

# Annexes



# Sommaire

Annexe 1  
Page 3

Annexe 2  
Page 4

Annexe 3  
Page 5

Annexe 4  
Page 6

Annexe 5  
Page 8

01

02

03

04

05

# annexe 1

## Affiches

Monument disparu



Strasbourg - Église Saint-Paul

Dans un premier temps, les deux affiches mettent en valeur l'idée de l'indispensabilité de la cancoillotte "Le Francomtois" dans vos plats. On y voit la disparition des symboles de la ville de Nancy ainsi que de la ville de Strasbourg. Ce sont des affiches avec la disparition de monuments emblématiques.



Nancy - Place Stanislas

# annexe 2



Mulhouse - Maison sans couleurs



Troyes - Maison sans colombages

## Affiches

Emblème disparu

On peut ensuite y voir la disparition de symboles forts qui représentent le Grand-Est afin de toujours appuyer sur l'idée de l'indispensabilité du Francomtois dans les plats. On y voit la disparition des colombages à Troyes et des couleurs de façade disparue à Mulhouse.

# Collaborations

## annexe 3



LeFrancomtois X Matthias Marc



Sachet sandwich  
personalisé

Plusieurs collaborations disponibles, comme Matthias Marc, avec l'affiche de droite. Et Salade Toto Oignon, influenceur spécialisé dans les recettes simples et peu coûteuses



Salade Toto Oignon X Le Francomtois

# annexe 4

## Publications sur les reseaux

6

Afin de mettre votre clientèle au courant, des posts pour les réseaux ainsi que des storys ont été imaginés pour la campagne d'activation mais aussi pour promouvoir le slogan du Le Francomtois imaginé par notre agence.

Idée recette



Recette de pâtes avec de la concoillotte



Recette de croque-monsieur avec de la concoillotte

Post story pour le jeux concours organisé par le Francomtois



Gagnez une journée au restaurant Lumière avec le chef qui a concocté le sandwich à la cancoillotte, **Matthias Marc**.



Post réseau social avec l'annonce du partenariat avec la célèbre franchise la mie câline



Venez découvrir les nouveaux sandwichs à la cancoillotte en édition limitée, réalisé par le chef **Matthias Marc** dans les magasins de la **Mie Câline** !



la mie **CÂLINE**, c'est :

- Chaîne de boulangeries pâtisseries
- Fondée en 1985 en France
- Variété de produits de boulangerie, pâtisseries, sandwichs
- l'une des meilleures franchises dans son domaine en France
- Ambiance conviviale



De quoi est composé le sandwich ?



N'hésitez pas à donner votre avis sur nos différents réseaux sociaux.

 @lamiecaline  
@matthias.marx

 @lamiecaline  
@matthiasmarx

# annexe 5

Deux mascottes courant dans les grandes villes de la région Grand - Est



pour finalement finir leur course devant la boulangerie « La mie Caline »

## Les Mascottes

En attendant les déguisements personnalisés, nous avons utilisé une intelligence artificielle pour mieux représenter notre idée.

# Recommandations

## Plus présent sur les réseaux

- *Créer un compte TikTok*
- *Certifier le compte Instagram*
- *Et créer un compte propre à Le Francomtois*

# Diagnostic interne

Forces	Faiblesses
<p><b>Large gamme de produits proposée par la marque "Le Francomtois".</b>  <small>La marque, le Francomtois est une marque avec une large gamme de produits.</small></p>	<p><b>Une visibilité limitée...</b>  <small>La marque de cancoillottes "Le Francomtois" est une marque qui pour le moment manque de visibilité à l'échelle nationale car elle a été présentée comme spécialité régionale. (Grâce au graphique fourni, on constate que la marque est belle et bien consommée à 90% dans l'Est et le Centre Est de la France).</small></p>
<p><b>Mise en valeur de la gamme "Le Francomtois" avec la proposition de recettes faites maison</b>  <small>La fromagerie Milleret propose pour la marque "Le Francomtois" des recettes faites maison à ses consommateurs. ...</small></p>	<p><b>Cancoillotte = Franche-Comté</b>  <small>La marque Le Francomtois, par son nom, va exclure de manière intentionnelle ou non les autres régions françaises. Ce qui limite son expansion sur le plan national. (10% des consommateurs sont hors de la région de l'Est de la France).</small></p>
<p><b>Qualité de fromage certifiée</b>  <small>Le zéro lactose, le sans polyphosphate ou encore la promotion du décochage du produit IGP (Indication Géographique Protégée).</small></p>	
<p><b>Positionnement sur le marché clair, héritage régionale forts</b></p>	
<p><b>Mise en valeur de l'implication des producteurs locaux</b></p>	

# Diagnostic externe

Opportunités	Menaces
<p style="text-align: center;"><b>Jouer sur son identité</b></p> <p style="text-align: center;">Le produit a une forte identité et grâce à elle, il peut se créer une forte identité dans le marché du fromage et donc attirer les personnes qui adorent l'authenticité.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Concurrence accrue</b></p> <p style="text-align: center;">La concurrence sur le marché des fromages peut affecter la part de marché de "Le Franc-comtois". La marque est encore derrière certaines grandes marques comme "Président" ou bien encore "La Belle Étoile".</p>
<p style="text-align: center;"><b>Les réseaux d'aujourd'hui</b></p> <p style="text-align: center;">La gamme de produit "Le Franc-comtois", peut utiliser les médias sociaux et le marketing en ligne pour augmenter la visibilité de la marque.</p>	<p style="text-align: center;"><b>L'Inflation</b></p> <p style="text-align: center;">La situation économique laisse présager rien de bon pour toutes les entreprises de matières premières. Le prix du lait risque de fortement augmenter, d'influencer le prix et donc la clientèle.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Expansion Nationale</b></p> <p style="text-align: center;">Avec une bonne stratégie, le Franc-comtois peut essayer de s'étendre au niveau national afin de pouvoir toucher une large gamme de clients.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Les tendances alimentaires</b></p> <p style="text-align: center;">Les tendances alimentaires peuvent changer en fonction des tendances sociétales. Par exemple, beaucoup de plats ou de régimes peuvent être en tendances grâce aux réseaux ce qui peut influencer la façon de manger de certaines générations, on peut citer le fast-food ou encore la mode healthy.</p>

# Rétroplanning

 a lieu durant toute l'activation

A	B	C	D	E
Tâches à faire	Semaine 1 : 2-8 Septembre	Semaine 2 : 9-15 Septembre	Semaine 3 : 16-22 Septembre	Semaine 4 : 23-29 Septembre
Les réseaux sociaux	Présentation du partenariat boulangerie	Vidéo TikTok et Story, post instagram	Vidéo TikTok et Story, post instagram	Vidéo TikTok et Story, post instagram
Partenariat boulangerie				
Recettes cuisinier	2 vidéos par semaine	2 vidéos par semaine	2 vidéos par semaine	2 vidéos par semaine
Courses dans les rues	2 villes par semaine : Dijon et Chaumont	2 villes par semaine : Nancy et Epinal	2 villes par semaine : Metz et Strasbourg	2 villes par semaine : Colmar et Mulhouse
Affiches dans les rues				
Jeux concours				Dernière semaine

# Le Francomtois

