TROPHÉES DE LA COM. SUD-OUEST

# DOSSIER DE CANDIDATURE 2021

**Nom de l'entité déposante :**

L'Agence de Comm

■ agence

**Nom de l'annonceur :**
Maison familiale Martegoute

## NOM DE LA CAMPAGNE :

Nouvelle identité de marque pour Martegoute

CATÉGORIE : Branding / Identité de marque / Édition

DATE DE CAMPAGNE :

Mars 2021

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE :

Lot + développement France entière

APACOM

CLUB DE LA COM

# 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 14 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.

**VOUS SOUHAITEZ EGALEMENT PRESENTER CE DOSSIER AU PRIX COUP DE CŒUR DU PUBLIC ?***

**Vous avez la possibilité de faire concourir UN SEUL dossier au Coup de Cœur du Public. Cochez la case suivante pour sélectionner ce dossier :**

☐ **Je souhaite présenter ce dossier au COUP DE COEUR DU PUBLIC**

**Dossier à renvoyer avant le : lundi 20 septembre 2021 inclu**

**Via le formulaire : www.tropheesdelacom.so/candidatez/**



*Les projets étudiants ne peuvent pas concourir au coup de Coeur du public

# 1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

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

Dans un marché ultra concurrentiel trusté par des marques à très forte notoriété Foie Gras Martegoute cherche à interpeller et créer la préférence.
L'Agence a réalisé une nouvelle identité graphique empreinte de convivialité pour émerger au sein du marché et pensée comme point d'appui d'une stratégie de développement commercial orientée e-commerce.

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

- Volonté de refondre le site martegoute vers un site e-commerce plus performant, plus ergonomique et plus actuel pour développer les ventes.
  La nouvelle version du site www.foie-gras-martegoute.com doit être en mesure de proposer une expérience de qualité aux visiteurs.

- Moderniser l'identité graphique pour qu'elle véhicule davantage les valeurs de marque et soit évocatrice de gourmandise, terroir …
  La nouvelle identité devra être accompagnée d'une charte graphique qui guidera le développement graphique du site internet.

# 3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

**Objectifs à 12 mois après mise en ligne du nouveau site internet**

Développer les ventes en ligne pour augmenter leur CA

- Chiffre d'affaires du site : 100 000€ (vs 25 000€ de CA en 2020)
- Visiteurs par jour : au moins 100 (vs une moyenne de 25/jour en 2020)
- Nombre de nouveaux comptes clients : plus de 500

Gagner en visibilité et notoriété

**Publics**

- **Les particuliers** : gourmets/connaisseurs/néophytes à la recherche de foies gras et produits de producteur et du terroir.
- **Les professionnels** : CSE, directions d'entreprises, marché Trad (épiceries fines, cavistes, ...) dans le cadre de tarifs spéciaux, d'offres produits sur mesure ou d'achats groupés.

# 4 LA PROBLEMATIQUE

“ Comment **accompagner** le développement d’une **marque locale** dans son **déploiement digitale,** en mettant en avant ses **singularités** et **atouts** dans le cadre d’une redéfinition de son **territoire de marque** ? ”

# 5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

Redéfinir le positionnement et le discours de Martegoute : clarifier les valeurs de la marque, sa singularité : Affirmer l'histoire de la marque, son ancrage régional, la qualité et le savoir-faire des femmes et hommes qui y travaillent au quotidien.

Placer l'humain au coeur du positionnement de marque au travers de 3 piliers : Authenticité (producteurs, agriculteurs, terroir), savoir faire (artisans, conserverie, équipe, recettes, envers du décor), moments de vie (consommation, convivialité, plaisir, émotion).

# 6 LES CONCEPTS CREATIFS

Le manifeste :

BIENVENUE CHEZ MARTEGOUTE, PRODUCTEUR DE BON GOÛT

Dans cette époque où le temps passé ensemble prend encore plus de saveur, nous avons soif de convivialité et de bons moments. En famille ou entre amis, nous voulons profiter et prendre soin de nos proches en partageant des instants et des produits de qualité. Dans le secteur alimentaire plus qu'ailleurs, le temps du vite est révolu pour laisser place au temps du vrai. Bien manger, ce n'est pas du tout cuit : il faut attacher autant d'importance à la provenance qu'à la qualité des produits que nous mettons sur notre table. S'approvisionner chez les producteurs locaux n'est pas une idée nouvelle : c'est ainsi que se nourrissaient nos grands-parents, profitant des ressources voisines, élevant leurs bêtes et préparant les produits selon des savoir-faire et recettes transmis de génération en génération. Notre conviction est qu'il faut perpétuer ces savoir-faire ancestraux et les transmettre aux générations futures dans le respect de l'écologie, du bien-être animal, et avec l'envie de promouvoir le circuit-court et les saveurs d'un terroir d'exception.

