

Annexes

Tabl'O - Et si ce n'était pas une légende...

Agence NEXUS

Lou **BONTEMPS**
Laurine **FLEUREY**
Clément **SCHOFFEN**
Héloïse **VRAY**
Elisa **COUSIN**
Belaloy **MOUKOKO**



SOMMAIRE

1 Page 1
SWOT

2 Pages 2 à 3
Activation

3 Page 4
Spot publicitaire

4 Page 5
Réseaux sociaux

5 Pages 6 à 8
Rétroplanning & budget

SWOT

Annexe 1

| Forces | Faiblesses | Opportunités | Menaces |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - Mise en vente dans les magasins du leader français GSS (Truffaut) - Marque haut de gamme - Internationalisation rapide et importante - Multiples techniques de cuissons - Experts qualités en interne - Marque commercialisée dans plus de 80 pays - Usage privé ou professionnel - Revendeurs généralistes - Produit: Facilité d'utilisation "par rapport à un barbecue" - OFYR est souvent salué pour ses designs créatifs et ses produits esthétiquement attrayants. | <ul style="list-style-type: none"> - Faibles ventes de son nouveau produit lors de son lancement en 2011 <p>Ventes du produit "TABL'O" freinée par l'image de marque prestigieuse jugée comme chère et haut de gamme.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Prix élevé : Les produits OFYR peuvent être relativement coûteux par rapport à d'autres options sur le marché, ce qui peut limiter leur accessibilité à un certain segment de consommateurs | <ul style="list-style-type: none"> - Healthy : la cuisine saine a fait sa place dans les habitudes alimentaires, les gens font attention à leurs repas. La cuisine à la plancha nécessite peu d'huile. | <ul style="list-style-type: none"> - Covid en 2021, confinement, limitant les rassemblements entre amis. - Concurrence Intense : Le marché des grils et des produits de cuisson en plein air est compétitif, avec de |

1

Activation



Annexes 2



Annexes 3

2

Annexes 4



Feedback

Annexe 5



3

Annexe 6



4

Spot publicitaire

Annexe 7



Annexe 8



Annexe 9



Annexe10



Rétroplanning & Budget

46

Annexe 11

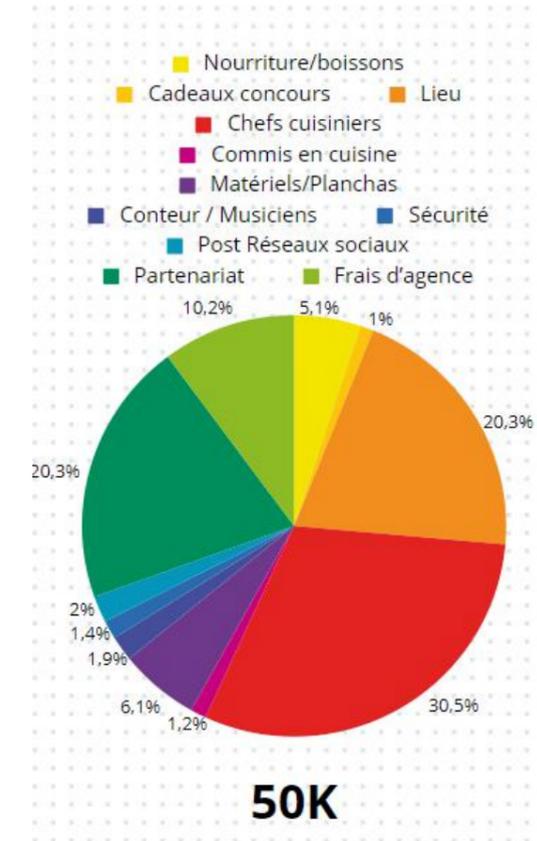
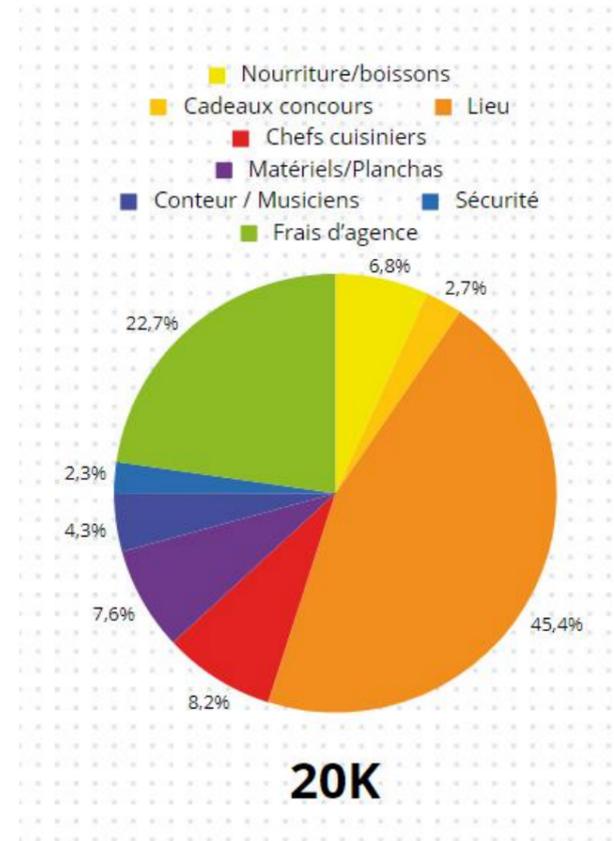
Rétroplanning

