

Projet de coopérative

Plan de Communication

Stratégie de communication

Présenté par Noa Douine, Quentin Garnier et Reda Aissa





Introduction

Un projet de création de supermarché solidaire basé à Sézanne.

Son but est de mettre en avant les produits locaux avec la volonté de rémunérer les agriculteurs à leur juste prix, de toucher une clientèle/bénévoles et des financeurs susceptibles d'adhérer à ce projet de création.

Notre proposition

Le nom et le logo



Le slogan

Cultivons l'avenir ensemble,
autrement

Le lieu



Rue du Petit Étang, 51120 Sézanne



Cibles

Voici les cibles que nous souhaitons viser par ce supermarché coopératif :

1. Agriculteurs et clients/bénévoles locaux (cibles principales)
2. Financeurs et médias (cibles secondaires)

Recherche de financement

ÉTAPE 1

Financement via l'entourage + aides régionales /national

Obtenir des certifications pour le commerce équitable



ÉTAPE 2

Financement participatif (Ulule, KissKissBankBank, etc)

*Nécessite une communication déjà élaborée.

ÉTAPE 3

Élus locaux (Maire, conseil général, etc)

Utiliser les étapes précédentes pour convaincre les élus locaux



Recherche de financement

Aides de l'entourage + régionales /national

- Aides de votre entourage
- Certifications
- Aides en lien avec l'agriculture et le commerce (Équitable, éco-responsable)



Financement participatif (Ulule, KissKissBankBank, etc) :

- Paliers de financement
- Récompense selon le montant donné (Journée découverte à la ferme, bon de réduction, panier offert etc)

*Nécessite une communication déjà élaborée.

Élus locaux (Maire, conseil général, etc.) :

- Financement sur court ou long terme
- Mise en avant de l'élu dans la presse locale
- Utilisation du financement participatif



Stratégie pour l'inauguration

Quels buts à cette inauguration :

- Présenter Coop 51 et les locaux ;
- Mettre en avant les agriculteurs et clients/bénévoles, pièces maîtresses du projet

Comment se déroulera cet évènement ?

- Discours du président de Coop 51 et celui d'un ou plusieurs élus avec coupé du ruban en amont ;
- Découverte du supermarché et de son environnement ;
- Champagne, petits fours.



Stratégie pour l'inauguration

Dans le cadre de cette inauguration, nous inviterons :

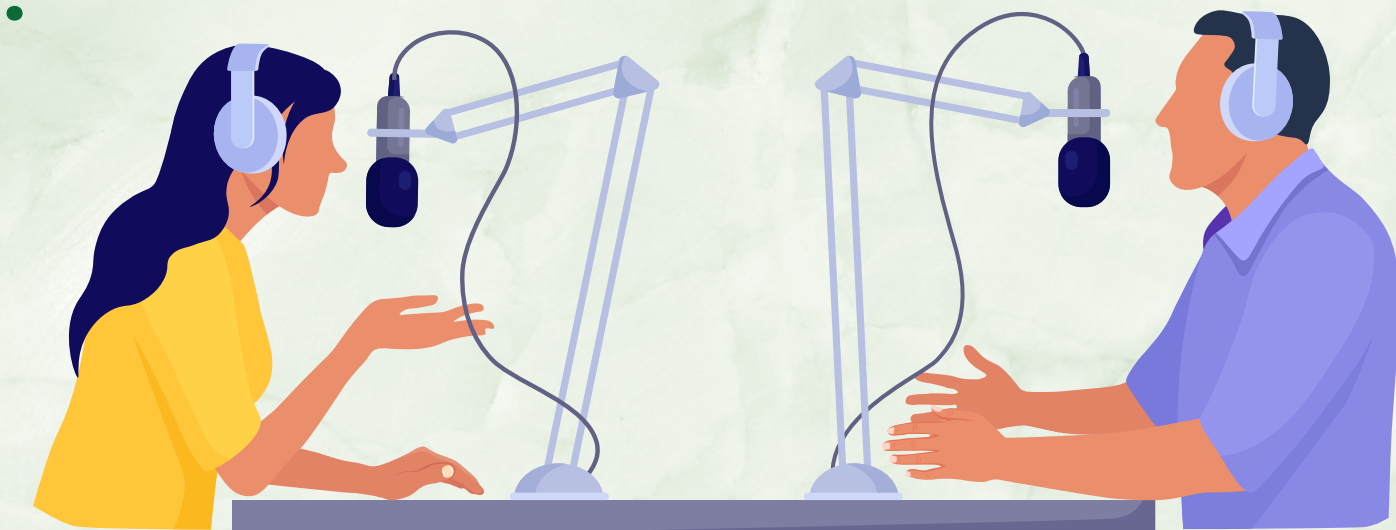
- Les agriculteurs ;
- Les clients et bénévoles ;
- Les donateurs ;
- Les habitants de Sézanne ;
- La presse locale ;
- Le maire de Sézanne et son conseil municipal ;
- Le Président de la CC Sézanne Sud-Ouest Marnais ;
- Le Président du département de la Marne ;
- Le Président de la Région Grand-Est.



ON AIR

Comment ferons-nous la promotion de la cérémonie ?

