



DÉRIVE
BIÈRE DE PLAISANCE

SOMMAIRE

I. Les acteurs	p4
1) Présentation de l'équipe	p5
2) Présentation du client	p6
II. Contexte	p7
1) Brief	p8
2) Objectifs	p8
3) Contraintes	p9
4) Livrables attendus	p9
III. Étude globale	p10
1) Étude de marché	p11
a) Définition du marché	p11
b) Demande du marché	p12
c) L'offre	p14
d) L'environnement (PESTEL)	p15
2) Concurrence	p16
a) Concurrent (direct)	p17
b) Concurrent (indirect)	p29
c) Benchmark	p32
3) SWOT	p34
4) Cibles et Personas	p38
a) Segmentation	p39
b) Cibles	p40
c) Personas	p41
5) Positionnement	p44
6) Analyse de l'existant	p46
a) Présence sur la marché	p47
b) Communication	p48
c) Notoriété (réseaux sociaux)	p49
d) Charte éditoriale	p53
IV. Conclusion	p55
1) Bilan	p56
2) Objectifs SMART	p57
3) Définition de notre stratégie	p59
4) Livrables définitifs	p60

V. Réponse graphique	p61
1) Nouvelle charte graphique	p62
2) Site web	p68
a) Arborescence	p70
b) Design	p71
c) SEO	p74
d) Suivi KPI	p74
3) Parcours UX	p75
VI. Réponse Marketing	p79
1) Partenariat “Chez bidart”	p81
a) SMART & KPI	p82
b) Choix du partenaire	p83
c) Mockup réseau de client	p89
d) Exemple communication réseaux sociaux	p90
2) Partenariat “Le Bikini”	p92
a) SMART & KPI	p93
b) Choix du partenaire	p94
c) Mockup réseau de client	p101
d) Exemple communication réseaux sociaux	p102
3) Prospect partenariat	p104
4) Événements	p108
b) Choix des partenaires	p109
VII. Règles juridiques et sécurité	p112
1) Législation consommation d'alcool : loi EVIN	p113
2) Mentions légales	p117
3) Politique de confidentialité (RGPD)	p119
VIII. Devis	p120

Les Acteurs

Présentation de l'équipe
x
Présentation du client

L'ÉQUIPE :



Lorsold Paolo



Lorsold Shaïna

(Chef de Projet)

(Spécialiste en Développement)



Morlion Colin

(Spécialiste en Marketing Digital)



Cazin Lepczynski Sacha

(Spécialiste en Marketing Digital)

Présentation du client

C'est en 2020 que cette brasserie locale voit le jour. Le chef d'orchestre de ce projet n'a alors qu'une idée en tête, faire une bière locale qui promouvoit la région du Bassin mais surtout qui la respecte. Il réussit l'exploit de produire **40 000 bouteilles annuellement.**

Voici l'entreprise de cette entrepreneur aux multiples casquettes

Tradition

Réfutant le modèle industriel pour remettre au goût du jour des méthodes de brassages anciennes



Authentique

Lucien Barthelemy un enfant du bassin qui à pour but de faire découvrir les saveurs du bassin, mais tout fait à la main

B2B & B2C

Trois bières destinées principalement à la vente chez les restaurateurs et les belles épices du Bassin

Le Contexte

Brief
Objectifs
Contraintes
Livrables attendus

Résumé du Brief



Dans le cadre du développement, de la brasserie DÉRIVE monsieur **Lucien Barthélémy** souhaite développer l'image de marque de la brasserie et par la même occasion augmenter son chiffre d'affaires.

Ainsi, il a été décidé de créer une campagne de marketing digital communiquant sur diverse plateforme dans le but de changer l'image de la marque.

De plus, la création d'un site internet est envisagée.

Objectifs

Voici les différents objectifs qui découlent de la demande de l'entreprise DÉRIVE :

- Développer la notoriété de la brasserie DÉRIVE
- Créer un site internet
- Établir et renforcer l'image de la marque sur les réseaux sociaux
- Définir une stratégie SEO/SEA adaptée à la cible

Contraintes

La contrainte principale est la loi Evin qui impose des restrictions strictes en matière de promotion d'alcool.

Cette réglementation vise à prévenir les abus liés à la consommation d'alcool et à protéger la santé publique. Cette contrainte nécessite une créativité stratégique pour atteindre leur public tout en restant en conformité avec la loi.

Livrables attendus

Voici la liste des livrables attendus par le client :

- Création du site internet
- Stratégie pour augmenter le chiffre d'affaires
- Définition d'une stratégie de communication globale pour l'entreprise

Etude globale

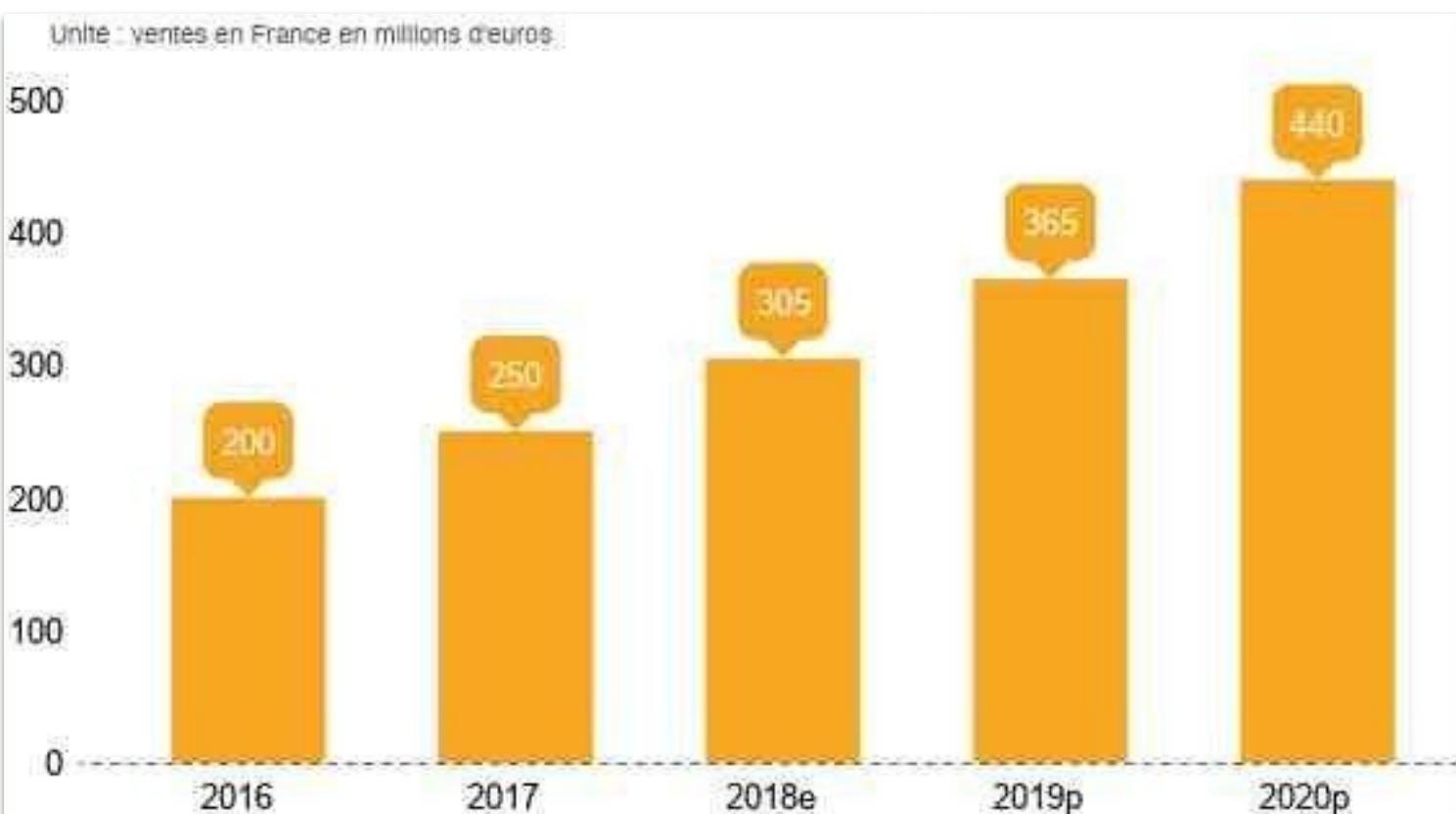
Étude de marché
Concurrence
SWOT
Cibles et Personas
Positionnement
Analyse de l'existant

Etude de marché

Quel marché ?

Les bières Dérive appartiennent au marché des **bières artisanales**. Les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la qualité, ainsi qu'au caractère éco-responsable des boissons qu'ils consomment.

Nous pouvons observer une forte tendance à la **relocalisation du brassage**. En bref, les consommateurs cherchent des bières de **meilleure qualité, éco-responsable, plus authentique**. Les conditions du marché de la bière artisanales sont excellente.



Traitement, estimation et prévisions Xerfi
Source : Xerfi d'après greffes des tribunaux de commerce,
douanes, Acoss, Insee et presse professionnelle.

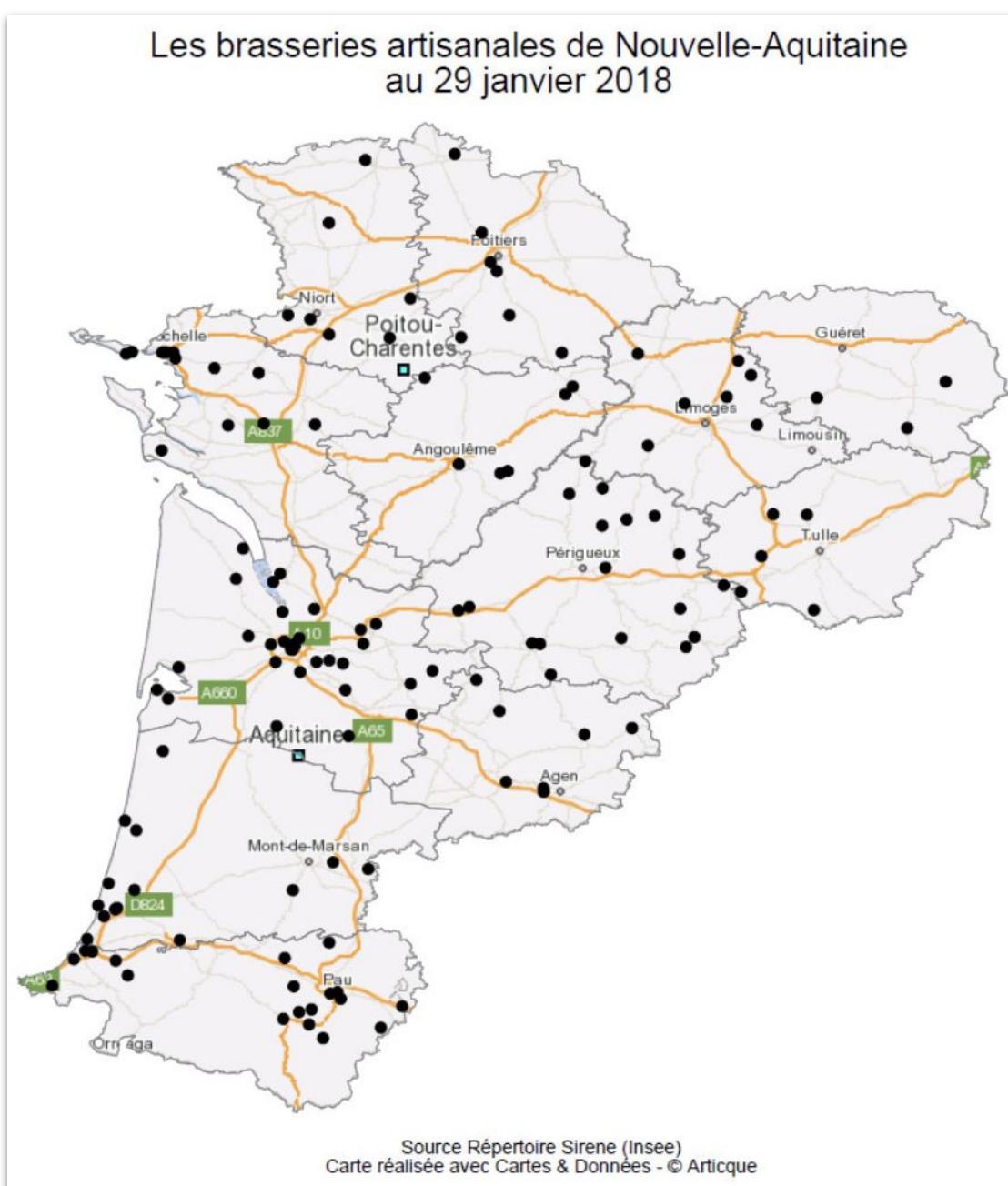
xerfi Research

Evolution du marché de la bière artisanale

Au 1er janvier 2018, 169 fabricants de bières sont installés en Nouvelle-Aquitaine dont près de **82 %** sont des entreprises artisanales (138).

La région a aussi connu une explosion du nombre de création de brasseries artisanales puisqu'en quatre ans, leur nombre a quasiment **triplé**.

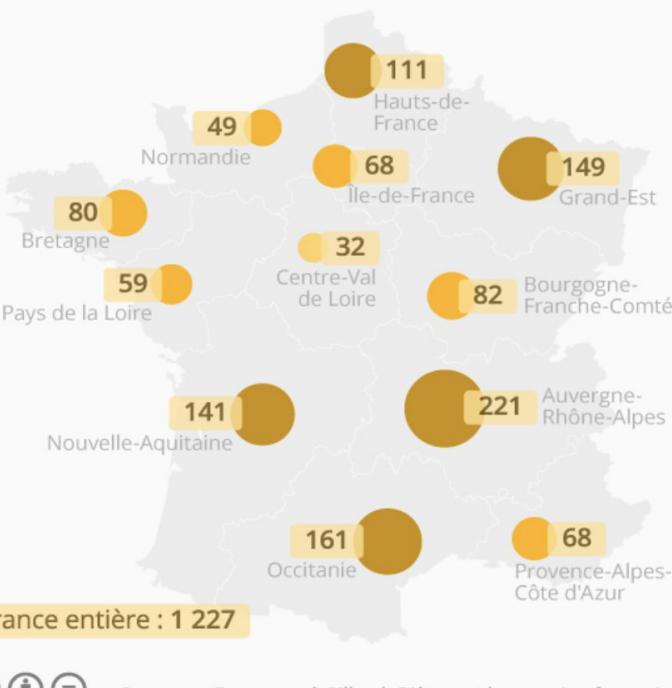
En **2014**, la région comptait seulement **50** fabricants artisanaux de bières contre **138 en 2018**.



Evolution du marché de la bière artisanale

La success story de la bière au pays du vin

Nombre de brasseries en activité en France et par région en 2017



La filière française en plein boom

Nombre de brasseries en activité (2013-2017) :
+ 92,62 %

Évolution du marché national (2013-2016) :

Production + 11,11 %

Consommation + 9,62 %



Sources : Emmanuel Gillard, Bières et brasseries françaises du 21ème siècle (édition 2018), Brewers of Europe

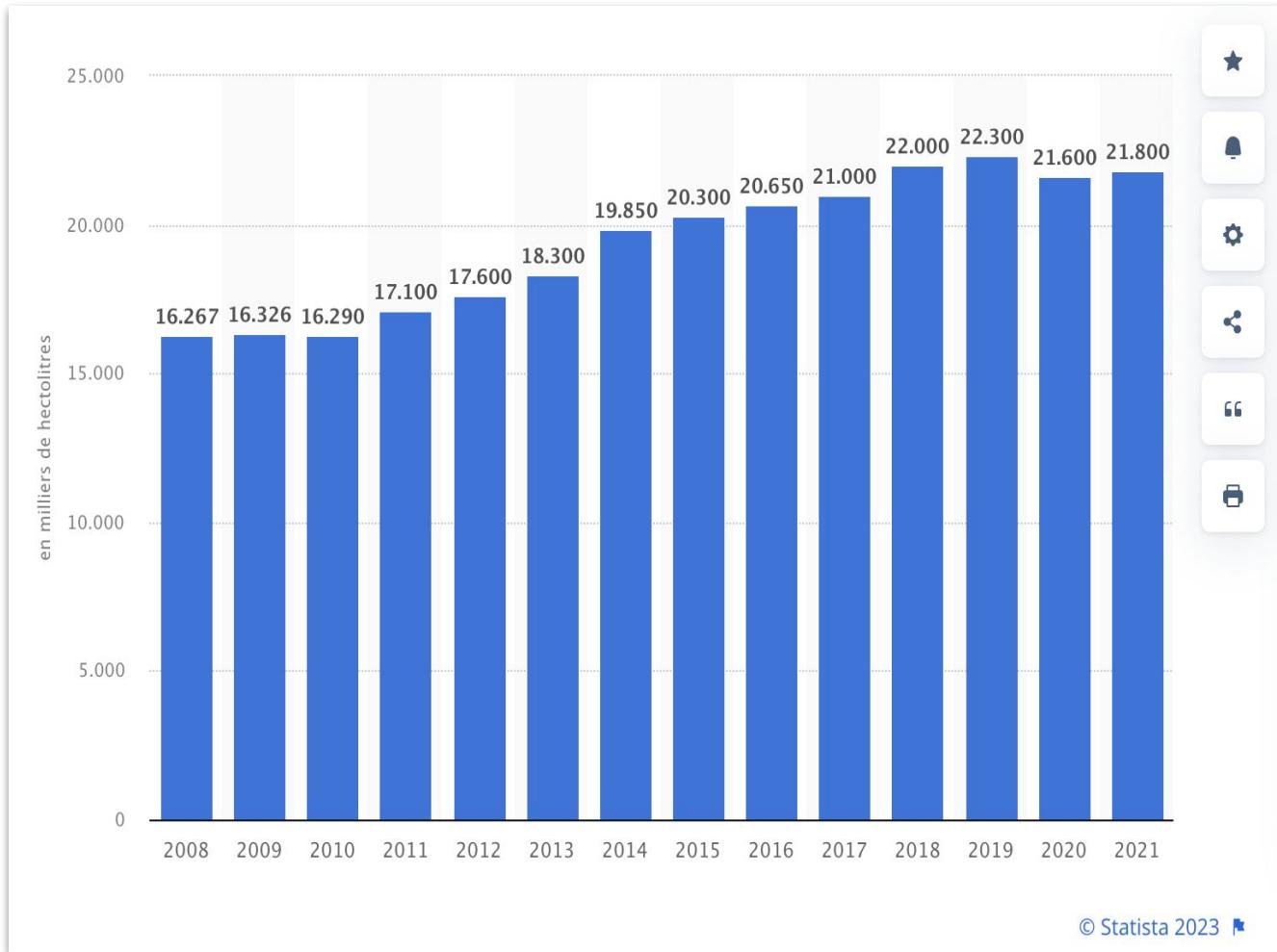
statista

- La France est le 1er pays européen en nombre de brasseries.
- 1227 brasseries dans tous les départements français de métropole et d'Outre-mer.
- 8ème pays producteur de bières en Europe.
- 70% des bières consommées en France sont produites en France.
- Les brasseries françaises représentent plus de 10 000 références de bières différentes.
- La France, avec une moyenne de 33 l/an/habitant, est en volume le dernier pays consommateur de l'Union-Européenne.

