

Dossier de candidature aux Trophées de la Communication et de la Presse en Normandie



COMMUNICATION : Je suis un prestataire présentant une campagne réalisée pour un annonceur

CATÉGORIE : Edition

CAMPAGNE : Aide à la réalisation et impression de la Gazette des 3 Drôles de Dames par Ma Fabrique à Journal

Le prestataire qui concourt : Ma Fabrique à Journal (société Diffusion Plus)

Ma Fabrique à Journal est un site dédié à l'impression de journaux et magazines dès 100 exemplaires pour créer ou re-créer du lien avec sa communauté créé par DIFFUSION PLUS, acteur incontournable sur le marché européen du Marketing Direct basé dans l'Eure. Cette belle innovation soufflera d'ailleurs sa première bougie en cette fin d'année !

Ma Fabrique à Journal accompagne aujourd'hui les mairies, les associations, les entreprises, les établissements scolaires, les maisons de retraite et les particuliers de la conception à la production de leur journal afin de communiquer de manière plus écologique mais aussi plus économique. Le site met gratuitement à disposition des guides techniques et graphiques, des tutoriels, une bibliothèque de modèles à personnaliser directement en ligne.

Ma Fabrique à Journal propose aujourd'hui 2 formats journaux (grand format et format presse traditionnel) et 2 formats magazines (broché sur papier couché et collé sur papier journal) afin de répondre à la diversité des demandes.

C'est Tiphaine Brisson, Responsable Développement Ma Fabrique à Journal qui a présenté ce format papier atypique aux fondatrices des 3 Drôles de Dames et qui les a accompagnées dans la réalisation de leur gazette.

L'annonceur présenté : Association " Les 3 drôles de Dames"

L'association " Les 3 drôles de Dames" a été fondée en mai 2022 par 3 commerçantes Rouennaises afin de promouvoir leur activité respective mais aussi une autre idée de l'entreprenariat féminin "qui se bouge".

Marie-Isabel Rojo, dirigeante de la Grenouille Rouge : Grenouille Rouge est un commerce de centre-ville désormais bien installé en plein cœur de Rouen, dédié à la confection d'accessoires de décoration et de mode 100% made in Normandie. Cette particularité a valu à Marie-Isabel de remporter les trophées de l'Économie Normande en 2019.

Nabila Namoune, fondatrice des citronnades Mimouna : Mimouna ce sont de délicieuses citronnades bio, artisanales et Made in France. La gamme de citronnades a été lancée en 2018. Rapidement le caractère solaire et le courage entrepreneurial de Nabila, l'emmène jusqu'à la première édition de l'émission de télévision "Qui veut être mon associé" (M6) début 2020.

Nathalie Chalvet, dirigeante de la marque Jeanne a dit : Jeanne a dit c'est avant tout une marque de prêt-à-porter féministe et premium. C'est un clin d'œil à la figure emblématique de Rouen mais surtout une volonté de véhiculer au travers de collections colorées des messages de courage au féminin.

Contexte de la campagne :

Post covid, alors que les précédentes retombées médiatiques respectives des trois Drôles de Dames commencent à dater, l'envie de continuer de faire parler d'elle autrement les agitent. **A cette volonté forte d'augmenter leur visibilité en unissant leurs forces s'ajoute un agenda économique chargé dans lequel il faut savoir et pouvoir se démarquer par ses propres moyens.** L'objectif de cette campagne : que clients et badauds repartent des différents salons professionnels et grand public et des commerces partenaires avec un peu de lecture colorée sous le bras. En ligne de mire : Le Fêno et le Salon du Made In France !

La problématique de communication :

Coté annonceur la problématique a été de trouver une identité graphique correspondant aux 3 marques existantes leur permettant de faire passer le message vitaminé que l'union fait la force et que "on n'a rien sans rien" tout en augmentant leur visibilité.

Les cibles de cette campagne :

- les clients et les potentiels clients, leur faire connaître l'association et les 3 marques
- les partenaires par secteur, générer des collaborations actives
- les partenaires commerçants, faire marcher le réseau local
- les "institutionnels", montrer que les commerçants en "ont sous la pédale"

Le concept et la stratégie de communication :

L'association n'existe en ligne pour l'instant que via un compte Instagram et elle n'a pas, pour l'instant, l'envie de lancer un site e-commerce commun. Toutefois, conseillées par Tiphaine Brisson, elles réalisent qu'un seul réseau comme seul support ne suffit pas pour aller toucher

les différentes cibles et sortir de leur zone d'abonnés fidèles mais déjà clients. Pour compléter et activer efficacement leur communication, elles ont fait le choix du format de la gazette papier pour communiquer et de Ma Fabrique à Journal pour les accompagner.

Le concept autour de cette création peut se résumer en quelques mots et éléments de langage : vitalité, énergie, peps, volonté, superwomen, #Jamaisanselles, héroïnes du quotidien, etc. Le but de cette opération consiste à mettre entre les mains de leurs interlocuteurs un support attrayant et atypique pour marquer les esprits.

Dans le cadre de la première année de l'association, **l'objectif est de distribuer ces gazettes sur le Fêno et le salon du Made In France pour le rayonnement régional et national mais aussi de la déposer sur les comptoirs des commerçants partenaires pour raviver la communication en ultra local.**

Les actions mises en place et les supports développés

De la préparation du Chemin de fer au remplissage de la maquette

Contactée en mai 2022 Tiphaine Brisson, rencontre les 3 entrepreneuses. Le format du journal et la quantité sont très vite décidés et le rendez-vous se prolonge directement sur le contenu.

La rentrée des 3 Drôles de Dames ayant été chargée, le projet de gazette prend un peu de retard et **c'est voyant les premières grandes "messes" célébrant la Normandie être dépassées (Braderie de Rouen, Fête du commerce, Fête du ventre) et les suivantes, approcher dangereusement (Fêno, Salon du Made In France, etc.) que la fine équipe décide d'appeler Tiphaine à la rescousse à l'occasion de l'arrivée de Valentine fin septembre.**

Valentine Jumel bénéficie du dispositif mis en place par la région Normandie : "Jeunes Diplômés". Elle est diplômée d'une Licence de lettres modernes, d'un Master Humanité Numérique et elle a déjà effectué quelques stages en journalisme chez Paris-Normandie et Actu 76... Le profil parfait pour une première mission Gazette !

Elle crée la gazette grâce aux [modèles de gazettes fournis par le site Ma Fabrique à Journal](#)

La réalisation de la Gazette par Ma Fabrique à Journal

Une fois le PDF pour impression prêt et validé, les clientes ont pu choisir la volumétrie exacte souhaitée et régler en ligne. La commande passée, c'est au tour des machines de s'activer !

La particularité de l'impression par Ma Fabrique à Journal ?

L'impression numérique jet d'encre (à base d'eau) permet de ne pas gâcher de papier qui est lui recyclé et recyclable !

Pour revenir à cette commande en particulier, la commande est passée un vendredi et elle a été livrée à l'association le mercredi suivant : juste à temps pour pouvoir les emmener le jeudi sur le stand du Fêno 2022 à Caen.

Le résultat :

Les résultats de la campagne seront calculables grâce au trafic sur les différents sites et le compte Instagram dû aux différents QR code. La réputation acquise en expérience client/visiteur sur les salons et dans les commerces doit permettre une augmentation du drive-to-store mais comme le Fêno commence le jour de la remise de ce dossier (soit le 21 octobre) il est encore trop tôt pour pouvoir donner le ROI !

LA GAZETTE

DES 3 DRÔLES DE DAMES



réalisée par



Ma Fabrique à Journal

by Diffusion Plus

