

La **Bordeaux attitude** c'est la capacité d'associer le vin de Bordeaux à des plats du monde entier.

Notre stratégie digitale se base sur trois phases de travail lissées sur **1 an** et permettra d'atteindre et de fidéliser le consommateur à cette campagne.

1

2 mois

PHASE DE LANCEMENT

- **Capter l'audience** : vidéos micro-trottoir
- **Diffuser la marque / le concept** : communication réseaux sociaux
- **Inciter à la fidélisation** : posts d'ambassadeurs

2

10 mois

PHASE DE VIE

- **Perpétuer le divertissement de l'audience** : vidéos micro-trottoir
- **Perpétuer la diffusion de la marque** : communication réseaux sociaux
- **Étendre le concept** : events
- **Atteindre un public plus vaste** : spots audio

3

4 mois

PHASE ÉVÈNEMENTIELLE

- **Redécouverte du projet et renforcement du message** : création de contenu évènementiel
- Diffusion de la campagne de façon intra et extra-évènementielle

OBJECTIFS

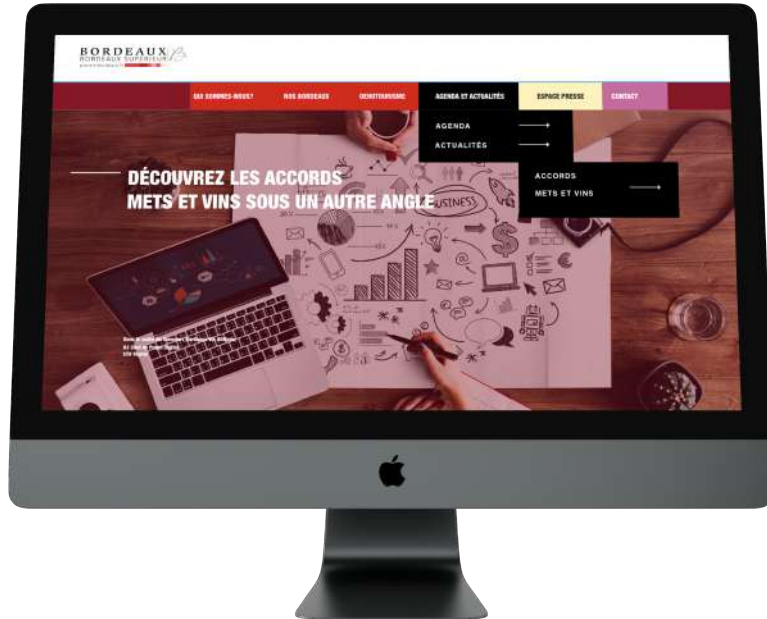
Démontrer que les vins Bordeaux et Bordeaux supérieur subliment la gastronomie du monde entier avec aisance à travers des propositions divertissantes et enrichissantes.

Cette campagne incite à la curiosité du consommateur et au mimétisme en reproduisant les associations vin / cuisine du monde présentées ici.



CAMPAGNE INSTITUTIONNELLE

BUDGET : 1500€



On pourra retrouver la campagne dans le menu "Actualités".

Cette section comportera entre autre les informations relatives à nos jeux concours, les communiqués de presses et aura pour fonction de booster le référencement naturel (SEO) et assimiler la campagne à Planète Bordeaux.

BORDEAUX SUPERIEUR

LES SOMMES-NOUVEAU DES BORDEAUX IDENTIFICATION AGENDA ET ACTUALITES ESPACE PRESSE CONTACT

AGENDA ACTUALITES ACCORDS METS ET VINS

DÉCOUVREZ LES ACCORDS METS ET VINS SOUS UN AUTRE ANGLE

Accueil/Actualités/Campagne digitale

« La Bordeaux attitude c'est la capacité d'associer le vin de Bordeaux à des plats du monde entier. »

OBJECTIFS

Prouver que les vins Bordeaux et Bordeaux Supérieur subliment la gastronomie du monde entier avec aisance à travers des propositions divertissantes et enrichissantes.

Cette campagne incite à la curiosité du consommateur et au mandalisme en reproduisant les associations vin / cuisine du monde présentées ici.