Etude du marché

L'offre

La France enregistre une forte augmentation de sa production de bière. Alors que l'industrie brassicole tirait à 16 millions d'hectolitres en 2008, sa production a augmenté d'année en année. En 2021, l'industrie de la bière en France avait sorti 21,6 millions d'hectolitres de ses fûts.



Il existe plus de 2000 brasseries en France en 2023.

Production annuelle de bière : 21 millions d'hectolitres en 2021

<https://fr.statista.com/statistiques/1357915/production-biere-france/>

Production de 4 millions de tonnes d'orge en 2021 et 2ème exportateur d'orges mondial.

<https://brasseurs-de-france.com/tout-savoir-sur-la-biere/le-marche-de-la-biere/>

Etude du marché

Analyse PESTEL



Politique : Les taxes du gouvernement peuvent avoir un impact sur la vente
Consommation limitée avec le taux d'alcoolémie.
Commercialisation interdite aux mineurs.



Économique : La taux de change peut avoir un impact (ex. Achat de l'orge)
COVID 19 qui a ralenti les ventes ainsi que la production



Socioculturel : Les gens commencent à préférer la bière artisanale (bon pour nous)
Elle fait partie du patrimoine et de la culture
L'évolution technologique avec la robotisation pourra grandement aider pour la production

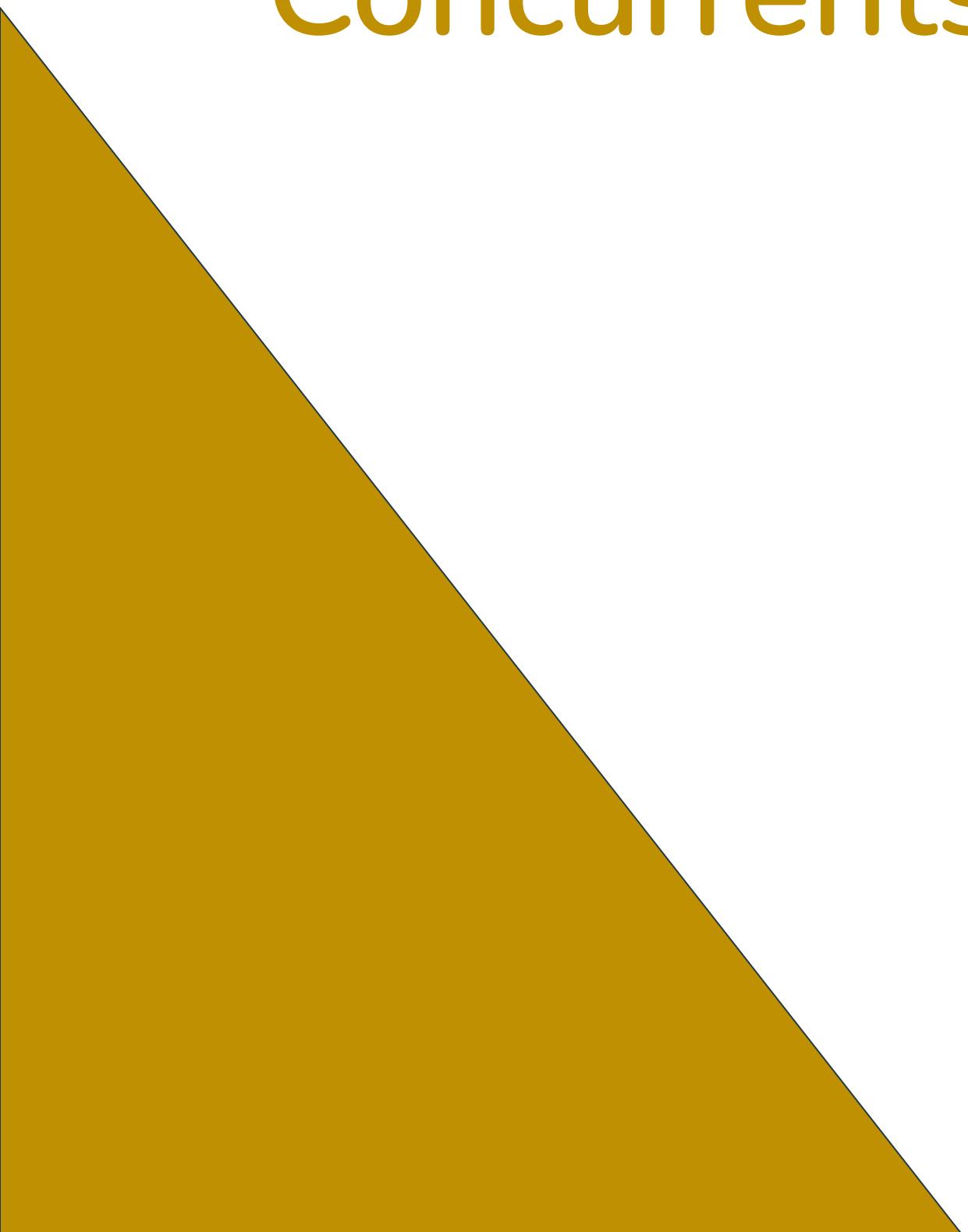


Environnemental : Les entreprises se dirigent sur l'éco responsables aux restrictions sur l'empreinte carbone émisent par les bouteilles par exemple.
Les matières premières (orge,...) dépendent du climat.



Legal : Loi Evin, pub à la télé
Réglementation sur les mineurs (Licence IV)
Restriction sur les emballages.

Concurrents



Concurrence directe

Brasserie Mira



La brasserie Mira a été fondé en 2015.

Celle-ci est principalement axée sur la bière artisanale sur le bassin d'Arcachon.

Mais elle ne propose pas que de la bière, mais aussi de la restauration sur place midi et soir.

Elle propose également tous les types de contenant existants sur le marché de la bière, la canette, le fût et la bouteille en verre.

Celle-ci est actuellement bien implantée dans le marché de la bière sur Arcachon en proposant un large choix de bière et tous les types existants (blanche, brune, blonde,...).

Son taux de présence sur les réseaux sociaux est plutôt correcte, elle se situe sur Instagram, Facebook et LinkedIn.

Mais il lui manque TikTok, qui à l'heure actuelle est un très bon réseau social pour se faire connaître d'avantage car il possède un très bon algorithme.



<https://brassieriemira.fr/>

Mockup Mira



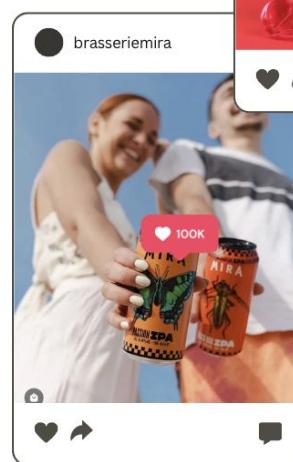
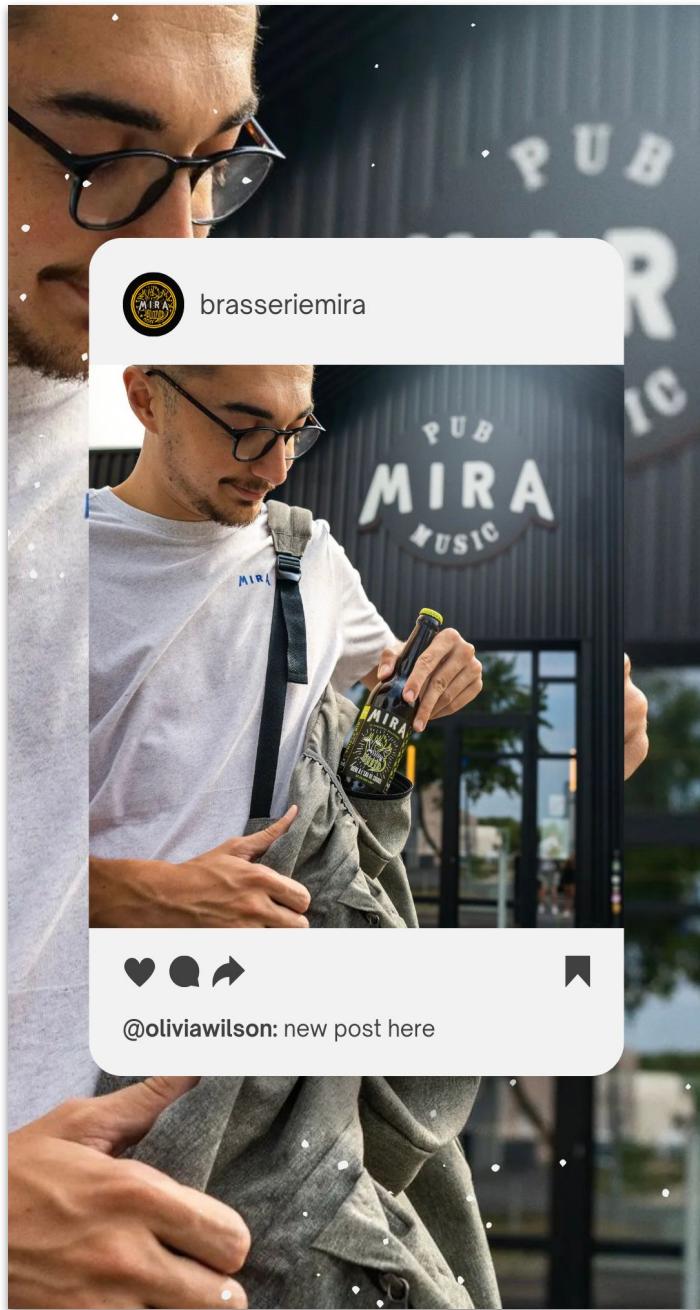
761 15,2 k 980

Publi... Followers Suivis



brasserie mira

Brasserie Mira



Benchmark

Avec une production annuelle de **7 600 000 bières** selon une méthode artisanale, Mira est un des plus gros **leader local** de notre marché. Avec une gamme de prix allant de 13,80 à 22,80€ le pack de 6, Mira vise à toucher une clientèle variée. La **notoriété régionale élevée**, favorisée par un **bar et des événements**, contribue à la renommée de la marque. Son site web, doté d'une interface utilisateur **moderne** et d'animations, témoigne d'une approche axée sur l'expérience utilisateur. En somme, Mira s'affirme comme une force dans l'industrie brassicole, alliant innovation, accessibilité et artisanat.

FORCES	FAIBLESSE	AVIS
<ul style="list-style-type: none">Notoriété LocaleIdentité Graphique attractiveBar/restaurantPrixGrande ProductionGamme de prix étendueStorytelling	<ul style="list-style-type: none">Aucun Partenaire,Rumeur qu'elle ne serait pas brassé avec l'eau du bassin comme il se le dit	Mira Avis 288 “Excellent”  (Trustpilot)



Avec la présence d'un site annexe pour la vente.

Source :

<https://brassieriemira.fr>

<https://www.francebleu.fr/infos/economie-social/la-teste-de-buch-la-brasserie-mira-double-ses-capacites-de-production-1629120044>

<https://hoppyhoursite.wordpress.com/2017/04/05/mira-la-curieuse-brass-fu-misterie/>

Concurrence directe



Brasserie Laca Boïates

Leur site internet est plutôt développer avec une grande diversité de pages et de bonnes informations sur l'entreprise.

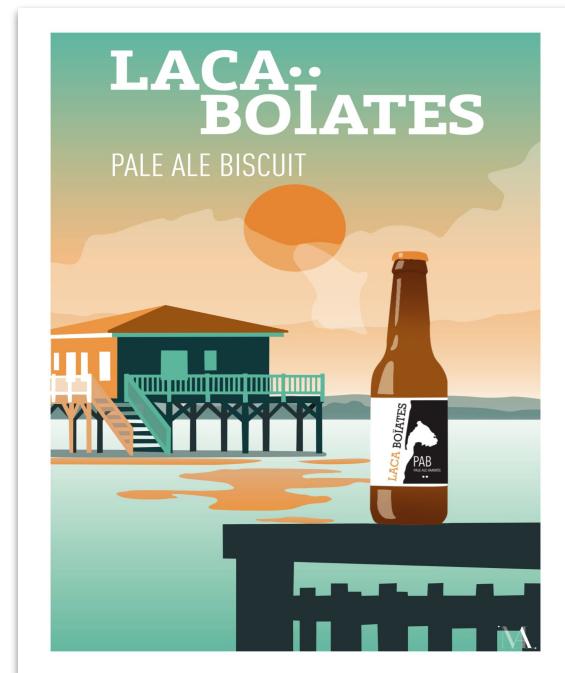
Ensuite, leur taux de présence sur les réseaux sociaux est correcte, actuellement présente sur Instagram, Facebook et LinkedIn.

Et enfin, ils possèdent une chaîne YouTube, mais qui n'est malheureusement pas très active.

Leur site internet est plutôt développer avec une grande diversité de pages et de bonnes informations sur l'entreprise.

Ensuite, leur taux de présence sur les réseaux sociaux est correcte, actuellement présente sur Instagram, Facebook et LinkedIn.

Et enfin, ils possèdent une chaîne YouTube, mais qui n'est malheureusement pas très active.



<https://www.lacaboiates.fr/>

Mockup Laca Boïates

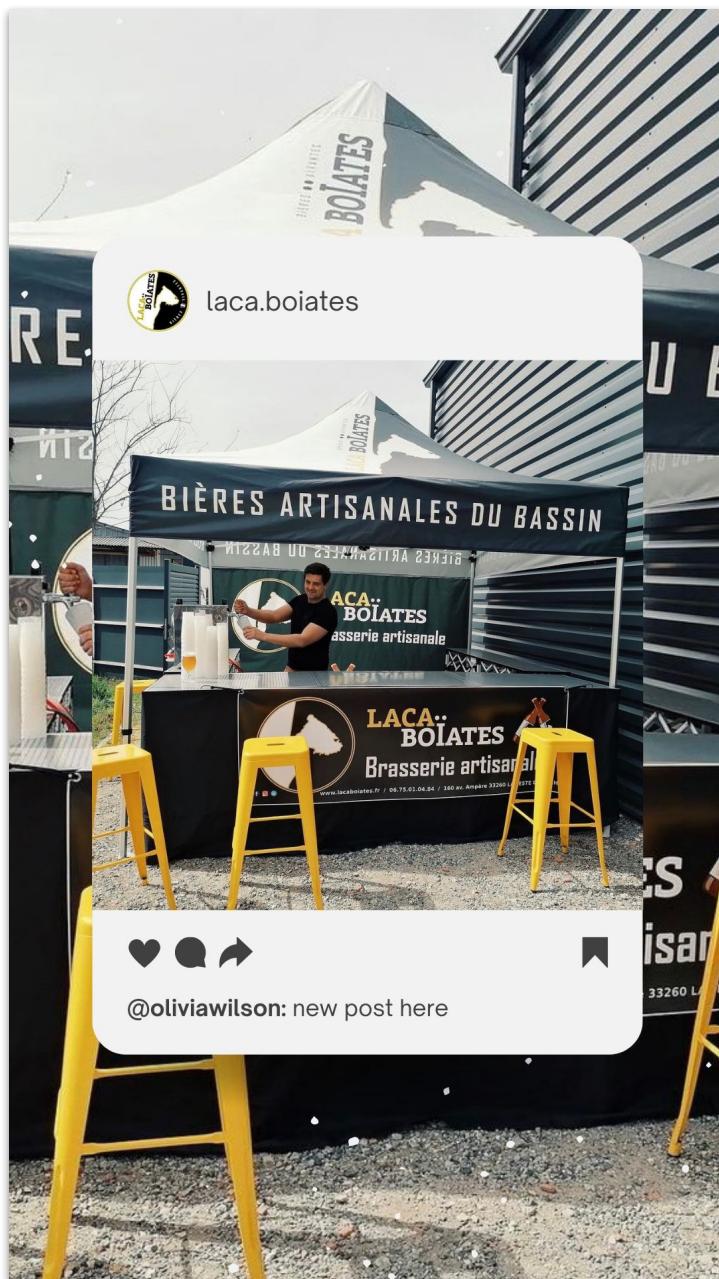


31 898 786

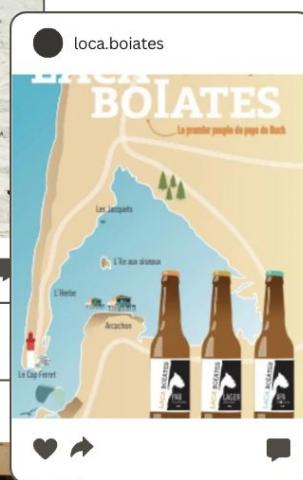
Publi... Followers Suivis



laca.boiates
LACA BOÏATES



laca.boiates



Benchmark

On sait que Laca Boïates produit annuellement **30 000 bières** selon une méthode traditionnelle et artisanale. Avec des **prix compétitifs** sur ceux de ses concurrents directs (3,00€ la bouteille de 33cl, 18,00€ le pack de 6), Laca Boïates maintient une position compétitive sur le marché. La notoriété **modérée** mais significative de Laca Boïates, soutenue par un **bar** et le titre de **meilleur entrepreneur 2022**, indique une reconnaissance locale. Cependant, des efforts supplémentaires pour renforcer la **présence en ligne** et explorer des partenariats pourraient contribuer à une expansion plus large et à une notoriété accrue.

