

A PROPOS



Prestataire : Jennifer BENOIT – JB Conseils, attachée de presse indépendante depuis 2011.

Basée dans le Calvados en Normandie, je m'obstine à mettre en lumière via des Campagnes de Relations Presse vibrantes par la rédaction de portrait et la narration d'histoires inspirantes, des projets porteurs de sens sur le territoire.

Spécialisée en Presse Quotidienne Normande, j'attache de l'importance à l'ancrage local dans mes stratégies afin que la médiatisation de mes clients rayonne à côté de chez eux en amont de campagnes nationales et spécialisées.

En savoir plus : www.jb-conseils.fr

Annonceur : Bouge Ton CoQ

L'histoire de *Bouge ton CoQ* commence avec deux frères auvergnats témoins de la désertification commerciale de leur village natal, Christophe et Emmanuel Brochot, et la rencontre avec Corentin Emery, jeune vendéen passionné de territoires.

Aujourd'hui *Bouge ton CoQ* c'est 14 personnes engagées qui emploient toute leur énergie pour « faire vivre les projets qui ont du sens pour les habitants et la vie locale. »

Et pour la petite histoire, Mathilde Debeugny, responsable de l'antenne normande, est venue s'installer en février 2024 au Pôle ESS à Hérouville-Saint-Clair (en périphérie de Caen dans le Calvados) et c'est ainsi que Jennifer a partagé avec elle son bureau et qu'un réel attachement professionnel s'est créé au gré de discussions et a amené à cet accompagnement en Relations Presse.

En savoir plus : www.bougetoncoq.fr



Le CONTEXTE

L'association à but non lucratif *Bouge Ton CoQ*, déploie depuis 2021 des solutions pour dynamiser les territoires ruraux en fédérant les acteurs locaux et en encourageant l'engagement citoyen.

Fruit d'une co-construction avec la Région Normandie, une 1^{ère} antenne régionale a ouvert en janvier 2024. Elle permet d'être au plus près des acteurs du territoire, de créer des partenariats entre les institutions représentantes de la ruralité et de l'économie sociale et solidaire afin d'accompagner la création d'épiceries participatives dans les communes normandes de moins de 3 500 habitants.

La Normandie est une région pionnière, puisque c'est la première antenne régionale de l'association !

Dans ce contexte, l'association a cherché à se rendre visible auprès des citoyens de communes rurales normandes et des élus locaux.

La PROBLÉMATIQUE

Comment rendre visible et crédible une association parisienne à dimension nationale, encore méconnue en Normandie, auprès de la presse normande pour lancer avec succès le projet innovant d'épicerie participatives dans les départements, et ainsi contribuer à la dynamisation des territoires ruraux ?

Les OBJECTIFS

- Faire connaître l'association *Bouge ton CoQ* et Mathilde Debeugny qui « incarne » la 1^{ère} antenne régionale auprès des médias normands,
- Donner un coup de projecteur sur l'initiative des épicerie participatives dans les départements normands,
- Susciter l'intérêt des médias normands sur le long terme puisqu'entre le moment de la réunion publique avec les habitants et l'ouverture des épicerie, il peut se passer plus de 6 mois,
- Inviter des élus à prendre contact avec l'association afin d'envisager une épicerie participative sur leur territoire.

Les CIBLES

Presse quotidienne et hebdomadaire régionale sur 4 départements normands :
Calvados, Manche, Orne et Eure.

Le CHALLENGE

Réussir à intéresser durablement les médias locaux normands, pour qu'ils suivent et relaient sur le long terme les initiatives d'épicerie participatives et l'action de l'association dans les territoires ruraux de la région Normandie.



La STRATÉGIE DE RELATIONS PRESSE

Période : **Septembre 2024 à octobre 2025**

Une stratégie de Relations Presse a été mise en place afin de solliciter les médias locaux, dont les zones de couverture sont celles des communes où s'ouvriraient prochainement des épicerie participatives.

Moyens conçus :

- Envoi d'un **Communiqué de Presse** d'annonce pour les réunions publiques : celles-ci permettent de donner les résultats de l'enquête publique menée par *Bouge Ton CoQ* et de leur présenter les prochaines étapes de l'épicerie participative
- Envoi d'une **Invitation Presse** lors de l'inauguration des épicerie

Ces supports proposent, en quelques paragraphes, de retracer l'histoire de l'association et de mettre en lumière celles et ceux qui la font vivre. À travers le portrait de Mathilde, véritable incarnation de l'association par ses valeurs et de son engagement en Normandie, ils visent à humaniser le contenu et à raconter des histoires inspirantes.

L'objectif est valoriser les habitants et les communes, accompagnés par *Bouge Ton CoQ*, qui par leur énergie et leur conviction, contribuent chaque jour à faire battre le cœur des territoires ruraux.

La STRATÉGIE DE RELATIONS PRESSE

Challenge relevé puisqu'entre septembre 2024 et octobre 2025, plus d'une quarantaine de retombées ont été comptabilisées (print, web, radio et télévision) :
12 dans l'Orne, 16 dans La Manche, 9 dans l'Eure et 4 dans le Calvados.

Manche : Ici Normandie Radio / Actu.fr / Tendance Ouest / La Manche Libre / Ouest-France

Eure : Actu.fr / L'Eveil Normand / Paris Normandie / Sweet FM / Ici Normandie / La Dépêche d'Evreux

Orne : Tendance Ouest / L'Echo Républicain / Ouest-France / Ici Normandie / Le Perche et Actu.fr / Radio RCF

Calvados : Sweet FM / La Manche Libre / Ouest-France / La Renaissance Le Bessin et Actu.fr



Ce fort intérêt des médias locaux a permis de mettre un coup de projecteur sur une expérimentation unique en Normandie à l'été 2025, l'opération « Vill'Âge » qui vise à lutter contre l'isolement des personnes âgées en milieu rural.

Ainsi, cette seconde action normande de l'association *Bouge Ton CoQ* a été inaugurée dans l'Orne à la mi-octobre et est devenue visible grâce aux journalistes à la couverture média régionale et nationale dont : Ici Normandie radio Ici Normandie Télé ainsi que la rédaction normande du Parisien qui a suivi l'expérimentation durant l'été.

