

Projet

Bord à Bord

MAI 2020

Ce projet a été réalisé en 3 jours dans le cadre d'une candidature pour une alternance à l'entreprise Bord à Bord.

(L'entreprise : Bord à Bord est une entreprise bretonne basée dans le Finistère et spécialisée dans la production et la vente de produits comestibles BIO, à base d'algues.)

Après un premier entretien téléphonique, un écrémage des candidats à eu lieu. Par la suite, ceux qui étaient toujours en compétition pour le poste se sont vu confier la tâche de réaliser plusieurs travaux pour des **projets fictifs**.

Les différentes demandes concernaient :

- La **réalisation d'un post Facebook et Instagram** mettant en avant les valeurs de la marque à travers leur produit phare, le tartare d'algues.
- La **création d'une Newsletter** pouvant être à la fois envoyée à des professionnels et à des particuliers. Le contenu de cette Newsletter devait à la fois mêler **communication de crise** et annonce de **participation de la marque à un événement**.
En effet, le contexte fictif qui nous a été donné était le suivant :
Le premier point était de communiquer sur le fait que la marque Bord à Bord se retrouvait au pied du mur en raison de la suppression du label Bio vis-à-vis de l'algue française, à cause d'une aberration administrative de l'Union Européenne.
Le second point, quant à lui, concernait l'annonce de la première participation de la marque au Salon International de l'Agriculture.
- La **création d'un stand**, dans le cadre de la participation de la marque au Salon International de l'Agriculture.

Malheureusement, l'entreprise hésitait entre moi et une autre personne pour le choix final, et ce qui a majoritairement pesé (d'après leurs dires) dans leur choix était la durée du contrat d'alternance. En effet, ils préféraient prendre un alternant pour une durée d'un an par sécurité, or mon alternance s'étalait sur deux années. Je me dis que ce travail peut donc être potentiellement intéressant à mettre en avant dans le cadre de ma recherche de stage.

Voici donc le travail que j'avais réalisé :



1. Post Facebook & Post Instagram

**bord
bord**



Voici le visuel que j'ai réalisé pour le post Facebook et Instagram. J'ai réalisé ce montage sur Photoshop en utilisant une image du pot de tartare Classique ainsi qu'une photo de main sortant de l'eau, libre de droit et trouvée sur la banque d'images Unsplash. J'ai ensuite rajouté des gouttes d'eau pour accentuer le côté "tout droit sorti de la mer". Thème que je reprends ensuite en début de texte de mon post avec la phrase "notre premier tartare d'algues bio émergeait des flots". Le fait que le pot de tartare soit en couleurs et que la main soit en noir et blanc apporte un fort contraste, met en avant l'aspect qualitatif du produit et lui confère du caractère.



Pour le post Facebook, j'ai choisi de mettre l'accent sur le savoir-faire de Bord à Bord quant à ses tartares d'algues, en faisant un petit rappel "historique" afin d'appuyer sur le fait que l'entreprise est spécialisée dans la production de ce produit depuis plus de 20 ans. Cela accentue la crédibilité et la sensation de professionnalisme et d'expertise de la marque vis-à-vis des clients.

J'informe sur l'existence de 5 tartares différents, mais sans donner davantage d'informations. Cela me permet, grâce à la phrase "Pour les découvrir, c'est par ICI 🖱️" suivie du lien menant aux produits en question, d'éveiller la curiosité des consommateurs et de les inciter à cliquer sur le lien afin de générer de l'attractivité sur le site de l'entreprise.

Juste avant cette incitation à cliquer, j'ai pensé à une sorte de phrase d'accroche qui laisse imaginer que la consommation du produit offre des sensations uniques. Et juste après, je m'adresse aux internautes en leur posant une question afin d'instaurer un échange et d'ainsi créer un lien avec eux.

En fin de post, je fais un rappel sur la perte du label bio au niveau de l'algue française en précisant que cela n'altère en rien les convictions et la qualité des produits de Bord à Bord. J'indique que l'entreprise n'abdique pas et lutte afin de retrouver ce label qu'elle mérite et qu'elle possédait jusqu'alors.