FORCES	FAIBLESSE	AVIS
<ul style="list-style-type: none">Notoriété LocaleBarStorytellingPrixSite InternetMéthode Artisanale et Traditionnelle	<ul style="list-style-type: none">Aucun PartenaireProduction Faible	Loca Boïates Avis 31 “Excellent”  (Google)



Source :

<https://www.lacaboiates.fr/bieres-a-l-unite.html>
<https://www.facebook.com/lacaboiates/>

Concurrence directe

La P'tite Martial



La P'tite Martial a été créé en 2015 par Lydia Servary, une brasseuse de Bordeaux professionnelle.

Celle-ci est entièrement biologique et vegan en proposant un large choix de bière.

Elle n'est présente que sur un réseau social, Facebook.

Et ne possède pas de marketplace, tous les achats se font sur place.

Son principal argument est le fait main et le contact client avec la vente directe.



Mockup La P'tite Martial

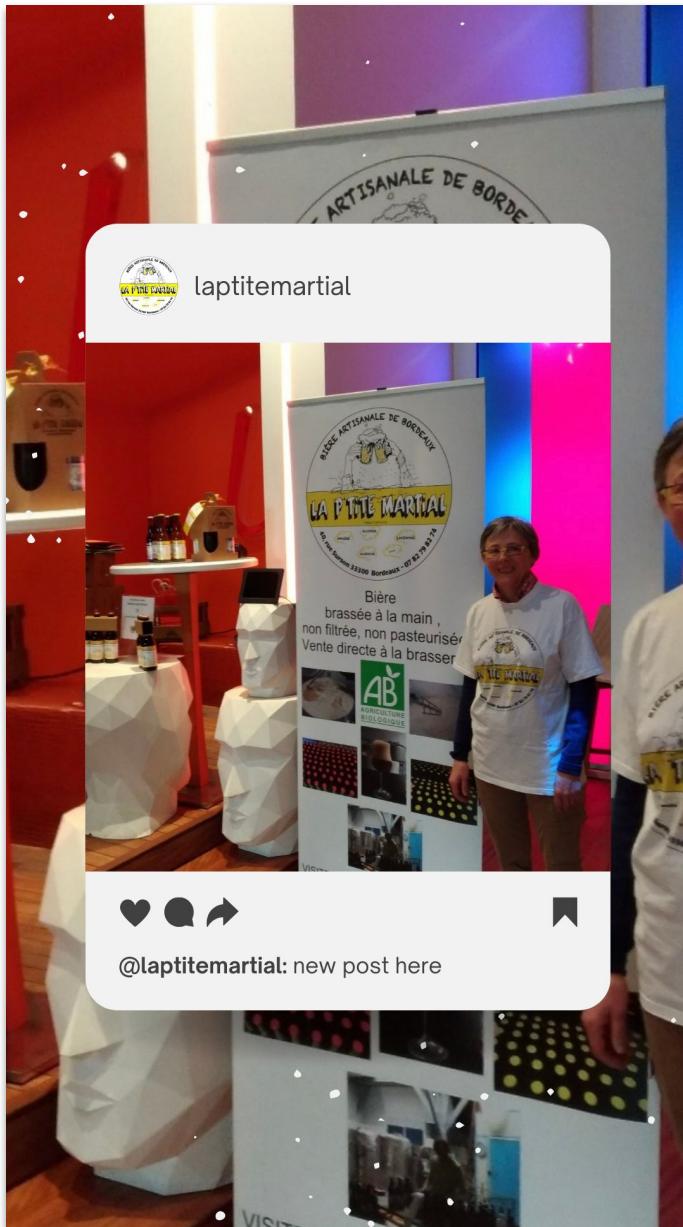


94 365 285

Publi... Followers Suivis



laptitemartial
Lydia Servary



Benchmark

La P'tite Martial fait parti de notre marché à son échelle avec une production annuelle de **91,000 bières artisanales** d'un prix de 3,60€ par bouteille de 33cl. La presque totalité de son commerce est basée sur les **marchés spécifiques**. La faible notoriété générale de La P'tite Martial constitue un défi, mais la présence significative sur ses marchés lui permettent une **petite renommée locale**.

En conclusion, La P'tite Martial peut bénéficier d'une amélioration de sa présence en ligne pour **renforcer la notoriété**, ainsi qu'une amélioration dans sa stratégie de marketing afin de développer son commerce.

FORCES	FAIBLESSE	AVIS
<ul style="list-style-type: none">• Prix cohérent de bières artisanales, gage de qualité• Production Modeste• Présence sur les marchés spécialisés• Méthode traditionnelle et artisanale• Storytelling	<ul style="list-style-type: none">• Très faible notoriété en ligne (Facebook seulement)• Pas de site internet• Stratégie Marketing	<p>La P'tite Martial Avis 35 “Très bon”</p>  <p>(Google)</p>



Source :

<https://cooppaysanne.fr/les-producteurs-de-la-coop-paysanne/la-ptite-martial-bras-serie-artisanale-de-bordeaux/>

<https://www.francebleu.fr/emissions/circuits-courts-en-gironde/gironde/les-bieres-originales-et-artisanales-de-la-p-tite-martial-a-bordeaux>

Concurrence directe



Brasserie LaLune

La Brasserie **LaLune** a été créée en 2016 par Antoine Vergier.

Elle s'inscrit comme étant une **brasserie 100% bio**.
De plus elle s'affirme sur le **côté écologique** en limitant ses émissions de carbone et en favorisant le recyclage de ses déchets.

Elle propose elle aussi une large sélection de produits dont tous les types de bières existants.

Mais elle essaie aussi de se développer pour le plus grand nombre en proposant une bière sans alcool, la Darwin Beer.

Mais le produit qui la démarque le plus, la bière au café bio, la KAWAPO BIO.
Un mélange exotique qui fait la différence.

site : <https://brasseurs-lalune.fr/>

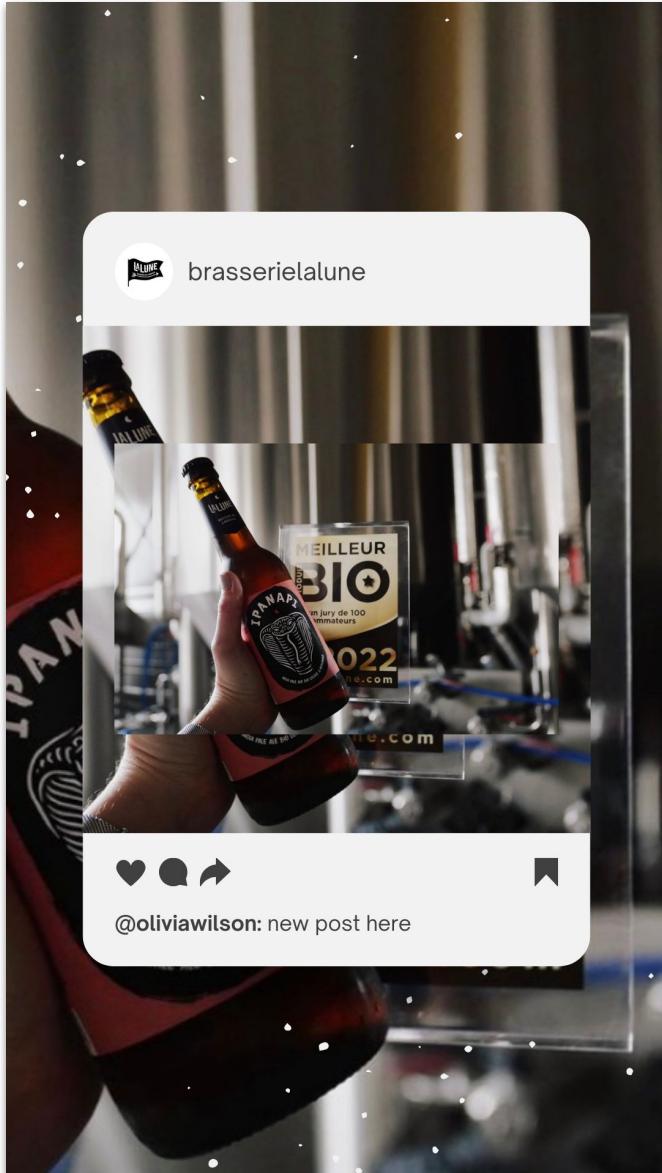


Mockup La Lune



142 2485 964
Publi... Followers Suivis

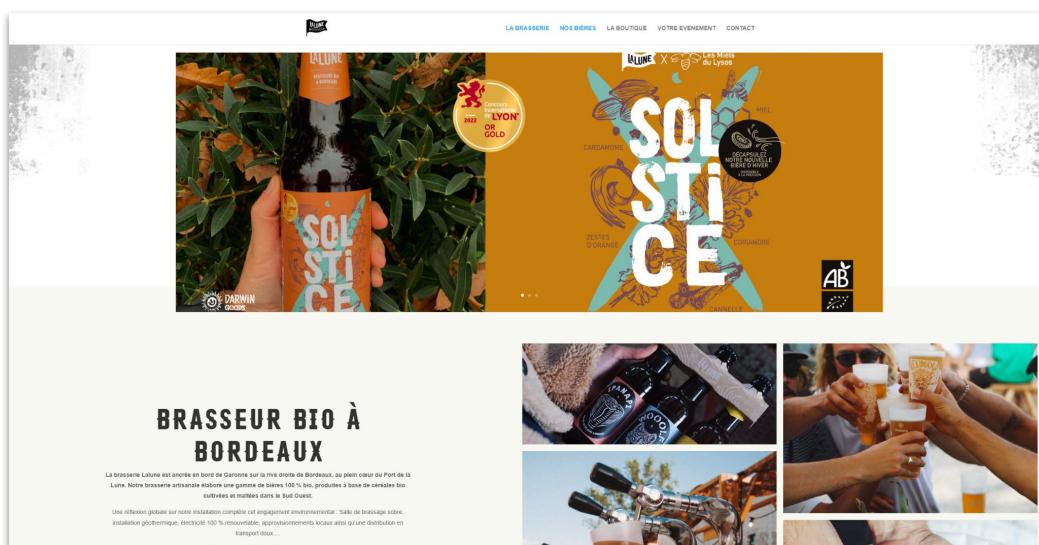
brasserie lalune
brasserie LaLune



Benchmark

Avec un prix aligné sur celui de ses concurrents directs à **3,60€** la bouteille de 33cl, La Lune produit annuellement 1,200,000 bières. Selon une méthode traditionnelle et artisanale, toutes les bières sont 100% bios. La notoriété importante de La Lune, attribuable en partie à son partenariat avec le bar Darwin, souligne l'impact positif de collaborations stratégiques. Son site web imposant et professionnel met en évidence une approche sérieuse.

FORCES	FAIBLESSE	AVIS
<ul style="list-style-type: none">● Grosse Production● Bar● Méthode traditionnelle et artisanale● Storytelling pour chaque bières● Notoriété● Site Web● Gamme de bières		<p>La Lune Avis 8 “Bon et diversifié”</p>  <p>(Google)</p>



Source :

<https://brasseurs-lalune.fr>

<https://www.meneau.com/20-bieres-locales-et-aperitifs-bio>

<https://www.facebook.com/Lalunebordeaux/>

Concurrence indirecte

Pour ce qui est des concurrents indirects présent sur le Bassin d'Arcachon nous pouvons avant tout citer **les sodas Lena.**

Il propose des sodas locaux et des partenariats avec les restaurants d'Arcachon sont en cours.

Leur communication n'est pas très développée, il n'y a pas de site internet.



Nos produits

Produits d'épicerie uniques, entre terre et mer

BOISSONS Boisson Lena - Citron gingembre piment d'Espelette 3,50 €	BOXES / CADEAUX Box Made in Bassin « Découverte » 38,90 €	TARTINABLES Pâte à tartiner caramel À partir de 6,90 €
Chattez avec nous		

Ils sont présent en première page sur MadeInBassin.

<https://madeinbassin.com/boisson-lena-citron-gingembre-piment-de-spelette/>

Concurrence indirecte

Les grosses marques de bières, comme par exemple **Heineken** sont des concurrents indirects à prendre en compte bien qu'elles n'appartiennent au marché des bières artisanales.

Mais possèdent des moyens très important :

- Environ 2000 salariés
- Environ 1,5 milliard € de chiffre d'affaires

Étant un poids lourd dans le marché de la bière il serait facile pour l'entreprise Heineken de produire et commercialiser une bière artisanale.

Ce qui placerait l'entreprise en haut du tableau de nos concurrents directs.

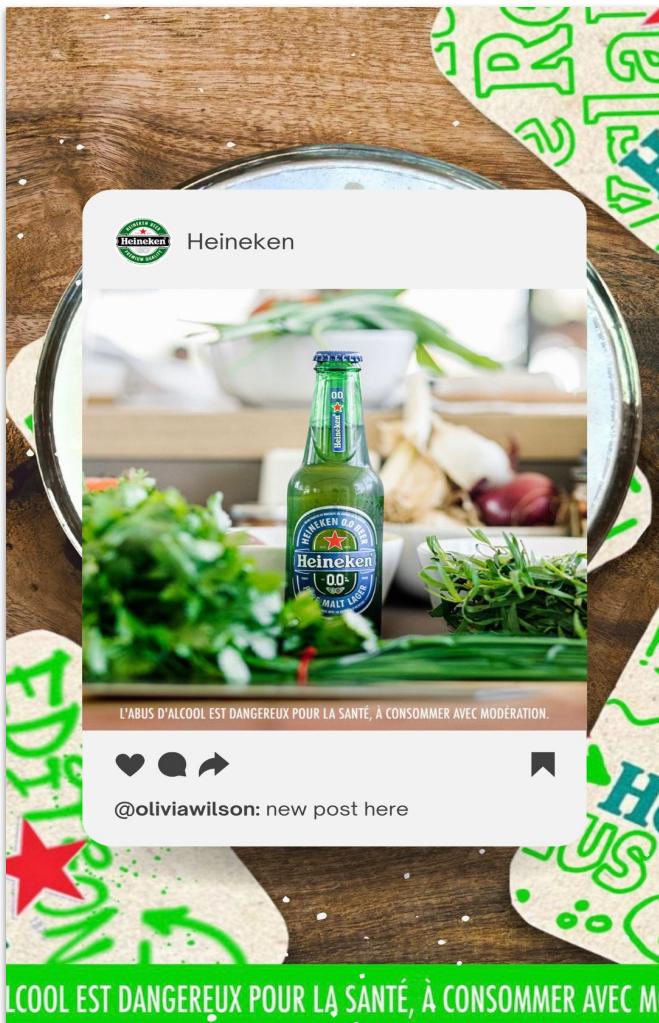


Mockup Heineken



191 15,5 k 0
Publi... Followers Suivis

heineken_fr
heineken_fr



Benchmark

Avec une popularité éclatante, on a donc la fameuse marque Heineken offrant une bière de gamme moyenne à un prix très accessible à 6,29 € le pack de 6. Heineken adopte une stratégie de prix abordable pour toucher un large public. Sa production massive de 440 millions de bières par an, réalisée à la chaîne en grande quantité, souligne son positionnement en tant que géant de l'industrie brassicole. La notoriété exceptionnelle de Heineken, ancrée dans des événements mondiaux tels que la Coupe du Monde, reflète son statut de marque mondialement reconnue. Son site web imposant et ses partenariats prestigieux avec l'UEFA et la Formule 1 illustrent son envergure mondiale et son influence dans le domaine des événements sportifs majeurs.

FORCES	FAIBLESSE	AVIS
<ul style="list-style-type: none">● Enorme Production● Storytelling● Notoriété Mondiale● Site Web● Prix● Partenaires	<ul style="list-style-type: none">● Méthode de production à la chaîne (Moyenne qualité)	<p>La Lune Avis 26k “Bon et diversifié”</p>  <p>(Google)</p>



Source :

<https://www.heineken.com/fr/fr/home>

<https://rtrsports.com/fr/blog/heineken-in-formula-1-un-partenariat-improbable/>

Benchmark

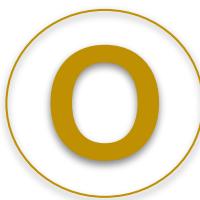
	Marketing	Prix	Disponibilité	Méthode/tradition	Notoriété
Dérive	✗	✗	✗	✓	✗
Mira	✓	✓	✓	✓	✓
Heineken	✓	✓	✓	✗	✓
La lune	✓	✗	✓	✓	✓
P'tite Martial	✗	✗	✓	✓	✗
Loca Boiates	✓	✓	✗	✓	✓



STRENGTHS



WEAKNESSES



OPPORTUNITIES



THREATS

Forces (S)

Produit de Qualité :

- Gamme Variée : En plus de la qualité, la diversité des saveurs et des types de bières offre un attrait pour différents segments de consommateurs.

Identité Locale :

- Collaborations Locales : Des partenariats avec d'autres entreprises locales pour renforcer l'ancrage régional de la marque.
- Histoire de Brassage : Mise en avant de l'histoire et des traditions de brassage de la région peut créer une connexion émotionnelle avec les consommateurs locaux.

