



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.

DOSSIER DE CANDIDATURE Edition spéciale Galerie 7.5

Nom de l'entité déposante : LES ORIGINES

■ agence ■ annonceur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : L'AGNEAU DE LAIT DES PYRENEES

NOM DE LA CAMPAGNE :
BATTLE DE CHEFS BORDELAIS

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

CATEGORIE : DIGITAL / INNOVATION

DATE DE CAMPAGNE : 21/02/2020 AU 13/03/2020

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : 33



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 .

L'agence a crée pour la première année une « Battle de chefs » à Bordeaux. Une dizaine de restaurants ont participé à la Battle sous la direction du Chef Jesus Hurtado notre ambassadeur. L'opération se déroulait entre le 21 janvier 2020 et le 13 mars 2021. Chaque restaurant devait créer une recette à base d'Agneau de lait des Pyrénées et nous fournir la recette pour que nous puissions organiser le jeu-concours sur les réseaux sociaux. Chaque jour, une recette était publiée (suivie de sponsorisation) pour inviter les internautes à voter pour leur recette préférée. Chaque jour, un déjeuner pour 2 dans le restaurant concerné était à gagner. Le restaurant ayant obtenu le + de vote en fin de jeu avait une présentation spéciale (article sur le site de la filière + post sur les RS). L'opération a connu un franc succès et sera reconduite à plus grande échelle en 2021.

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

- Faire connaître le produit à Bordeaux
- Appuyer l'image qualitative du produit grâce à la caution des chefs
- Maximiser le marketing viral en invitant les chefs à partager leur recette et les participants à partager la recette avec leurs amis
- Récupérer du contenu (les recettes)

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- Public visé : les consommateurs du 33 (CSP +, clientèle mature)
- Les objectifs : accroître la notoriété du produit, apporter une image qualitative, rajeunir l'image du produit en proposant des recettes originales et un jeu ludique



4 LA PROBLEMATIQUE

- Désacraliser la consommation de ce produit jugé trop fort en goût
- Augmenter l'intervalle de consommation de ce produit consommé principalement pendant la période de Pâques

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- Apporter au consommateur une image moderne du produit
- Mettre en avant le challenge entre chefs et consommateurs pour créer de l'interaction
- S'appuyer sur le marketing viral pour accroître la communauté de la filière

6 LES CONCEPTS CREATIFS

- Inspiration des émissions culinaires connues pour trouver le concept de la « Battle de chefs » à appliquer en local
- Mise en avant du produit / chef sur la campagne pour sublimer le produit et apporter la caution d'un chef

7 LES VISUELS

- DANS VOTRE RESTAURANT -

DU 21 FEVRIER AU 13 MARS 2020

BATTLE Des CHEFS Bordelais

Tentez de **GAGNER 1 REPAS pour 2**

En votant pour votre recette préférée d'Agneau de Lait des Pyrénées

Voir modalités sur la page FACEBOOK

Chef Jésus
AMBASSADEUR DE L'OPÉRATION

AGNEAU DE LAIT DES PYRÉNÉES
UNIQUE PAR NATURE

POUR VOTRE SANTÉ, PRATIQUEZ UNE ACTIVITÉ PHYSIQUE RÉGULIÈRE. WWW.MANGERBOUGER.FR

DU 21 FEVRIER AU 13 MARS 2020

BATTLE Des CHEFS Bordelais

Tentez de **GAGNER 1 REPAS pour 2**

AGNEAU DE LAIT DES PYRÉNÉES
UNIQUE PAR NATURE

DU 21 FEVRIER AU 13 MARS 2020

BATTLE Des CHEFS Bordelais

Tentez de **GAGNER 1 REPAS pour 2**

AGNEAU DE LAIT DES PYRÉNÉES
UNIQUE PAR NATURE

En votant pour votre recette préférée d'Agneau de Lait des Pyrénées

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

- Fourniture d'un Kit de communication aux restaurants participants (affiche, flyer, kit Facebook)
- Publication d'un post sponsorisé en teaser + publications et sponsorisations pendant le jeu sur les RS de la filière + ceux des restaurants
- Médiatisation de l'opération dans la gare de Bordeaux via un film pendant 1 semaine
- Annonce du jeu sur le site web de l'Agneau de lait des Pyrénées



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

- Pour la première fois, les chefs bordelais sont associés à un produit dans le cadre d'une Battle où ils ont pu exercer leur créativité
- L'opération conduite par le chef Jesus Hurtado a permis de garantir son efficacité auprès des chefs bordelais
- Les consommateurs bordelais ont pu goûter un produit local dans leur restaurant et être acteurs de leur restaurant préféré en votant pour lui

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

- Gare de Bordeaux : + de 148 000 personnes touchées
- Réseaux sociaux : près de 3 000 personnes touchées en moyenne pour chaque publication, près de 20 000 personnes touchées sur les campagnes de sponsorship, + de 400 interactions en moyenne, près de 400 abonnés supplémentaires sur la page Facebook de la filière
- 100% de commentaires positifs à l'opération



11 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques

mots) :

- NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : AGNEAU DE LAIT DES PYRENEES
- NOM DE LA CAMPAGNE : BATTLE DE CHEFS BORDELAIS
- OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE : ACCROITRE LA NOTORIÉTÉ DU PRODUIT DANS LE 33
- STRATEGIE ADOPTÉE : stratégie digitale et marketing viral
- RESULTATS : Près de 200 000 touchées, une opération qui a généré de l'engagement et qui sera reconduite en 2021

