

« Opération Bordeaux Apéro » - Du 15 avril au 15 juin – 2 mois

I- Données générales

a) Objectif :

Faire découvrir et vendre les vins Bordeaux Clairet, Rosé, Blanc dans le réseau CHR.

b) Concept :



Créer du trafic dans un réseau de CHR pour relayer l'opération de mise en avant des « Bordeaux Apéros ». Pour ce faire, nous prévoyons de monter un partenariat avec les CHR du **Réseau Service en tête** de **France Boissons** en fournissant un ensemble de moyens qui permettront d'animer ces points de vente.

c) Thème de promotion :

« Les Bordeaux d'Apéros à découvrir ensemble »

Thème de l'opération : la convivialité, l'échange autour d'un verre de vin dans un café. Pour cela nous utiliserons un symbole fort de lieux de discussions et d'échange, « **l'Arbre à Palabres** ».

En effet, en Afrique c'est à l'ombre d'un arbre que se tiennent les longues discussions qui aboutissent aux consensus. C'est par excellence un lieu d'échange, d'écoute et de partage des idées. En Afrique, la palabre est une coutume de rencontre, et de création ou de maintien de lien social. Elle apparaît comme une véritable institution sociale à laquelle participe toute ou partie de la communauté d'un village. Cette coutume permet également de régler un contentieux sans que les protagonistes ne soient lésés.

Ainsi nous cherchons par cette opération à associer de manière forte la convivialité et la simplicité des échanges aux vins des appellations Bordeaux et Bordeaux Supérieur, ce qui s'inscrit dans l'image que le syndicat veut donner à ses vins.

d) Présentation de l'« Arbre à Palabres » :

Sur cet arbre (PLV carton de 1,80m de haut) sont inscrites des pensées, des palabres qui prêtent aux discussions conviviales (exemple de « palabres d'apéro » : « *Si vous nagez dans le bonheur, soyez prudent, restez là où vous avez pied* », « *Les absents ont toujours tort de revenir* », « *Ne prenez pas la vie trop au sérieux, de toute façon vous n'en sortirez pas vivant* »). Le tronc de l'arbre est une urne dans laquelle les clients du CHR peuvent déposer leur bulletin de jeu.

e) Principe du jeu

Lorsque les clients achètent un verre de ces Bordeaux Apéros, on leur donne systématiquement un sous-verre, représentant une feuille de l'Arbre à Palabres et utilisé comme bulletin de jeu. Au recto, des réflexions, des citations sont écrites pour inciter les consommateurs à échanger et à discuter. Au verso, on



trouve des informations pédagogiques et ludiques sur les Bordeaux Bordeaux Supérieur et une partie à remplir, avec leur thème de palabre. Pour participer au jeu, le sous-verre complété est à déposer dans l'urne.

A la fin de l'opération, chaque patron de CHR prime à sa convenance, les 10 meilleures palabres déposées dans son arbre. Les 5 gagnants sont invités à retirer dans chaque CHR leurs lots (fournis dans le Kit gagnant). L'objectif étant de créer du trafic dans ces lieux.

Chaque consommateur qui commande reçoit également un coupon adresse présentant le site de Planète Bordeaux. Il aura alors la possibilité de s'inscrire sur le site (à définir) et jouer en ligne en y déposant sa palabre. Des lots seront remis aux gagnants à la suite d'un tirage au sort.

II- La promotion



a) Partenaire : France Boissons

Une réunion avec la responsable Marketing a eu lieu le 8 janvier 2008. Nous comptons sur un réseau de 300 CHR, présents dans toute la France, qui adhèrent au même programme « Service En Tête » (objectif 600 CHR fin 2008 / 20% de bars, 20% de bars à ambiance, 60% de bars-brasseries / www.service-en-tete.com). Ce programme est déployé dans le cadre d'une association où chaque CHR a en commun le désir de mettre le service au premier rang de ses priorités et s'engage à utiliser tous les outils et conseils mis à leur disposition par l'association pour y parvenir. Pour cela, ce réseau bénéficie de 19 conseillers commerciaux spécifiques à ce programme.

b) Principe de la promo :

Chaque CHR se verra remettre **1 Kit spécifique** à cette opération, pour **60 cols** Bordeaux Apéros achetés.

1 kit promo = 1 PLV en carton « Arbre à Palabres » + 2 affiches A3 + 1 sceau + 1 tire bouchon + 1 ardoise + 600 sous-verres + 100 sets de table

Soit au total **300 kits**, au minimum **18 000 bouteilles** commandées et 140 000 à 180 000 verres de Bordeaux Apéros servis pendant la promotion.

III- Animations sur site



Animation dans 50 CHR du réseau « Service en Tête » . Soit 1 CHR touché sur 6.

a) Principe :

2 créneaux horaires : 11h30 à 13h30 et/ou 18h30 à 20h30.

Dans chaque CHR participant de notre choix, un comédien et une hôtesse anime le site en remettant un document d'aide à la dégustation Bordeaux Bordeaux Supérieur à tous les clients du bar + un sous-verre Bordeaux Apéros, en les incitant à remplir le sous-verre (bulletin de jeu) en écrivant une palabre. À la fin des 2 heures, 3 palabres seront lues publiquement et primées par des lots.

b) Kit animation sur site :

1 costume hôtesse + 1 ardoise + 1 sceau Bordeaux servant d'urne et laissé dans le CHR en cadeaux + 200 sous-verres bulletin de jeu (soit 10 000

sous-verres) + 200 documents d'aide à la dégustation Bordeaux Bordeaux Supérieur (soit 10 000 documents au total) + 2 winflags + 2 kakémonos

IV- Communication de l'opération :

- Communication presse via le service dédié de Service En Tête
- Annonce presse dans le magazine Service En Tête
- Présence sur le site de l'opération
- Liste des points de vente visible sur le site « www.service-en-tete.fr »
- Faire un mail de relance à tous les propriétaires de CHR adhérent au programme, avant l'opération