Engagement Environnemental :

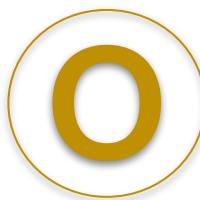
- Production Durables : Le respect de l'environnement dans la production de bière locale, renforce notre image traditionnel.



STRENGTHS



WEAKNESSES



OPPORTUNITIES



THREATS

Faiblesses (W)

Capacité de Production Limitée :

- Investissements dans l'Expansion : Considérer des investissements dans l'expansion de la capacité de production pour répondre à la demande croissante.
- Stratégies de Gestion de la Demande : Mettre en place des stratégies de gestion de la demande pour atténuer les problèmes liés à une capacité limitée.

Notoriété Limitée :

- Campagnes de Marketing Ciblées : Investir dans des campagnes de marketing ciblées, en mettant en avant les histoires locales et l'authenticité.
- Partenariats avec Influenceurs Locaux : Collaborer avec des influenceurs locaux peut élargir la portée de la marque.

Dépendance aux Ingrédients Locaux :

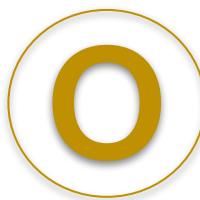
- Diversification des Fournisseurs : Explorer la possibilité de diversifier les sources d'approvisionnement pour atténuer les risques liés à la dépendance d'ingrédients locaux.



STRENGTHS



WEAKNESSES



OPPORTUNITIES



THREATS

Opportunités (O)

Croissance de la Demande pour la Bière Artisanale :

- Innovation Continue : Exploiter la demande croissante en investissant dans l'innovation de produits pour rester pertinent sur le marché.

Événements Locaux et Festivals :

- Kiosques et Dégustations : Participer activement à des événements locaux avec des kiosques et des dégustations pour accroître la visibilité.
- Sponsorisation d'Événements : Explorer des opportunités de sponsoring pour renforcer la présence de la marque.

Tourisme Local :

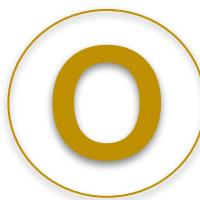
- Visites de Brasserie : Offrir des visites de brasserie pour les touristes peut devenir une source de revenus supplémentaire.
- Produits Souvenirs : Développer des produits dérivés comme des verres de collection ou des t-shirts peut capitaliser sur le tourisme.



STRENGTHS



WEAKNESSES



OPPORTUNITIES



THREATS

Menaces (T)

Concurrence Croissante :

- Différenciation Continue : Investir dans des aspects uniques du produit, du marketing ou du service client pour se distinguer sur un marché de plus en plus concurrentiel.
- Veille Concurrentielle : Maintenir une veille concurrentielle régulière pour s'adapter rapidement aux changements dans les offres concurrentes.

Réglementations sur l'Alcool :

- Collaboration avec les Autorités Locales : Travailler en étroite collaboration avec les autorités locales pour anticiper et s'adapter aux changements réglementaires.
- Communications Transparentes : Être transparent sur la conformité aux règlements peut renforcer la confiance des consommateurs.

Instabilité des Coûts des Ingrédients :

- Contrats à Long Terme : Négocier des contrats à long terme avec des fournisseurs locaux peut aider à stabiliser les coûts des ingrédients.

Cible et personas

Segmentation



Âge : 18 - 50 ans



Revenus :

Moyen à élevé

La bière artisanale un peu plus cher qu'une bière de grande distribution (5euro)



Situation familiale :

Célibataire / Jeune couple : moment social à partager

Famille : repas de famille



Style de vie :

Avoir une vie sociale active, aimée sortir



Écologistes et locavores :bières locales et éco-responsable



Gourmet : accords,mets et goûts innovants

Cibles

La Dérive est une brasserie artisanale située sur le Bassin d'Arcachon.

Ses **cibles principales** sont les suivantes :

- Les bars
- Les épiceries fines
- Quelques évènements



@Epicerie-fine-d'Arcachon

Les Personas



Paul Lambert



Âge : 32 ans



Statut : Propriétaire d'une épicerie fine



Hobbies : Photographie, Surf, Musique indie



Personnalité : Amical, connaisseur, méticuleux

Description : Paul est un passionné de produits locaux et de terroir. Il apprécie les histoires derrière chaque produit et recherche des partenariats avec des producteurs qui partagent ses valeurs. Attentif à la qualité et à l'authenticité, Paul est connu pour sa convivialité et son désir de créer des relations durables avec ses fournisseurs.

Habitudes d'achats : Recherche des produits haut de gamme, apprécie les détails et l'histoire de chaque produit.

Manière de consommer : Prend le temps d'apprécier et déguster chaque produit, cherche expérience raffinée.

Prix psychologique d'une bière : 5 euros

Réseaux sociaux :

Marques préférées : Carhartt, Patagonia, Veja, New Balance

Les Personas



Amélie Dubois



Âge : 28 ans



Statut : Responsable d'un bar tendance



Hobbies : Art contemporain, voyage culinaire, sorties entre amies



Personnalité : Créative, audacieuse, sociale

Description : Amélie est une entrepreneuse dynamique et créative. Elle aime explorer de nouvelles tendances et aime surprendre sa clientèle avec des choix innovants. Passionnée par l'expérience client, elle recherche des bières artisanales uniques pour ajouter une touche spéciale à l'ambiance de son bar.

Habitudes d'achats : Recherche des collaborations exclusives, aime les collaborations artistiques

Manière de consommer : Apprécie la découverte de nouvelles saveurs, aime créer expérience unique pour sa clientèle

Prix psychologique d'une bière : 5 euros

Réseaux sociaux :

Marques préférées : COS, Vinted, LUSH, Veja

Les Personas



Thomas Garcia

Âge : 40 ans

Statut : Responsable d'un service évènementiel

Hobbies : Jardinage, événements gastronomiques, photographie

Personnalité : Énergique, créatif, pragmatique

Description : Thomas est un professionnel ambitieux qui aime relever des défis. Il cherche constamment à offrir des expériences uniques à ses clients lors d'événements spéciaux. Flexible et créatif, Thomas apprécie les partenaires qui comprennent l'importance des détails personnalisés. Sa personnalité débordante d'énergie et son approche pragmatique font de lui un collaborateur enthousiaste pour des projets originaux..

Habitudes d'achats : Recherche des produits personnalisables pour les événements, apprécie la flexibilité.

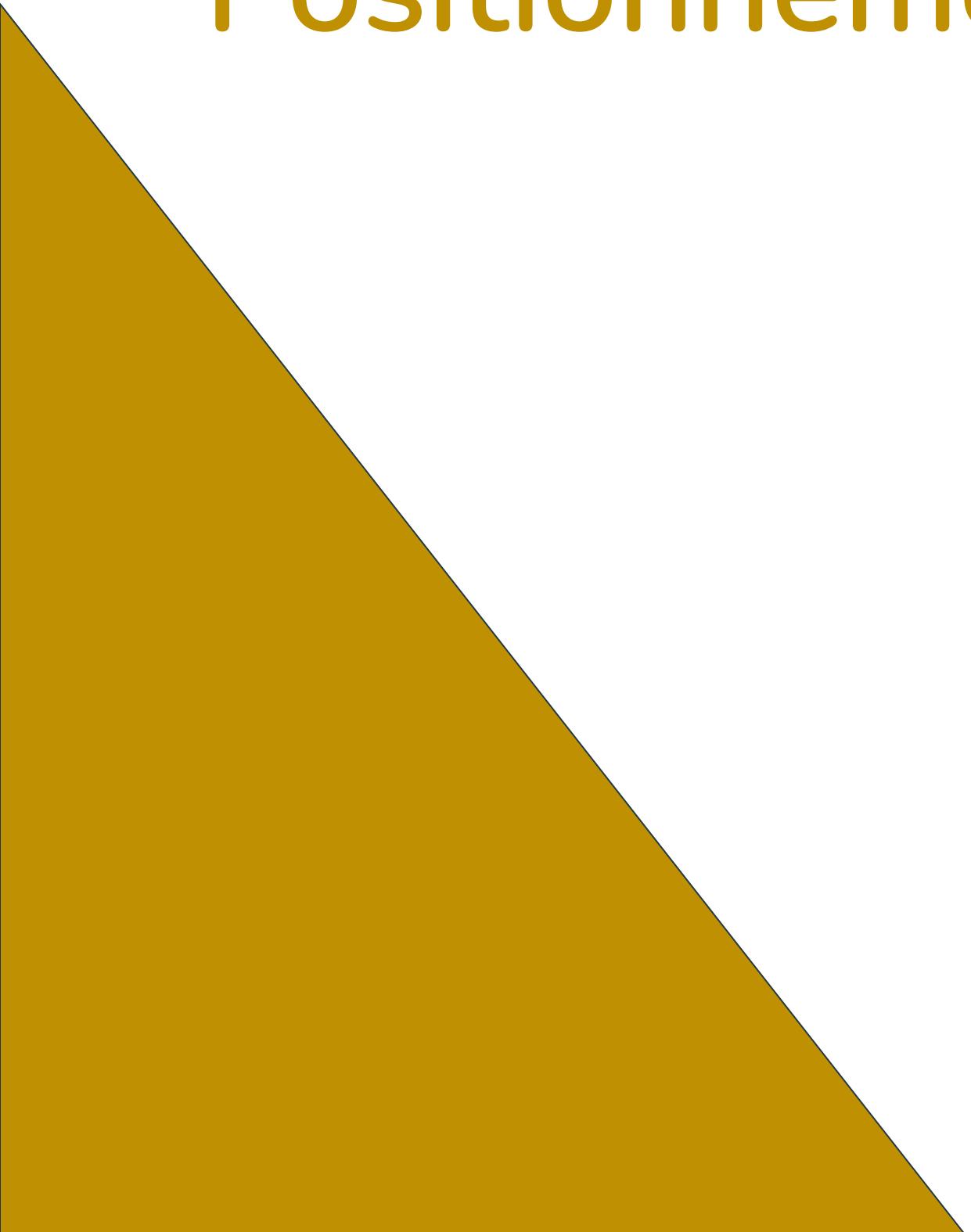
Manière de consommer : Cherche des options personnalisées pour créer des expériences uniques lors des événements

Prix psychologique d'une bière : 5 euros

Réseaux sociaux :

Marques préférées : Ralph Lauren, Veja, Patagonia

Positionnement



Positionnement



Analyse de l'existant

Analyse de l'existant

Présence sur le marché

Site web inexistant

Principalement via les différents marketplace de leurs partenaires professionnels et également dans leur brasserie physique.

Made in bassin est une marketplace localisée sur le bassin d'Arcachon, qui propose à ses adeptes des produits artisanaux, qualitatifs issue d'une production durable. Une atmosphère idéale et attractive pour Dérive.

La bière Dérive possède une bonne place sur leur page d'accueil, avec leur pack de 6 bières dans le menu déroulant et la présentation de l'entreprise par défaut sur la carte.

La description des produits de Dérive est professionnelle et mise à l'honneur, accompagnée d'un bon visuel et des autres produits. Cependant Made in Bassin met aussi en avant un concurrent indirect qui a une très bonne place dans les produits, la boisson pétillante Lena.



<https://madeinbassin.com/>

Analyse de l'existant



Ankorstore est une marketplace nationale de B to B. La description des produits est bonne, la présentation et présence de Dérive est minime. On retrouve difficilement la bière Dérive dans le référencement de la plateforme.

Communication

L'entreprise se base principalement sur de la communication en ligne via les réseaux.

L'entreprise possède un compte Facebook et un compte Instagram.

Des posts pas assez fréquents mais de bonne qualité. Avec des photos très variées, qui vont de photos simples de bières, de partenariats avec d'autres entreprises jusqu'à des collaborations.

Nous reviendrons plus en détails sur les réseaux sociaux dans l'analyse Notoriété.

<https://fr.ankorstore.com/>

Analyse de l'existant

Notoriété

The screenshot shows a Facebook page for 'Derive_Bieredeplaisance'. The profile picture features a blue circular logo with a white horse head and waves. The page name is 'Derive_Bieredeplaisance' with 940 likes and 1K followers. The 'Publications' tab is selected, showing one post from June 18th by 'Derive_Bieredeplaisance' at 'Le Mouilleau Plage'. The post includes a photo of a beach scene with people and text about a first edition event. Below the post is a photo of a building with a red roof and trees. The left sidebar contains an 'Intro' section with details like 'Brasserie', phone number, email, and a 5.0 rating. The right sidebar has a 'Publications' section with a 'Filtres' button.



Facebook :

- 940 personnes aiment la page
- 1000 personnes sont abonnées
- Publications peu régulières une/3 mois
- Bon nombre de photos des produits
- Nombre de commentaires nul ou rare
- Nbr likes hétérogènes, 1 à 10 pour les posts simples, environs 30 pour les publications authentiques, et jusqu'à 90 pour les vidéos sur son travail
- Partenariat avec des événements locaux, des salons, une pâtisserie, marque de textile
- Pic de Like : 196 likes

Analyse de l'existant

Notoriété

Post 1 (Top):
Derive_Bieredeplaisance · 9 novembre 2021 · Castanet · [Voir sur Facebook](#)
2 Ans !
Que les DÉRIVES sont sur le Bassin, c'est magnifique ce que j'arrive à accomplir grâce à vous !
Petit Check up :
Après une première année à tâtons, la mayo a bien pris, j'ai pu démissionner et tripler la production en 2021.
On vient de s'allier avec des partenaires solides pour consolider le Bassin, et développer Bordeaux cet hiver. D'ailleurs Paris nous ouvre ses portes avec @kitchenterre !
Je n'aurais jamais cru que le local serait trop petit, on planche sur le... [En voir plus](#)
— à Sous L'eau D'ici.

195 J'aime 15 commentaires 29 partages

Post 2 (Bottom):
Derive_Bieredeplaisance · 11 novembre 2021 · Castanet · [Voir sur Facebook](#)
Adri San Inf · 2 ans · J'aime · Répondre
Au top et bravo ! Thibault Laporte à BA2E c'est un très bon éléments pour développer un projet !! 2 j'aime 2 réponses

Nathalie Alcaraz · 2 ans · J'aime · Répondre
Les artistes aiment beaucoup tes bières !... trop contente de t'avoir démarcher il y a 2 ans en partenariat avec le service culture et de faire bosser un jeune qui le mérite vraiment 2 j'aime 1 réponse

Eliot O'Belik Hanrio · 2 ans · J'aime · Répondre
C'est tellement bien joué, hâte de voir la suite ! Les fûts ❤️ 2 j'aime 1 réponse

Brigitte Derive · 2 ans · J'aime · Répondre
Vous êtes situé où parce que nous aussi on s'appelle DÉRIVE 😊😊 2 j'aime 1 réponse

Diego Henzelin Champion · 2 ans · J'aime · Répondre

Mat Desaphie · 2 ans · J'aime · Répondre

Ecrivez un commentaire...

Ces posts populaires grâce à :

- l'authenticité des vidéos
- détails sur le travail
- côté humain derrière la marque
- story telling

Analyse de l'existant

derive_bieredeplaisance Suivre Contacter ...

78 publications 1787 followers 70 suivis(e)s

⚓ Dérive_BièreDePlaisance ⚓

Entreprise locale
3-Recettes uniques
~Brassée à l'ancienne sur le Bassin~
Feu de bois •Cuivre•Barrique• 100% fait main
 Commander en ligne
madeinbassin.com/bieres-la-derive-pack-de-6

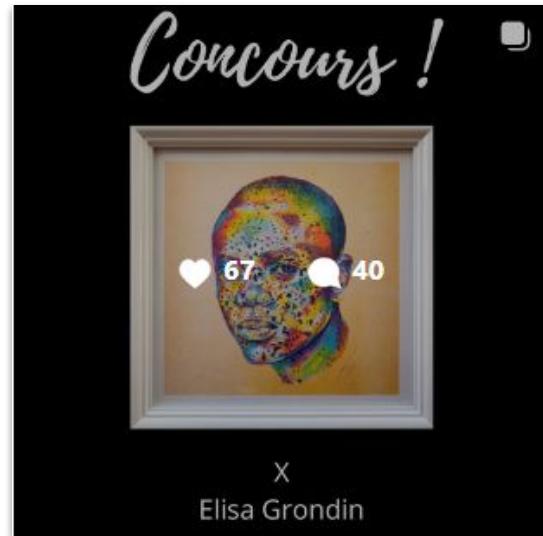


Instagram :

- 1787 personnes abonnées
- 100 likes moyen
- régularité : 1 à 5 mois
- peu/bcp photos produits : beaucoup
- Taux de commentaires/Réponse auteur : faible
- Partenaires / collab 2 partenaire
- 260 pic de Like

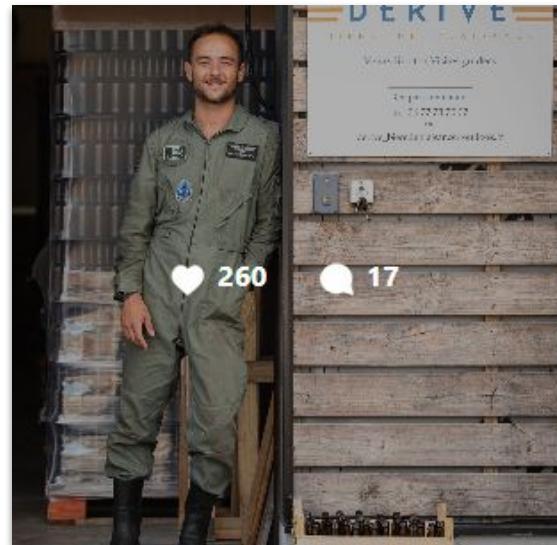
Analyse de l'existant

Nombreux commentaires sur les concours/Partenariats



Nombreux likes sur les annonces/storytelling

Nombreuses vues sur les posts qualitatifs/travaillés



Charte éditoriale de l'existant



Logo :



Logo original : rond, bleu et doré pour la communication. On distingue les contours d'Arcachon, des vagues et des arbres

Ses dérivés en doré, argenté et rosé pour correspondre à chacune des bières proposés.



