



PROPOSITIONS MARKETING

////////////////////// PROJET MARKETING COMITÉ CHAMPS-ELYSÉES

[CONFIDENTIEL]

CLIENT Comité Champs-Élysées / ADRESSE 39 avenue des Champs-Élysées, 75008 Paris

///// DEFINITIONS PREALABLES

Nous proposons ici des idées libres de toutes **connaissances de vos contraintes** à ce stade. Afin de **mieux définir les projets** et leur **faisabilité**, il nous faudra établir ensemble un **« périmètre marketing »** :

- ✓ délimitations des moyens en terme d'organisation, comme des problématiques de sécurité
- ✓ déroulement des demandes d'autorisations pour les évènements
- ✓ définition des lieux outdoor et indoor exploitables
- ✓ perspectives de partenariats et de participations des membres
- ✓ mise en contact avec les sociétés potentiellement ou déjà partenaires de l'opérationnel des évènements grand public
- ✓ budgets
- ✓ timing incompressible entre la proposition et le vote du projet / en fonction de sa nature

Etude de cible(s) et besoins

- ✓ bilan : positionnement de l'image des Champs-Élysées
- ✓ objectifs à court / moyen / long terme

Les tarifs des budgets sont indicatifs, ce sont des tarifs planchers pour un minimum de qualité, révisables en fonction des exigences.

p 4 à 5 // COMMUNITY MANAGEMENT

Communication sur l'ensemble des réseaux sociaux sur **2 axes distincts** :

Axe VIP prestige

Axe tout public

p 6 à 34 // CAMPAGNES MARKETING - EXEMPLES DE PROJETS

PROPOSITION 1 : concours photo inspiré « LIFE magazine » auprès des professionnels

PROPOSITION 2 : concours photo 360° photosphère auprès du grand public

PROPOSITION 3 : organisation d'un Bal VIP dans les jardins des Champs-Élysées

PROPOSITION 4 : organisation d'une journée de l'Élégance sur l'Avenue des Champs-Élysées

PROPOSITION 5 : Marché de Noël Jeunes Créateurs parrainés par des Membres en partenariat avec Marcel Campion

PROPOSITION 6 : Exemple de Campagnes Creative Medium et Creative Small

2016 sera l'année du 100^e anniversaire du Comité ; nous souhaiterions créer une identité graphique et notamment un logo-macaron pour toutes les actions marketing de cette année là.

Vous fournissez les pitch-lines et vos besoins d'attractivité ciblés, nous les développerons pour vous et les déploierons sur les réseaux.
Notre question à ce stade sera de savoir si nous communiquons **uniquement sur les actions du Comités** ou si nous rassemblons aussi **les communiqués des adhérents** pour les répercuter sur votre communication réseau.



AXE VIP PRESTIGE

COMMUNICATION CIBLÉE LUXE

Page FACEBOOK privée avec membres facebook "triés" - donner le sentiment de privilège

Infos exclusives

Evènements sur invitation

News Avant-premières Cinéma

News People & Luxe valorisant les membres du Comité

Principaux intérêts

Restaurants

Hôtels

Spas & Bien-être

Mode & Luxe

Showrooms

Special guests et événements Retail

Champs-Élysées secret

PINTEREST

Album photos prestige à l'image d'une brochure mag des Champs-Élysées

ASW (A Small World)

Infos évènements VIP

L'idée est de faire rêver le grand public et de l'informer des principaux événements sur les Champs-Élysées, ainsi que de diffuser une image moderne, chic et un « lifestyle Champs-Élysées ».



