

Patrick Font : jus et nectar

Éléments clés du Brief créatif

La présentation de l'entreprise

- Patrick Font
- Secteur activité : marché des jus de fruits
- SAS
- Atelier de fabrication artisanale et familiale de jus et nectars de fruits
- Givors
- 4M d'€ de CA en 2021
- Engagement : origine locale
- Jus et nectars de dégustation française savoir-faire agricole
- 34 variétés de jus de fruit
- + de 1260 distributeurs
- savoir faire familiale
- com : les réseaux sociaux
- objectif : tripler son CA d'ici 2025 en misant notamment sur l'export qui, suivant les années, « *représente de 5 % à 15 % des ventes* »
- le marché est oligopolistique
- 0.2% de marché français de jus de fruits
- présence d'un site internet, d'un compte facebook, instagram, chaîne youtube
- sélection exigeante
- sélectionnés soigneusement au cœur de terroirs de qualité

Le contexte

- Concurrents : Sanofruit, Maison BISSARDON, Alain Milliat, Pressoir du Pilat, Emile Vergeois
- Aujourd'hui reconnus dans le monde de la gastronomie et sont présents sur les tables des plus grands chefs.

La problématique

- origine du besoin de l'annonceur : à l'occasion de la Foire de Saint-Etienne édition 2024, nous avons réservé un stand afin de présenter/faire découvrir nos produits.
- attentes de l'annonceur : faire accroître la consommation de ses produits, de faire connaître leur entreprise et d'attirer une nouvelle cible de clients jeunes.
- mettre à disposition une plaquette commerciale de présentation de notre entreprise et de notre offre produits.

La/les cibles de communication

- Critères socio-démographiques : jeunes, Âge/25-30 ans, diplômé BAC+5, CSP: cadres supérieurs et professions intellectuelles, revenus élevés (2500-3000€ /mois) vit en territoire urbain

	<ul style="list-style-type: none"> ● <u>Critères comportementaux</u> : moyen de paiement (carte bancaire, liquide), utilisation des réseaux sociaux (facebook, instagram), achat des jus Patrick toutes les semaines, consomme quotidiennement consommateur régulier de produits bio ● <u>Critères psychographiques</u> : soucieux de la santé et de l'environnement (à mettre en avant dans la communication), qui aiment le BIO, attachés au local, loisirs: sportif <ol style="list-style-type: none"> 1. Motivation : bien-être, produits frais et variés 2. Freins : le prix <p><u>Cible</u> :</p> <p>Acheteur : jeune de 25-30ans Le consommateur : homme de 25-30 ans Le prescripteur: nutritionniste Perception actuelle : entreprise familial Perception souhaité : proche de ses clients</p>
L'objectif	<ul style="list-style-type: none"> ● Cognitif: faire connaître la marque (l'entreprise) ● Accroître sa notoriété
La promesse	<ul style="list-style-type: none"> ● fruit d'origine locale ● beaucoup de variété ● fruit récolté en saison
La preuve (ou justification de la promesse)	<ul style="list-style-type: none"> ● fruits frais : annonce publicitaire sur le site ● "La sélection de nos fruits et légumes est basée sur trois critères majeurs : origine locale, variété et récolte en saison." ● Témoignages
Le(s) bénéfice(s) consommateur	<ul style="list-style-type: none"> ● Les jus de fruits sont pleins de nutriments essentiels et de vitamines, et sont donc excellents pour la santé et notre bien-être.
Le ton et la source	<ul style="list-style-type: none"> ● Ton : explicatif
Les contraintes	<ul style="list-style-type: none"> ● Budget de 7000€ ● Délais : du 23 octobre jusqu'au 30 novembre ● Livrables : plaquette commerciale ● Contraintes techniques, graphiques et éditoriales : couleurs (doré : dda84d ; noir : 1d1d1d ; gris clair : a1a29e), police d'écriture texte : Roboto, police d'écriture titre : <i>Niconne</i>

sources :