# 6 LES CONCEPTS CREATIFS

… Nous sommes une maison familiale de producteurs engagés pour donner à la convivialité le goût du savoir bien faire. Nous sommes garants d'un patrimoine tant gastronomique que culturel et devons œuvrer à le préserver. Nous sommes convaincus qu'un héritage est meilleur quand on le partage et voulons procurer grâce à nos produits une émotion unique : le plaisir de savourer la générosité de notre terroir, entre gourmands de bons moments. Bienvenue chez les Martegoute, maison familiale qui vous régale, et partage avec vous ses valeurs authentiques, son savoir-faire unique et son goût du Sud-Ouest.

UN HÉRITAGE, C'EST MEILLEUR QUAND ON LE PARTAGE

# 7 LES VISUELS

ANCIEN LOGO

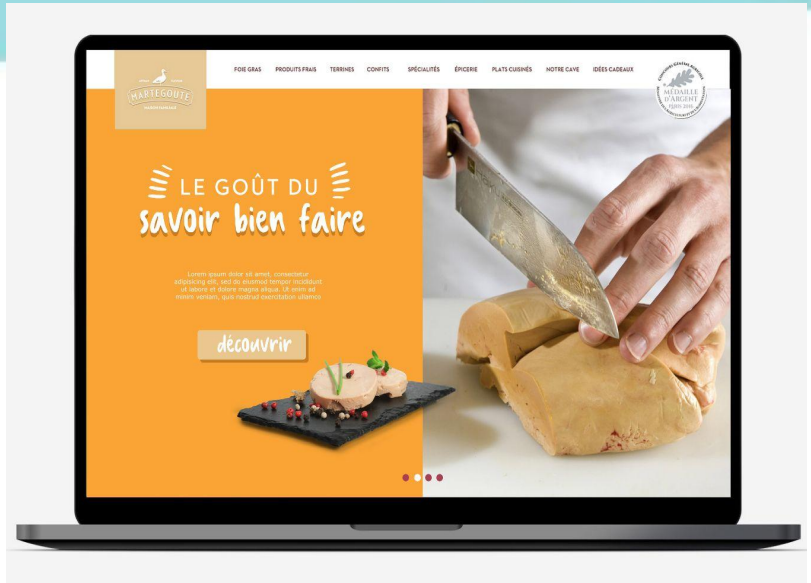
NOUVEAU LOGO

**Vidéo Motion**
https://youtu.be/ZzAtE5Yl7ps

**Evolution du logo**

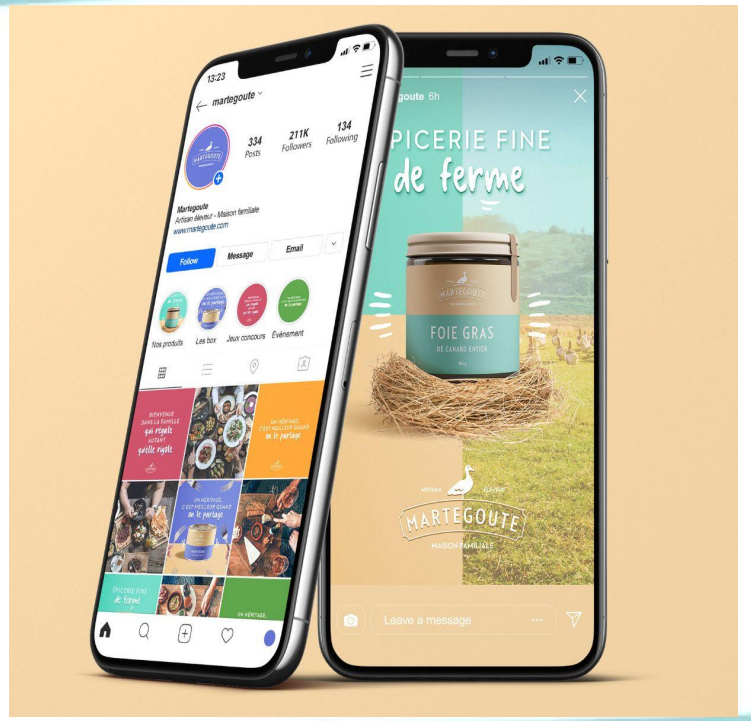
# 7 LES VISUELS

# 7 LES VISUELS



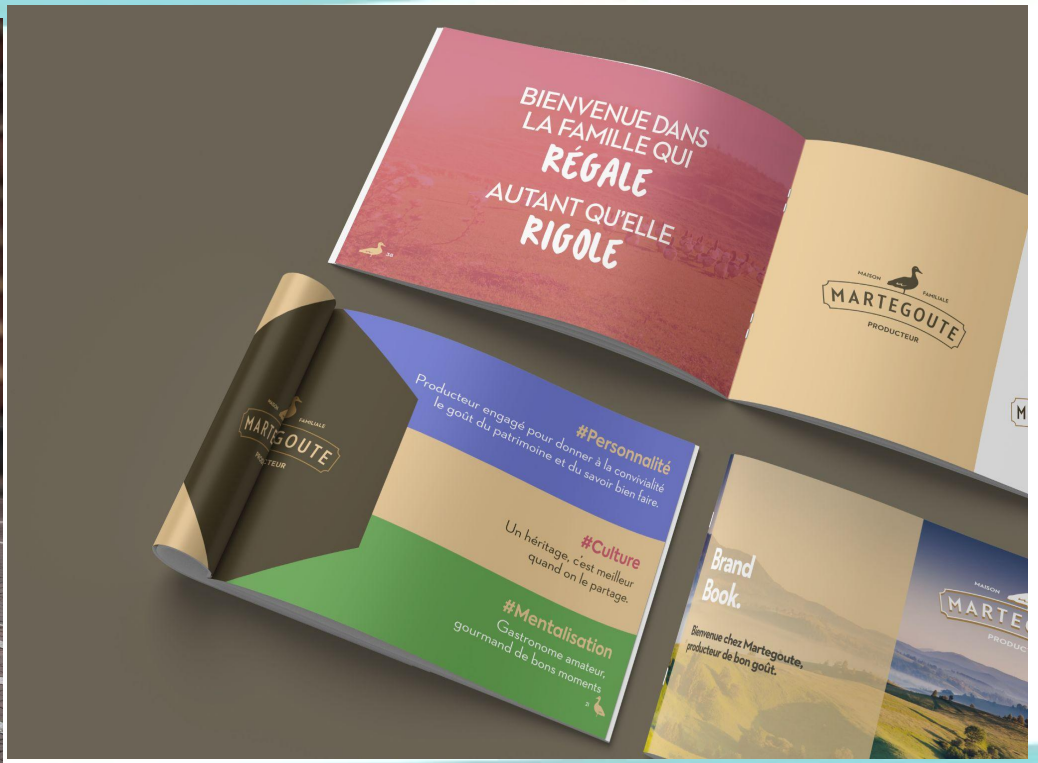
Site Web Responsive

# 7 LES VISUELS




Réseaux sociaux

# 7 LES VISUELS



# 7 LES VISUELS

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

- Création du manifeste et de la nouvelle identité visuelle
- Déploiement de la charte et du territoire de marque sur les supports commerciaux ( BtoC et BtoB)
- Réalisation complète d'un site internet e-commerce ( parcours utilisateurs, architecture et rédactions des contenus, design et habillage graphique)
- Campagne de communication pour la promotion du nouveau site internet : réseaux sociaux, référencement SEA/SEO, clients fidèles, promotion foire aux gras.

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

