

Frite'stival

stratégie de communication



Sommaire

BENCHMARK	3
DIAGNOSTIC DE COMMUNICATION	4
POSITIONNEMENT	8
CIBLES	9
CANAUX ET SUPPORTS DE COMMUNICATION	11
MOYENS ET RESSOURCES	13
OBJECTIFS	14
MESSAGES CLÉS	15
BUDGET	16
DIAGRAMME DE GANTT	17
IDENTITÉ GRAPHIQUE	18
EVALUER VOS ACTIONS	19

Benchmark

Festival de frites à Bettviller (France)

- Repas de frites représentant la France, Etats unis, Belgique et Allemagne.
- Pubs sur les réseaux (Facebook).
- Pubs sur des sites internet grâce à la notoriété qu'ils ont gagné la première année.
- 230 bénévoles mobilisés *pour cette nouvelle édition.
- 2 tonnes de frites, 10 000 repas possibles.
- 2 parkings aménagés.
- 6 000 m² de festival.
- Grande fête foraine : une vingtaine d'attractions et de stands.
- 6 caisses pour limiter le temps d'attente.
- Plus de 12 000 visiteurs en 2019.
- Communication faible : 3,2 K réaction sur Facebook sur l'événement et annonce site web dans [republicain-lorrain.fr](#)
- Concurrence faible car peu de communication, pas de compte twitter ni Instagram, festival limité, très local, faible rayonnement
- Concurrence éloigné (Bettvilliers, France)



Diagnostic de communication

Forces

- Originalité
- Lieu atypique (sur un lac)
- Protocole sanitaire respecté (stands séparés ; déplacement en Barques limitant les contacts entre visiteurs)
- Variété des stands et des évènements (concours, combats de frite en mousse, concert, dégustation)
- Événements accessibles à tous
- Possibilité d'attraction nationale (ex : déplacement population de Liège sur l'événement)

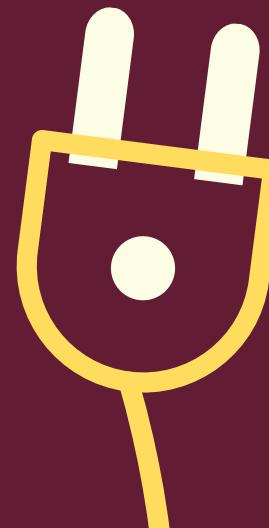
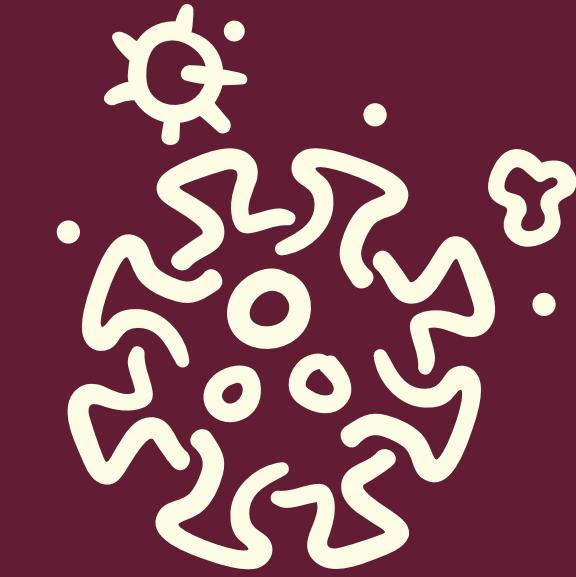
Interne



Interne

Faiblesses

- L'installation du concert (file électrique sur l'eau, son et lumière)
- Problème avec l'alimentation concernant les mesures sanitaires
- Places en barques limitées





Belgique Worriken
9, 4750 Bütgenbach



Interne

secteur géographique

- Camping Worriken, lieu touristique
- Secteur isolé avec peu d'activités
- La ville est desservie par des lignes de bus.
- Espace vert
- A proximité d'un lac



Opportunités

Externe

- Possibilité d'attractivité pays limitrophes : France, Pays-Bas, Allemagne, Luxembourg
- Possibilité d'avoir de la publicité pour le festival venant d'un festival antérieur.
- Relais de l'information du festival par twitter, Instagram...
- Publicité par les réseaux par des personnes connues.
- Rencontres



Menaces



- Autre festival dans la région donc possibilité de concurrence et moins de monde
- Possibilité de menace criminelle (délit, attentat, conflit, violence, incident)
- Risque d'accident dû à l'emplacement du festival (lac).

Positionnement

- Nos forces :

Festival original, cadre inédit, règles sanitaires, diversité des évènements, concours, communication élevée : réseaux sociaux, affiches extérieures, la télévision, publicité sur internet, attraction fan de musique avec concerts.