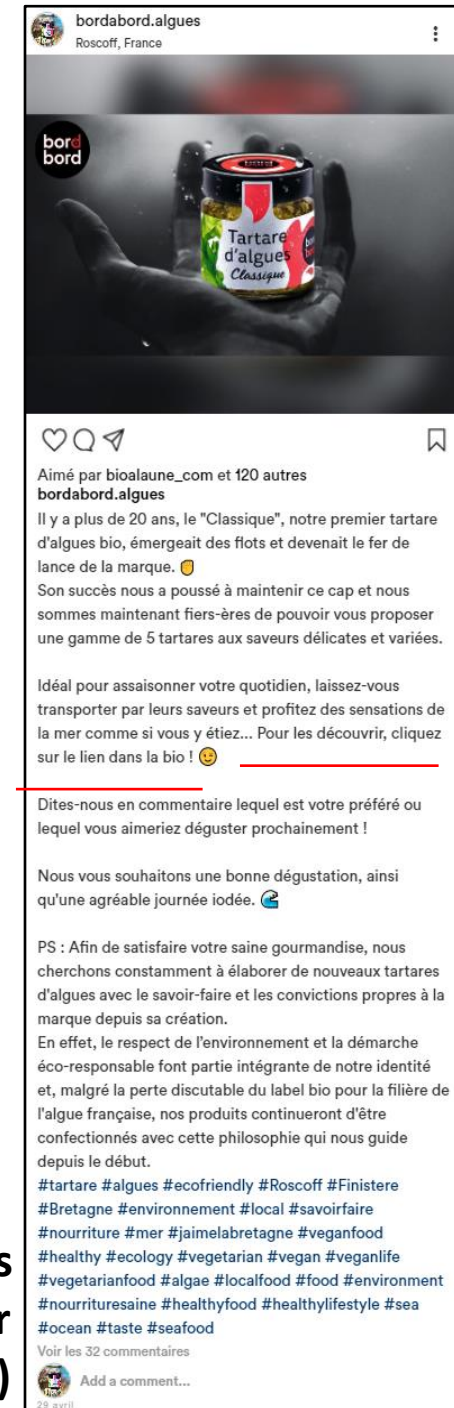
Pour finir, j'ai naturellement fait le choix d'utiliser un champs lexical en rapport avec le milieu marin.