- Le travail sur le prisme d'identité de la marque a permis de trouver sa singularité et de redéfinir son image voulue auprès de ses consommateurs. Le nouveau discours a été travaillé autour de la notion de famille, de proximité pour appuyer le local et le côté "maison familiale" et les bons vivants.

- La refonte de l'identité graphique de Martegoute permet aujourd'hui à la marque de se distinguer de la concurrence en se mettant "du côté des clients" . Cela se traduit par une mise en valeur d'une identité complémentaire entre tradition et modernité dans laquelle les consommateurs se reconnaissent et partagent leurs envies actuelles de moments de convivialité "Entre bons vivants on se comprend", là où les autres sont souvent portés sur les avantages produits.

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

- Une attribution forte de la marque auprès des cibles
- Les félicitations et soutien des clients partenaires pour cette nouvelle identité
- Un trafic sur le site  de plus 6 000 impressions sur les 3 derniers
- Un taux de transformation de 21%
- et un pique de 50 clics le jour d'annonce de mise en ligne
- Le site étant en ligne depuis 3 mois nous avons encore des statistiques à venir

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

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : L'Agence / Maison Familiale Martegoute
- NOM DE LA CAMPAGNE : Nouvelle identité de marque pour Martegoute

- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE :

Développer les ventes en ligne pour augmenter leur CA

Gagner en visibilité et notoriété

- STRATEGIE ADOPTEE :

Redéfinir le positionnement et le discours avant le travail graphique

Placer l'humain au coeur de ce positionnement

- RESULTATS :