

DOSSIER DE CANDIDATURE 2021

Agence Les Autres du groupe Midiscom

■ agence

annonceur

établissement d'enseignement supérieur

Vinovalie

NOM DE LA CAMPAGNE : Le Deal

CATÉGORIE : Communication Extérieure / Insertion Presse

DATE DE CAMPAGNE : Février 2021

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : Région Toulousaine



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

Si vous êtes annonceur, renseignez l'agence qui a réalisé la campagne/action.

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

Cas particulier des établissements d'enseignement supérieur formant aux métiers de la communication

Les dossiers présentés par eux seront regroupés hors catégories et évalués à part. Ils peuvent toutefois renseigner la catégorie concernée par la campagne/action, à titre indicatif, dans la page 1.

Ces campagnes / actions devront avoir été réalisées à partir de briefs réels d'annonceurs/commanditaires et au moins partiellement activées.

Année de cursus et spécialisation des étudiants :

Prénoms et noms des étudiants :

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/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

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



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

Vinovalie, cave coopérative viticole qui regroupe les principales appellations viticoles des vins du Sud-Ouest, souhaitait communiquer sur un nouveau produit conçu et réalisé grâce au travail collectif de 4 oenologues, chacun provenant d'une appellation viticole différente. La cuvée s'appelle « LE DEAL ».

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

- Communiquer sur une nouvelle cuvée appelée Le Deal.
- Relayer le fait que cette cuvée est le fruit d'un travail collectif.

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Présenter l'originalité de ce vin issu du meilleur de 4 appellations des vins du Sud-Ouest.
- Positionner ce vin comme un travail collectif d'oenologue

4 LA PROBLEMATIQUE

- Comment présenter la cuvée le « Le Deal » tout en conservant la tonalité légère de Vivalie ?

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Mettre à l'écran les Oenologues qui ont souvent l'habitude de rester dissimuler en coulisse.
- Eviter d'aborder cette communication sous l'angle trop sérieux du monde viticole.

6 LES CONCEPTS CREATIFS

- Utiliser une voix off comme l'un des éléments majeurs de la narration. Elle intervient et interagit avec les personnages à l'image.
- Aborder le travail de ces oenologues avec humour.

7 LES VISUELS



Lire (k)

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

- Campagne Facebook géo-localisée.
- Communiqué de presse pour accompagner la sortie de la cuvée.
- Diffusion en salon professionnel

EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

- Elle aborde avec légèreté et autodérision, la création d'un vin tout en valorisant le travail des oenologues.

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

- La campagne a accompagné l'augmentation des ventes de ce produits auprès des clients B to B.
- En période Covid, la campagne a permis à Vinovalie de garder le contact avec ses clients.

11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- **NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR** : Agence Les Autres groupe Midiscom
- **NOM DE LA CAMPAGNE** : Le Deal de Vinovalie

- **OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE** : présenter une nouvelle cuvée, issue du deal de 4 œnologues.
- **STRATEGIE ADOPTÉE** : Présenter cette collaboration, d'abord avec humour avant de la valorisée à juste titre.