- Leurs faiblesses :

Communication faible : pas de compte seulement quelques posts Facebook comportant quelques vues, annonces sur un site web, événement potentiellement compromis à cause de la situation sanitaire, personnels bénévoles donc équipe instable.

- Opportunités :

Les cuisiniers, les personnes aimant la cuisine et les spécialités, au centre des pays limitrophes.

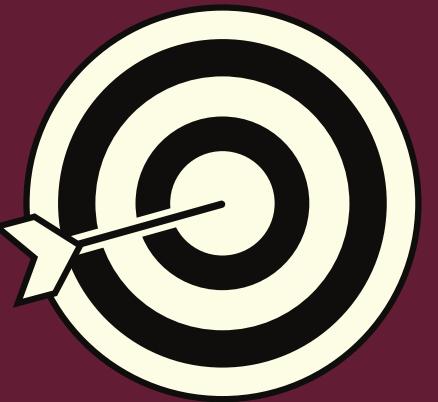
Notre festival propose une grande variété d'activités, de stands dans un esprit de fête, de gourmandise et de plaisir dégustatif.



Cibles

- **Cœur de cible:**

Les personnes gourmandes de manière générale, les jeunes.



- **Cibles principales:**

Familles et grand public (enfants, adultes, jeunes, seniors) , l'ensemble de la population de plus de 16 ans.

- **Cibles secondaires:**

Les cuisiniers, les personnes aimant la cuisine et les spécialités

- **Catégories socioprofessionnelles:**

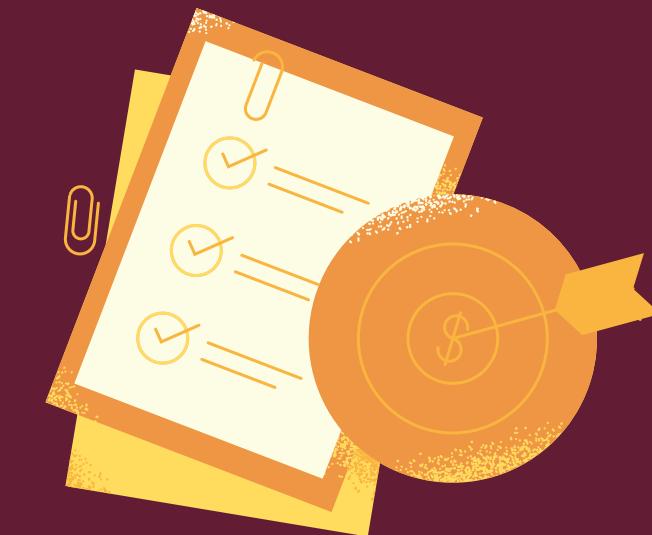
Toutes les catégories socio-professionnelles

- **Localisation :** Belgique et pays limitrophes : France, Pays-Bas, Allemagne, Luxembourg.



