



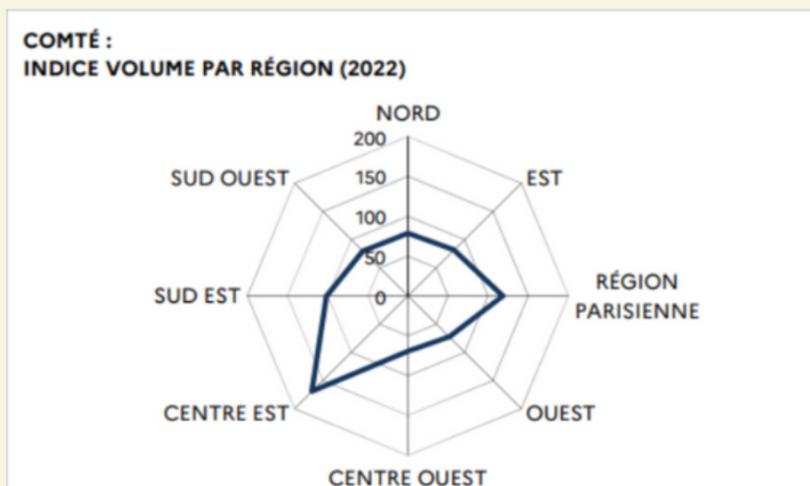
# LE ROADSHOW DU COMTÉ

1ÈRE ÉDITION

## CONTEXTE

Bien que le comté demeure l'un des fromages favoris des Français et occupe une place de choix dans leurs habitudes alimentaires, sa notoriété et sa popularité n'est pas homogène sur l'ensemble du territoire. Les régions Centre-Est et parisienne se distinguent par une consommation nettement plus élevée de Comté que dans le reste de la France.

Cependant, cette disparité géographique offre une opportunité stratégique pour le CIGC. En concentrant ses efforts sur les régions moins consommatrices, il peut élargir la portée du Comté et renforcer sa présence à l'échelle nationale. Une communication ciblée et originale mettant en avant les caractéristiques uniques du fromage, son savoir-faire ancestral et artisanal, sa richesse gustative et sa polyvalence culinaire, s'avère judicieuse pour stimuler l'intérêt des consommateurs dans ces zones.



FranceAgriMer d'après Kantar Worldpanel

Ce graphique met en évidence l'indice de consommation de Comté sur l'ensemble du territoire Français.

## HYPOTHÈSE

Dans l'optique de stimuler la popularité du Comté dans les régions moins consommatrices, nous envisageons un "Roadshow du Comté", un événement itinérant qui débuterait le 06 avril 2024 et se déroulant jusqu'au 06 mai 2024 et aurait lieu dans dix grandes villes autour de l'Hexagone. Il pourrait accueillir quotidiennement entre 800 et 1 000 visiteurs par jour dans chaque ville, créant ainsi une affluence significative et suscitant l'intérêt des habitants locaux. Cette tournée stratégique serait axée sur des activités variées, mettant en avant les aspects culinaires, gustatifs et traditionnels du Comté alliés aux spécificités régionales des villes visitées. De plus, cet événement pourrait être relayés via différents canaux digitaux.



# STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## LES CIBLES

### En B to C

Cible principale : Grand public amateur de fromage

Coeur de cible : Personnes amateurs de fromages mais ne connaissant pas assez le Comté et/ou n'ayant pas pour habitude d'en consommer.

Cible secondaire : Journalistes, influenceurs, personnalité publiques

### En B to B

Cible principale : Professionnels locaux de la restauration (restaurants locaux, franchises de taille moyenne et grande) et du domaine alimentaire (distributeurs, grossistes, détaillants généralistes et spécialisés)

Coeur de cible : Professionnels locaux de la restauration et du domaine alimentaire ne proposant pas de Comté ou n'ayant pas une large gamme de Comté.

Cible secondaire : Journalistes spécialisés dans la restauration ou l'alimentaire.

## LES OBJECTIFS QUALITATIFS ET QUANTITATIFS

### Promotion du Comté :

- Associer le fromage à la culture et à la gastronomie locales de chaque région, tout en mettant en avant son origine franc-comtoise et son savoir-faire ancestral.
- Renforcement de la notoriété et de l'image :
- Attirer l'attention pour renforcer la notoriété et l'image du Comté auprès du grand public, ainsi que des professionnels en ciblant ainsi à la fois le marché B to C et B to B.

### Expérience immersive et interactive :

- Offrir une expérience divertissante, immersive et interactive aux participants grâce à des dégustations, des ateliers thématiques, des démonstrations et d'autres activités.

### Soutien à l'économie locale :

- Soutenir l'économie locale en collaborant et mettant en avant les acteurs locaux de chaque région visitée (producteurs, restaurateurs, entreprises), favorisant ainsi les chances de futurs partenariats

### Incitation à l'achat et à la consommation :

- Inciter les visiteurs à acheter et consommer du Comté, en soulignant la valeur de l'appellation AOP Comté en termes de qualité, de tradition et de provenance avec l'espoir de voir augmenter la PDM dans les régions visitées.



## **STRATÉGIE CRÉATIVE**

**Constat :** La popularité et la consommation du Comté n'est pas homogène sur l'ensemble du territoire.

**Grande idée :** Organiser un événement itinérant promouvant le Comté dans les régions moins adeptes de Comté.

**Concept créatif :** Roadshow reprenant le code des marchés ambulants, des banquets et des bals dansants d'antan.

**Nom de l'événement :** Le roadshow du comté



# INTRODUCTION DE L'ÉVÉNEMENT

Le Roadshow du Comté est un événement itinérant conçu pour célébrer le savoir-faire, la culture et la gastronomie du comté, l'un des fromages emblématiques de Franche-Comté. Ce projet, va se dérouler du 06 avril 2024 au 06 mai 2024. Cette manifestation unique en son genre ambitionne de réunir sur l'ensemble de la France métropolitaine le grand public et les professionnels autour de la thématique du Comté, au travers d'une série d'activités soigneusement élaborée dont un concours culinaire itinérant. Le Roadshow du Comté devrait accueillir entre 500 et 1 000 visiteurs par jour dans les différentes villes choisies,

## 1. Lancement en Franche-Comté (06 avril 2024)

Le Roadshow du Comté s'élancera depuis Besançon, capitale historique de la Franche-Comté. L'inauguration de l'événement sera marquée par une cérémonie d'ouverture mettant en avant les traditions locales et la production de comté. Les visiteurs auront l'occasion de déguster une variété de fromages comté, de rencontrer des artisans locaux et d'explorer une exposition sur l'histoire et le processus de fabrication du comté.