MICRO-TROTTOIR

BORDEAUX SUPERIEUR

ABOUT US FOLLOW US NEWSLETTER

Terms of Use Cookies Contact

Facebook Twitter Instagram Pinterest

WIN GLOSSARY Find out the definitions for all the "Important Wine Terms" and "Wine Spreads" >>>



VIDÉOS MICRO-TROTTOIR

BUDGET : • 4500€ (3 spots vidéo)
• 2500€ : diffusion (Pub
Youtube + Diffusion TV7)

Cette vidéo sera déclinée en plusieurs associations vin/cuisine du monde.
(sushi, pâtes italiennes, grillades argentines,...)



INTERVIEW REPÉRAGE

Notre équipe interroge un passant au hasard dans un lieu typique de Bordeaux.

Question :
"Aimez-vous associer de bons vins à vos repas ?"
Si oui...

DÉCORATION SURPRISE

"Nous aussi ! Et on va vous démontrer que les vins d'appellation Bordelaise relèvent le goût de toutes les cuisines du monde."

Mise en place d'une ambiance bordelaise autour de l'interrogé.

PRÉSENTA- TION DU VIN

Découverte du vin mis à l'honneur. Le présentateur valorise les qualités gustatives de la bouteille choisie. Il offre au passant atablé des conseils pour mieux apprécier sa dégustation (aspect de la robe, etc).

DÉGUSTATION

Puis un chef bordelais vient présenter une composition gastronomique qui s'allie parfaitement avec la bouteille choisie. La combinaison est finement détaillée par le chef et le présentateur.

L'AVIS DU PASSANT

Même sans être connaisseur, le passant approuve la qualité du moment qu'il vient de passer et met en valeur les découvertes que lui ont apporté cette expérience.



COMMUNICATION



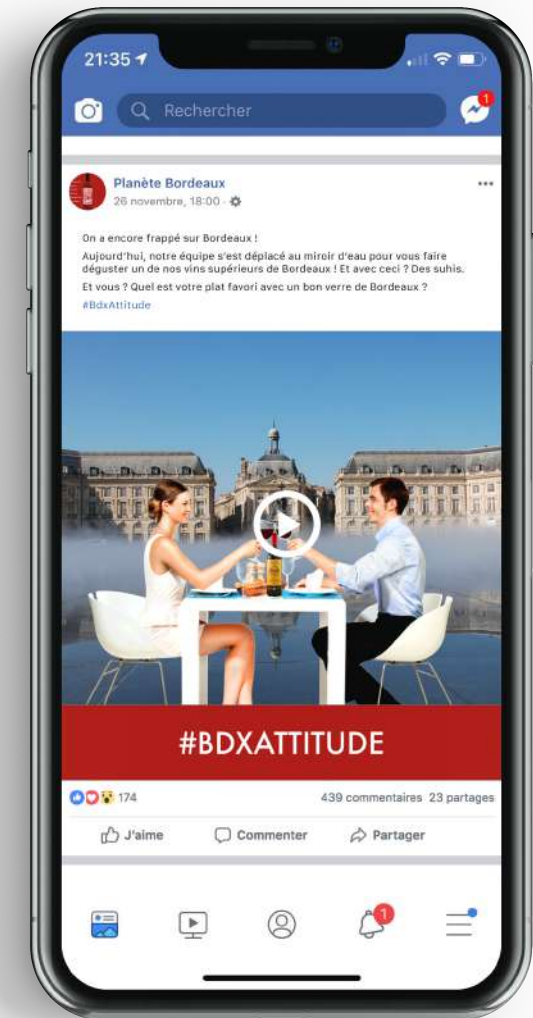
Des spots audios seront aussi diffusés à la radio sur les fréquences du Sud-Ouest. Le but de ces spots sera de proposer des accords mets et vins tout en montrant la diversité culturelle des plats.



