année, à simple titre indicatif. Un doute sur la catégorie ? Consultez-les ici > <https://tropheesdelacom.so/le-concours/les-categories/> :

CATEGORIE : Audiovisuel / Audio / Podcast

DATE DE CAMPAGNE : De Mai à Juillet 2020

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : Toulouse Centre

# À SAVOIR



- Les 11 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.
- Aucun autre modèle ne sera accepté.
- Ce Power Point contient 13 slides (pages), vous pouvez développer vos explications en rajoutant, si nécessaire, des slides supplémentaires pour quelques rubriques. Attention, l'ensemble de votre dossier ne doit toutefois pas dépasser 20 slides.

**Pour cette édition spéciale {Trophées} La Galerie 7.5, vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE campagne / action de communication. Celle-ci sera rendue visible sur la Galerie du site [www.tropheesdelacom.so](http://www.tropheesdelacom.so) et soumise au vote du public. Les 5 campagnes ayant obtenu le plus grand nombre de votes bénéficieront d'une mise en lumière sur un support vidéo. Les autres auront une chance d'être citées à travers des articles « étude de cas » publiés sur les blogs des sites internet des Trophées de la Com. Sud-Ouest, de l'Apacom et du Club de la Com.**

**Dossier à renvoyer avant le : mercredi 30 septembre 2020**

**Via le formulaire : [www.tropheesdelacom.so/candidatez/](http://www.tropheesdelacom.so/candidatez/)**

# 1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RESUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



**Demain en Rose** c'est l'histoire d'un projet vidéo solidaire et totalement bénévole, qui face à la crise post-covid, a eu pour but de venir en aide aux commerçants Toulousains.

## 2 RAPPEL DE LA DEMANDE (Besoin exprimé/motivé par l'annonceur)



- 1 - Recréer du lien entre les Toulousains et leurs commerces.
- 2 - Créer du contenu socialement rassurant et économiquement utile.
- 3 – Utiliser un format vidéo dynamique.

### 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES



- **Objectif / Cible 1 - Les commerçants Toulousains:** informer sur l'objectif, rassurer sur les conditions, et motiver sur le résultat. Rassembler un réseau de commerçants dans un objectif commun.
- **Objectif / Cible 2 - Les Toulousains:** Fédérer une communauté engagée dans un projet solidaire pour le commerce de proximité et attractif pour la communauté.

## 4 LA PROBLEMATIQUE



Comment faire **revenir** et **consommer** les Toulousains dans les **commerces de proximité** du centre ville dans un contexte sanitaire et économique complexe?

## 5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE



- Créer une **mini-série vidéo** autour de rencontres/interviews de commerçants Toulousains sur **Facebook** et **Instagram**.
- Ponctuer ces vidéos sérieuses **d'éléments ludiques** et **décalés** afin de développer la ligne éditoriale la plus divertissante possible.
- Trouver des **leviers de motivation** pour transformer le divertissement digital en **consommation** concrète dans les commerces.



## 6 LES CONCEPTS CREATIFS



- Rendre les vidéos attractives avec des « bons plans » : cadeaux ou offres promotionnelles offertes uniquement à la communauté.
- Rendre les vidéos virales avec des « défis commerçants » : inviter des personnalités publiques à participer au projet (par exemple).
- Diversifier les contenus avec des « épisodes inédits » : rencontrer des acteurs économiques, culturels et sportifs de



# 7 LES VISUELS

- Teaser explicatif du concept:



Si la miniature ne fonctionne pas:  
<https://bit.ly/3l0vrhb>

## 7 LES VISUELS

- Exemple d'épisode commerçant: ici un coiffeur barbier « Tonsor & Cie »



Si la miniature ne fonctionne pas:  
<https://bit.ly/3cJJyyK>

## 7 LES VISUELS

- Exemple de **défi réalisé**: un restaurateur qui invite **Vincent Clerc** à passer derrière les fourneaux.



Si la miniature ne fonctionne pas:  
<https://bit.ly/3cK0yF7>

## 7 LES VISUELS

- Exemple d'épisode inédit: Balade à la rencontre des commerçants du **Marché Victor Hugo**.



Si la miniature ne fonctionne pas:  
<https://bit.ly/33gkpsv>

# 7 LES VISUELS

- Page Instagram avec la totalité des épisodes, des bons plans, défis et inédits: [juste ici](#)



## 8 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)



- Mise en place de la **stratégie éditoriale** pendant le confinement (courant Avril).
- **Tournage** du teaser et des premiers épisodes dès le déconfinement (mi-Mai).
- Lancement des **réseaux sociaux** et du **communiqué de presse** (fin Mai).
- Relais et **interviews** presse, **social media management** et tournage de **la suite des épisodes/inédits** sur tout le mois de Juin.

## 9 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?



- Elle est totalement **solidaire** et **bénévole**.
- Elle vient au service d'une population souvent oubliée dans la communication: **les commerces de proximité**.
- Elle a fédéré des **milliers de Toulousains** en un temps record.
- Elle a interpellé et ouvert les portes d'institutions locales comme le **Stade Toulousain**, le **Toulouse Football Club**, la **Comédie de Toulouse** ou encore le **Marché Victor Hugo**.

# 10 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...)?



- + de **3200 abonnés** sur Instagram + de **1300** sur Facebook en 3 mois.
- Plusieurs **dizaines de milliers** de vues cumulées.
- Du **lien** et **des collaborations** établies entre commerçants du réseau.
- Des **centaines de ventes** réalisées grâce à nos vidéos.
- Et **des sourires** retrouvés sur les visages ! 😊



# 11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :



- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : Détente Digitale / Demain en Rôle
- NOM DE LA CAMPAGNE : Demain en Rôle
- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE : Faire revenir et consommer les Toulousains en centre ville pour relancer le commerce de proximité.
- STRATEGIE ADOPTÉE : Mini-série vidéo et réseaux sociaux.
- RESULTATS : Des ventes en magasin et du clic sur internet!