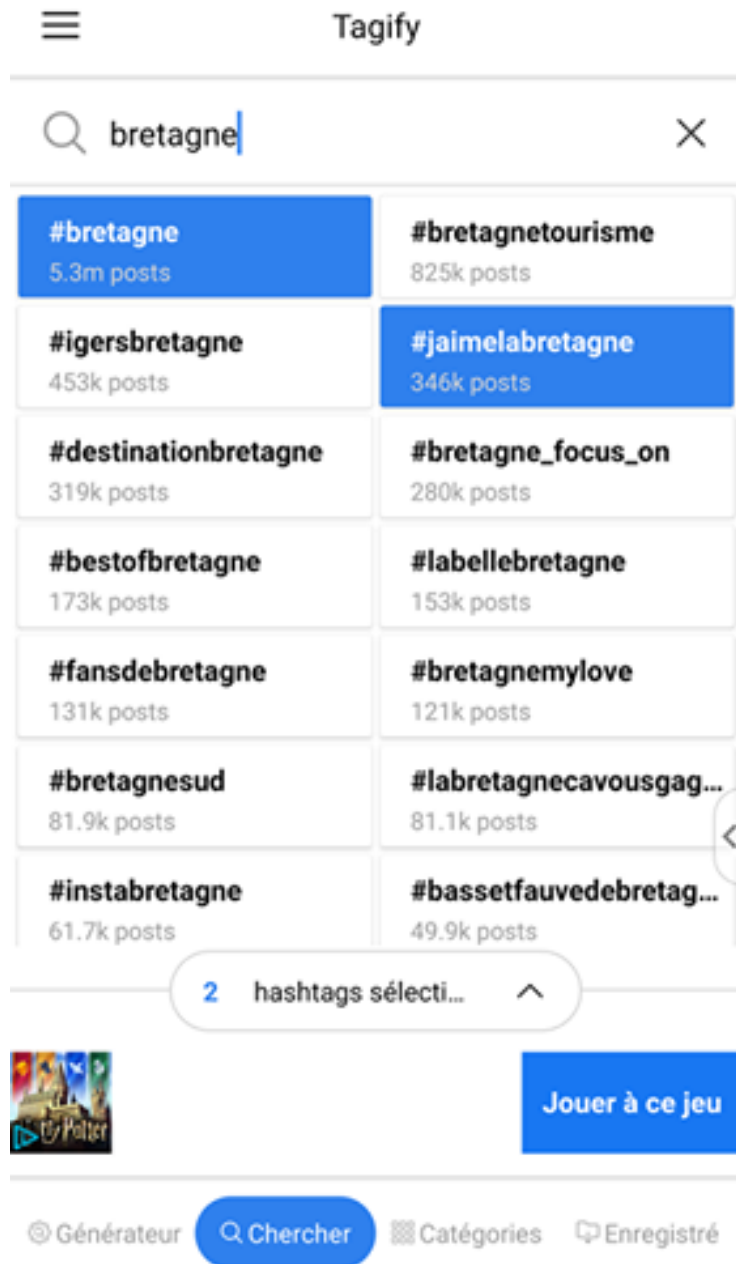


Post Instagram comme on le verrait dans le fil d'actualité. (vision "réduite")

Pour le post Instagram, l'image et le texte restent les mêmes que sur Facebook à l'exception de l'ajout des Hashtags en fin de post, et de la phrase "Pour les découvrir, cliquez sur le lien dans la bio 😊" qui remplace celle de Facebook "Pour les découvrir, c'est par ICI 🖱️" www.bord-a-bord.fr/-Nos-produits-aux-algues-.html car sur Instagram, seuls les liens présents dans la bio sont cliquables.

Post Instagram déroulé après que l'on ait cliqué sur "... more". (vision totale)





Sur Instagram, le nombre de Hashtags par post est limité à 30. J'ai choisi d'en utiliser la totalité afin de donner le maximum de chance à la publication d'être visible. Sur Facebook, J'ai choisi de ne pas en utiliser car ils sont très peu efficaces et donnent un aspect plus, voire trop "lourd" aux publications.

Afin de faire les choix les plus judicieux, j'ai utilisé l'application Tagify qui permet de connaître, par thème ou mot clé, les Hashtags les plus recherchés et utilisés. (Voir l'exemple à gauche avec le mot clé "Bretagne")

Cela m'a mené à porter mon choix sur les Hashtags suivants : #tartare #algues #ecofriendly #Roscoff #Finistere #Bretagne #environnement #local #savoirfaire #nourriture #mer #jaimelabretagne #veganfood #healthy #ecology #vegetarian #vegan #veganlife #vegetarianfood #algae #localfood #food #environment #nourrituresaine #healthyfood #healthylifestyle #sea #ocean #taste #seafood.

NEWSLETTER

bord à bord

— N°13 —

ENGAGEMENT

Comme vous le savez probablement déjà, l'algue française vient de se voir retirer son label bio. C'est un véritable coup sur la tête pour notre entreprise car, depuis la création de Bord à Bord, le bio a toujours été notre marque de fabrique. Nous nous retrouvons injustement sanctionnés à cause d'une aberration administrative de l'Union Européenne. A aucun moment nous n'avons changé de méthode de production et nous pouvons vous assurer, grâce à tous les moyens techniques que nous avons mis en place et qui ont prouvé leur efficacité, que nos produits respectent totalement les conditions nécessaires à l'obtention du label.

Cependant, nous nous activons en ce moment à faire valoir la qualité des algues bretonnes au parlement, en espérant trouver rapidement une solution afin que tout rentre dans l'ordre et que cette histoire ne soit plus qu'un lointain mauvais souvenir.

Ainsi, nous vous demandons de bien vouloir continuer à nous faire confiance car il est presque impossible de faire plus bio que nous et après tout, est-ce la présence d'un label sur un emballage qui confère au produit sa propriété bio ou est-ce le contenu de ce produit ? Nous vous posons la question et espérons que la réponse que vous avez en tête soit la même que la nôtre.