« **Mi, las quesadillas je les mange avec un bon Bordeaux** »

« **Un verre de Bordeaux, et des pasta à la bolognaise, cosa dire, Bravissimo !** »

BUDGET : • 3200€ (4 spots audio)
• 3000€ : diffusion (couverture complète Spotify + Deezer + radio locales)



Publications Facebook



CAMPAGNE DES AMBASSADEURS

BUDGET : 4500€
(3 campagnes)

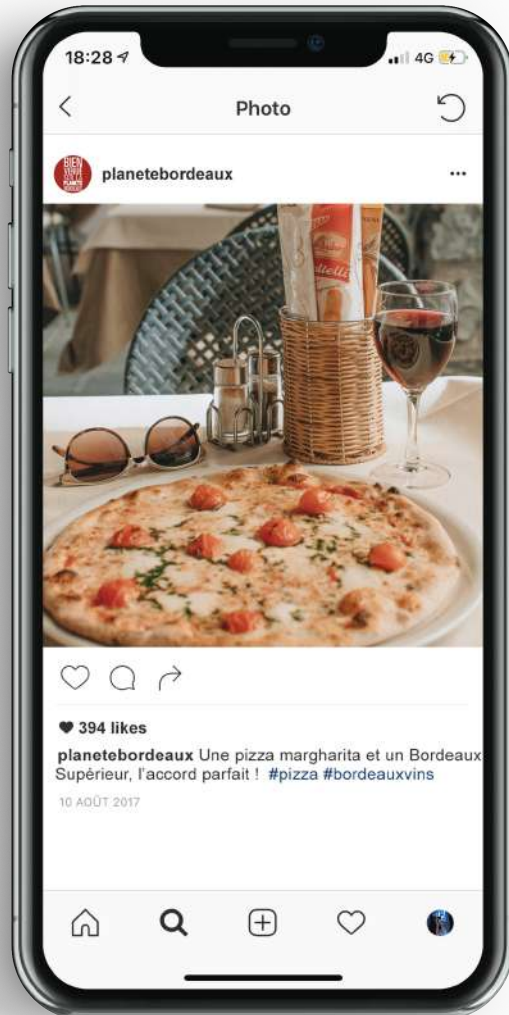
Pour fidéliser le consommateur, nous voulons mettre en place une campagne d'ambassadeurs mettant en scène des chefs de la région. Leurs recommandations sur les accords mets et vins inciteront le consommateur à choisir les vins de Bordeaux pour les associer à leurs plats au restaurant ou même en livraison.





RELANCE DU PROJET

BUDGET : 6000€
(création de 12 contenus)



Tout au long de la phase de vie, nous nous appuierons sur les réseaux sociaux (notamment Instagram) pour continuer à diffuser du contenu sur les associations des vins de Bordeaux et Bordeaux supérieur avec des plats du monde entier. En utilisant des hashtags assez généralistes nous obtiendrons une plus grande portée pour la campagne.





DÉGUSTATION

BUDGET : • 3000€ (3 évènements)
• 500€ : mise en place
du décor

Afin de diffuser le concept auprès d'un maximum de publics, l'idée serait de reproduire l'expérience mise en place pour le micro-trottoir avec le même set-up que celui des tournages sur vos stands professionnels lors des événements tels que VinExpo, la Fête du Fleuve, la Fête du Vin. Pour limiter les frais de traiteur, nous préconisons la mise en place d'une formule "bouchées et vins".



SYNTHÈSE DU BUDGET

Campagne institutionnelle	1500 €
Campagne vidéo (3 spots vidéo)	4500 €
Diffusion de la vidéo (Pub Youtube + Diffusion TV7)	2500 €
Spot audio (4 spots audio)	3200 €
Diffusion des spots audio (couverture complète Spotify + Deezer + radio locales)	3000 €
Campagne ambassadeur (3 campagnes)	4500 €
Création de contenu (12 contenus)	6000 €
Evènement (3 events)	3000 €
Mise en place de décor	500 €
Total	28700 €



EXEMPLE SPOTS AUDIOS



SpotAudio.mp3
415 kB MP3



0:00 / 0:10





EXEMPLE AFFICHE PUB

Voici un exemple d'affichage publicitaire à déployer sur différents supports : abris-bus, panneaux d'affichages dédiés en centre-ville de Bordeaux,...

La déclinaison de la campagne digitale en affichage publicitaire permet de l'ancrer visuellement chez le consommateur. Ainsi, il peut associer l'image du vin au Bordeaux et être plus sensible et réceptif à la campagne digitale.