- <https://patrick-font.com/>
- <https://www.lesechos.fr/pme-regions/actualite-pme/les-jus-de-fruits-patrick-font-inv-estissent-dans-un-nouvel-outil-1124598> (objectifs tableau)
- <https://www.leprogres.fr/sortir/2018/02/02/jus-et-nectars-patrick-font-du-fruit-rien-q-ue-du-fruit> (avis journal)

Information sur la marque :

- entreprise familiale
- implanté près du Mont Lyonnais
- Patrick Font a repris l'exploitation de ses parents en 1986 puis l'a transformée en atelier de fabrication artisanale de jus et nectars de fruits dès 1993
- site de production implanté à Tartaras 6 RTE DE GIVORS 42800 TARTARAS
- liens durables avec leurs producteurs, investissement dans du matériel pour leurs producteurs
- trois critères majeurs à la sélection de leurs fruits et légumes : origine locale, variété et récolte en saison
- effectif : 11-50 employés
- chiffre d'affaire 4m en 2021
- Créé en 2020
- SAS, société par actions simplifiée
- (<https://www.pappers.fr/entreprise/atelier-patrick-font-788591840>)
- 1 000 200,00 € capital social
- Les partenaires: firmin traiteur et ESAT la mare savin
- créateur de jus de fruit et nectars de dégustation
- actionnaire majoritaire Patrick font 69,79 %
- taux de rentabilité 0.05 %

Leurs jus :

- JUS BIO : 5
- FRUITS DE PAYS : 7
- FRUITS ROUGES : 7
- POMMES : 6
- AGRUMES : 5
- EXOTIQUES : 4

Total : 34 variétés de jus de fruit

Leur communication :

- Instagram
- Facebook
- Youtube

Les critères majeurs à la sélection de leurs fruits et légumes :

Terroir	Récolte en saison	Variété
<ul style="list-style-type: none">- fruits cultivés localement- entre les coteaux du Jarez et les monts du Lyonnais, bassin	<ul style="list-style-type: none">- fruits et légumes arrivés à période de maturité naturelle = qualités gustatives originelles	<ul style="list-style-type: none">- extraire le meilleur des produits- préservation de variétés spécifiques, telles que la pêche

agricole riche en cultures de nombreux fruits et légumes		de vigne, en plantant des arbres chez leurs partenaires
--	--	---

Information sur le marché des jus de fruit artisanaux :

- les concurrents : Sanofruit, Maison BISSARDON, Alain Milliat, Pressoir du Pilat, Emile Vergeois
- 43 sociétés évoluent dans le même secteur d'activité dans la région +

Opinion publique :

- Avis google: 4,9 étoiles (ex: Bonjour, Je recommande cette marque: les jus sont bons, agréables en bouche et d'une grande qualité ! Nous nous sommes régalés !)
- Le Progrès (journal régionale) donne une image positive de la marque de jus de fruit "jus et nectars Patrick Font, du fruit, rien que du fruit"

Format plaquette :



Vertical (à la Française)



2 Plis Verticaux (à la Française)



roulé



accordéon



Patrick Font

Couleur :

doré : dda84d

noir : 1d1d1d

gris clair : a1a29e

Police :

Titre : Niconne

Texte : Roboto

Brief créatif sous forme de texte :

4. La ou les cibles de communication

La plaquette commerciale que l'on créera ciblera :

- sur des critères **socio-démographiques** : des jeunes âgés de 25 à 30 ans diplômés au niveau Bac+5, vivant dans un environnement urbain, étant des professionnels de la catégorie socioprofessionnelle des cadres supérieurs et professions intellectuelles, recevant un salaire de 2500 à 3000€ par mois.
- sur des critères **comportementaux** : ces hommes ont pour moyen de paiement une carte bancaire et effectuent des achats de jus de fruits patrick Font toutes les semaines puisqu'ils consomment ce jus de fruit quotidiennement.
- sur des critères **psychographiques** : les jeunes ciblés sont très soucieux de l'environnement et de leur propre santé, aiment manger et utiliser des produits BIO, sont très attachés aux produits de leur région et font du sport très régulièrement.
- Les motivations à l'achat des jus de fruits de la marque Patrick Font sont le bien-être ainsi que l'utilisation de fruits frais et variés selon les saisons.
- Les freins à l'achat, quant à eux, pourraient être les prix assez élevés : justifiés par la qualité des jus de fruits.