## 2. Tournée à travers la France (07 avril au 06 mai 2024)

Puis, pendant près d'un mois, le Roadshow du Comté parcourra la France, s'arrêtant dans différentes villes telles que Lyon (Place Bellecour), Toulon (Place de la Liberté), Toulouse (Place du Capitole), Bordeaux (Place du parlement), Nante (Place Royale), Caen (Place Saint-Sauveur), Lille (Grand Place), Metz (place de la République). Chaque étape de cette tournée offrira une expérience unique aux visiteurs tel que des réalisations culinaires de chefs locaux, des dégustations, des ateliers interactifs et par la même occasion un concours culinaires itinérant faisant s'affronter 3 amateurs de chaque ville en vue d'une grande finale à Paris à la fin du Roadshow.

## 3. Clôture à Paris (06 mai 2024)

Le Roadshow du Comté prendra fin à Paris (Place Dauphine) où un événement de clôture est prévu. Cette journée marquera l'apothéose de l'événement avec un grand banquet pour clore le concours culinaire. La grande finale de ce concours regroupera les vainqueurs de chaque ville visités ainsi que les chefs locaux, et les visiteurs du jour en jury populaire. Des animations musicales sur le thème des précédentes étapes du Roadshow permettront une immersion totale dans l'ADN de celui-ci.



# LES SPONSORS

## **Promocash (Alimentaire) :**

Raison de la collaboration : En tant que grossiste français spécialisé dans la restauration, Promocash représente un partenaire stratégique pour le Roadshow du Comté. Son expertise dans le domaine permettra de garantir un approvisionnement de qualité pour les dégustations et les différentes activités culinaires proposées tout au long de l'événement. La présence de Promocash renforce également le lien entre le Roadshow et les professionnels de l'alimentaire, cible B to B du projet.

## **Boulangier (Électroménager) :**

Raison de la collaboration : Boulangier, en tant que spécialiste français de l'électroménager, son sponsoring apporterait une aide matérielle et fonctionnelle indispensable au bon déroulement de l'événement. Leur contribution pourrait prendre la forme d'une mise à disposition d'équipements électroménagers en échange d'une mise en avant de la marque pendant les événements. La présence de Boulangier en tant qu'entreprise reconnue par les consommateurs mais aussi par ses salariés (elle est sur le podium du classement des entreprises préférées des salariés dans le secteur du commerce de détail par Capital) renforcerait d'autant plus l'attractivité du Roadshow auprès du grand public.

## **Citroën (Voiture) :**

Raison de la collaboration : Une collaboration avec Citroën, en tant que constructeur automobile français de renom, apporterait une aide cruciale en termes de logistique tout en accroissant la visibilité au Roadshow du Comté. La mise à disposition de véhicules Citroën, notamment leur nouvelles camionnettes reprenant l'esthétique de l'emblématique modèle Type-H. Ainsi les foodtrucks du Comté contribueraient à l'ambiance rétro et authentique de l'événement tout en revendiquant une touche de modernité. La présence de Citroën comme sponsor du Roadshow pourrait également offrir des opportunités de publicité et de promotions spéciales chez les concessionnaires de la marque en amont et pendant le Roadshow, renforçant ainsi la diversité des publics touchés.

## **AVANT**

### **Affichage :**

L'affichage, déployé de manière stratégique. Des affiches aux designs attrayants seront placées dans des lieux clés tels que les centres commerciaux, les espaces publics, et les quartiers fréquentés, offrant une visibilité maximale à notre événement. Ces affichages présenteront des informations clés sur la date, le lieu, et les temps forts de l'événement, incitant le public à s'engager le plus possible le moment venu. De plus, des partenariats avec des commerces locaux permettront de diffuser des flyers dans leurs établissements, assurant ainsi une couverture étendue et une sensibilisation accrue à l'événement au sein de la communauté locale. Comprenant également comme information, les liens vers le site web, et le noms des réseaux sociaux ces affichages serviront de relais vers la facette digitale de la campagne. Etant donné que des sponsors nationaux et locaux soutiendront financièrement et matériellement le projet, il sera nécessaire de les indiquer sur l'affichage.

### **Site web :**

Sur le site "comte.com", création d'un onglet dédié à l'événement pour fournir des informations complètes sur la programmation, les lieux, les horaires, les offres exclusives, et les services proposés. Cet onglet sera mis en évidence sur la page d'accueil du site pour encourager les visiteurs quotidiens à le consulter et à le partager. De plus, ce lien vers l'onglet de l'événement sera intégré dans tous nos supports de communication offline sous forme écrite ou via un QR-code, et online sous la forme d'un lien cliquable de redirection sur les réseaux sociaux. Nous incluons également un formulaire d'inscription à la newsletter de l'événement sur cet onglet.

### **Newsletter :**

Une newsletter sera proposée pour obtenir des informations et profiter d'offres exclusives. La newsletter prendra différentes formes, en pouvant contenir par exemple un compte à rebours pour les participants ayant indiqué leur ville lors de l'inscription, des invitations à participer aux jeux concours, des bons d'achats à utiliser en magasin et des goodies à récupérer à l'événement où s'est inscrit la personne. Tout cela pour entretenir un lien particulier et fidélisant, et nourrir l'enthousiasme.

### **Relations médias et influence :**

Envoi de communiqués de presse et de dossiers de presse (contenant de plus amples informations et des visuels) aux médias locaux et nationaux pour annoncer l'événement. De plus, développer de l'influence en collaborant avec des influenceurs pour accroître la notoriété et l'engagement des publics vis-à-vis de l'événement aux échelles locales (micro-influenceurs) et nationales (macro-influenceurs).