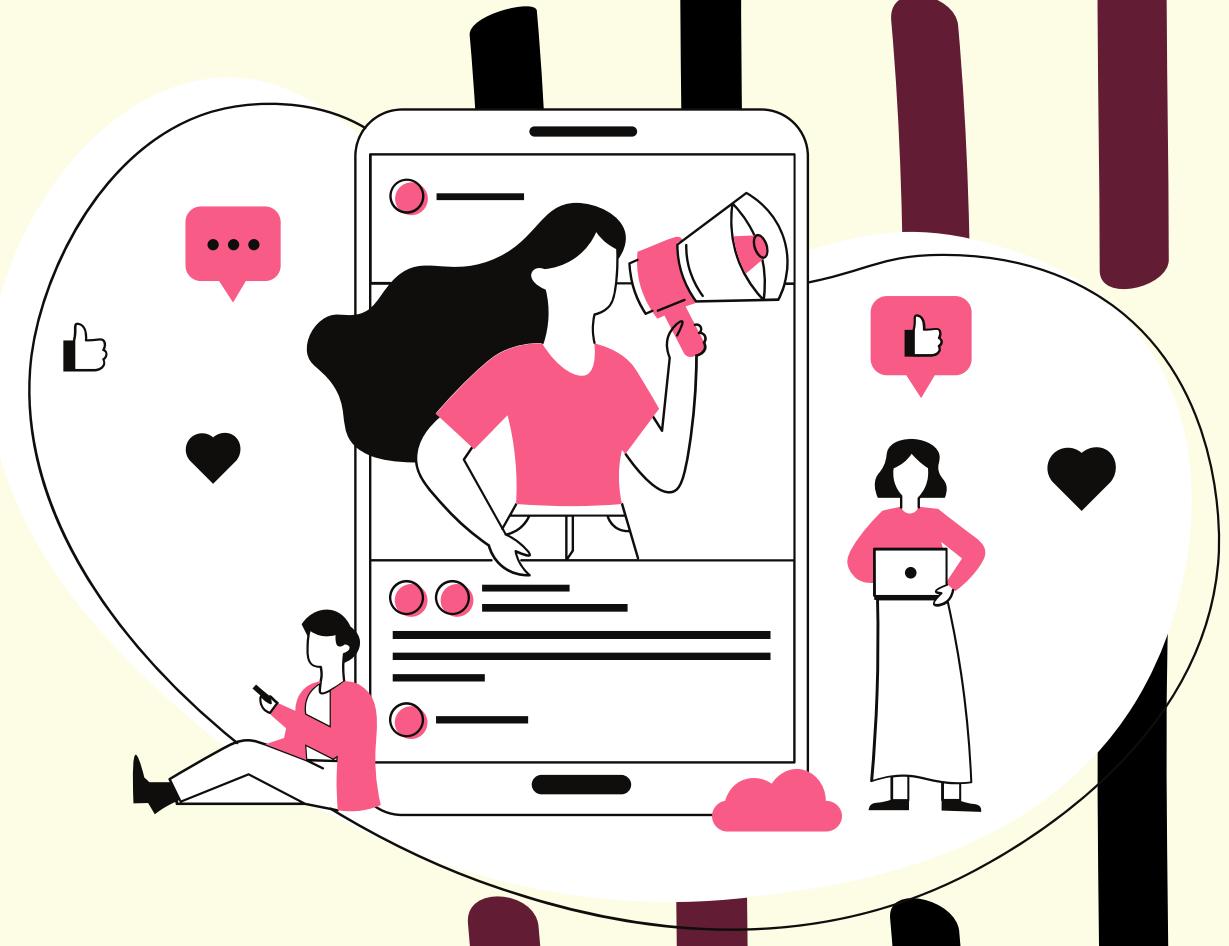
Cibles

- **Habitudes :**
Amateurs de frites, personnes aimant sortir
- **Attentes:**
Stands de dégustation gratuite, d'être surpris par des nouveautés ou des frites atypiques (frites de légumes, frites sucrées...)
- **Freins :**
Accessibilité (le trajet)
Météo
Covid-19 (réticence à sortir, mesures barrières, risques de contamination),
L'eau (enfant en bas âge, l'aquaphobie),
Personnes handicapées ayant des difficultés à se déplacer.
Personnes travaillant le lendemain (lundi)
Personnes souhaitant seulement de la musique/seulement la gastronomie



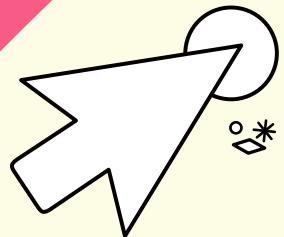
Canaux et supports de communication

- papier/ numérique
- Les réseaux sociaux
- La télévision
- La publicité sur internet
- jeu concours



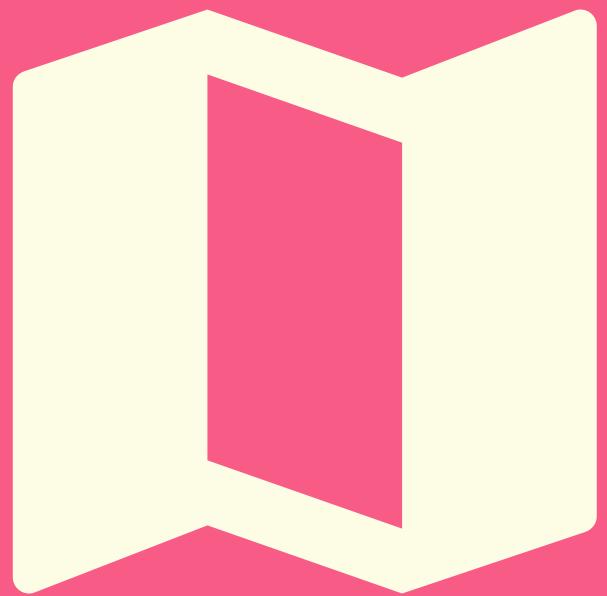
Canaux média

- Annonce dans le journal hebdomadaire de la ville
- Annonces sur les réseaux sociaux
- Spot radio
- Bannières web sur les sites de cuisine tels que marmiton, 750g, cuisine AZ ou encore cuisine actuelle.



Canaux hors média

- Print (brochures, dépliants, affiches, etc.)



Moyens et ressources



- Matériels
Agences de locations



- Encadrement de l'événement

Appel à une agence de sécurité / secourisme

- Communication

Fabrication des supports de communication par nos équipes internes

Les objectifs



- Notoriété

Permettre à des petites et moyennes entreprises (PME) (industriel, restaurant, traiteur) de se faire connaître et pour les autres permettre de gagner en notoriété.

