

## DOSSIER DE CANDIDATURE 2019

---

Nom de l'entité déposante : **VERYWELL STORY**



agence

annonceur

---

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : **CHAMBRE REGIONALE DES MÉTIERS DE L'ARTISANAT  
D'OCCITANIE**

---

Nom de la campagne : **OCCTAV**

CATÉGORIE :

**COMMUNICATION GLOBALE**

---

DATE DE CAMPAGNE : novembre 2018

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : OCCITANIE

# 1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

**OCCTAV** est le nom que nous avons donné à la nouvelle **plateforme digitale** destinée à **dynamiser la reprise d'activités économiques** dans les **zones rurales et montagneuses de la région Occitanie**. Une appellation **courte, moderne et chaleureuse** qui, tout comme son **univers graphique, traduit les grands enjeux et valeurs du projet**.

**La campagne de communication quant à elle reprend les codes graphiques modernes et humains de la marque pour présenter le projet et créer du trafic sur la plateforme.**

## 2 RAPPEL DE LA DEMANDE

Dans le cadre de la création d'une **plateforme digitale** destinée à **dynamiser la reprise d'activités économiques** dans les **zones rurales et montagneuses de la région Occitanie**, l'agence Verywell a été sollicitée et sélectionnée par la **Chambre Régionale des Métiers de l'Artisanat d'Occitanie** pour l'accompagner sur la **création d'une marque** et le **déploiement de la campagne sur différents touchpoints**

1. **Créer une identité propre** au projet qui reflète ses valeurs : originalité, territoriale et proximité, avec :
  - un naming
  - une signature
  - une identité visuelle et un univers graphique
2. Déployer la **nouvelle identité et campagne de communication**

# 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

La création de la marque et des outils devait répondre à 3 principaux objectifs :

**CRÉER DU LIEN** : En valorisant les valeurs d'accueil, de proximité de la région. En poussant la notion d'accompagnement personnalisé du projet.

**MODERNISER** : Présenter la région et les zones rurales et montagnes en sortant des clichés pour attirer les repreneurs et prouver son dynamisme.

**RENDRE ACCESSIBLE** : Apporter de la simplicité, de la pédagogie dans le traitement de la marque et de ses supports pour faciliter la compréhension.

## CIBLE PRIORITAIRE

>> *objectif : mettre en relation*

- **Les potentiels repreneurs** : au niveau régional et national, les personnes désireuses de changer de vie et de reprendre une activité commerciale, agricole ou artisanale en Occitanie.
- **Les cédants** : au niveau régional, les personnes désireuses de céder leur activité.

## CIBLE SECONDAIRE

>> *Objectif : convaincre*

- **Les différentes entités parties prenantes** : La CRMA d'Occitanie, la Chambre d'Agriculture d'Occitanie, La CCI D'Occitanie et la Région
- **Les élus des différents territoires**

## 5 LA PROBLEMATIQUE

***Comment élaborer une marque suffisamment forte pour créer du lien,  
fédérer tout en étant moderne et accessible?***

## 6 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

**#1 Proposer une solution inter-consulaire** pour développer les reprises d'activités au sein de la région Occitanie.

**#2 Créer un guichet unique d'informations** regroupant l'ensemble des acteurs et prenant en compte les problématiques des entrepreneurs.

**#3 Mettre en avant le dynamisme du territoire** en créant une identité forte et moderne

**#4 S'appuyer sur une méthode de branding** propre à l'agence et basée sur la **pédagogie** pour recueillir un maximum d'adhésion côté client.

# 7 LES CONCEPTS CRÉATIFS

## #1 Création de la marque

# OCCTAV

Faciliter la transmission d'entreprises en Occitanie

### LE NAMING

OCTAVE est un vieux prénom français remis au goût du jour. Il personnifie la plateforme digitale comme le partenaire de confiance qui met en relation les repreneurs et les cédants.

Comme un compagnon du quotidien, il aide, guide et conseille la cible dans ses démarches.

Modernisé avec une orthographe reconnaissable (pour le distinguer et faciliter le référencement ) il est surtout l'acronyme de :

**OCC**itanie, **T**ransmettre **A**ccélérer **V**aloriser

Une appellation courte, moderne, chaleureuse pour traduire les grands enjeux et les valeurs du projet.