- Réseaux sociaux (groupes, page) ;
- Affiches ;
- Passages presse.



Support de communication

Passage radio

Mots clés :

- "Ensemble et autrement"
- "Respect de l'agriculture"
- "Un avenir pour nos enfants"

Cibles : Agriculteurs et futurs clients/bénévoles.



Stratégie pour la pérennisation

Comment durer dans le temps après l'inauguration ?

- Fidélisation des bénévoles et des agriculteurs
- Création d'une communauté
- Atteindre des partenaires

Comment mettre en place cela ?

- Réseaux sociaux
- Affiches publicitaires
- Panneaux publicitaires (long terme)
- Un site
- Longue traîne



Réseaux sociaux

Facebook



Instagram



Linkedin



Affiches/Panneaux publicitaires

Affiches



Panneaux





SEA (Search Engine Advertising)



Exemple de mots clés :

- Commerce coopératif Sézanne
- Supermarché solidaire Sézanne
- Magasin équitable Sézanne

Supports de communication

Post Facebook

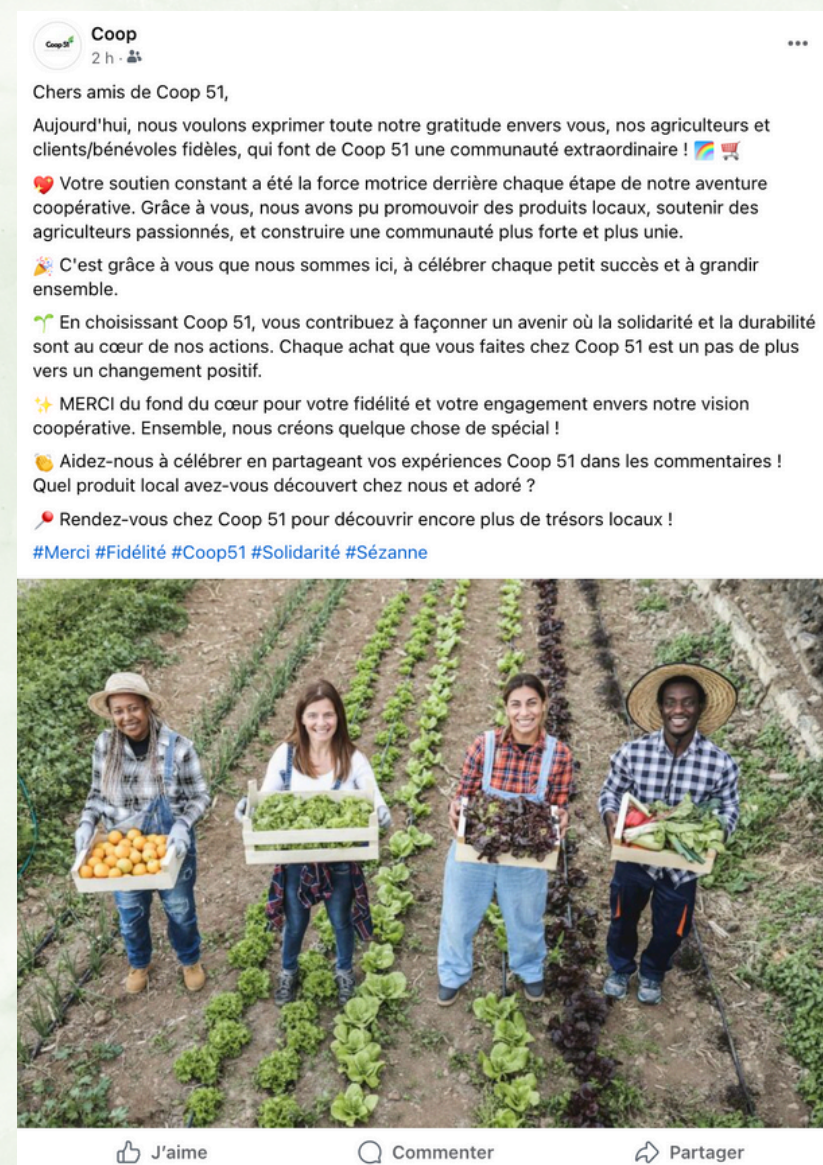


Affiche publicitaire



Supports de communication

Post Facebook



Éléments mis en avant :

- Des photos illustrant l'effort partagé
- Un ton oratoire
- Mettre sur le même pied les problématiques agriculteurs/clients (Sentiment d'appartenance)
- Des émojis pour l'aspect chaleureux
- Des hashtags

Cibles : Agriculteurs et les futurs clients bénévoles.

Supports de communication

Affiche publicitaire

Éléments mis en avant :

- Des photos illustrant la problématique abordée
- Mettre en avant pourquoi les gens iraient chez vous ainsi que nos valeurs
- Utilisation des affiches (à papier recyclé) avec une volonté de respecter l'environnement

Cibles : Agriculteurs et les futurs clients bénévoles.



Scénario sur une cible identifiée

Succès : Agriculteur



**Jean
52 ans**

Scénario sur une cible identifiée

Échec potentiel : Bénévole



Louis
29 ans

MERCI DE VOTRE ÉCOUTE !