### **Partenariats locaux :**

Collaboration avec des entreprises locales, des restaurants, et d'autres prestataires de services pour promouvoir l'événement localement. Des affiches, des flyers et d'autres supports d'affichages audacieux (emballages autour des baguettes de pains) informeront la communauté, et des offres spéciales seront proposées.

### **PLV dans les grandes enseignes alimentaires :**

Implanter des publicités sur le lieu de vente dans les grandes enseignes alimentaires pour annoncer l'événement aux consommateurs.

### **Publicité sponsorisée :**

Diffusion de publicités sponsorisées via des régies publicitaires web.

### **Réseaux sociaux :**

Utiliser les réseaux sociaux en amont de l'événement est primordial pour informer les publics cibles, susciter l'engouement et encourager l'engagement.

Le Comté possède 3 comptes sur Instagram, Youtube et Facebook. Chacune de ces plateformes possèdent leur spécificités et il est donc essentiel de profiter des leurs avantages respectifs.

#### Instagram :

- Réseaux de choix pour les 18-35 ans
- Publications photo et vidéo, dont certaines en collaboration avec des influenceurs, les villes hôtes, et les partenaires/sponsors..
- Publication de réels qui profitent d'un algorithme compétitif
- Stories quotidiennes avec des fonctionnalités interactives comme les sondages, liens cliquables, avis, quizz ...
- Création d'un rappel d'événement et partage d'un compte à rebours

#### Facebook :

- Réseaux de choix pour les 30-55 ans
- Publication photo et vidéo, dont certaines en collaboration avec des influenceurs, les villes hôtes, et les partenaires
- Stories quotidiennes avec des fonctionnalités interactives comme les sondages, liens cliquables, avis, quizz ...
- Création d'un événement et partage d'un compte à rebours
- Création d'une page et invitation d'individu, de groupe sur cette page
- Grâce à la MetaSuite Business, il sera possible de proposer des publications sponsorisées ciblées et synchronisées sur Instagram et Facebook.

#### YouTube :

YouTube est un réseau social permettant de toucher un large public mais qui ne permet pas de générer autant d'engagement et d'interactivité. L'activité sur youtube va consister en :

des vidéos publicitaires pour l'événement (qui pourront être sponsorisées sur la plateforme)

des vlogs sur les différentes journées, pouvant faire intervenir des influenceurs en tant qu'animateur.

Commun à tous les réseaux sociaux : création d'un hashtag spécifique pour l'événement afin d'encourager les participants à l'utiliser dans leur publications personnelles s'ils participent à l'événement.

### **Les types d' # sur les réseaux sociaux :**

#ilovecomté, #comtéquiz #larouteduComté #recettesaucomté #foodtruckcomté

## **PENDANT**

### **Réseaux sociaux en direct :**

Utilisation active des réseaux sociaux pendant l'événement. Il sera partager des mises à jour quotidiennes, avec des stories, photos et des vidéos captivantes, et des directs pour permettre à ceux qui ne peuvent pas être présents de participer virtuellement. Encourageant les participants à partager leurs propres expériences en utilisant le hashtag dédié de l'événement, créant ainsi une communauté en ligne dynamique et engagée.

### **Relations avec les médias sur place :**

Des interviews avec des intervenants clés seront facilitées pour approfondir les aspects significatifs de l'événement. Cette interaction directe avec les médias renforcera la portée de l'événement et de favoriser une couverture médiatique complète et précise.

## **APRÈS L'ÉVÉNEMENT**

### **Vidéos et photos post-événement :**

Publication de vidéos et de photos sur les réseaux sociaux, site web et à travers des newsletters. Cette initiative vise à rappeler l'événement aux participants, à susciter l'intérêt de ceux qui n'ont pas pu y assister, et surtout, à exprimer la gratitude envers tous les participants pour leur engagement exceptionnel et commencer à mesurer grâce aux retours des internautes le succès ou non de l'événement.

### **Vidéo de récap :**

Pour capturer l'énergie et l'essence de l'événement, création d'une vidéo de récap mettant en lumière les moments forts. Cette vidéo au format long sera partagée sur YouTube, et teaser sur les réseaux sociaux, offrant ainsi à une audience plus large un aperçu de l'événement.

### **Sondage de satisfaction :**

Envoi d'un sondage de satisfaction pour recueillir des retours détaillés et des commentaires constructifs. Cette démarche permettra d'évaluer la performance, d'identifier les points forts et d'apporter des améliorations pour les événements futurs.

### **Rapport d'événement :**

Pour témoigner de l'impact réel de l'événement, nous créons un rapport détaillé comprenant des statistiques, des retours des participants, des photos évocatrices et des analyses approfondies. Ce rapport sera partagé avec les participants, les sponsors et les médias, démontrant ainsi de manière transparente l'éventuel effet positif généré par l'événement, ou les choses à améliorer retenues des sondages.

## ESPACE DE RESTAURATION

### **Foodtrucks du Comté :**

Les Foodtrucks du Comté seront le point central du Roadshow, proposant une expérience culinaire unique reprenant les codes des marchés ambulants avec des camionnettes vintage tel que des citroën type-T. Le personnel des foodtrucks sera formé pour expliquer les différentes façons dont le comté peut être intégré dans des plats simples et malins à manger attablé ou sur le pouce .La carte proposée durant les différents événements comprendra des classiques de la street food française mariés au comté comme les croques-monsieurs ou les frites, mais également des revisites exclusives plats régionaux avec du comté réalisées par un chef local. Ces combinaisons culinaires inédites visent à mettre en valeur la polyvalence du comté. Ces plats pourront être accompagnés par diverses boissons dont les vins, bières et spiritueux locaux dont les accords avec le Comté seront mis en valeur.

Des fiches informatives seront également disponibles pour donner aux clients des informations sur l'origine et les caractéristiques du comté, mais aussi sur les recettes pour réaliser chez eux les plats découverts pendant l'événement.

Bien évidemment, des plats sucrés tels que des gaufres, des crêpes ou des spécialités locales seront mises à l'honneur, non pas avec du comté cette fois-ci, mais pour faire apprécier l'expérience à chacun en fonction de leurs envies du moment, qui ne sont pas nécessairement uniquement fromagère.