# 8 LES CONCEPTS CREATIFS

## #1 Création de la marque



### L'IDENTITÉ VISUELLE

#### Parti-pris :

#### *Typographie :*

Une piste travaillée en conservant un juste équilibre entre rondeur et rigueur pour évoquer l'accueil chaleureux mais également le sérieux dans l'accompagnement de la transmission d'entreprise.

#### *Pictogramme*

Une iconographie forte puisqu'elle véhicule plusieurs messages clés :

- La transmission : les deux «c» main dans la main, la fluidité, l'échange.
- La convivialité : le sourire qui peut être aisément repris sur des supports stratégiques.
- L'infini : lorsqu'on vient travailler en Occitanie, on y reste pour la douceur de vivre.





**LE ROND**

rythme  
communauté  
simplicité

+



**INFINI**

fluidité  
cycle  
mouvement

+



**ÉCHANGE**

transmission  
équilibre  
transformation

+



**SMILE**

bien-être  
accueil  
convivialité

**ocstäv**

Facilite la transmission d'entreprises en  
Occitanie

**ocstäv**

Facilite la transmission d'entreprises en  
Occitanie

**ocstav**  
Pyrénées Orientales

**ocstav**  
Facilite la transmission d'entreprises en  
Pyrénées Orientales

**ocstav**  
Tarn-Aveyron

**ocstav**  
Facilite la transmission d'entreprises en  
Tarn-Aveyron

**ocstav**  
Aude-Hérault

**ocstav**  
Facilite la transmission d'entreprises en  
Aude-Hérault

**ocstav**  
Gard-Lozère

**ocstav**  
Facilite la transmission d'entreprises en  
Gard-Lozère

# 9 LES VISUELS

## #2 Déploiement des supports





Entrenez ou vous rêvez de vivre !

Vous souhaitez reprendre une entreprise  
et vous installer dans les territoires d'Occitanie ?



ocstav

Facilite la transmission d'entreprises en  
Occitanie



Vous souhaitez transmettre en toute sérénité ?

Si, comme le maître et le maître, Ocstav est votre partenaire privilégié.



www.ocstav.fr





ooctav

Facilite la transmission d'entreprises en Occitanie

# ooctav

Facilite la transmission d'entreprises en Occitanie

**Entrenez où vous rêvez de vivre !**

Choisir de vous installer en Occitanie, c'est faire le choix de vivre dans une région qui offre un cadre et une qualité de vie unique, des paysages incroyables et une économie dynamique.

Une région vivante d'un point de vue géographique : des frontières au Puy de Cassat, des vignes de la Méditerranée au Canal du Midi.

Une région dynamique avec deux métropoles au rayonnement international. Toulouse et Montpellier, mais également avec une agriculture moderne qui occupe la moitié de ses terres.

Découvrez les opportunités qu'offre nos territoires !

**Entrenez où vous rêvez de vivre !**

Choisir de vous installer en Occitanie, c'est faire le choix de vivre dans une région qui offre un cadre et une qualité de vie unique, des paysages incroyables et une économie dynamique.

Une région vivante d'un point de vue géographique : des frontières au Puy de Cassat, des vignes de la Méditerranée au Canal du Midi.

Une région dynamique avec deux métropoles au rayonnement international. Toulouse et Montpellier, mais également avec une agriculture moderne qui occupe la moitié de ses terres.

Découvrez les opportunités qu'offre nos territoires !

**Un territoire, une entreprise, un avenir.**

Prenez votre décision à cœur et réfléchissez bien avant d'entreprendre dans un territoire rural. Il est important d'être conscient des enjeux locaux, des opportunités et des défis de ces territoires. Occitanie vous offre une multitude d'opportunités pour développer votre entreprise et votre avenir.

**Vous souhaitez reprendre une entreprise en Occitanie**

Pour cela contactez de vous-même, avec votre famille, et de vous-même dans une troisième région, comme nous, au téléphone ou par les services de notre chat, Occitanie vous offre :

- Une équipe sur mesure formée avec un impact individuel.
- Un accompagnement personnalisé par des professionnels expérimentés dans les territoires ruraux.

L'identification des entreprises ou activités à reprendre en cohérence avec le projet du repreneur.