Ecriture :

Ecriture majuscule, vaguelettes comme accent et point

Arial

3 petits traits jaunes sur les cotés

Charte éditoriale de l'existant

Couleurs du logo :



#275f92



#f1dab1ff



Dérivé des logos :



#825d19



#7e4c3e



#a19e8f



Couleurs du nom :



#6997c2



#f5b972

Conclusion

Bilan
Définition de notre stratégie
Livrables définitifs

Bilan

Dans le cadre de leur **restructuration**, l'entreprise Plaisance a sollicité l'expertise de l'agence To the moon pour élaborer une nouvelle **stratégie digitale globale**.

À travers des **entretiens approfondis** avec notre client et une **étude approfondie**, nous avons identifié des besoins spécifiques afin de répondre efficacement à ses attentes.

Ces étapes ont permis de valider et d'ajuster notre compréhension initiale.

Nous avons pris en considération les **défis particuliers** auxquels fait face Plaisance, tels qu'un budget communication **restreint** et une **disponibilité limitée** en ressources humaines pour la production.

Ces contraintes ont été des catalyseurs pour redéfinir nos objectifs de manière réaliste.

Stratégie

La stratégie marketing suggérée repose sur l'**abandon des plateformes d'e-commerce** MadeInBassin et Ankorstore au profit d'une approche plus **stable**. En premier lieu, le commerce sera accessible via son **propre site** internet, conçu en priorité pour le **B to B** avec un formulaire de contact **dédié aux entreprises**. Le volet **B to C** sera également exploré pour commercialiser une partie des bières directement auprès des consommateurs.

Une **collaboration stratégique** avec des bars, des bars à huîtres et/ou des restaurants constituera une étape clé pour **développer** la distribution de manière **stable** et toucher une clientèle plus large. Cette association permettra d'**élargir** significativement le **réseau de distribution**.

Parallèlement, pour renforcer le **positionnement sur le marché**, nous proposons un changement de nom de "Dérive, Bières de plaisance" à "**Plaisance**", accompagné de la création d'une **identité graphique** avec une nouvelle **charte graphique** distinctive. Cette refonte vise à imprimer une marque **mémorable et reconnaissable**.

En vue d'amplifier la présence en ligne, nous mettrons en place une stratégie de **référencement SEO** pour le site internet, associée à une gestion active des **backlinks** sur les réseaux sociaux. Cette initiative contribuera non seulement à accroître la **visibilité en ligne**, mais aussi à renforcer notre **notoriété** sur le marché brassicole.

En cas d'**expansion** de la production, une partie des produits pourra être canalisée pour le **site internet en B to C**, lors d'**événements locaux** ou à travers de nouveaux **partenariats** avec des établissements de restauration. Cette approche offre une **flexibilité**, permettant d'ajuster la stratégie en fonction de la **production** ainsi que d'**optimiser la visibilité** et la **vente des produits**.

SMART

Site vitrine :

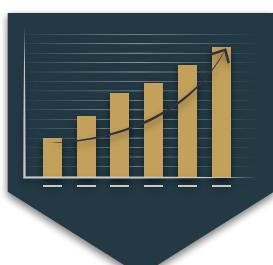


Avoir un nombre de **150 visites par mois** dans les 6 prochains mois

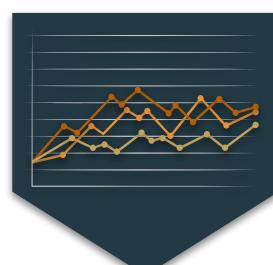


Créer de l'**engagement** sur les 6 prochains mois (indicateurs d'engagement : taux de rebond, nombre de pages vues par visite, temps passé sur le site par visite)

SEO :



Augmenter de **10%** le volume des visites organiques (provenant d'une requête sur un moteur de recherche)



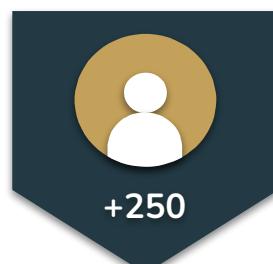
Suivre le **classement** des mots clés identifiés comme les plus importants.

Développer la notoriété sur les réseaux sociaux

Sur Facebook :



Augmenter le taux d'engagement de **10%** (proportion des fans à réagir aux publications) dans les 6 mois



Obtenir **250 fans** supplémentaires dans les 6 mois

SMART

Sur Instagram



Obtenir **1000 abonnés supplémentaires** dans les 6 mois



Augmenter le taux d'engagement de **10%** (nombre d'interactions pour un post) dans les 6 mois

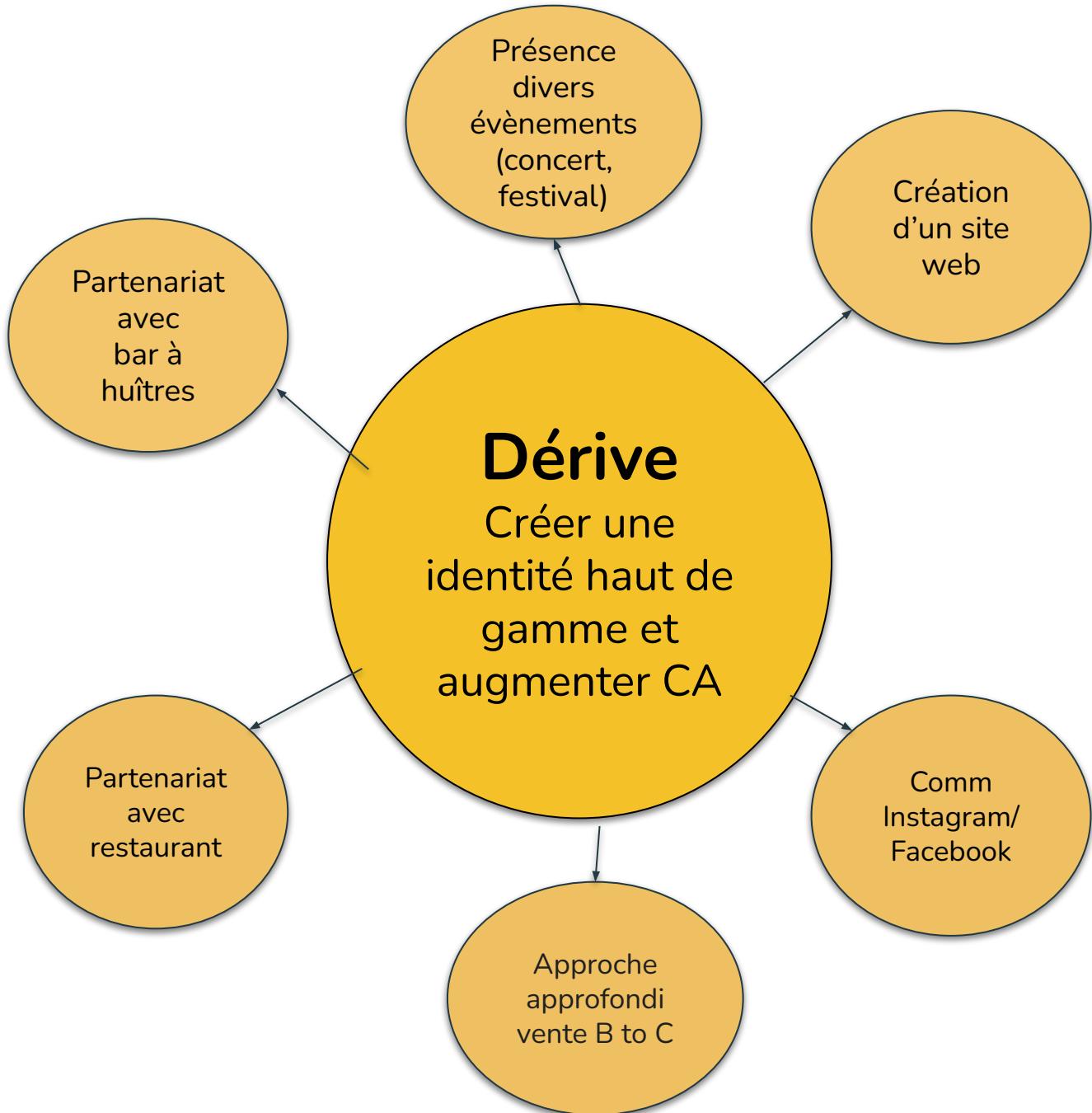
Augmenter le chiffre d'affaires

Les objectifs précédemment cités doivent ainsi nous permettre d'atteindre un **objectif financier** et donc, d'augmenter le chiffre d'affaire de l'entreprise. L'objectif est de voir augmenter le **CA de 15%** sur l'année 2024 en comparaison avec **N-1**.

(Attention, en raison de la situation économique (conflits, inflation...) il sera intéressant de comparer également avec N-2.)

Stratégie

Notre stratégie :



Livrables

Livrables définitifs

Toujours en tenant compte de notre analyse préalable et des contraintes du client, voici la liste des livrables définitifs :

- Un **univers graphique** repensé (nom, logo, charte graphique)
- Maquettes d'un **site**
- **Stratégie SEO** (avec l'analyse des mots-clés, l'amélioration de Google My Business...)
- Stratégie **Social Medias** (Instagram, Facebook)
- Proposition de **partenariat** (bar, restaurant)
- Liste de **prospects qualifiés** pour développer la vente B to B

Réponse Graphique

Nouvelle Charte Graphique

Site Web

Parcours UX

Nouvelle charte graphique

Nouvelle identité visuelle :

Afin de nous créer une nouvelle identité de marque plus “haute gamme”, nous avons utilisé plusieurs moyens :

- Logo plus épuré, plus élégant
- Nom unique
- Écriture simple, claire

PLAISANCE

2 variations de logos seront utilisés pour toute la communication générale :

- Site internet
- Evénements
- Brasseries, etc...
- Réseaux sociaux

Nous avons conservé les anciennes couleurs qui correspondaient bien à la marque. De plus cela permettra de garder une certaine cohérence.

Le site internet et les réseaux sociaux sont un bon moyen d'imposer la nouvelle identité visuelle de Plaisance.



Nouvelle charte graphique

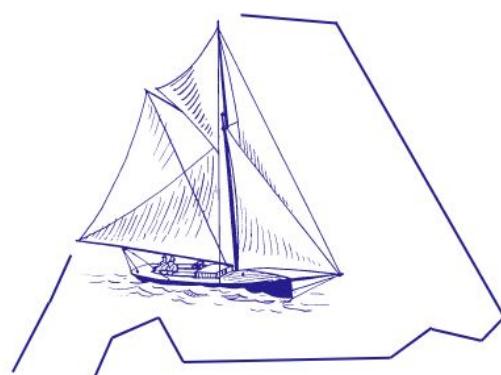
Logo web :

PLAISANCE



BASSIN D'ARCACHON
FRANCE

PLAISANCE



BASSIN D'ARCACHON
FRANCE

PLAISANCE

PLAISANCE



#3d4594



#bf9002ff

R 61

V 69

B 148

R 191

V 144

B 2

Nouvelle charte graphique

Police d'écriture :

PLAISANCE PLAISANCE

BASSIN D'ARCACHON
FRANCE

Nunito :

PLAISANCE	plaisance
PLAISANCE	plaisance
<i>PLAISANCE</i>	<i>plaisance</i>

- Nouveau nom Plaisance dans la police Nunito Noir
- Tout en majuscule
- Un espace entre chaque lettre pour le titre
- Pas de point sur le i

D R Y I P A

S W E E T T R I P L E

O R I G I N A L

Cinzel :

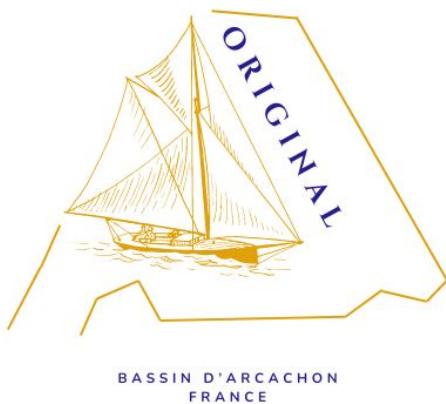
PLAISANCE	PLAISANCE
PLAISANCE	PLAISANCE
<i>PLAISANCE</i>	<i>PLAISANCE</i>

- Nom de la bière en Cinzel
- Tout en majuscule
- Dans le même bleu #3d4594 que le nom
- Sur le bord du logo

Nouvelle charte graphique

Logo packaging :

PLAISANCE



PLAISANCE



PLAISANCE



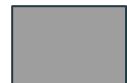
#bf9002ff

R 191
V 144
B 2



#e06666

R 224
V 102
B 102



#9e9e9e

R 158
V 158
B 158

Nous avons conservé les couleurs de chaque bouteille.
En effet, elles correspondent respectivement au goût de leur bière.
De plus les couleurs sont toutes élégantes : doré, rosé et argentée.
Cela rentre parfaitement en adéquation avec notre nouvelle image de marque.

Nouvelle charte graphique

Packaging :

Le packaging sera également adaptée à la nouvelle charte graphique.

Le nouveau logo correspondant sera sur chaque bouteille.

Il sera placé sur les bouteilles, le carton de pack et les sous verres

Le fond de l'étiquette restera toujours blanc.



Nouvelle charte graphique

Packaging :

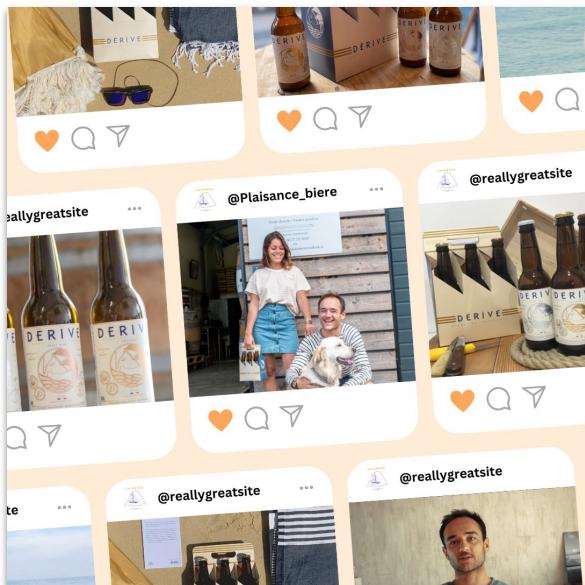
Sous verres & QR code :

Voici la maquette d'un sous verre Plaisance correspondant à notre nouvelle image de marque.

Tous nos partenaires (restaurants, bars..) en recevront plusieurs.

Les QR codes présents sur les sous verres nous permettront d'augmenter notre notoriété ainsi que notre présence sur les réseaux sociaux.

De plus c'est une occasion de diffuser visuellement le nouveau logo dans des lieux correspondant à notre nouvelle image de marque.



Le QR code conduira à notre instagram, ils pourront ensuite interagir avec nos autres réseaux sociaux à travers les différents liens. Le lien vers notre site web sera un excellent moyen d'augmenter les ventes e-commerce. Nous pourrons ainsi améliorer plusieurs KPI tels que le taux de conversion des ventes, le taux de clics, le nombre de visiteurs du site web ..

Nous pourrions également créer quelques événements et jeux concours à travers les QR codes. Les jeux concours seront un excellent outil pour alimenter notre base de données client.

Site Web & SEO

Site Web

Avantages du site web :



Visibilité accrue : Un site web permet d'augmenter la visibilité de votre entreprise en ligne, ce qui peut attirer de nouveaux clients et partenaires commerciaux.



Accessibilité 24/7 : Le site web est accessible en permanence, permettant à nos clients potentiels de consulter nos produits et services à tout moment.



Présentation des produits : Nous pouvons présenter notre gamme de bières artisanales de manière détaillée, en fournissant des descriptions, des images attrayantes et des informations sur les ingrédients.



Communication directe : Le site web offre une plateforme pour communiquer directement avec nos clients et partenaires. Nous pouvons inclure des coordonnées, des formulaires de contact, des chats en direct, etc.



E-commerce B to B : Envisager de mettre en place une plateforme e-commerce B to B sur votre site, permettant aux clients de passer des commandes en ligne.



Renforcement de la crédibilité : Un site professionnel donne à votre entreprise une image de crédibilité et de légitimité en partageant votre histoire et vos valeurs.

