



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 : Groupe LG - LG MOTORCYCLE

■ annonceur

Nom du prestataire technique : NTWU

NOM DE LA CAMPAGNE : « Protège toi, Protège moi »

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

CATEGORIE : Audivisuel/Audio/Podcast

DATE DE CAMPAGNE : 27 mai 2020

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : 66- Pyrénées Orientales

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 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/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

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



Slide à remplir en 3 à 5 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

11 mai 2020, date qui raisonne comme une reprise de presque toutes les libertés ! Sortis de période de confinement, nos clients motards vous pouvoir enfin reprendre la route ! Il nous a semblé évident de prendre la parole pour faire un parallèle entre la vie sur les routes et la vie en collectivités ! Comment rappeler les bases de la sécurité sur les routes et la nécessité de se protéger avec des équipements adaptés ! Synergies entre vie de motard et vie de consommateur, s'équiper et se protéger pour la route tout comme respecter les gestes barrières et les consignes de santé et sécurité quoi de mieux qu'une séquence vidéo tournée par nos équipes en local pour ne pas être moralisateur mais juste pour sensibiliser !

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

- Produire du contenu pour rassurer dans un contexte réouverture après confinement
- Rappel des gestes barrières
- Rappel aspect sécurité / équipement motard
- Garder l'esprit convivial de l'environnement moto

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Publics visés : clients/prospects de la concession et tous les motards en général
- Objectifs :
- Sensibilisation aux gestes barrières
- Rappel sécurité sur les équipements motard
- Montrer que dans l'esprit moto, on peut prôner la liberté tout en respectant les règles de l'ère Post-Covid

4 LA PROBLEMATIQUE

- Contexte sanitaire anxiogène
- Engouement sur le retour à la liberté que peut procurer la moto mais qui ne doit pas se faire sans le respect des règles
- Si je me protège pour reprendre la route, alors je dois en faire autant lorsque je suis en collectivité...

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Faire le lien entre la vie de motard et la manière dont je me comporte, un équipement, des gestes barrière, si on y regarde d'un peu plus près les codes du monde de la moto sont les plus ludiques pour relayer des messages forts !
- L'idée donc a été de créer une série de spots : « Protège toi, protège moi »
 - Un premier volet « si tu portes un casque, porte un masque »
 - Le second qui sortira en octobre aura pour thème « gardes tes distances »
 - Enfin une attention particulière est adressée au public motard féminin.. Via le label « Madame LG », un épisode 3 qui brise les codes et le plafond de verre pour début novembre

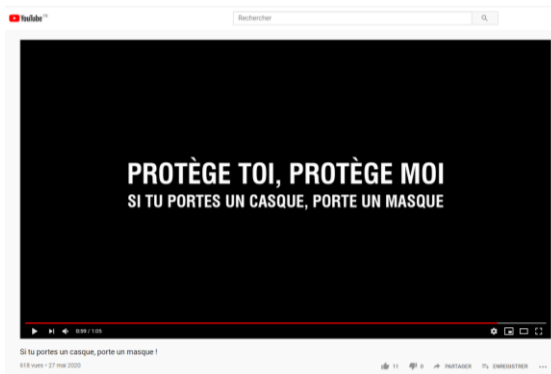
6 LES CONCEPTS CREATIFS

- Slogan : « Protège toi, Protège moi. Si tu portes un casque, porte un masque »

7 LES VISUELS

- Affichage à l'entrée de la concession
- Spot vidéo hébergé sur YouTube :

<https://www.youtube.com/watch?v=V2LAb-OL2dk>



**Si tu portes un casque,
Porte un masque !**



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

- Stratégie Média :
- Mise en ligne sur nos réseaux : YouTube / Facebook/ Instagram/ LinkedIn
- Site internet concession
- Relais pas l'agence sur leur twitter
- Stratégie Hors Média :
- Diffusion de la communication sur l'ensemble des collaborateurs du groupe (450 salariés)
- Mise à disposition de notre communication chez Yamaha France
- Diffusion du spot dans notre concession sur les écrans showroom

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

- Lier l'aspect sécurité routière dans le monde de la moto et le contexte sanitaire
- Projet porté par une initiative locale
- Dans un contexte sanitaire particulier, cette action n'est plus bornée à une simple demande marketing envoyé à une agence 360. La portée locale n'est plus, il faut créer un support vidéo assez fort pour toucher la cible des motards dans sa globalité. Premier tournage physique après un confinement rimant avec online, cette action est d'autant stimulante qu'exaltante.



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

- Les chiffres liés à la vidéo :
 - > YouTube : 617 vues / 8,56 heures de visionnage / 3^e vidéo la plus vue sur notre chaîne
 - > Facebook Yam66 : 993 personnes touchées / 164 interactions
- Contenu vidéo jamais travaillé en amont sur la moto, évolutions pour sortir 2 nouveaux épisodes (à venir courant octobre) et première étape d'une ligne éditoriale ...
- Retours clients en concession positifs suite à notre démarche
- Retour de la marque qui a apprécié notre initiative locale
- Visibilité et notoriété

11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : LG MOTORCYCLE
- NOM DE LA CAMPAGNE : « Protège toi, Protège moi. »
- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE : Sensibilisation sécurité routière et gestes barrières en situation post covid19

STRATEGIE ADOPTÉE : Tournage d'un spot vidéo plus impactant et ludique que de l'affichage et des messages types

- RESULTATS : Augmentation du trafic sur notre chaîne YouTube, visibilité et notoriété, changement des comportements en concession