


DOSSIER DE CANDIDATURE 2019

Nom de l'entité déposante : OXYGEN TOULOUSE

 Xagence

Nom de l'annonceur : ARTERRIS

NOM DE LA CAMPAGNE : ARTERRIS 10 ans

CATÉGORIE :

COMMUNICATION INTERNE

DATE DE CAMPAGNE : **JUIN 2019**

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : **OCCITANIE**

À SAVOIR



- Les 10 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.
- L'ensemble de votre dossier ne doit pas dépasser 20 slides.

Vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE de vos campagnes / actions au Coup de cœur du Public. Cocher la case suivante pour sélectionner ce dossier :

OUI, je souhaite participer au COUP DE COEUR DU PUBLIC

Dossier à renvoyer avant le : 16 septembre 2019

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

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

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



Slider à remplir en 3 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

Pour ses 10 ans, Arterris a décidé de remercier ceux qui sont engagés à ses côtés au quotidien, en envoyant une carte à chacun de ses collaborateurs et adhérents le jour de leur anniversaire. Mises bout à bout, ces cartes révèlent une œuvre artistique unique qui symbolise la communauté Arterris.

2 RAPPEL DE LA DEMANDE

- Célébrer les 10 ans d'Arterris de façon originale
- Remercier les collaborateurs et les adhérents pour leur engagement
- Créer l'émotion et marquer les esprits
- Créer une campagne qui puisse être exploitée dans la durée

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

Objectifs :

- Remercier les adhérents et les collaborateurs pour leur engagement dans la coopérative
- Marquer les esprits à l'image de la première campagne #lagrandeaventure
- Développer le sentiment d'appartenance à la communauté Arterris
- Créer un nouvel élément identitaire fort pour la coopérative

Public : collaborateurs et adhérents (public interne)

4 LA PROBLEMATIQUE

La campagne de communication des 10 ans devait intégrer les problématiques suivantes

- S'inscrire dans la durée, devenir un élément identitaire fort pour la coopérative et être tourné vers l'avenir (éviter la retrospective)
- Fédérer autour des 10 ans une population hétéroclite, éparpillée sur un vaste territoire et aux métiers très différents (pas de sentiment d'appartenance réel à une communauté)
- Marquer les esprits tout en restant simple et sobre, la campagne s'adressant entre autre à une population d'agriculteurs en souffrance

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

Les partis pris

- **Toucher les collaborateurs et adhérents à travers un geste symbolique à la fois simple et fort** : pour ses 10 ans, au lieu de fêter son propre anniversaire, Arterris fête les anniversaires de ceux qui la composent en envoyant pendant 1 an, à ses adhérents et collaborateurs, des cartes au dessin unique et avec un mot personnalisé le jour de leur anniversaire
- **Symboliser l'œuvre collective qu'est Arterris** au travers d'une œuvre artistique unique conçue spécialement pour les 10 ans

Stratégie

- **Surprendre les collaborateurs et adhérents** avec des cartes anniversaires au dessin abstrait qui laissent planer le mystère, chaque carte anniversaire étant un minuscule extrait de l'œuvre artistique conçue pour les 10 ans
- **Lever le voile sur les mystérieux dessins des cartes d'anniversaire en révélant l'œuvre artistique** composée à partir de ces mêmes cartes, lors de l'événement des 10 ans, point d'orgue de la campagne

6 LES CONCEPTS CREATIFS

Parce qu'elle n'aurait jamais accompli ce qu'elle a accompli sans ses adhérents et collaborateurs, Arterris a décidé, pour son 10ème anniversaire, de remercier ceux qui sont engagés à ses côtés au quotidien, de façon créative et originale :

- La coopérative a tout d'abord conçu et réalisé une œuvre géante avec l'artiste Pascal Cataye. L'objectif de cette œuvre était de représenter, de façon vivante, le dynamisme de la coopérative et la variété de ses métiers et de ses productions
- Cette fresque géante était destinée à décorer la façade extérieure du siège d'Arterris. A ce titre, elle est de très grande dimension (18 mètres de large sur 2 mètres de haut).
- Cette fresque a également servi de support pour l'élaboration des cartes d'anniversaires destinées aux adhérents et collaborateurs : tel un puzzle géant, la fresque a été découpée en milliers de cartes d'anniversaires aux illustrations uniques.
- Pendant 1 an, ces cartes ont été envoyées aux adhérents de la coopérative le jour de leur anniversaire, avec un mot personnalisé signé par le Président qui les remercie de leur engagement

7 LES CONCEPTS CREATIFS

- Ce projet symbolise ce qu'est la coopérative : la fresque, composée des cartes anniversaire de chacun des adhérents et collaborateurs, symbolise ainsi **la communauté Arterris et l'importance de chacun au sein de cette œuvre commune qu'est la coopérative.**
- Cette fresque géante a été dévoilée aux adhérents et collaborateurs le jour de la grande fête anniversaire d'Arterris, le 14 juin 2019. Une vidéo diffusée lors de ce même événement a permis de **dévoiler l'ensemble du projet aux adhérents et collaborateurs, qui ont enfin pu comprendre le sens et l'origine du dessin qui figurait sur la carte d'anniversaire qu'ils avaient reçue.**
- Cette vidéo a ensuite été publiée sur les réseaux sociaux.