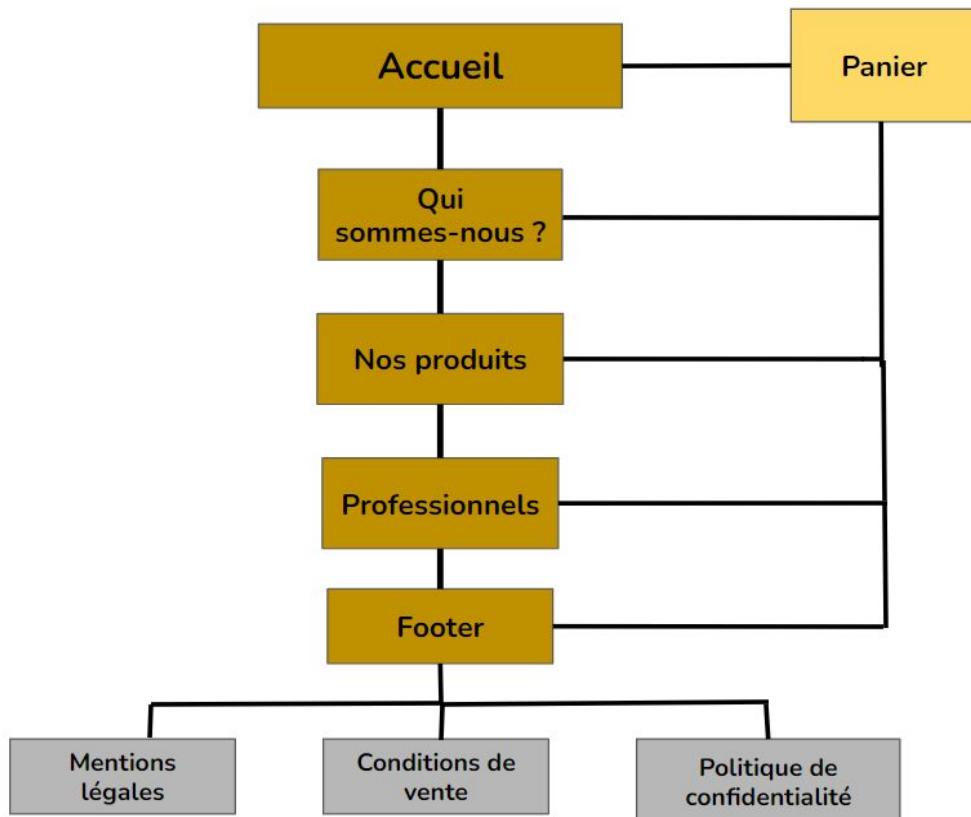
PLAISANCE



BASSIN D'ARCACHON
FRANCE

Site Web

Arborescence



Composition du site web :

- Une **page d'accueil**, représentant notre nouvelle identité visuelle
- Courte page d'information, qui sommes-nous ?
- Une page de commande de **produits**, les 3 produits sont alignés, le pack est disponible en dessous
- Une page réservée aux professionnels, avec un questionnaire, offres et avantages..
- Le footer de chaque page a un lien vers les **mentions légales**, **CGV**, et **politique de confidentialité**.

Site web

Une plateforme e-commerce :

Désormais toutes nos bières sont commandables uniquement sur notre site web.

Cela nous permettra de créer une **image de marque** plus constante et de vendre nos produits directement sans intermédiaire. Cela rendra les prix plus abordables pour les clients et par la même occasion, augmentera nos profit.

Le site web est également un bon moyen de renforcer la cohérence de notre nouvelle identité haut de gamme..

En respectant les couleurs, la police et logo définis dans notre nouvelle charte graphique.

Découvrez
PLAISANCE

Bières artisanales brassées sur le Bassin d'Arcachon, pour une expérience authentique inoubliable

DÉCOUVRIR

PLAISANCE

PLAISANCE



Une page sera dédiée respectivement à :

- la vente aux particuliers
- la vente aux professionnels

Site web

Page de vente aux particuliers :

Prix : 3,70

JE COMMANDE

Prix : 3,70

JE COMMANDE

Prix : 5,70

JE COMMANDE

Commandez le pack de 6

Découvrez « Plaisance » la bière du bassin, artisanale par excellence : 100% fait main, élevée sur coquilles d'huîtres du bassin et vieillie en barrique de Saint-Émilion. 3 saveurs différentes, pour une dégustation étonnante. Retrouvez le savoir-faire du bassin dans le pack « La Dérive » pour un apéritif 100% Bassin.

JE COMMANDE



- Bouton cliquable pour ajouter au panier
- Page aérée et claire, design minimalist qui incite à passer la commande
- Possibilité d'achat de produits à l'unité

Site web

Page de vente aux professionnels :

Formulaire professionnel

Nom Entreprise	Nom du contact
Ville Entreprise	Email
Numéro SIRET	
- Quantités -	
- Type de commerce -	
Votre message	
COMMANDER	

Comment commander ?

Pour obtenir un devis personnalisé ou en savoir plus sur nos tarifs avantageux pour les commandes en gros, veuillez remplir le formulaire de contact dédié à la vente aux professionnels. Notre équipe vous contactera rapidement pour discuter de vos besoins spécifiques et vous offrir une expérience adaptée à votre établissement.

Nos offres et avantages

- **Tarifs Préférentiels pour les Commandes en Gros :** de tarifs avantageux pour vos commandes en gros, optimisant ainsi votre rentabilité.
- **Collaboration Personnalisée :** Notre équipe dédiée est là pour comprendre vos besoins spécifiques et vous offrir une expérience sur mesure.
- **Produits Locaux de Qualité :** Des bières artisanales brassées localement, garantissant une qualité exceptionnelle pour satisfaire vos clients exigeants.
- **Livraison Rapide et Fiable :** Assurez-vous d'avoir toujours nos produits à disposition avec notre service de livraison rapide et fiable.

- Formulaire détaillé de la commande voulu (identité entreprise, quantité, type d'établissements..)
- Explications de nos offres et avantages
- Possibilité d'envoyer un message à notre équipe pour d'éventuels partenariats ou informations sur Plaisance

PLAISANCE



BASSIN D'ARCACHON
FRANCE

Site web

Optimisation du site



Afin que le référencement naturel de notre site web soit le plus optimal possible il y a plusieurs critères à respecter.

Nous avons mis plusieurs outils en place :

- Un design responsive
- L'optimisation des images
- Des Url simple et l'ajout de link
- Une optimisation locale avec google maps
- L'utilisation de Google Analytics pour surveiller les KPI
- Des mots clés adaptés et un contenu intéressant pour les internautes et l'algorithme de référencement naturel de google

PLAISANCE



KPI



Trafic de site :

- Nombre total visiteurs
- Croissance du trafic
- Origine du trafic (recherche google, liens..)

Engagement des utilisateurs :

- Taux de rebond
- Temps moyen passée sur le site
- Taux de conversion

E-Commerce :

- Chiffre d'Affaire
- Panier moyen
- Taux de conversion des ventes

SEO :

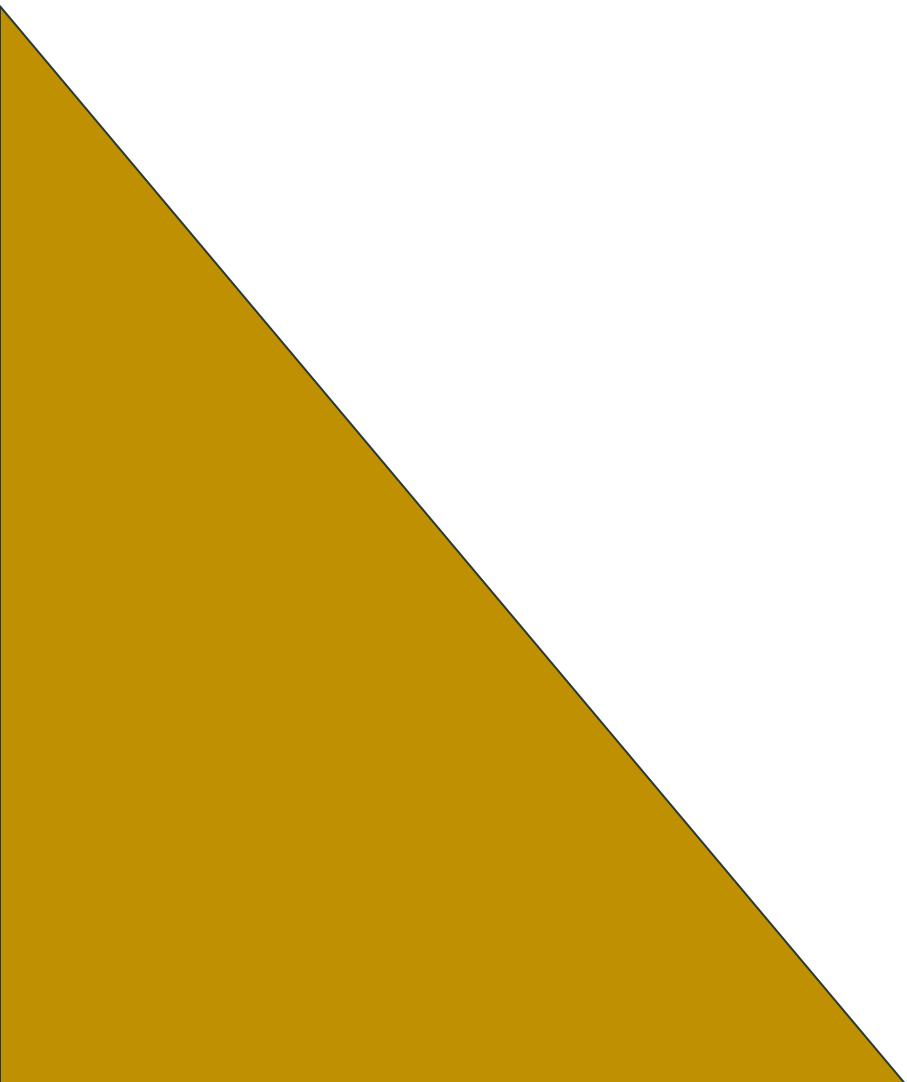
- Classement des mots clés
- Taux de clics
- Taux d'erreur
- Temps de chargement des pages

The contact form is a dark-themed input field with white text. It includes fields for 'Ville Entreprise', 'Email', 'Numéro SIRET', dropdown menus for 'Quantités' and 'Type de commerce', a large text area for 'Votre message', and a 'COMMANDER' button. Below the form is a question 'Comment commander ?' followed by a paragraph about personalized quotes and a 'Nos offres et avantages' section.

Pour obtenir un devis personnalisé ou en savoir plus sur nos tarifs avantageux pour les commandes en gros, veuillez remplir le formulaire de contact dédié à la vente aux professionnels. Notre équipe vous contactera rapidement pour discuter de vos besoins spécifiques et vous offrir une expérience adaptée à votre établissement.

Nos offres et avantages

Parcours UX



Site web

Parcours UX



Marie Lambert

Âge : 28 ans

Profession : Responsable de bar

Réseaux sociaux :



Vois une publication sponsorisée sur instagram

Arrive sur la page des produits, lis les descriptions pour bien choisir



Les reçois, les proposent à ses amis lors d'une fête, ils visitent notre site et commandent à leur tour

Commande un pack de 6 bières

Elle choisit le pack de 6, clique sur le CTA "Je commande"

Site web

Parcours UX



Thomas Garcia

Âge : 40 ans

Profession : Responsable d'un service évènementiel

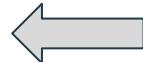
Réseaux sociaux :



Vois une publicité de nos bières sur facebook, clique sur le lien

Arrive sur la page des produits, il lis les descriptions

Nos bières sont exactement ce qu'il cherchait pour son prochain évènement !



Reçois la commande, les invités adorent, il nous fait une très bonne promotion

Il souhaite commander pour un évènement, notre équipe revient vers lui par mail

Consulte la page des pros, lis nos offres et avantages, remplis le formulaire pour commander

Site web

Parcours UX



Paul Lambert

Âge : 32 ans

Profession : Propriétaire d'une épicerie fine

Réseaux sociaux :



Découvre la bière en mangeant dans un de nos restaurant partenaire. Il l'adore et souhaite en avoir dans son épicerie.

Paul va sur Google, il fait sa recherche avec les mots clés : “bière Plaisance”

En cliquant sur notre lien il arrive sur la page d'accueil, consulte la page d'information. Il descend sur la page produit et lis les descriptions



La commande reçue, il les place dans son épicerie. Elles se vendent très bien et cela augmente notre notoriété

Il souhaite commander en grande quantité pour son épicerie. Notre équipe revient vers lui par mail

Il lit la description des produits puis va sur la page des pros. Après avoir pris connaissance de nos offres et avantages il remplit le formulaire.

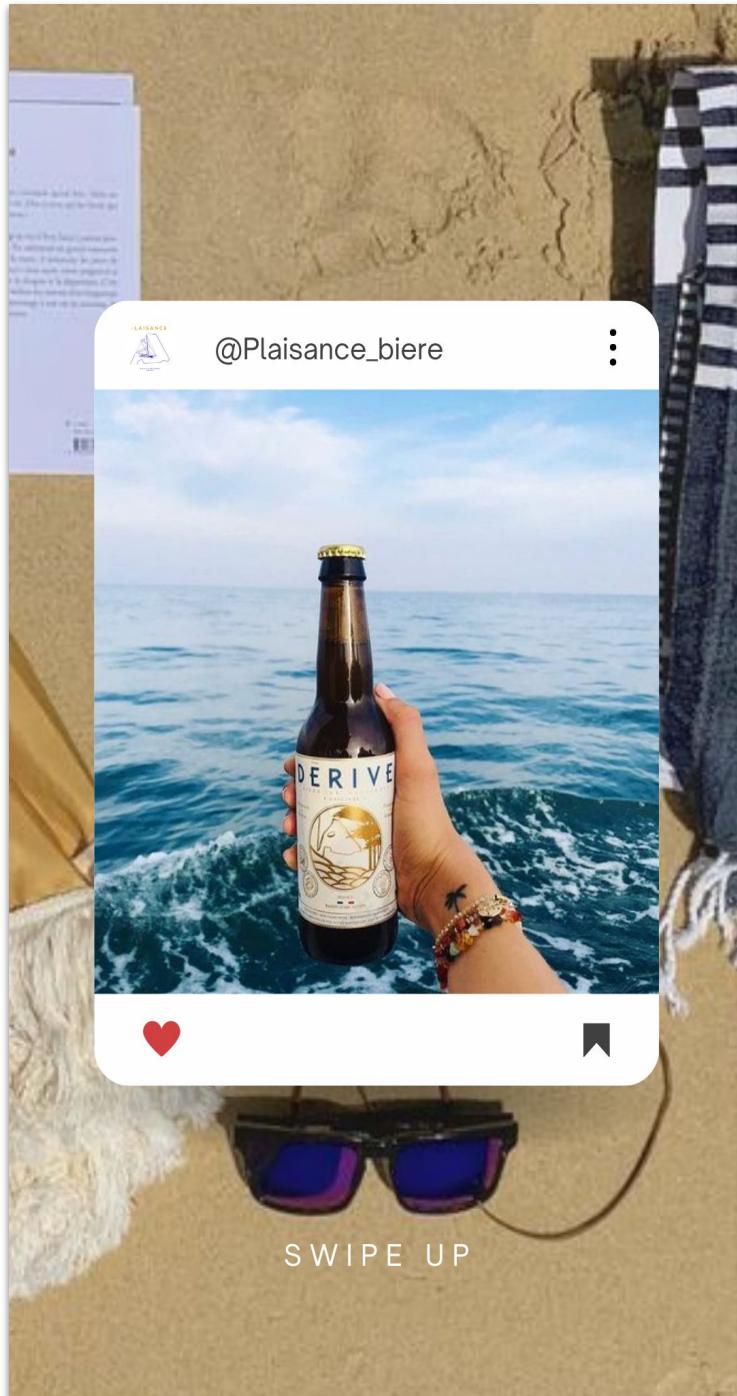
Réponses Marketing

Bars

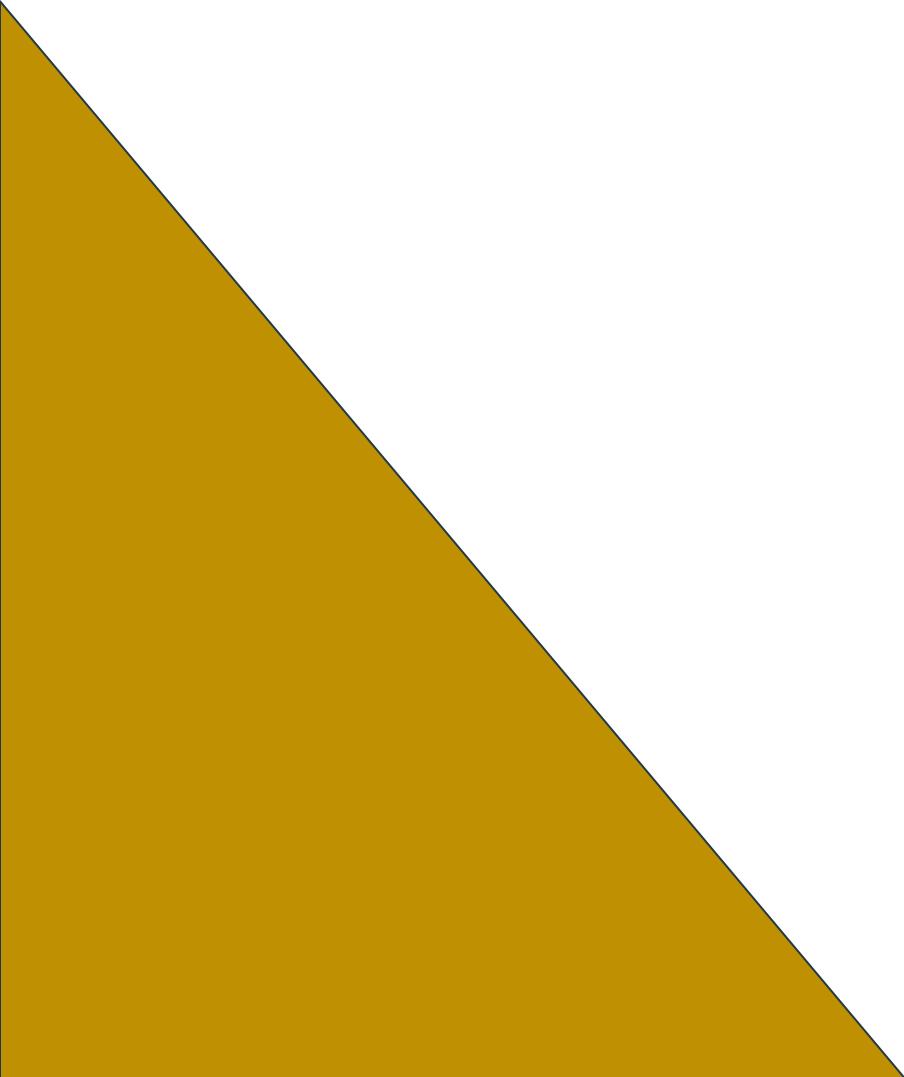
Restaurants

Événements

Mockup Plaisance



Chez Bidart



SMART ET KPI

Objectif SMART révisé :

Spécifique : Augmenter la notoriété de plaisirance ainsi que la vente.

Mesurable : Une augmentation des ventes de 50 bières chaque mois via le site internet.