### Objectifs :

- Sensibiliser les visiteurs à la diversité des plats pouvant être rehaussés avec l'ajout de comté.
- Promouvoir la culture alimentaire locale en mettant en valeur le comté comme ingrédient phare.
- Générer des revenus grâce aux ventes des foodtrucks

## ESPACE DE DÉCOUVERTE

### **Dégustation de Comté :**

Le stand de dégustation offrira une expérience sensorielle aux visiteurs. Des échantillons de diverses variétés de comté seront présentés de manière élégante. Un expert sera présent pour guider les visiteurs à travers une dégustation informative, mettant en lumière les nuances gustatives de chaque fromage. Les visiteurs apprendront à apprécier la complexité des saveurs, des arômes et des textures du comté

Il partagera des informations détaillées sur l'origine, la méthode de fabrication et les caractéristiques uniques de chaque variété de comté.

S'ils le souhaitent, les visiteurs pourront acheter des portions des différents comtés qu'ils auront testé.

### Objectifs :

- Informer les visiteurs sur les différentes variétés de comté disponibles, et leur saveurs variées.
- Renforcer la réputation du comté en tant que produit haut de gamme et authentique.
- Encourager sa consommation.

### **Démonstration de Découpe de Fromage :**

Un maître fromager local donnera des démonstrations de découpe pour présenter esthétiquement le comté sur des plateaux de fromage, des assiettes, des verrines, partageant des astuces pour créer des compositions visuellement attrayantes. Les sessions seront planifiées à des heures spécifiques pour maximiser la participation. L'expert expliquera les couteaux adaptés à la texture du comté et donnera des conseils pratiques pour découper les Comté de différents âges.

### Objectifs :

- Éduquer les visiteurs sur les techniques appropriées de découpe de fromage.
- Mettre en avant la présentation esthétique des plateaux de fromage.
- Créer une expérience mémorable pour les participants.

## ESPACE DE DIVERTISSEMENT LUDIQUE ET INSTRUCTIF

### **Spectacle vivant :**

"L'Odyssée du Comté" sera un spectacle vivant plongeant les visiteurs dans une aventure captivante racontant l'histoire du Comté. Ce spectacle associera la narration immersive d'un conteur avec des mises en scène créatives, à base de marionnettes et de reproductions authentiques d'ustensiles de fabrication de Comté. Ce spectacle mettra en lumière le rôle historique du Comté en Franche-Comté. À travers des scènes dynamiques, des marionnettes habilement conçues donneront vie aux étapes traditionnelles de fabrication du fromage, révélant scène par scène le savoir-faire des fromagers et son évolution dans le temps.

Cette expérience offrira de manière engageante, créative et mémorable une présentation globale du Comté. Le spectacle aura pour but d'attirer les plus jeunes comme les plus grands en s'inspirant des traditions d'antan des conteurs d'histoires ou des marionnettistes sur les places publiques.

### Objectifs :

- Éduquer ludiquement en offrant une expérience éducative immersive et divertissante sur l'histoire du Comté et sa fabrication, captivant les visiteurs de tous âges.
- Célébrer la tradition en mettant en lumière l'héritage du Comté en Franche-Comté.
- Créer une expérience mémorable en proposant une prestation créative.

### **Concours de Recettes au Comté :**

Un concours de cuisine ajoutera une dimension participative à l'ensemble de l'événement.

Pour chaque ville de passage, 3 participants sélectionnés à l'avance auront la possibilité de présenter des créations mettant à l'honneur le Comté devant un jury composé d'un chef local et de l'expert affineur. Chaque gagnant aura l'opportunité de participer à la grande finale lors du banquet de la dernière étape à Paris. L'ultime gagnant se verra offrir des cadeaux exclusifs de nos partenaires ainsi qu'un séjour de luxe pour 2 personnes au Château de Germigney aux frontières du Doubs et du Jura, pendant lequel ils découvriront les "routes du Comté".

L'inscription se fera via les réseaux sociaux et sur le site web plusieurs semaines à l'avance, encourageant ainsi une participation proactive de la communauté.

### Objectifs :

- Stimuler la créativité culinaire locale en encourageant la création de plats innovants.
- Accroître la notoriété du Comté en l'intégrant dans des recettes originales.

### **Quiz sur le Comté :**

La tenue de quiz interactifs ajouterait une touche participative et ludique à l'événement. Pour les vainqueurs des quiz, des goodies et des petits cadeaux en lien avec le Comté (ex : bracelet prenant la forme du ruban qui entoure le comté) seront offerts, stimulant l'engagement du public. Les questions seront variées, couvrant l'histoire, la fabrication, des anecdotes amusantes autour du Comté.

### Round "Découverte" :

Ce round introduit les participants aux bases du comté. Des questions simples sur son origine géographique, sa texture et ses utilisations culinaires permettent à chacun de participer pleinement, même sans connaissances préalables.

### Round "Vrai ou Faux" :

En rendant les réponses binaires, ce round propose des affirmations sur le Comté que les participants devront classer comme vraies ou fausses, avec parfois des propositions inattendues. Cela ajoutera une dimension humoristique tout en renforçant les connaissances de base sur le sujet, avec des anecdotes uniques.

### Objectifs :

- Renforcer la connaissance du public sur le Comté.
- Encourager l'interaction et la participation active des visiteurs.
- Créer une atmosphère divertissante en promouvant le Comté de manière ludique.

## **AUTRE ANIMATION PHARE**

### **Concours de Recettes au Comté :**

Un concours de cuisine ajoutera une dimension participative à l'ensemble de l'événement.

Pour chaque ville de passage, 3 participants sélectionnés à l'avance auront la possibilité de présenter des créations mettant à l'honneur le Comté devant un jury composé d'un chef local et de l'expert affineur. Chaque gagnant aura l'opportunité de participer à la grande finale lors du banquet de la dernière étape à Paris. L'ultime gagnant se verra offrir des cadeaux exclusifs de nos partenaires ainsi qu'un séjour de luxe pour 2 personnes au Château de Germigney aux frontières du Doubs et du Jura, pendant lequel ils découvriront les "routes du Comté".

L'inscription se fera via les réseaux sociaux et sur le site web plusieurs semaines à l'avance, encourageant ainsi une participation proactive de la communauté.