AXE TOUT PUBLIC

COMMUNICATION CIBLÉE GRAND PUBLIC

2ème Page FACEBOOK ouverte à tous

- Infos générales
- Marché de Noël
- Nouvel An
- Défilé de 14 juillet
- Arrivée du Tour de France

Principaux intérêts

- Enseignes populaires / Retail
- Mode & Gourmandises
- High-tech
- Vie pratique
- Showrooms
- Infos « dreamlife »

INSTAGRAM et WE♥IT

News photos montrant le côté actuel et vivant des Champs-Élysées

TWITTER

- Infos événements et nouveautés
- Buzz Avant-première, etc. Opérations marketing twitter

PROPOSITIONS MARKETING /// CREATIVE STRONG

PREMIERES IDEES

PROBLEMATIQUE

Les Champs-Élysées souffrent d'un déficit d'image auprès du grand public, au sens premier du terme, représentations présentes sur le web, **c'est à dire de visuels de qualité comme de visuels « prestige », bref d'un reflet à sa hauteur.**

La plupart des photographies sur le web renvoient une image de badauds égarés au milieu de voitures et scooter, bien loin des ambitions de la "plus belle avenue du monde ».



SOLUTION N°1

Shooting photo avec un photographe professionnel

Un **shooting de rue prises sur le vif** avec un photographe expert « **street photography** ».

OBJECTIF

Montrer les Champs-Élysées de façon **plus glamour et vivante, plus moderne et branchée, plus intime**, et inonder le web avec cette **image valorisante**.

BUDGET MINIMUM - 1 semaine de shooting photos de rue uniquement

5000€ photographe
2000€ retouche photos

///// TOTAL 7000€

Quelques photos luxe avec des modèles

BUDGET MINIMUM - 1 journée shooting avec modèles

6500€ photographe
3000€ pour 3 modèles
3500€ coiffure maquillage stylisme
3000€ retouche photos

(demander prêt de vêtements pour shooting devant certaines boutiques luxe)

///// TOTAL 16 000€

Diffuser largement ces photos sur votre site web, sur les réseaux, à la presse.
Faire un vernissage avec invitations VIP et vendre quelques clichés en « édition limitée ».



CHAMPS-ÉLYSÉES 1900 À 1970

Les photographes d'antan savaient mettre le lifestyle et l'espièglerie en avant, c'est ce qui rend si charmante l'image des Champs-Élysées. Que laisserons-nous comme images marquantes des Champs-Élysées à notre époque ?



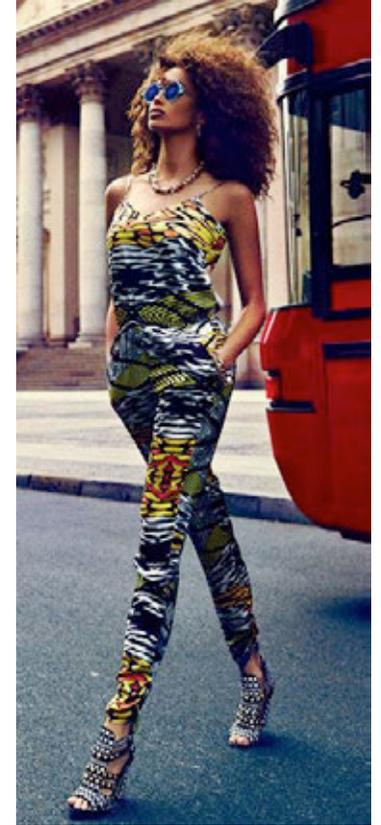


STREETLIFE MODERNE

SHOOTING DE RUE, ESPRIT PHOTOS SUR LE VIF

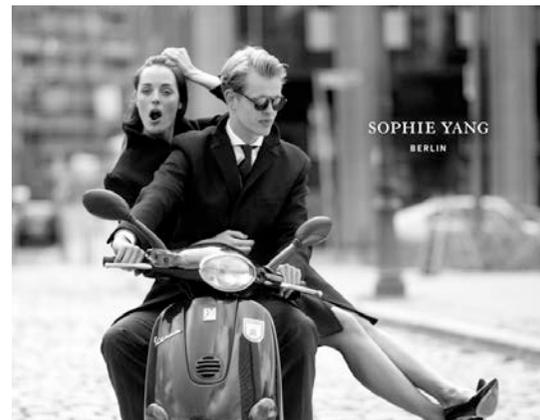
Très à la mode, les clichés de rue et les macro urbaines sont le reflet d'un style de vie, une émotion qui fait rêver et porte vers le haut un quartier, une ville.