Atteignable : L'objectif est réaliste compte tenu de la notoriété du bar et du cadre.

Réaliste : N'ayant que très peu d'exposition auprès des consommateurs, ce partenariat nous permettra de bénéficier d'une présence physique et numérique inexistante auparavant.

Temporellement défini : Atteindre ce nombre de vente à partir du deuxième mois.

Indicateurs de Performance KPI :

Engagement sur les Réseaux Sociaux : Observer les interactions (likes, partages, commentaires) sur les publications. Ainsi que les publication, story identifiant le bar et la brasserie.

Ventes de Bière : Suivre les ventes de bière.

Feedback Client : Recueillir des commentaires des clients pour évaluer la satisfaction globale et identifier des domaines d'amélioration.

Partenariat

Association bar à huîtres

Dans la création de la bière Plaisance “Dry ipa”, des coquilles d’huîtres sont utilisées pour modifier le profil de l’eau et aider les levures à fonctionner.



Cette démarche naturelle d’assemblage est un bon argument pour s’associer par exemple, avec un bar à Huîtres local.

“Plaisance exprime son authenticité à travers sa création. En accord avec les produits de la région ; des coquilles d’huîtres dans la fabrication de ses bières”

—Mélanny RODRIGUES

On retrouvera bien le principe de déguster une bière avec des produits locaux.

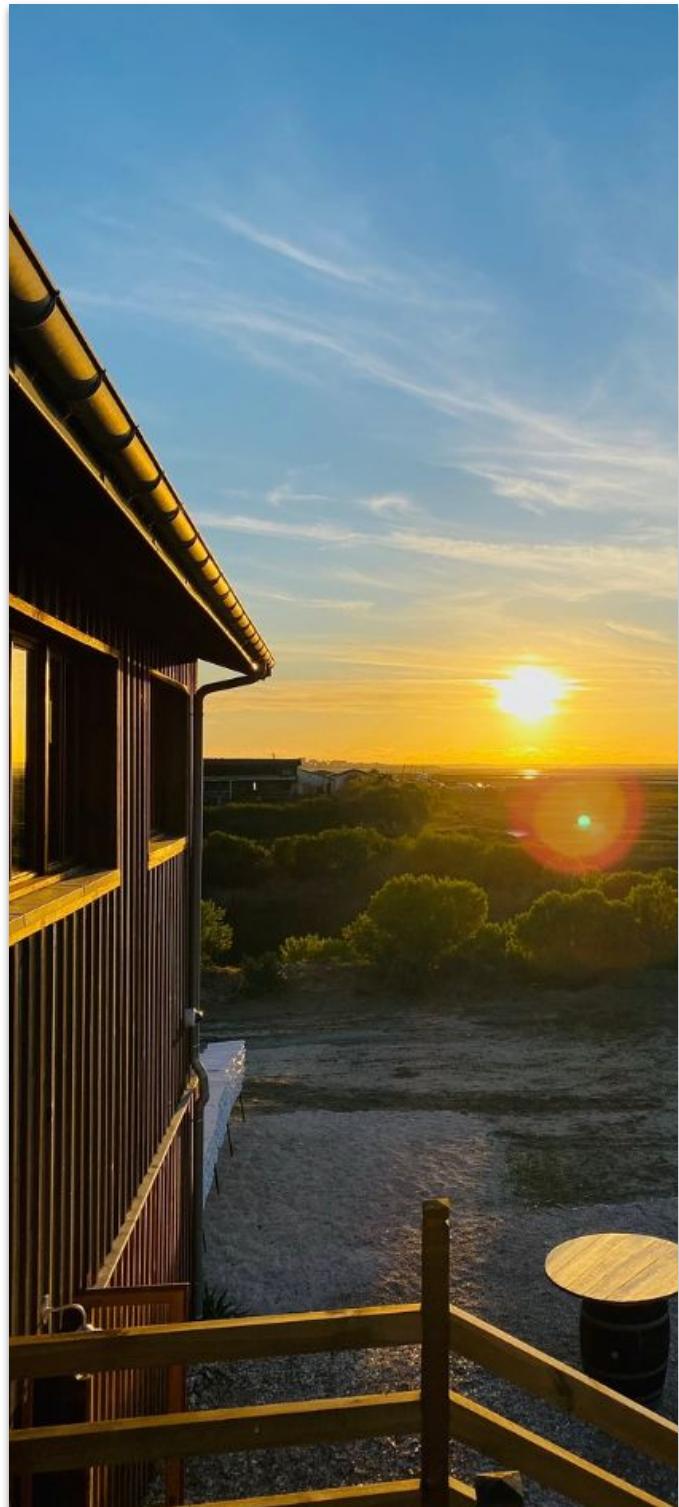
Ce Bar à Huîtres est “La Cabane Chez Bidart” situé dans la ville d’arcachon.

Partenariat Chez Bidart

Bière & Huîtres

Introduction

Dans le cadre de notre stratégie de lancement sur le marché grand public, je propose un projet de partenariat avec le Bar à Huîtres Chez Bidart, un établissement localisé au Port d'Arcachon, juste à côté de l'eau du bassin. Cette collaboration stratégique a pour objectif de présenter notre bière artisanale au consommateur tout en renforçant notre notoriété. Par la même occasion, cela servira de démonstration de la qualité de notre produit aux professionnels du secteur.



Pourquoi Chez Bidart ?



Cadre Idyllique

Situé sur le Bassin d'Arcachon, le bar à huîtres Chez Bidart établit en 1946 offre un cadre idyllique qui complète parfaitement l'expérience. Les convives sont invités à savourer nos bières artisanales dans une atmosphère envoûtante, surplombant les eaux calmes du bassin, invitant donc les arômes de la mer tout en créant ainsi une symbiose parfaite entre la nature et la dégustation.

Pourquoi Chez Bidart ?

Cuisine d'Excellence

Le bar à huîtres partenaire incarne l'excellence culinaire en mettant en avant les délices des fruits de mer locaux. La dégustation de nos bières Plaisance s'inscrit dans un ballet gustatif où les saveurs marines authentiques se marient harmonieusement avec la richesse de nos brassins, créant une expérience gastronomique inoubliable.



Pourquoi Chez Bidart ?



Atmosphère Branchée

Le Bar à Huîtres La Cabane Chez Bidart offre une ambiance décontractée et conviviale où l'on savoure chaque huître dans une atmosphère gourmande, la caresse du soleil à travers de grandes baies vitrées.

Pourquoi Chez Bidart ?

Notoriété

Chez Bidart s'est forgé une très bonne réputation ces dernières années, avec des nombreuses médailles et prix.



Leur cadre “instagrammable” nous permettrait d’associer un beau souvenir et une belle image à Plaisance.

[Site internet](#)

[Facebook](#)
1,5K Followers

The collage includes:

- A photograph of the restaurant's interior with wooden walls and large windows overlooking the sea.
- A map showing the location of Chez Bidart, with a pin indicating its position and another pin for "abane des Jaud".
- An exterior photograph of the restaurant building near a body of water.

Chez Bidart

4,8 ★★★★★ 615 avis Google ⓘ

€€ · Bar-restaurant à huîtres ⋮

Mockup Chez Bidart



97 3206 70
Publi... Followers Suivis



chezbidart
Cabane à huitres Gujan



CABANE
huitre

INSTAGRAM : @CHEZBIDART

Communication



🍴貝 Nous sommes ravis de vous présenter notre partenariat exclusif avec Plaisance, une bière artisanale traditionnelle, subtilement assemblée avec des coquilles d'huîtres. 🍻✨

🌴 Imaginez-vous en bord de mer, entouré par la fraîche brise marine, dégustant des huîtres fraîches et accompagnant ce festin avec une bière élaborée avec passion. ☀️☀️

🍺 Notre collaboration avec Plaisance offre une délicieuse harmonie entre la douce amertume de la bière et la salinité délicate des huîtres, créant ainsi une expérience gustative exceptionnelle. 🍻✨

Rendez-vous à la Cabane de Bidart pour savourer ce mariage parfait entre les saveurs de l'océan et le caractère unique de Plaisance. Invitez vos amis, partagez cette expérience et plongez dans une soirée mémorable ! 🍻✨

#CabaneDeBidart #Plaisance #BièrArtisanale #Huîtres #ExpérienceGastronomique

Chez Bidart · 6 octobre · ...
Envie d'un petit plateau d'huîtres en fin de journée ? ☀️
N'hésitez pas à réserver votre table au 06 49 79 64 22 🍻☀️☀️

Chez Bidart

Réservez ici

Bières Plaisance
Savourez l'océan en toute fraîcheur !

J'aime Commenter Partager
Écrivez un commentaire...

Communication



Chez Bidart 6 octobre · ...
Envie d'un petit plateau d'huîtres en fin de journée ? ☀️
N'hésitez pas à réserver votre table au 06 49 79 64 22 🍻 ↗️ ↘️ ↙️

Chez Bidart

Réservez ici

Bières Plaisance
Savourez l'océan en toute fraîcheur !

J'aime Commenter Partager

Écrivez un commentaire...

🍴貝 Nous sommes ravis de vous présenter notre partenariat exclusif avec Plaisance, une bière artisanale traditionnelle, subtilement assemblée avec des coquilles d'huîtres. 🍻✨

🌴 Imaginez-vous en bord de mer, entouré par la fraîche brise marine, dégustant des huîtres fraîches et accompagnant ce festin avec une bière élaborée avec passion. ☀️☀️

🍺 Notre collaboration avec Plaisance offre une délicieuse harmonie entre la douce amertume de la bière et la salinité délicate des huîtres, créant ainsi une expérience gustative exceptionnelle. 🍻✨

Rendez-vous à la Cabane de Bidart pour savourer ce mariage parfait entre les saveurs de l'océan et le caractère unique de Plaisance. Invitez vos amis, partagez cette expérience et plongez dans une soirée mémorable ! 🍻☀️

#CabaneDeBidart #Plaisance #BièreArtisanale #Huîtres #ExpérienceGastronomique

LE BIKINI

SMART ET KPI

Objectif SMART révisé :

Spécifique : Atteindre une participation minimale de 50 personnes par soirée "Steak & Bière".

Mesurable : Suivre le nombre de participants réels à chaque soirée à thème grâce aux réservations et aux retours des personnes.

Atteignable : L'objectif est réaliste compte tenu de la notoriété du restaurant.

Réaliste : Considérant que c'est une première initiative, viser une participation minimale de 50 personnes est un objectif ambitieux mais atteignable avec une promotion efficace.

Temporellement défini : Atteindre cette participation minimale dans le premier mois, débutant dès le lancement de la campagne promotionnelle.

Indicateurs de Performance KPI :

Nombre de Participants : Suivre le nombre réel de participants à chaque soirée "Steak & Bière".

Taux de Réservation : Mesurer le pourcentage de participants qui ont réservé à l'avance, reflétant l'impact direct de la promotion.

Engagement sur les Réseaux Sociaux : Observer les interactions (likes, partages, commentaires) sur les publications liées aux soirées. Ainsi que les publications, story identifiant le restaurant et la brasserie.

Ventes de Bière : Suivre les ventes de la bière "Dérive" pendant et après les soirées à thèmes.

Feedback Client : Recueillir des commentaires des participants pour évaluer la satisfaction globale et identifier des domaines d'amélioration.

Partenariat Le Bikini

Restaurant Le Bikini

La bière Plaisance “**L’Original**”, est une bière désaltérante mettant l’accent sur les levures et le Malte.

Idéal au quotidien elle sera parfaite à associer avec de la viande rouge.



L’authenticité de la bière Plaisance “**L’Original**” et son aisance à s'accorder avec tous les plats seront un argument de poids pour nous associer avec des restaurants.

Le Bikini, avec son décor époustouflant ainsi que leur réputation déjà bien établie en font les partenaires idéal pour renforcer notre notoriété.

“Plaisance exprime son authenticité à travers sa création L’Original. Une explosion d’originalité et simplicité. Enfin une bière qui a de la longueur en bouche !”

—Mélanny RODRIGUES

En effet associé la bière **Plaisance** à un décor aussi incroyable sera un très bon atout pour notre nouvelle image de marque.

Nous pourrons aisément alimenter nos réseaux sociaux de photos prises dans ce magnifique lieu.

Partenariat Le Bikini

Détails du Projet - Soirées "Steak & Bière"

Dans le cadre de cette collaboration stratégique, nous proposons d'organiser des soirées à thèmes exclusives, notamment la soirée "Steak & Bière". L'objectif est de créer une expérience gastronomique mémorable, permettant aux consommateurs de découvrir notre bière tout en renforçant notre présence sur le marché grand public.

Objectifs stratégiques



Promotion Auprès du Consommateur : Faire découvrir notre bière au grand public et accroître la notoriété de notre marque.



Démonstration de la Qualité : Montrer aux professionnels que notre produit est de haute qualité et digne d'une collaboration



Attirer les Professionnels : Inciter les professionnels à s'associer à nous pour des événements et la commercialisation de nos produits.



Partenariat Le Bikini

Steak & Bière

Introduction

Dans le cadre de notre stratégie de lancement sur le marché grand public, nous proposons un projet novateur de soirées à thèmes en partenariat avec le restaurant Le Bikini, un établissement emblématique au bord de l'eau, offrant une vue imprenable sur le phare du Cap-Ferret.

Cette collaboration stratégique a pour objectif de présenter notre bière artisanale au consommateur tout en renforçant notre notoriété.

Par la même occasion, cela servira de démonstration de la qualité de notre produit aux professionnels du secteur.



Pourquoi Le Bikini ?



Un Cadre Idyllique

Le restaurant Le Bikini, établi depuis 2005, offre un cadre idyllique au bord de l'eau, créant une atmosphère magique pour nos soirées à thèmes. La vue sur le Cap-Ferret et le coucher de soleil ajoute une touche unique à chaque expérience, fournissant un cadre mémorable pour présenter notre bière.

Pourquoi Le Bikini ?

Cuisine Raffinée

La carte gourmande du restaurant, mettant en avant des produits régionaux, se marie parfaitement avec la qualité et l'authenticité de nos bières artisanales. Cette collaboration promet une expérience culinaire exceptionnelle pour présenter notre bière au grand public.



Pourquoi Le Bikini ?



Une Atmosphère Branchée

Le style branché du lieu, associé à son atmosphère moderne et exotique, crée une ambiance idéale pour des soirées entre amis, alliant convivialité et élégance. Cela offre une opportunité exceptionnelle de séduire une clientèle diversifiée.

Pourquoi Le Bikini ?

Notoriété

Le Bikini, situé au bord de l'eau, face au phare du Cap Ferret, jouit d'une notoriété établie.

Notre partenariat bénéficiera de cette réputation, attirant une clientèle déjà fidèle à la qualité du restaurant.



Le Bikini

[Site Web](#)

[Itinéraire](#)

[Enregistrer](#)

[Appeler](#)

4,1 ★★★★★ 1 983 avis Google [i](#)

€€€ · Restaurant français

Restaurant avec vue sur la baie proposant plats raffinés de viande et fruits de mer, vin et cocktails.

Services disponibles: Réservation obligatoire ·

Dispose d'une terrasse · Propose un menu enfant

Emplacement : Plage des Arbousiers

Adresse : 18 All. des Arbousiers, 33120 Arcachon

Horaires : Ouvert · Ferme à 00:00 ▾

Téléphone : 05 56 83 91 36

[Suggérer une modification](#) ·

[Vous êtes le propriétaire de cet établissement ?](#)

Mockup Le Bikini

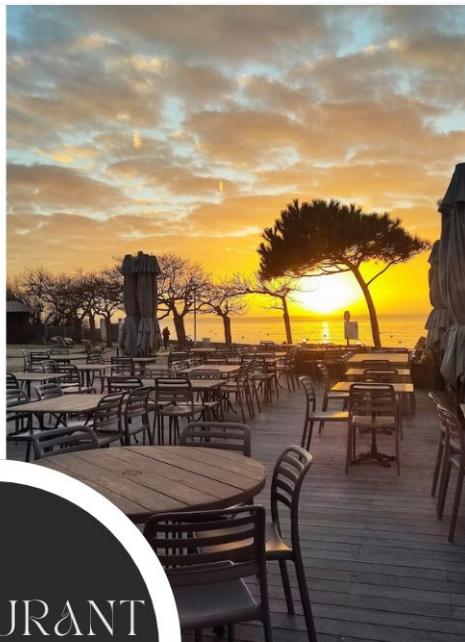


22 2153 212

Publi... Followers Suivis



lebikini
Le bikini Arcachon



RESTAURANT
Bikini

INSTAGRAM : @LEBIKINI

Communication



Steak & bière

Venez découvrir nos délicieux steaks cuit à la bière traditionnel

@biere_de_plaisance

Nous sommes ravis de vous annoncer notre collaboration avec le prestigieux restaurant Le Bikini au bord de l'eau 🌊🦪.

Date de l'événement : [Date]

Heure : [Heure]

Lieu : Le Bikini, [Adresse]

Au Programme :

- Dégustation de steaks cuits à la bière 🥩
- Découverte de notre bière artisanale "Dérive" 🍺
- Ambiance branchée et conviviale 🎉

Partagez votre expérience avec nous en utilisant #SteakEtBiere et #BiereAuBikini!

Réservez dès maintenant! Contactez Le Bikini pour plus d'informations et pour réserver votre place. Ne manquez pas cette opportunité de savourer, de siroter et de célébrer ensemble! 🌟

#CollaborationGourmande #BièresArtisanales #Dérive #LeBikini
#SoiréeGastronomique #CapFerret #SaveTheDate

Communication



Nous sommes ravis de vous annoncer notre collaboration avec le prestigieux restaurant Le Bikini au bord de l'eau 🌊LOBSTER.

17 July Date de l'événement : [Date]

Heure : [Heure]

Lieu : Le Bikini, [Adresse]

Au Programme :

- Dégustation de steaks cuits à la bière 🥩
- Découverte de notre bière artisanale "Dérive" 🍺
- Ambiance branchée et conviviale 🎉

Partagez votre expérience avec nous en utilisant #SteakEtBiere et #BiereAuBikini!