**Et pourquoi pas vous ?**

**Vous souhaitez en savoir plus ? Contactez-nous !**

Reprendre / SVP Choisir

Nom\*

Prénom\*

Email\*

Téléphone\*

Quand préférez-vous être recontacté ?  matin  après-midi

Préférences:

Région de destination

Niveau de chiffre d'affaires projet

Type d'activité ciblée

Ville/zone de prospectif

Je souhaite participer à des ateliers régionaux

Envoyer

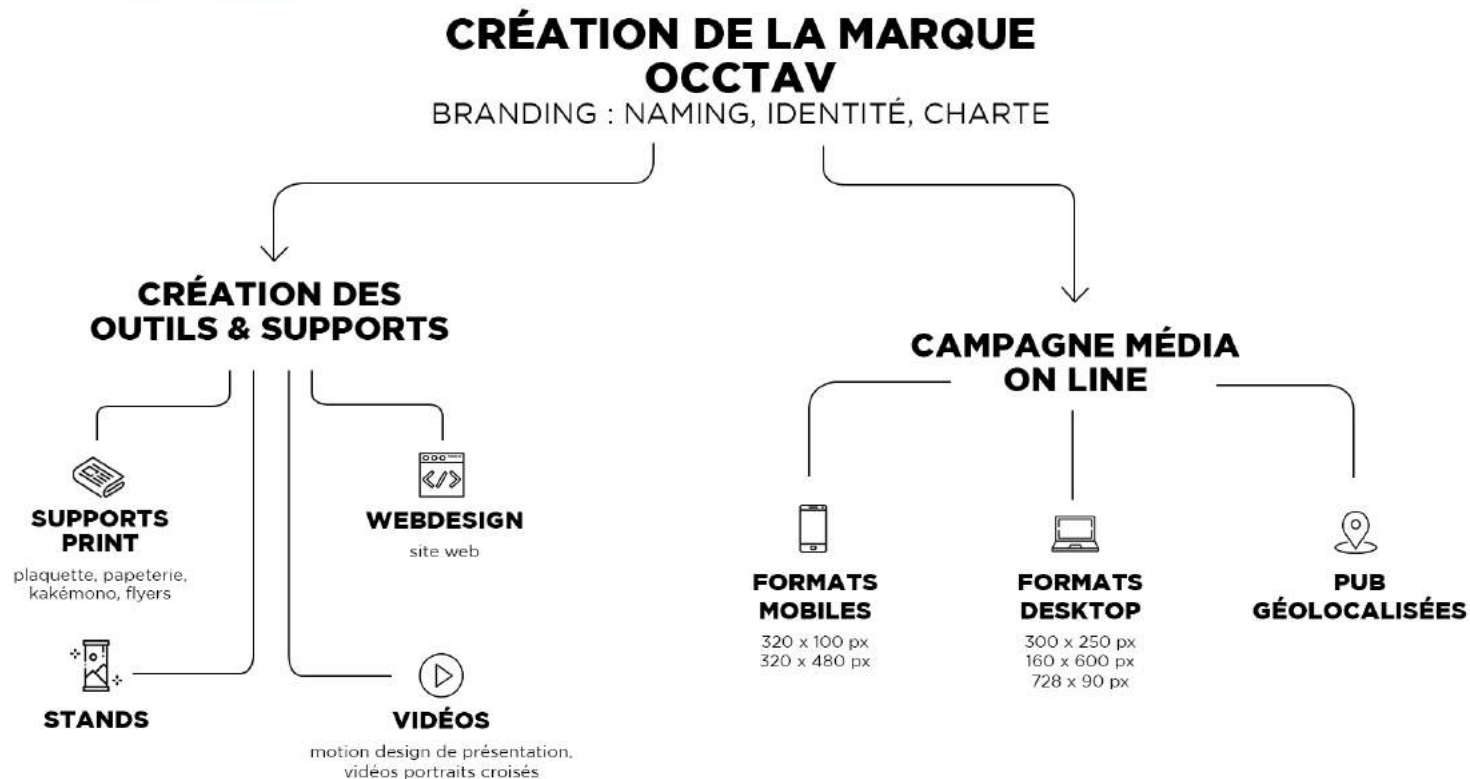
26

# Motion design

<https://www.youtube.com/watch?v=n07RhyeCm10>



# 9 LE PLAN D'ACTION





# 9 LE PLAN MÉDIA



Der de couv dans Village Magazine

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

- Un concept fort, propre, et moderne pour traiter d'un sujet institutionnel
- Traité graphique réfléchi, original, et déclinable
- Un plan d'actions 360° qui a permis de toucher une large cible