### Objectifs :

- Stimuler la créativité culinaire locale en encourageant la création de plats innovants.
- Accroître la notoriété du Comté en l'intégrant dans des recettes originales.

## **INSTALLATION LE 05 AVRIL 2024**

### **8h00 - 10h30 : Début de l'aménagement sur place**

- Installation des stands de Foodtrucks du Comté.
- Mise en place des affichages promotionnels.
- Préparation de l'espace de dégustation.

### **10h30 - 12h30 : Installation des animations**

- Mise en place de l'espace de découverte
- Mise en place des zones pour les démonstrations de découpe de fromage.
- Installations et test des équipements sonores et visuels.

### **13h30 - 15h30 : Préparation du Spectacle Vivant**

- Installation de la scène pour "L'Odyssée du Comté".
- Test des éclairages.
- Répétitions finales avec les marionnettistes et les comédiens.

### **16h00 - 18h00 : Finalisation des Détails**

- Vérification de la signalisation et de l'affichage.
- Dernier réglage des équipements sonores et visuels.
- Dernières retouches sur les stands et les zones d'activités.

### **19h00 - 21h00 : Réunion Générale et Briefing**

- Rassemblement de l'équipe d'organisation.
- Briefing sur les horaires et les responsabilités.
- Dernières consignes de sécurité.

### **21h30 - 06h00 : Sécurisation du Site**

- Surveillance du site toute la nuit.
- Vérification des systèmes de sécurité.
- Coordination avec les équipes de sécurité externes.

**LANCEMENT EN FRANCHE-COMTÉ - BESANÇON****06 AVRIL 2024****6h00 - 8h00 : Dernières Vérifications**

- Inspection finale de tous les stands.
- Révision des dispositifs de sécurité et de secours.
- Vérification des connexions électriques.

**9h00 : Arrivée du publics**

- Accueil des partenaires, des exposants, et des participants aux concours.
- Remise des badges.

**10h00 - 11h30 : Cérémonie d'ouverture**

- Inauguration mettant en avant les traditions locales et la production de Comté.
- Dégustation de variétés de fromages Comté.
- Rencontre avec des artisans locaux.

**10h30 :**

- Démonstration de découpage de comté

**11h30 - 14h30 :**

- Ouverture des Foodtrucks

**15h00 - 15h30:**

- Démonstration de découpage de comté

**14h00 - 17h00 : (tous les 40 mins)**

- Spectacle Vivant - "L'Odyssée du Comté"

**Fermeture 18h**



## **TOURNÉE À TRAVERS LA FRANCE**

**07 AVRIL - 06 MAI 2024**

**09h00 - 18h00 :**

- Roadshow quotidien dans différentes villes avec le même fonctionnement.
- Lyon, Toulon, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Caen, Lille, Metz, Paris (fin)

## **CLÔTURE À PARIS - PLACE DAUPHINE**

**06 MAI 2024**

**09h00 - 12h00 : Activités finales**

- Dernières démonstrations de découpe.
- Dégustations spéciales.
- Finalisation des concours culinaires itinérants.

**13h30 - 15h30 :**

- Grande finale du concours de Recettes au Comté.
- Présentation des gagnants de chaque ville.
- Jury composé de chefs locaux et d'experts.

**16h :**

- Annonce du grand gagnant du concours.

**16h30 :**

- Dernière représentation du Spectacle Vivant - "L'Odyssée du Comté"

**18h30 - 22h00 : Banquet de Clôture**

- Grand banquet avec les chefs locaux, les gagnants, et les visiteurs.
- Animations musicales sur le thème des étapes du Roadshow.
- Remise de prix et remerciements.

## **Logistique et Installation :**

- Équipe Logistique (chargée du transport, de l'installation et de la désinstallation)
- Personnel de Sécurité pour les zones d'installation
- Techniciens pour la mise en place des équipements audiovisuels

## **Communication et Médias :**

- Responsable Communication
- Attachés de Presse
- Community Managers pour les réseaux sociaux
- Caméramans et Photographes pour la couverture médiatique

## **Animation et Activités :**

- Animateurs Événementiels
- Expert fromager pour les stands de dégustation et de découpe
- Responsable des Concours de Recettes
- Modérateurs pour les Quiz et Activités Interactives

## **Équipe de Restauration :**

- Chefs de Cuisine pour les Foodtrucks
- Personnel de service pour les stands de dégustation
- Experts en Fromage pour la dégustation de Comté

## **Équipe de Spectacle Vivant et gestion des Concours et Quiz :**

- Marionnettistes
- Technicien son et lumière
- Jury pour le Concours de Recettes
- Animateurs pour les Quiz sur le Comté

## **Équipe Médicale d'Urgence :**

L'équipe médicale d'urgence, intervient rapidement en cas d'incident médical. Leur mission est de fournir des premiers soins, d'évaluer les situations médicales, et de coordonner avec les services d'urgence locaux si nécessaire.

## **Équipe de sécurité :**

L'équipe de sécurité, formée à la gestion des foules, assure la sûreté de l'événement. Elle contrôle l'accès, surveille le périmètre, et collabore avec les autorités locales pour garantir la sécurité des participants.

## **Équipe de Nettoyage :**

Les agents de nettoyage maintiennent la propreté de l'espace événementiel. Ils effectuent une préparation avant l'ouverture, assurent un nettoyage régulier pendant l'événement, et effectuent un nettoyage en profondeur après la clôture, contribuant à une expérience agréable pour tous.