Réservez dès maintenant! Contactez Le Bikini pour plus d'informations et pour réserver votre place. Ne manquez pas cette opportunité de savourer, de siroter et de célébrer ensemble! 🌟

#CollaborationGourmande #BièresArtisanales #Dérive #LeBikini
#SoiréeGastronomique #CapFerret #SaveTheDate

Prospect partenariat

Vente B to B

Diego Plage

Situé en front de mer, le restaurant Diego Plage est un lieu convivial. Qui offre le cadre parfait pour déguster des bons plats dans une ambiance détendue.



Le restaurant propose tout au long de l'année des spécialités variées pour satisfaire toutes les exigences.

Diego Plage peut également accueillir diverses évènements professionnelles.

Repas de groupe, réception ou séminaire d'entreprise..

Le restaurant propose une salle panoramique modulable qui peut s'adapter aux demandes.



Vente B to B

La table du boucher

Depuis 10 ans, **la table du Boucher** associe cuisine traditionnelle et convivialité.

De grandes banquettes qui courrent le long de la salle, un bar d'époque, une viande française de qualité et ses "plats popote", du bon vin et de la chaleur sont les caractéristiques de cette brasserie Arcachonnaise connue de tous.



Vente B to B

Café de la plage

Ancré sur le front de mer, cela fait plus de 50 ans que le Café de la plage accueille les résidents et les visiteurs pour un café, un cocktail ou pour une assiette bien conduite et appétissante dont la fraîcheur garantie est un atout irréfutable. Confortablement installé sur la terrasse, le temps s'arrête et l'esprit se perd dans la contemplation du passage des bateaux...



Evénements

Evénements

Choix de partenariat

Nous aimerais élargir notre clientèle à d'important événements du Bassin d'Arcachon (festivals, concerts, etc...)

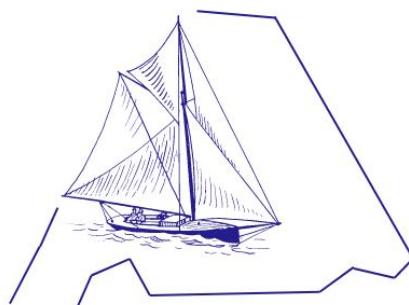
Cela serait un excellent moyen d'atteindre un nombre important de clients potentiels.

Nous pourrions par la suite fidéliser ses clients.

Notre objectif est de créer un partenariat sur le long terme avec ces événements. De cette façon les clients des festivals partenaires nous associeront avec ces évènements.

Nous avons donc recherché les différents événements sur le bassin d'Arcachon avec lesquels nous pourrions faire un partenariat.

PLAISANCE



BASSIN D'ARCACHON
FRANCE

Evénements

Arcachon Jazz Festival

Depuis maintenant 2 éditions, Arcachon accueille divers artistes de jazz pour créer le Arcachon Jazz Festival. Leurs partenaires sont Action Jazz et Association Jazz Hot Club.

Il est tous les ans représenté au Théâtre Olympia d'Arcachon.

Cet événement se déroule sur 3 jours accueillant un nombre très important de personnes.



Faire la publicité de notre bière à cet événement serait donc bénéfique pour nous, Car c'est un moment convivial et accueillant.

Cela peut donc diversifier le type de notre clientèle en leur faisant connaître notre bière.

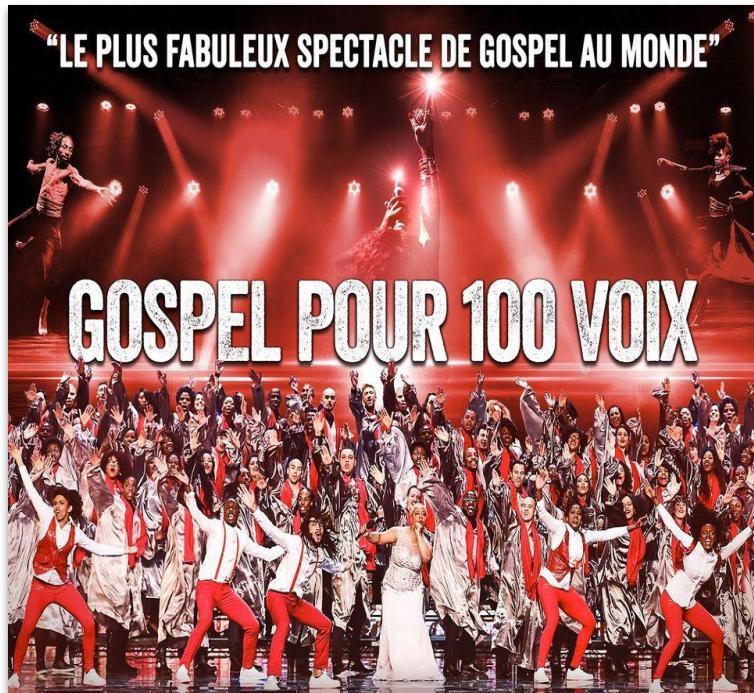


Evénements

Star of Gospel Marcheprime 2024

Star of Gospel sera organisé à Marcheprime le 9 février 2024. Le concept principal de cet événement est de réunir les chanteurs gospel les plus talentueux du monde.

Cette année ce sera au tour de Bridget Bazile de faire son show.. Originaire de la Nouvelle-Orléans, elle est l'une des icônes actuelles du chant gospel international.



La popularité des chanteurs présents à cet événement nous permettra de faire connaître notre bière dans le monde entier, et donc de toucher un public encore plus large.

Ce serait une action très bénéfique pour notre entreprise car en améliorant la popularité et notoriété de notre bière nous pourrions créer une exclusivité et une motivation pour y revenir !

Règles juridiques

Loi Evin
Conditions De Vente
Politique de confidentialité

Règles juridiques

Législation sur la consommation d'alcool : la Loi Evin

La loi du 10 janvier 1991, dite loi "EVIN" ne prohibe pas la publicité en faveur des boissons alcooliques mais l'encadre strictement. Elle est aujourd'hui réglementée par les articles L. 3323-2 à L. 3323-6 du Code de la santé publique.

La violation de ces dispositions est sanctionnée par des amendes pouvant atteindre jusqu'à 75 000 euros ou 50% du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale. Des peines complémentaires peuvent également être envisagées : cessation de la publicité, interdiction de vente de la boisson alcoolique qui a fait l'objet de l'opération illégale, etc.
Ainsi, la loi étant pénalement sanctionnée et d'interprétation très stricte par les juges, il convient de se poser les bonnes questions lorsque vous envisagez de réaliser une publicité contenant des boissons alcoolisées.

S'il s'agit bien d'un acte de publicité), les supports autorisés sont alors réglementés et les contenus doivent être conformes aux dispositions de la loi EVIN.

Acte de publicité :

Tout acte entrant dans la définition de « publicité » est soumis aux restrictions du dispositif EVIN. La publicité est encadrée qu'elle soit directe ou indirecte. De même, la propagande, forme de publicité ne désignant pas une marque mais un produit en général comme le vin ou l'alcool, est également réglementé.

Selon l'article L. 3323-3 du Code de la santé publique, « est considérée comme propagande ou publicité indirecte la propagande ou publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre qu'une boisson alcoolique qui, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une dénomination, d'une marque, d'un emblème publicitaire ou d'un autre signe distinctif, rappelle une boisson alcoolique ».

Règles juridiques

Support autorisé et contenus licites :

La publicité en faveur des boissons alcoolisées est interdite sur les supports qui s'imposent à tous tels que la télévision et le cinéma. Toute sponsorisation sportive est également interdite.

Les supports autorisés pour la publicité de boissons alcooliques sont listés. Y figurent notamment la presse écrite, à l'exception des publications destinées à la jeunesse ; la radio, dans des tranches horaires déterminées par décret, etc. Depuis 2009, la publicité est autorisée sur Internet à l'exception des sites principalement destinés à la jeunesse, ou dédiés au sport et/ou à l'activité physique.

Les réseaux sociaux Facebook, Instagram ou Twitter ne sont pas considérés comme principalement destinés à la jeunesse. La publicité de boissons alcoolisées y est donc autorisée. Toutefois, attention aux formats publicitaires employés qui doivent être identifiables comme publicités, ne doivent pas inciter à la consommation d'alcool et ne doivent pas être intrusifs (pop-up, bannières). Il convient donc de redoubler de vigilance et d'éviter tout propos ou visuel évocateur incitant à la consommation d'alcool ! Par ailleurs, toute publicité doit être assortie d'un message sanitaire "L'abus d'alcool est dangereux pour la santé".

Article L3323-2

Modifié par Loi n°2009-879 du 21 juillet 2009 - art. 97

La propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques dont la fabrication et la vente ne sont pas interdites sont autorisées exclusivement :

1. Dans la presse écrite à l'exclusion des publications destinées à la jeunesse, définies au premier alinéa de l'article 1er de la loi n°49-956 du 16 juillet 1949 sur les publications destinées à la jeunesse ;
2. Par voie de radiodiffusion sonore pour les catégories de radios et dans les tranches horaires déterminées par décret en Conseil d'Etat ;
3. Sous forme d'affiches et d'enseignes ; sous forme d'affichettes et d'objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, dans des conditions définies par décret en Conseil d'Etat ;
4. Sous forme d'envoi par les producteurs, les fabricants, les importateurs, les négociants, les concessionnaires ou les entrepositeurs, de messages, de circulaires commerciales, de catalogues
5. Par inscription sur les véhicules utilisés pour les opérations normales de livraison des boissons, dès lors que cette inscription ne comporte que la désignation des produits ainsi que le nom et l'adresse du fabricant, des agents ou dépositaires, à l'exclusion de toute autre indication ;

Règles juridiques

6. En faveur des fêtes et foires traditionnelles consacrées à des boissons alcooliques locales et à l'intérieur de celles-ci, dans des conditions définies par décret ;
 7. En faveur des musées, universités, confréries ou stages d'initiation œnologique à caractère traditionnel ainsi qu'en faveur de présentations et de dégustations, dans des conditions définies par décret ;
 8. Sous forme d'offre, à titre gratuit ou onéreux, d'objets strictement réservés à la consommation de boissons contenant de l'alcool, marqués à leurs noms, par les producteurs et les fabricants de ces boissons, à l'occasion de la vente directe de leurs produits aux consommateurs et aux distributeurs ou à l'occasion de la visite touristique des lieux de fabrication ;
 9. Sur **les services de communications en ligne à l'exclusion de ceux qui, par leur caractère, leur présentation ou leur objet, apparaissent comme principalement destinés à la jeunesse**, ainsi que ceux édités par des associations, sociétés et fédérations sportives ou des ligues professionnelles au sens du code du sport, sous réserve que la propagande ou la publicité ne soit ni intrusive ni interstitielle.
- Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité, directe ou indirecte, en faveur des boissons alcooliques.

Article L3323-4

Modifié par Loi n°2005-157 du 23 février 2005 - art. 21 () JORF 24 février 2005

Toute publicité en faveur de boissons alcooliques, à l'exception des circulaires commerciales destinées aux personnes agissant à titre professionnel ou faisant l'objet d'envois nominatifs ainsi que les affichettes, tarifs, menus ou objets à l'intérieur des lieux de vente à caractère spécialisé, doit être assortie d'un **message de caractère sanitaire précisant que l'abus d'alcool est dangereux pour la santé**.

Article L3323-5

Il est interdit de remettre, distribuer ou envoyer à des mineurs des prospectus, buvards, protège-cahiers ou objets quelconques nommant une boisson alcoolique, ou en vantant les mérites ou portant la marque ou le nom du fabricant d'une telle boisson.

Nous avons donc une pop-in présente dès l'accès du site pour que les visiteurs attestent de leur majorité et le texte obligatoire concernant la consommation d'alcool sera présente sur les supports de communication papier.

Règles juridiques

Politique de confidentialité

Ce site s'engage à protéger la confidentialité, la sécurité et l'exactitude des renseignements personnels recueillis, utilisés ou communiqués conformément à la législation européenne applicable.

La présente politique de protection de la confidentialité (conforme aux dispositions de la Loi RGPD en vigueur depuis juin 2018) constitue un énoncé des principes et des lignes directrices concernant la protection des renseignements personnels de nos clients/prospects.

Consentement

Sous réserve d'exigences légales et contractuelles, vous pouvez refuser ou retirer votre consentement à l'égard de certaines des fins déterminées en tout temps en communiquant avec l'administrateur via le formulaire de contact.

Le type de renseignements personnels recueillis :

Les types de renseignements personnels que nous pouvons recueillir auprès de vous dans le formulaire de contact peuvent comprendre ou comprennent : votre nom, votre adresse complète, votre numéro de téléphone, votre adresse de courrier électronique, le nom et les coordonnées de votre entreprise, votre fonction au sein de ladite entreprise, vos préférences de service, etc.

Communication de vos renseignements personnels :

Nous ne communiquons aucun renseignement vous concernant à des tiers.

Le contrôle de vos renseignements personnels :

La brasserie Gasconha souhaite que vous soyez en mesure de garder le contrôle sur la façon dont nous utilisons vos renseignements personnels. Vous avez toujours le choix de nous demander de ne pas utiliser vos nom, adresse, adresse de courrier électronique, etc. et de ne vous fournir que nos prestations dans le cadre strict de l'expression de vos besoins.

Mentions légales

Directeur de publication

La brasserie Dérive
1503 Av. du Parc des Expositions
33260 La Teste-de-Buch

RCS

N°Siren : 520 756 859 + NIC 00010

Code NAF : 1105Z

Email : contact@bière-de-plaisance.fr

Vous pouvez nous joindre par email en utilisant le formulaire « contact » présent sur ce site.

Hébergement

OVH
Roubaix – Tourcoing 424 761 419 00045
Code APE 6202A
N° TVA : FR 22 424 761 419
Siège social : 2 rue Kellermann – 59100 Roubaix – France

Conception et réalisation

DC-PRO-14 Agence BLOOM
Élèves de Digital Campus
Adresse: Campus Bassins à Flot, 20 Quai Lawton, 33300 Bordeaux
Téléphone: 05 56 12 81 86

Mentions légales

Protection des droits d'auteur

Conformément à la Loi n°57-298 du 11 mars 1957 sur la propriété littéraire et artistique, ce

site interdit toute reproduction et utilisation des photos, graphismes et textes qui sont publiés sur

le site www.gasconha.fr

Informatique et libertés

Le fichier des clients est déclaré à la CNIL conformément à la loi. Déclaration CNIL n°1437511

Contenu

Le contenu de ce site est fourni à titre informatif et ne saurait en aucun cas constituer une

quelconque incitation à des comportements à risque.

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé.

Ce site utilise des cookies (Analytics/Search Console/Facebook/Instagram). Vous reporter à

notre politique de confidentialité.

POLITIQUE CONFIDENTIALITÉ

Le stockage de vos renseignements personnels :

Vos renseignements personnels sont stockés dans un cloud sécurisé chez notre hébergeur. Pour consulter vos renseignements personnels, veuillez nous adresser un mail via le formulaire de contact.

La protection de vos renseignements personnels :

Nous déployons tous les efforts techniques (mais ne garantissons pas l'inviolabilité de nos bases de données à 100%) afin de prévenir la perte, l'utilisation malveillante et l'altération des renseignements personnels sous notre contrôle. Nos politiques de sécurité sont passées en revue périodiquement et améliorées au besoin dans le soucis de notre politique de cybersécurité.

- Cookies

Lorsqu'un individu accède au site web www.gasconha.fr, il se peut que nous utilisions un dispositif du navigateur appelé un « témoin » (cookie) afin de recueillir de l'information comme le type de navigateur Internet, le système d'exploitation que le visiteur utilise, le nom de domaine des sites web d'où vient le visiteur, la date et la durée de la visite, le nombre de visites, le temps passé en moyenne sur nos sites web, les pages consultées... Le cookie utilisé sera celui de Google Analytics.

Nous ne connaîtrons pas l'identité des visiteurs. Les visiteurs peuvent réinitialiser leur navigateur afin d'être avisés dès qu'ils reçoivent un avis de cookie ou de refuser le(s) cookie(s). Cependant, lorsqu'un visiteur refuse les cookies, il se peut qu'il soit dans l'impossibilité d'utiliser certains des dispositifs offerts dans notre site web.

- Recherches

Pour votre commodité, des fonctions de recherche sont fournies sur notre site Web. Nous conservons des journaux dans lesquels sont consignés les termes recherchés afin d'en apprendre davantage sur le genre d'information que nos visiteurs recherchent et pouvoir améliorer nos services. Ces données recueillies ne comportent aucune information personnelle.

Devis

DEVIS

Description des tâches ou prestations	Quantité en jours	Tarif homme/jour	Total HT
Gestion et pilotage de projet, relation équipe et reporting client, rédaction du cahier des charges	6,50	300€	1950€
Charte graphique : colorimétrie, illustrations, univers graphique	3,00	300€	900€
Création site : arborescence, wireframes, webdesign, prototypage, responsive	7,75	300€	2325€
Stratégie Webmarketing : SEO & SMO; charte éditoriale et planning éditorial	5,00	300€	1500€
Conformité RGPD - Mentions Légales / Politique de confidentialité / Préconisations loi Evin et accessibilité	0,75	300€	225€
Recommandations techniques et fonctionnelles pour développement futur	5,75	300€	1800€
Recommandations d'optimisation avant mise en ligne. SEO, GOOGLE ANALYTICS, SEARCH CONSOLE. Stratégie de refonte, robot.txt, sitemap, htaccess	3,00	300€	300€
		TOTAL HT	9000 €
		TVA 20%	1800 €
		TOTAL TTC	10 800 €

Mode de paiement :

virement ou chèque bancaire à l'ordre de l'Agence BLOOM.

Bon pour accord le :

Signature :