CITY GLAM

SHOOTING DE MODÈLES
DANS L'ESPRIT STREETLIFE LUXE



PROBLEMATIQUE

Les Champs-Élysées souffrent d'un déficit d'image auprès du grand public, au sens premier du terme, représentations présentes sur le web, **c'est à dire de visuels de qualité comme de visuels « prestige », bref d'un reflet à sa hauteur.**

La plupart des photographies sur le web renvoient une image de badauds égarés au milieu de voitures et scooter, bien loin des ambitions de la "plus belle avenue du monde ».



SOLUTION N°2

Concours photos auprès de photographes professionnels

Appeler les photographes pour un **concours artistique sur les Champs-Élysées**, sur le thème du **glamour** dans un **style « LIFE magazine »**.

OBJECTIF

Obtenir des clichés de qualité et un regard neuf sur les Champs-Élysées.
Communiquer sur le prestige français.

BUDGET MINIMUM

2000€ communiqués de presse

1000€ affiches information locale type « souriez, vous êtes photographié »

4500€ pour tirages de 100 photos grand format

2000€ gestion concours, tri des photos, mise en ligne

À deviser – installations

///// TOTAL 9500€

Charte de conduite des photographes pour le concours.

Diffuser largement ce concours sur le site web, sur les réseaux, à la presse internationale.

Exposer les meilleurs clichés sur l'Avenue en grand format

Une exposition indoor ou outdoor avec vernissage sur invitations et vendre quelques clichés en « édition limitée ».

Un prix pour les gagnants du concours.

PROBLEMATIQUE

Les Champs-Élysées souffrent d'un déficit d'image auprès du grand public, au sens premier du terme, représentations présentes sur le web, **c'est à dire de visuels de qualité comme de visuels « prestige », bref d'un reflet à sa hauteur.**

La plupart des photographies sur le web renvoient une image de badauds égarés au milieu de voitures et scooter, bien loin des ambitions de la "plus belle avenue du monde ».



SOLUTION N°3

« Tribulations modernes » ou, la redécouverte du quartier

Créer **4 profils cible** et filmer **d'un point de vue suggestif** les pérégrinations de monsieur, mademoiselle ou madame, bref **sa journée sur les Champs-Élysées.**

OBJECTIF

Montrer comment vivre pleinement la magie des Champs-Élysées et découvrir ou redécouvrir tous ses secrets, astuces ou spots. Immerger au cœur de l'action, créer l'envie.

4 journées shooting vidéo ou photo avec acteurs ou de vraies bloggeurs(les).
Parcours balisé par les enseignes membres à visiter – freepass.

BUDGET MINIMUM PROD

7000€ photographe / ou 9000€ réalisateur

4000€ 2 acteurs hommes – 2 femmes

5500€ coiff maquillage stylisme

3000€ retouche photos / ou monteur-étalonneur

1500€ création de 4 pages dédiées sur le site web

///// TOTAL photo 21000€ ou vidéo 23000€

BUDGET MIN BLOGGEURS

Les plus : authentique et frais, relayé sur leur blogs

Les moins : le style vidéo sera le leur, pas de maîtrise du message

3000€ Communiqués, Sélection bloggeurs, Petit dej. informatif

4000€ 4 bloggeurs

5500€ coiffure maquillage stylisme

Invitations freepass partout où vont les bloggeurs

3000€ monteur-étalonneur

///// TOTAL 16000€

Diffuser largement ces « tribulations » sur votre site web, sur les réseaux sociaux, auprès de la presse internationale et selon l'axe choisi, sur leur blog.



BLOGUEURS

TRIBULATIONS D'EPICURIENS

Regard aiguisé et raffiné, ils ou elles ont le goût des belles choses comme du bon vivre. Choisir 4 personnalités fortes pour révéler les Champs-Élysées avec du caractère et du style.