| | Novembre | Décembre | Janvier | Février |
|---|---|----------------------|---|---|
| Lieu | Jusqu'à fin octobre : avoir l'autorisation de faire une activité dans une zone passante de la station de Ski de Risoul (restaurant ou place) | | | Confirmation que le lieu est toujours bon |
| Autorisation du feu | Accord de la mairie de la station de Ski de Risoul pour faire un feu encadré | | | Rappel et confirmation |
| Chefs cuisiniers | | Contacteur les chefs | | Confirmation et leur donner des précisions sur le déroulement de la journée |
| Sécurité | | | Contacteur la sécurité | Confirmation |
| Intervenants | | | Trouver les intervenants | Confirmation |
| Musiciens locaux | | | Contacteur les musiciens | Confirmation |
| Vidéo (RS) (2ème vidéo pour les 90K) | | | Tournage de la vidéo de 20sec | Fin du montage de la vidéo de 20sec |
| Communication sur l'activation / les RS | | | | Teasing |
| Posts Réseaux sociaux | | | Création | Création |
| Partenariat post | | | | Contacteur et proposer le partenariat |
| Nourriture/boisson | | | Faire la liste de tous les aliments nécessaire et la quantité | Faire la liste de tous les aliments nécessaire et la quantité |
| Cadeaux concours | | | | Préparer les cadeaux pour le concours atelier culinaire / Finaliser fin janvier |
| Matériel | | | Lister le matériel dont on à besoin | Amener le matériel sur place la veille |
| Légendes | | | Trouver des légendes | Finaliser les légendes |

| | 01/03/2025 | 02/03/2025 | Mars | Avril | Mai |
|---|--|------------|-----------------------------|---|-----------------------------|
| Démonstration culinaire des chefs | Envoie des remerciements | | | | |
| Accueil de la sécurité | Envoie des remerciements | | | | |
| Accueil des intervenants en soirée durée 2H00 | Envoie des remerciements | | | | |
| Accueil et prestation des musiciens | Envoie des remerciements | | | | |
| Tournage d'une nouvelle vidéo (pour les 90K) filmant la soirée | Sortie de la vidéo | | | Fin de montage et sortie de la vidéo (90K) sur les RS : retour sur l'évènement | |
| Tout au long de la journée | Retour sur la journée | | | | |
| Publication d'un post sur Facebook et Instagram | Storys sur Insta et Facebook | | Autres posts de l'évènement | Publication des posts sur les réseaux sociaux des chefs | Autres posts de l'évènement |
| Préparation de tout les aliments. Dégustation lors de la démonstration culinaire/ lors du banquet/ lors du feu de camps | Envoyer les posts pour avoir une confirmation | | | | |
| | Si reste, donation à une association | | | | |
| Distribution des récompenses | | | Repost les hashtag | Tirage au sort sur les RS | |
| Partage des légendes autour du feu | Retour du matériel | | | | |
| | Retour sur les différentes légendes sur les RS | | | | |

7

Budget Annexe 12



8