ÉVÉNEMENT

Nous sommes fiers de vous annoncer notre participation, pour la toute première fois, au Salon International de l'Agriculture. Il s'agit d'un challenge pour notre entreprise et nous sommes donc tous sur le pont pour que cette nouvelle expérience soit une réussite. Peut-être aurons nous la chance de vous croiser !



3. Conception de stand pour le SIA

Description du concept :

Pour une entreprise comme Bord à Bord, la décision d'être présent au Salon International de l'Agriculture pourrait paraître osée. En effet, au milieu de toute cette viande, on pourrait imaginer que les produits proposés par la marque, qui appartiennent à l'alimentation végétale et bio, dénotent de trop et que l'opération se transforme en échec.

La stratégie que j'ai imaginé va donc se baser sur l'incitation à la découverte d'un produit peu connu, "mystérieux", et bon pour la santé.

Pour ce faire, 3 slogans me sont venus en tête :

- "Manger sain et mangez local ? Craquez pour nos algues" pour mettre en avant les engagements de l'entreprise et la qualité de ses produits.
 - "Bord à Bord, la mer a des trésors que la plupart ignore" afin de donner une dimension mystérieuse aux produits et à la marque.
 - "Le seul risque que vous prenez, c'est de ne plus réussir à vous en passer !" Pour inciter les visiteurs à goûter les produits avec une petite touche d'humour.
-

Ensuite, vient l'agencement du stand que je détaille ici. J'ai essayé de garder au maximum un univers rappelant la mer et les algues.

J'ai donc choisi qu'il y aurait sur le stand :

- Un revêtement au sol faisant penser à des pontons en bois.
 - 1 grande cloison de chaque côté où il y aura d'autres exposants, donc 2 cloisons au total. Sur une sera plaquée la photo d'une main de pêcheur plongée dans un tas d'algues, avec un grand logo Bord à Bord au milieu. Sur l'autre nous trouveront la photo d'une cuillère contenant du tartare d'algues, avec le slogan "Le seul risque que vous prenez, c'est de ne plus réussir à vous en passer !".
 - 1 petite cloison formant un angle à 45° entre les 2 plus grandes. Cette petite cloison va permettre, grâce à son orientation, de donner un maximum de visibilité à l'écran plat qui sera fixé dessus. Cette cloison aura un motif représentant un gros rocher.
 - 1 meuble d'accueil d'angle situé devant la cloison à la photo de cuillère. Ce meuble aura un rappel bois qui s'accordera avec le sol du stand. Il comportera également un plan de travail large et accessible aux visiteurs sur lequel seront réunis des échantillons de tartare d'algues étalés sur de petits toasts.
-

- 1 meuble vitrine dans l'angle du stand donnant sur les allées, où seront exposés les différents produits de la marques. Cette vitrine possèdera 4 faces. Les 2 faces qui donnent directement sur les allées seront des panneaux décorés d'un grand logo Bord à Bord qui sera entouré des algues utilisées dans la conception des produits. Les 2 faces situées à l'intérieur du stand seront quant à elles constituées d'étagères sur lesquelles seront exposés les produits de la marque. Le bas de ces 2 faces aura une forme évoquant une vague et sur le haut nous trouverons d'un côté le slogan "Manger sain et mangez local ? Craquez pour nos algues" et sur l'autre "la mer a des trésors que la plupart ignore".
 - 2 bornes tactiles donnant accès à une présentation de l'entreprise et ses différents produits. Les visiteurs auront également accès à une carte interactive afin de trouver les points de vente les plus proches de chez eux où ils pourront retrouver les produits de la marque.
 - 1 écran plat diffusant en boucle un film sur le parcours des algues, de leur récolte à leur conditionnement, en passant par leur transformation.
 - 2 présentoirs remplis de flyers 3 volets expliquant l'activité de l'entreprise et sa philosophie bio, végétale et éco-responsable.
-

Pour finir, je me disais qu'offrir un code promo pour chaque achat sur le stand ainsi qu'un goodie à partir de x€ dépensé pourrait être un choix judicieux afin de fidéliser la clientèle.

Je vous laisse maintenant découvrir une modélisation 3D que j'ai réalisé (non sans difficulté), afin que vous puissiez avoir une idée plus précise de ce que pourrait être le stand que j'imagine.



