

# *Cahier des charges*

*Nom de l'association : Un nouveau monde*

*Nom du projet : Stratégie de communication de l'association  
"un nouveau monde"*

*Personne à contacter dans l'association : Bertrand Bailleul*

*Adresse: 14 Vaux sur Seulles*

*Tel : 06-98-81-11-36*

*Email : unnouveaumondedubessin@orange.fr*

# *A- Le contexte de l'organisation*

## *Présentation générale :*

Date de création : 2017

Valoriser le 18ème siècle

Produits ou service vendus :

Vente de costumes, ventes de prestations

# *B- Les objectifs de communication*

**Objectifs cognitifs** : Augmenter la notoriété de l'association, faire connaître l'évènement

**Objectifs affectifs** : Développer l'attrait et rajeunir l'image de l'association

**Objectifs conatifs** : Inciter les personnes à venir à l'évènement, qu'ils en parlent à leur entourage

# *C - Les cibles*

**Cibles principales** : Les habitants de Basse Normandie, les touristes

**Coeur de cible** :

- La population locale : habitant dans un rayon de 10 km + résidants 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 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** : les journalistes de la presse locale et régionale, presse spécialisée, acteurs institutionnels, agences de voyage, offices de tourisme

# *D-Le projet*

## *1- Le positionnement*

Le camp de Vaussieux veut être vu comme une association qui retrace l'Histoire de France et plus particulièrement la période du XVIIIème siècle et plus précisément en août 1778 où Louis XVI a rassemblé en Normandie une armée de 35 000 soldats partis aux Etats-Unis afin de libérer les américains de l'occupation anglaise.

## *2- Le plan d'action*

- Campagne de publicité traditionnelle : Radio : Tendances Ouest , presse : Ouest-France
- Campagne de publicité sur Internet : Publications sponsorisées sur les réseaux sociaux comme Instagram, Facebook
- Distribution de prospectus et flyers
- Voiture publicitaire

# *E - Les contraintes*

- Contraintes de temps : Date des évènements
- Contraintes budgétaires
- Manque de notoriété