# **RESSOURCES MATÉRIEL**

## **ÉLÉMENTS PRINCIPAUX**

- Structure principale modulable de type "stretch tent" (500 m<sup>2</sup>) : 1 unité
- Éclairage d'ambiance et spots : En fonction de la surface, estimation de 50 unités
- Tables et bancs pour restauration : En fonction de la capacité d'accueil, estimation de 20 tables et 50 bancs
- Tables basses et tabourets pour discussions : En fonction des espaces dédiés, estimation de 10 tables basses et 20 tabourets
- Tapis pour les allées : En fonction de la surface, estimation de 500 m<sup>2</sup> de tapis
- Éclairage d'ambiance et spots : Variable
- Panneaux signalétiques et bannières : En fonction des zones, estimation de 10 panneaux et 5 bannières
- Éléments décoratifs : Selon la créativité, estimation de 15 éléments
- Poubelles : En fonction des zones, estimation de 10 poubelles
- Remorque sanitaire : 1 unité

## **ÉLÉMENTS SPÉCIFIQUES**

### **Foodtrucks du Comté :**

- Équipement de cuisine (grill, réfrigérateurs, ustensiles, etc.) : Selon le nombre de foodtrucks, estimation de 2 ensembles complets par foodtruck
- Équipement d'entretien : 1 par foodtruck
- Équipement d'encaissement : 1 par foodtruck
- Supports pour afficher les menus : 2 par foodtruck
- Fiches informatives sur les allergènes : 1 par foodtruck
- Produits alimentaires : En fonction des menus, estimation de 1 approvisionnement par jour par foodtruck
- Boissons y compris boissons locales : En fonction de la demande, estimation de 1 approvisionnement par jour par foodtruck
- Couverts jetables et serviettes en papier : En fonction du nombre de repas, estimation de 100 unités par foodtruck
- Tables hautes pour manger debout : En fonction de la capacité d'accueil, estimation de 5 par foodtruck
- Poubelles : 2 par foodtruck

### **Stand de dégustation :**

- Présentoirs élégants pour les échantillons de comté : 3 unités
- Supports et flyers d'information sur chaque variété de comté : En fonction du nombre de variétés, estimation de 5 petits supports à 100 flyers,
- Équipement d'encaissement pour vendre des portions de comté : 1 unité

### **Concours de Recettes au Comté :**

- Équipement de cuisine pour les participants : En fonction du nombre de participants, estimation de 5 ensembles complets
- Cadeaux exclusifs pour les gagnants : 3 lots

### **Spectacle vivant - "L'Odyssée du Comté" :**

- Petite scène démontable pour les performances : 1 unité
- Marionnettes et reproductions d'ustensiles de fabrication de comté : En fonction du spectacle, estimation de 10 marionnettes et 5 reproductions d'ustensiles
- Matériel d'éclairage (spot pour les prestations de soirée) : En fonction des besoins, estimation de 10 spots
- Matériel son (micro pour l'intervenant, console de mixage pour les sons, haut-parleurs) : En fonction des besoins, estimation de 1 ensemble complet
- Coussins d'assise moelleux pour les spectateurs : En fonction de la capacité d'accueil, estimation de 100 tapis

### **Quiz sur le Comté (au même endroit que le spectacle) :**

- Système de quiz interactif : 1 unité
- Goodies et petits cadeaux pour les gagnants : En fonction du nombre de participants, estimation de 20 lots
- Matériel son (micro pour les intervenants et haut-parleur) : 1 ensemble complet
- Supports visuels pour les questions : En fonction du nombre de questions, estimation de 50 supports visuels

### **Démonstration de Découpe de Fromage :**

- Table de démonstration et outils de coupe : 1 unité
- Matériel son (micro pour l'intervenant, haut-parleur) : 1 ensemble complet
- Supports et flyers d'information sur chaque variété de comté : En fonction du nombre de variétés, estimation de 5 supports et 100 flyers

### **Véhicules :**

- Camionnettes vintage (nouveau modèle Citroën type-H) pour les foodtrucks : 2 unités
- Van pour le personnel permanent : 1 unité
- Camion remorque auquel sera rattachée la remorque sanitaire : 1 unité

### **Sécurité :**

- Extincteurs : En fonction des zones, estimation de 5 extincteurs
- Signalisation de sécurité : En fonction des zones à risque, estimation de 10 panneaux

La composante technique de l'événement constitue un pilier essentiel pour garantir une expérience immersive et sans accroc. La convergence de la vidéo, du son, de la lumière et de l'électricité doit être minutieusement orchestrée pour répondre aux normes professionnelles et aux attentes des participants.

**Vidéo :**

L'enregistrement vidéo de l'événement sera assuré par une équipe qualifiée équipée de caméras haute résolution, garantissant une captation nette et détaillée. Pour les besoins de la diffusion en direct, une infrastructure de streaming robuste sera mise en place, soutenue par des serveurs dédiés pour assurer une transmission fluide et sans latence. Des écrans de qualité supérieure seront stratégiquement positionnés pour offrir une visualisation optimale aux participants, et des systèmes de projection de pointe seront déployés pour présenter tout contenu visuel de manière percutante.

**Son :**

Un système de sonorisation professionnel sera installé pour couvrir l'ensemble de l'espace de l'événement, garantissant une qualité audio cristalline. Des microphones de haute qualité seront utilisés pour les intervenants, avec des techniciens audio expérimentés surveillant en permanence les niveaux sonores pour assurer une expérience sonore homogène. La musique d'ambiance et les effets sonores seront soigneusement sélectionnés pour compléter l'atmosphère de l'événement.

**Lumière :**

L'éclairage de l'événement sera géré de manière à créer une ambiance captivante et à mettre en valeur les éléments clés. Des équipements d'éclairage de pointe, y compris des projecteurs, des spots et des effets lumineux spéciaux, seront utilisés pour créer des mises en scène visuelles dynamiques. Un équilibre subtil entre les éclairages d'ambiance et les points focaux mettra en valeur les aspects visuels de l'événement de manière élégante.

**Électricité :**

Un plan électrique détaillé sera élaboré pour répondre aux besoins énergétiques de l'ensemble des équipements techniques. Des générateurs de secours seront prévus pour faire face à d'éventuelles interruptions d'alimentation, assurant ainsi une continuité ininterrompue.

Chaque aspect de la composante technique sera géré par une équipe expérimentée de professionnels de l'événementiel technique, veillant à ce que chaque détail contribue à la réussite globale de l'événement.

**Connectivité :**

La connectivité occupe un rôle central dans l'écosystème technique de l'événement. Un réseau Wi-Fi robuste, sécurisé et à haut débit sera déployé, assurant une connectivité fiable aux intervenants. Celle-ci favorisera le téléchargement et la diffusion en continue des contenus multimédia sur les réseaux sociaux, contribuant ainsi à une expérience en ligne immersive.