8 LES VISUELS



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

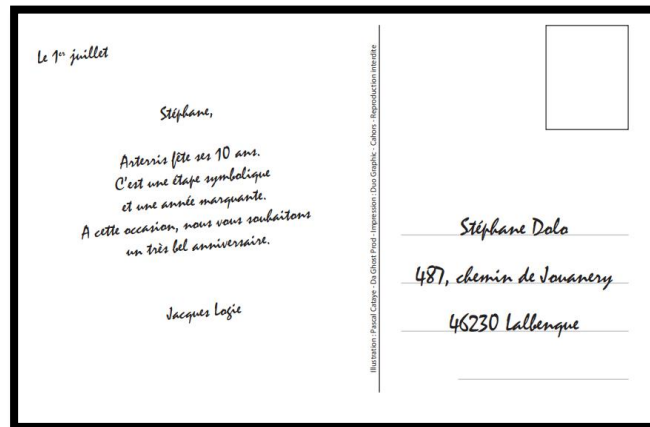
Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

Fresque géante créée à l'occasion des 10 ans d'Arterris



8 LES VISUELS

Exemples de cartes d'anniversaire envoyées aux adhérents et collaborateurs



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

8 LES VISUELS

La fresque dévoilée à l'événement des 10 ans



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

8 LES VISUELS

Vidéo reveal de la fresque, diffusée lors de l'événement des 10 ans puis [publiée sur les réseaux sociaux](#)



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

8 LES VISUELS

Fresque exposée au siège social d'Arterris à Castelnaudary



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

9 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- Organisation d'un jeu concours pour récupérer les dates d'anniversaire des adhérents et collaborateurs
- Création de l'oeuvre artistique et découpage de l'oeuvre en plusieurs centaines de cartes d'anniversaires
- Envoi pendant un an des cartes anniversaires aux adhérents et collaborateurs
- Tournage de la vidéo de reveal de la fresque en amont de l'événement des 10 ans
- Reveal de la fresque et projection de la vidéo d'explication aux adhérents et collaborateurs à l'événement des 10 ans organisé par Arterris le 14 juin 2019
- Inauguration de l'oeuvre au siège social d'Arterris à Castelnaudary en présence des collaborateurs et des partenaires d'Arterris ; exposition de l'oeuvre sous la forme d'un triptyque dans les locaux Arterris à Toulouse
- Diffusion de l'oeuvre sur le site internet Arterris.fr et l'intranet dédié aux adhérents
- Mise en avant de l'oeuvre sur les réseaux sociaux de la coopérative (Facebook et LinkedIn) et sponsoring de la vidéo sur Facebook

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

- **Un geste inédit et exceptionnel** d'un employeur qui envoie à chacun de ses collaborateurs et adhérents, le jour de leur anniversaire, une carte au dessin unique avec un message personnalisé pour les remercier de leur engagement.
- **Un challenge artistique** : concevoir une oeuvre de 18 mètres de large sur 2 mètres de haut et la découper en plusieurs milliers de cartes à l'illustration unique
- **Une identité durable** : l'oeuvre est devenue la nouvelle identité de la coopérative. Elle a été exposée sur la façade de son siège à Castelnaudary ainsi que dans ses locaux à Toulouse. Elle habille son [site internet](#), son intranet ou encore sa toute nouvelle plateforme de podcasts. Demain elle habillera les camions de la coopérative ou encore ses silos...
- **Une campagne surprenante** : en remerciant ceux qui font qu'Arterris existe aujourd'hui, la coopérative a surpris les collaborateurs et les adhérents. La carte qu'ils ont reçue, le caractère abstrait de l'illustration sur ces cartes, puis la révélation de la symbolique du projet les ont véritablement surpris et touchés.

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

Quantitatif

- Plus de 5000 cartes d'anniversaires envoyées
- Plus de 1000 personnes collaborateurs et adhérents présents à l'événement où l'œuvre a été révélée
- Plus de 6,5K de vues de la vidéo qui présente la campagne

Qualitatif

« Cette campagne a permis de véritablement fédérer nos collaborateurs et nos adhérents, mais aussi de les surprendre. Ils ont été nombreux à venir me voir pour me dire qu'ils avaient été touchés par le geste et tout aussi nombreux à me demander ce que signifiait le dessin sur leur carte... Après avoir compris que leur carte était un extrait d'une œuvre artistique unique, ils ont été plus que surpris! C'est ce que nous recherchions, toucher et étonner. Aujourd'hui, le sentiment d'appartenance à une entreprise à part, à une véritable coopération, est encore plus fort. » - Bénédicte Rolland, Responsable Communication d'Arterris

12 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

- Le support de la fresque pour le tournage de la vidéo a été réalisé par un ESAT dans l'Aude
- La fresque (sous la forme triptyque) a à la fois été utilisée pour le tournage de la vidéo et pour l'affichage dans les locaux d'Arterris à Toulouse

13 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- **NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR** : OXYGEN (agence) pour ARTERRIS (annonceur)
- **NOM DE LA CAMPAGNE** : Arterris 10 ans

- **OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE** : Marquer les esprits et toucher les adhérents et collaborateurs à l'occasion des 10 ans de la coopérative Arterris
- **STRATEGIE ADOPTÉE** : Remercier les adhérents et collaborateurs au travers d'un geste symbolique fort pour créer un vrai sentiment d'appartenance à la communauté Arterris
- **RESULTATS** : Des collaborateurs et adhérents touchés et surpris par le dispositif et une nouvelle identité forte pour Arterris