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

## Campagne media online

**Date :** 1<sup>er</sup> juin août au 4 septembre 2019

**Volume :** 10.000 clics

**Ciblage :** 75% OCCITANIE, 15% AQUITAINE et 15% IDF.

**Objectifs :** faire connaître OCCTAV auprès d'une audience ciblée, notoriété, générer des visites sur le site.

**Diffusion :** TOP100 sites nationaux

- 3 660 004 impressions diffusées
- 10 002 clics au total
- 92 % de taux de visibilité moyen des impressions

# 11 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

L'agence Verywell dans son organisation prend un certain nombre d'engagements au nom de Steve GALLAIS son dirigeant et de ses collaborateurs signataires de cette charte éthique.

## PRATIQUES SOCIÉTALES

Verywell s'engage à Respecter et promouvoir auprès de ses équipes et sous-traitants les principes du Pacte Mondial et les conventions fondamentales de l'Organisation Internationale du Travail (OIT).

- Verywell s'engage à ne pratiquer aucune forme de discrimination et promouvoir l'égalité de traitement professionnel.
- Verywell s'engage à développer un management et des conditions de travail respectueux de la dignité de l'Homme et des Droits des Travailleurs.
- Verywell s'engage à interdire toute forme de travail qui pourrait porter atteinte à la santé ou la sécurité.
- Verywell s'engage à respecter la législation en matière de gestion des horaires de travail, rémunération, formation.
- Verywell s'engage à proposer des produits et services respectueux de la santé, de la sécurité et accessibles aux personnes handicapées.
- Verywell s'engage à respecter la confidentialité et la protection des données (accès, effacement, portabilité).

## PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES

- Verywell s'engage à adhérer aux principes de protection de l'environnement : principes de précaution, réduction de la pollution (eau, air, bruit), des émissions de gaz à effet de serre, limitations des consommations de ressources et de l'énergie, protection de la biodiversité.
- Verywell s'engage à mettre en place des mesures contribuant à la protection de l'environnement et s'efforcer de minimiser les impacts environnementaux négatifs générés par ses produits et services sur l'ensemble du cycle de vie (conception, production, transports, fin de vie...), en cohérence avec l'accord de Paris sur le Climat.

# 11 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

## ETHIQUE

- Verywell s'engage à prévenir les conflits d'intérêts en révélant tout intérêt personnel, financier ou autres liens entre un collaborateur et un client qui pourrait interférer dans les relations qu'il aurait.
- Verywell s'engage à respecter la propriété intellectuelle, en cohérence avec les dispositifs contractuels.
- Verywell s'engage à refuser toute pratique commerciale illégale ou déloyale.

## LUTTE ANTI-CORRUPTION

- Verywell s'engage à respecter l'ensemble des lois, règlements et normes internationales afférents à la lutte contre la corruption.
- Verywell s'engage à s'interdire d'offrir ou de solliciter, directement ou indirectement, des avantages, des invitations ou des cadeaux, argent ou autres dans le but d'en obtenir un avantage indu (marché, contrat...).

## TRANSPARENCE

- Verywell s'engage à déclarer l'ensemble de ses sous-traitants quel que soit leur rang dans la chaîne.
- Verywell s'engage à mettre en place les moyens de faire respecter ses engagements.
- Verywell s'engage à communiquer dans les meilleurs délais tout problème pouvant entacher les projets en cours.
- Verywell s'engage à publier chaque année ses résultats financiers et résultats d'exploitation.

## GOVERNANCE

- Verywell s'engage à être totalement indépendante de tout groupe ou organisme financier.
- Verywell s'engage à faire prendre toutes les décisions stratégiques par un comité de pilotage mensuel dans lequel sont représentés des salariés de tous les pôles de l'organisation.
- Verywell s'engage à partager une restitution du bilan stratégique et financier chaque mois à tous les collaborateurs.

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

- **NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR** : Verywell Story x CRMA
- **NOM DE LA CAMPAGNE** : Occtav
- **OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE** : Création d'une identité propre et déclinaison des supports
- **STRATEGIE ADOPTÉE** : une réflexion méthodique pour un rendu à fort impact, et différenciant
- **RESULTATS** : Une grande visibilité média