**Planification de l'itinéraire :**

- Établir un itinéraire détaillé en considérant les distances, les temps de déplacement, les pauses obligatoires, les pleins d'essence, et les lieux de stationnement potentiels.
- Obtenir les autorisations nécessaires pour chaque emplacement de stationnement.

**Coordination Hébergement et Restauration :**

- Réserver des hébergements pour l'équipe itinérante, en privilégiant la proximité des lieux d'événement.
- Coordonner la restauration en planifiant les repas pour le personnel itinérant et les participants, en prenant en compte les préférences alimentaires et les contraintes logistiques.

**Gestion de la Sécurité :**

- Mettre en place des mesures de sécurité robustes pour protéger le matériel et assurer la sécurité des visiteurs.
- Identifier les zones à risque potentiel et définir des procédures de gestion des crises.

**Optimisation du Transport du Matériel :**

- Organiser le transport efficace du matériel en veillant à la sécurité des équipements pendant le trajet.
- Établir une liste détaillée du matériel transporté, en assurant la protection des objets fragiles.

**Recrutement et Formation du Personnel :**

- Recruter du personnel qualifié pour le montage/démontage des stands, la gestion des stands pendant l'événement, et la sécurité, en collaborant avec des entreprises locales.
- Assurer la formation du personnel aux procédures spécifiques de l'événement et aux consignes de sécurité.

**Accueil des Visiteurs :**

- Planifier un accueil chaleureux et efficace pour les visiteurs, en mettant en place des points d'accueil clairement identifiés.
- Former le personnel d'accueil pour offrir des informations précises sur le Comté et l'événement, tout en garantissant une expérience positive.

**Points d'Information :**

- Installer des stands d'information bien organisés dans chaque ville, fournissant des brochures et du matériel informatif sur le Comté.
- Former le personnel d'information pour répondre de manière professionnelle aux questions des visiteurs et maintenir une communication fluide.

**Gestion des Déchets :**

- Mettre en place des bacs de recyclage et de déchets à des emplacements stratégiques.
- Planifier des cycles de nettoyage réguliers pour maintenir un environnement propre et agréable pour les visiteurs
- Collaborer avec des services locaux pour une gestion efficace des déchets après chaque étape de l'événement.

# CHARTRE GRAPHIQUE

## POLICES :

*Fromage du Jura : Another Shabby pour les titres*

FROMAGE DU JURA : BERNIER POUR LES SOUS-TITRES

FROMAGE DU JURA : BARON POUR LE TEXTE

## COULEURS :

#015220

#059D38

#0055A4

#C9191E

#F8F4E3

Le beige ajoute une touche de neutralité, de tradition et de simplicité pour équilibrer les couleurs.

Le vert foncé et le vert clair sont présents pour faire le lien avec la charte graphique de la fédération du comté.

Le rouge évoque les événements passionnants et dynamiques qui auront lieu pendant le roadshow.

Le bleu évoque la stabilité, la confiance et la fidélité, ce qui peut être rassurant pour les participants et les partenaires.

## éléments graphiques

Pour ajouter du contenu sur nos affiches et nos posts nous allons utiliser des photos / illustrations de comté, des formes géométriques, des photos des différentes villes concernées / de la Franche-Comté. L'utilisation également de QR code sur les affiches, ses QR codes seront colorés avec les couleurs de la charte graphique il sera de même pour les formes géométriques.



# VISUEL D'AFFICHE PROMOTIONNEL





# RÉTROPLANNING

THEME	RETROPLANNING	RESP.	AVANCEMENT	DATE BUTOIRE
	Début du roadshow			05/04/2024
<b>ORGANISATION</b>				
Organisation	autorisation des mairies	louis / arthur	A faire	01/03/2023
Organisation	choix des partenaires et des sponsors	louis / arthur	A faire	15/09/2023
Organisation	devis pour l'équipe de sécurité	louis / arthur	A faire	01/12/2023
Organisation	devis pour installation sur les places de villes cibles	louis / arthur	A faire	01/12/2023
Organisation	répartition des taches de chaque équipe	louis / arthur	A faire	25/04/2023
Organisation	visite des places de villes cibles	louis / arthur	A faire	01/07/2023
Organisation	réunion prise de décision	louis / arthur	A faire	02/08/2023
Organisation	protocole en cas de mauvais temps	louis / arthur	A faire	01/12/2023
Organisation	protocole de sécurité et de santé	louis / arthur	A faire	01/12/2023
Organisation	choix des dates (jour ouverture, déplacements, montage et démontage)	louis / arthur	A faire	28/01/2023
<b>COMMUNICATION</b>				
Com avant	contacter les mairies	arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	contacter les lieux des affiches	arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	contacter les imprimeries	arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	préparation de l'affichage	arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	mise en place des affiches sur les lieux pré-définis	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	mise à jour du site web (création d'une nouvelle page)	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	préparation des newsletters	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	envoi des newsletters	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	publication de teaser sur les réseaux sociaux	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	envoi des communiqué de presse et des dossiers de presse	louis	A faire	01/03/2024
Com avant	contacter les partenaires	arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	contacter les sponsors	arthur	A faire	01/03/2024
Com avant	diffusions des publicités sponsorisés	louis	A faire	01/03/2024
Com pendent	diffusions de photos, vidéos, stories sur les réseaux sociaux	louis	A faire	chaque jours
Com pendent	contacte avec la presse locale	louis	A faire	à chaque ville
Com après	réalisation des posts de fin d'événement sur les réseaux sociaux	louis	A faire	30/05/2024
Com après	publication des posts de fin d'événement	louis	A faire	30/05/2024
Com après	préparation des sondages de satisfaction	louis	A faire	30/05/2024

