



Association « Un Nouveau Monde »

BRIEF

PRESENTATION DE L'ANNONCEUR

L'association « Un nouveau monde » est née en 2017, de la passion de cinq amis, passionnés d'Histoire : Bertrand Bailleul, Dominique Gillier, Didier De Bonvouloir, Gilles Mathis et Pierre De Poncins.

Au travers de cette association, ils ont voulu valoriser le XVIIIème siècle, une période riche mais méconnue dans la région où la communication historique et l'animation du tourisme sont essentiellement dominées par le médiéval et le débarquement de 1944. Un Nouveau Monde fait donc revivre ce siècle, dans le Bessin, à travers différentes activités tout au long de l'année dont une des dernières manifestations en date portait sur l'Hermione à l'occasion de son passage sur les côtes normandes.

L'incontournable de l'association est la Reconstitution Historique du Camp de Vaussieux. La première édition, qui s'est déroulée en 2018, a été un grand succès. Manœuvres militaires, spectacles équestres, musique d'époque, film en plein air... De multiples activités auxquelles 4 000 visiteurs ont pris part. Ils ont pu découvrir la vie de ce camp militaire qui a, d'une certaine manière, contribué à l'indépendance des Etats Unis.

L'édition 2019 a accueilli quelque 6 000 nouveaux visiteurs, ce qui marque encore le succès de cette manifestation. A ce jour (3 juillet 2020), l'édition 2020 reste encore soumise à autorisation.

CONTEXTE DE L'ANNONCEUR

Les responsables de l'Association estiment être arrivés à la limite des actions susceptibles d'être menées par des bénévoles. L'intervention de professionnels, notamment dans le domaine de la communication, devient indispensable, voire essentielle à la pérennité de cet événement.

Au cours de l'année scolaire 2019/2020, un cahier de recommandations a été élaboré par des étudiants de deuxième année de BTS Communication. Ce dossier devra être pris en compte, mais de nouvelles propositions sont attendues, en fonction des nouveaux objectifs de l'annonceur.

En effet, au-delà de l'événement majeur que représente la Reconstitution Historique du Camp de Vaussieux, l'Annonceur souhaite désormais développer sa notoriété et communiquer sur l'ensemble de ses activités. En outre, un dossier « Label Qualité Tourisme » est en cours

d'élaboration en vue d'une certification en 2021. La stratégie de communication et les outils à mettre en œuvre devront intégrer cette démarche.

La problématique qui se pose donc aujourd'hui à l'Association est :

« Comment accroître la notoriété de l'Association et améliorer la cohérence de ses outils de communication ? »

OBJECTIFS DE L'ANNONCEUR

- Effectuer un diagnostic interne et externe de l'annonceur et de l'événement du Camp de Vaussieux. Le diagnostic externe devra notamment intégrer les résultats d'un benchmarking de la communication développée lors d'événements similaires ;
- A partir de l'ensemble des actions menées par l'annonceur, réaliser un bilan des outils de communication utilisés et proposer une stratégie plus cohérente, comprenant des supports de communication choisis et justifiés par des indicateurs d'audience pertinents ;
- Proposer une nouvelle identité visuelle ;
- Présenter des outils de communication :
 - Dans le cadre de l'Atelier du Costume
 - Dans le cadre d'ateliers à développer en classes de primaire et de collège ;
- Préparer des outils de mesure de la satisfaction qui soient pertinents et en cohérence avec la certification « Qualité Tourisme ».

Toutes les actions proposées devront être chiffrées de façon précise.

Deux grandes étapes sont à prévoir :

- Octobre 2020 à février 2021 : travail sur l'amélioration de la notoriété et de la visibilité de l'annonceur ;
- A partir de mars 2021 : travail sur la communication et l'évaluation de l'édition 2021 de la Reconstitution Historique du Camp de Vaussieux.

CIBLES

- Cibles principales : les habitants de Basse Normandie, les touristes
- Cœur de cible :
 - La population locale : habitants dans un rayon de 10 kms + résidents secondaires (présents 6 mois par an)
 - Les touristes français et étrangers, Américains notamment
 - Les habitants de Caen et de Saint-Lô

- Les établissements scolaires (classes de primaire et de collège)

Pour l'événement du mois d'août : deux tranches d'âge relevant de la CSP + et ++ devront être plus particulièrement ciblées : les 35/50 ans attirés par l'histoire « vivante » ; les 51/70 ans plus sensibles à une histoire « statique »

- Cibles secondaires : journalistes de la presse locale et régionale, presse spécialisée, acteurs institutionnels, agences de voyage, offices de tourisme

PROPOSITIONS ATTENDUES

Le dossier de candidature devra intégrer les documents suivants :

- * un cahier des charges détaillé permettant de mesurer la prise en compte des objectifs de l'annonceur ;
- * la composition de l'équipe et les compétences respectives.

Le dossier, en phase d'esquisse, sera présenté à l'annonceur le

CRITERES DE SELECTION

- Qualité de la proposition et créativité
- Compréhension de la demande et prise en compte du brief
- Professionnalisme