La marque Patrick Font cible :

- en tant qu'acheteur et consommateur de leurs jus de fruit des jeunes âgés de 25 à 30 ans
- en tant que prescripteur des nutritionnistes.

La clientèle actuelle a pour perception de cette entreprise une entreprise étant une marque centrée sur la famille, une entreprise familiale. Quant à la marque, elle souhaite que leur clientèle ait pour perception d'eux étant, en plus d'une entreprise familiale, une entreprise qui est proche de ses clients.

10. Les contraintes de communication

Nous possédons un budget de 7000€ et avons du 23 octobre jusqu'au 30 novembre pour mettre en œuvre ce projet de communication commerciale.

Ce projet de communication se traduira par une plaquette commerciale de présentation de l'entreprise Patrick Font et de leur offre produits mise à disposition pour les personnes présentes lors de la Foire de Saint-Etienne édition 2024.

Pour créer cette plaquette commerciale, nous devons respecter la charte graphique de la marque qui est composée des couleurs noires, dorées et grises et de deux polices d'écriture : roboto pour les textes et niconne pour les titres.

6. La promesse:

Patrick Font nous garantit des fruits d'origine locale avec beaucoup de variété ainsi qu'une récolte de saisons.

5. L'objectif:

Nous avons choisi de nous focaliser sur un objectif cognitif car nous voulons faire connaître la marque de jus de fruits Patrick Font.

Nous cherchons à déclencher une réaction de la part du futur consommateur.

2. Le contexte:

Nous sommes aujourd'hui reconnus dans le monde de la gastronomie et présents sur les tables des plus grands chefs.

Nous avons pu identifier plusieurs concurrents qui sont sur le même marché.

Tel que Sanofruit, Maison Bissardon, Alain Milliat, Pressoir du Pilat ou encore Emilie Vergeois.

1. La présentation de l'entreprise:

Notre entreprise de jus de fruit Patrick Font est située dans la région rhône alpes plus précisément à GIVORS. C'est une société par action simplifiée. Notre secteur d'activité est le marché des jus de fruits.

3. La problématique:

Suite à la lecture du brief de communication que l'entreprise nous a transmis, nous savons qu'à l'occasion de la Foire de Saint-Etienne édition 2024, l'équipe a réservé un stand afin de présenter et faire découvrir leurs produits.

Pour ceci l'équipe de Patrick Font nous a demandé d'élaborer et de créer une plaquette commerciale présentant leur entreprise et leurs offres produits afin de la mettre à disposition lors de cette foire.

Leurs attentes face à cette plaquette sont d'accroître la consommation de leurs produits, de faire connaître leur entreprise et d'attirer une nouvelle cible de clients jeunes.

7. La preuve (ou justification de la promesse):

Les jus de fruits offrent un apport significatif de nutriments essentiels tels que les vitamines, les minéraux et les antioxydants, qui jouent un rôle crucial dans le maintien d'une santé optimale. Les vitamines, telles que la vitamine C, contribuent au renforcement du système immunitaire.

9. Le ton et la source:

Nous avons choisi le ton explicatif pour notre plaquette car il est le mieux adapté à notre plaquette et à notre cible

8. Le(s) bénéfice(s) consommateur:

Les jus de fruits Patrick Font sont pleins de nutriments essentiels et de vitamines, et sont donc excellents pour la santé et notre bien-être.

MONTRER PLUS LE CÔTÉ JUS DE FRUIT SUR LA PLAQUETTE