THEME	RETROPLANNING	RESP.	AVANCEMENT	DATE BUTOIRE
Com après	publication des sondages de satisfaction	louis	A faire	30/05/2024
Com après	analyse des résultats des sondages de satisfaction	louis	A faire	06/06/2024
Com après	réalisation d'un bilan	louis	A faire	17/06/2024
<b>ANIMATION</b>				
Animation	organisation du concours de recette	louis / arthur	A faire	24/02/2024
Animation	preparation des conditions de participation du concours	louis / arthur	A faire	24/02/2024
Animation	définition contenue du spectacle vivant	louis / arthur	A faire	26/01/2024
Animation	atelier des démonstrations de découpage de comté	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Animation	contenue du quiz sur le comté	louis / arthur	A faire	01/02/2024
Animation	prix des gagnants du quiz et du concours de recette	louis / arthur	A faire	01/03/2024
Animation	établir un jury pour le concours	louis / arthur	A faire	01/03/2024
<b>LOGISTIQUE</b>				
Logistique	équipe de sécurité	louis	A faire	01/03/2024
Logistique	emplacement de l'équipe de santé (croix rouge française)	louis	A faire	01/03/2024
Logistique	formation des équipes	arthur	A faire	01/03/2024
Logistique	livraison de la marchandise	arthur	A faire	à chaque étape
Logistique	déplacement de entre chaque villes	arthur	A faire	01/04/2024
Logistique	mise en place foodtruck	arthur	A faire	23/03/2024
Logistique	plan des différentes places des villes choisies	louis	A faire	14/01/2024
Logistique	equipe d'accueil	louis	A faire	01/01/2024
Logistique	choix du photographe	louis / arthur	A faire	01/01/2024
Logistique	choix des prestations foodtruck (menu)	louis	A faire	01/02/2024
Logistique	plan d'aménagement	louis / arthur	A faire	13/12/2023
Logistique	emplacement des toilets, points d'informations (accueil)	louis / arthur	A faire	jour J
Logistique	réservation de chambre d'hotel pour les équipes	louis	A faire	15/03/2024
Logistique	équipe de nettoyage	louis	A faire	01/03/2024
Logistique	emplacement des poubelle	arthur	A faire	jour J
Logistique	prévoir un itinéraire pour chaque déplacement entre chaque villes	arthur	A faire	18/03/2024
<b>TECHNIQUE</b>				
Technique	montage	louis	A faire	14/01/2024
Technique	son, vidéo	louis	A faire	14/01/2024

THEME	RETROPLANNING	RESP.	AVANCEMENT	DATE BUTOIRE
Technique	scène pour le spectacle vivant	louis / arthur	A faire	14/01/2024
Technique	matériel de cuisine	louis	A faire	23/03/2024
Technique	nécessaire de vaisselle	louis / arthur	A faire	23/03/2024
Technique	présentoir	louis / arthur	A faire	23/03/2024
Technique	nécessaire d'entretien	louis	A faire	23/03/2024
Technique	alimenter foodtruck et atelier découpe de comté	louis	A faire	jour J
Technique	abris en cas de pluie	louis / arthur	A faire	01/04/2024

# BUDGET

Catégorie de Dépenses	Description	Coût Estimé (en €)	Montant de Sponsoring (en €)	Coût Final après Sponsoring (en €)
Structure principale (stretch tent)	Location et installation	70,000€	15,000€	55,000€
Éclairage d'ambiance et spots	Location et installation	25,000€	8,000€	17,000€
Mobilier (tables, bancs, tables basses, tabourets)	Location	18,000€	5,000€	13,000€
Tapis pour les allées	Achat	7,000€	2,000€	5,000€
Panneaux signalétiques et bannières	Achat et impression	10,000€	3,000€	7,000€
Éléments décoratifs	Achat	15,000€	4,000€	11,000€
Poubelles	Achat	3,000€	1,000€	2,000€
Remorque sanitaire	Location	4,000€	1,500€	2,500€
Frais d'occupation de l'espace public	Autorisations municipales	8,000€	0,000€	8,000€
Assurance événementielle	Responsabilité civile	5,000€	2,000€	3,000€
Équipement de cuisine	Achat	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Produits alimentaires	Approvisionnement quotidien	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Boissons	Approvisionnement quotidien	0€	0€	Mise à disposition gracieuse

Couverts jetables et serviettes en papier	Achat	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Tables hautes	Achat	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Présentoirs pour échantillons de comté	Achat	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Supports et flyers d'information	Achat et impression	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Équipement d'encaissement	Achat	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Équipement de cuisine pour les participants	Achat	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Cadeaux exclusifs pour les gagnants	Achat	5,000€	1,500€	3,500€
Petite scène démontable	Location	8,000€	2,500€	5,500€
Marionnettes et reproductions	Achat	4,000€	1,000€	3,000€
Matériel d'éclairage et son	Location	12,000€	4,000€	8,000€
Coussins d'assise moelleux	Achat	2,000€	500,000€	1,500€
Système de quiz interactif	Achat	6,000€	2,000€	4,000€
Goodies et petits cadeaux	Achat	2,000€	500,000€	1,500€
Matériel son et supports visuels	Location et achat	5,000€	1,500€	3,500€

Table de démonstration et outils de coupe	Achat	3,000€	1,000€	2,000€
Camionnettes vintage (Citroën Type-H)	Mise à disposition gracieuse	0€	0€	Mise à disposition gracieuse
Van pour le personnel permanent	Location	6,000€	2,000€	4,000€
Camion remorque	Location	5,000€	1,500€	3,500€
Extincteurs	Achat	2,000€	500,000€	1,500€
Signalisation de sécurité	Achat	3,000€	1,000€	2,000€
Hébergement pour l'équipe itinérante	Réservations	10,000€	2,500€	7,500€
Restauration	Repas pour le personnel	7,000€	1,500€	5,500€
Mesures de sécurité	Sécurité du matériel et des visiteurs	5,000€	1,500€	3,500€
Bacs de recyclage et de déchets	Achat	2,000€	500,000€	1,500€
Nettoyage régulier	Services locaux	3,000€	1,000€	2,000€
<b>Total</b>		<b>295,000€</b>	<b>65,500€</b>	<b>229,500€</b>

Il s'agit du budget par ville.

Pour l'ensemble de l'événement le total est de **2 295 000€**



## **CONCLUSION**

Cet événement à été conçu pour offrir une expérience immersive et mémorable aux participants, tout en élargissant la portée du Comté dans des régions moins consommatrices. La stratégie de communication, les animations variées, la logistique solide, et les mesures post-événement contribueront à atteindre les objectifs fixés et à créer une dynamique positive autour du Comté en France.

**STRETCH TENT**



**REMORQUE TOILETTE**



**VÉHICULE CITROËN TYPE-H  
(FOODTRUCK)**