- Relation

Créer une communauté, fidéliser une clientèle.

- Image

Donner une image gastronomique à la frite

LES MESSAGES CLÉS

MANGEZ DES FRITES POUR AVOIR LA PATATE !

Aspects loisir

consommer en partageant,
consommer des produits locaux,
se réunir autour de la passion pour la
frite.

Aider à développer les agriculteurs
locaux

Pour notre cible secondaire :
Cuisiner et partager votre savoir avec les chefs qui
seront présents au frit'stival!

Pour les jeunes (coeur de cible) :
moment amusant entre amis, bonne ambiance

Pour notre cible principale :
'bon moment entre amis et famille



Budget

- impression : **600€** (affiches)
- conception des supports : **1700€**
- achat d'espace : dans le métro, journaux : **1500€**
- frais d'agence : pour passage en radio
- Newsletter : **150€** et Emailing : **300€**
- Relation Presse : **1500 €**
- Jeux concours : **300€**
- Réseaux sociaux : **1750 € si partenariat avec influenceurs: 4000€**
- Location de l'emplacement: **2500€**
- Prix des cabanes et de la sécurité ce jour-ci: **1000€**



Estimation totale : **15 300 €**

Diagramme de Gantt

	Mars - 15	Avril - 15	Mai - 15	Juin - 15	Juillet - 15
conception des supports					
Réseaux sociaux					
Jeu concours					
Affiche					
Pub internet					
Newsletter / Emailing					
achat d'espace (durée)					

Réseaux :

Facebook, Instagram, Twitter, Youtube.

Fréquence des actions : une fois par semaine le mercredi.

Jeu concours fréquence : 1 fois en milieu de mois (15)

Pub internet : fréquence : 2x par semaine de Avril à Juin

Affiche fréquence : pendant les 3 mois qui précèdent le festival.

Achat d'espace : achat d'espace en Mai et location jusqu'à Juillet

Identité graphique



Corbel
Police corps de texte

COCOGOOSE
titre/sous titre

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.



FRITE' STIVAL

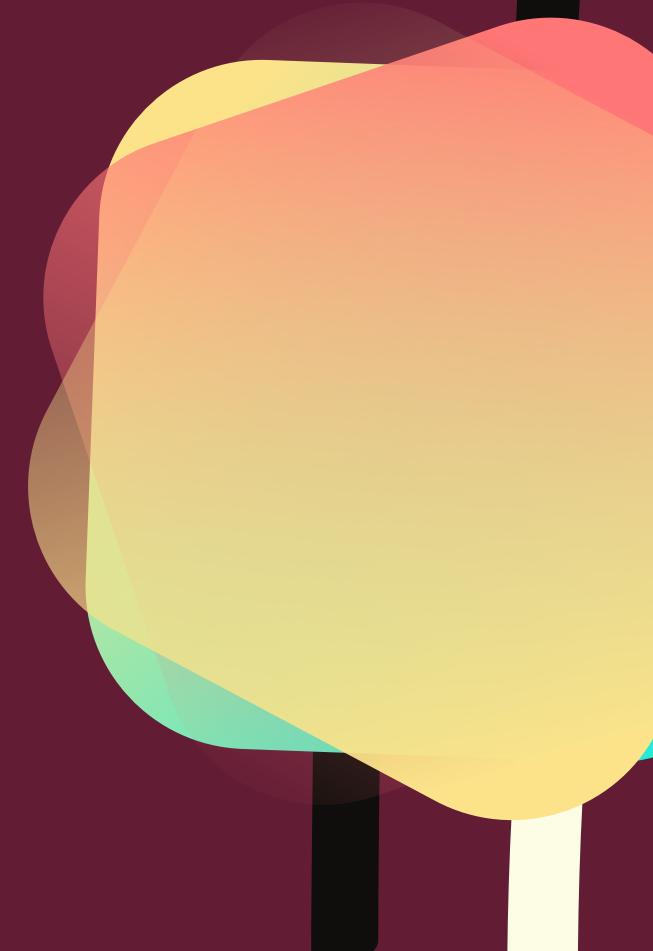


INSPIRATION



INSPIRATION

CADRE DU FESTIVAL



Évaluer vos actions

Nous espérons atteindre avec nos différentes communication une notoriété importante ainsi qu'un rayonnement conséquent. Pour cela, nous allons mettre en œuvre plusieurs enquêtes afin de prévoir notre impact sur notre festival. Un ensemble de feedback sur les différents réseaux sociaux nous permettent de prédire l'intérêt que porte notre événement. Enfin, les cibles seront atteintes grâce à notre ciblage sur les réseaux.

Groupe 3-4

Bertille DIAGUILI

Mathis DOYEN

Lamia EDDAHBI

Luke FELTWELL

Lilian GANET