PROBLEMATIQUE

Avec un changement drastique des méthodes marketing comme de l'événementiel, comment les Champs-Élysées peuvent-ils se démarquer ?

Fiers d'une notoriété établie, cette dernière n'est pas pour autant acquise ad vitam pour les Champs-Élysées.

En effet, les nouvelles générations ont désormais une toute nouvelle perception des endroits « à la mode ».



SOLUTION N°1

Invitation permanente à partager ses « moments de vie d'exception » sur les Champs-Élysées via des photos 360°, mouvement initié par un concours.

Les **photosphères** deviennent à la mode et plus seulement pour les aventuriers.

Google déploie une **application mobile gratuite** permettant aujourd'hui à n'importe quel smartphone de faire des photos 360°. Appareils photos pros et autre gadgets permettent de faire du 360° depuis quelques années, mais c'est un nouveau phénomène que de voir des plateformes émerger pour diffuser ces visuels sur le web.

Les **photos 360°** sont un support original pour illustrer un moment vibrant seul ou à plusieurs. Le côté tridimensionnel, dynamique et ludique donne aux voyeurs toute la satisfaction de la découverte « comme si ils y étaient ».

Le mouvement ne fait que commencer, **soyez les premiers à en faire une campagne marketing valorisante pour vos évènements.**

OBJECTIF

Montrer de l'intérieur les évènements ayant lieu sur les Champs-Élysées. Etre au coeur de l'action et de l'émotion.

BUDGET MINIMUM

2000€ communiqués de presse

4500€ Gestion du concours, photographies 360° sur le site web

///// TOTAL 6500€

Diffuser largement ces photos sur votre site web, sur les sites photos 360°, à la presse.

Eventuellement, organiser un vernissage avec invitations VIP et vendre quelques clichés pros sur supports circulaires designs en « édition limitée » aurait un impact presse fort.

Jook Leung a été le précurseur dans ce domaine, le 1^{er} à utiliser la photographie panoramique pour saisir les évènements de foule.

Il a reçu plusieurs Awards pour ses clichés 360° lors des New Year à Time Square.



LIVE 360° <http://www.panoramas.dk/new-year-2009/times-square.html>



LIVE 360° <http://www.panoramas.dk/US/car-free-times-square.html>



LIVE 360° <http://www.panoramas.dk/2008/flash/naked-bike-ride.html>



LIVE 360° <http://www.virtuallatvia.lv/Tours/Riga/Dziesmusvetki/360.html>

PROBLEMATIQUE

Avec un changement drastique des méthodes marketing comme de l'événementiel, comment les Champs-Élysées peuvent-ils se démarquer ?

Fiers d'une notoriété établie, cette dernière n'est pas pour autant acquise ad vitam pour les Champs-Élysées.

En effet, les nouvelles générations ont désormais une toute nouvelle perception des endroits « à la mode ».



SOLUTION N°2

Créer un parcours permettant de visiter vos adhérents à la façon « streetview ».

Les **photos 360°** combinées à un **parcours streetmap** permettent de créer une **visite guidée originale et immersive**.

Google Street View est devenu un phénomène sociétal et une application largement utilisée pour repérer des lieux avant de s'y déplacer. Il existe des supports techniques alternatifs qui permettent de reproduire ce type de visite 360°, que nous vous proposerons lors de l'étude complète du projet.

Il est donc possible de créer **une expérience unique de visite guidée** par thèmes avec des photos 360° professionnelles immersives et un parcours dont l'habillage graphique retranscrit l'esprit des Champs-Élysées.

De plus, le parcours peut naturellement s'enrichir dans le temps avec les nouveaux adhérents participants.

OBJECTIF

Créer un véritable pouvoir d'attraction et de la publicité pour vos membres.

BUDGET MINIMUM

2000€ communiqués de presse

5500€ vues parcours Champs-Élysées et pack 20 lieux : 5 photos 360° pro / lieu

4800€ prepa mapping et création du parcours

///// TOTAL 12300€

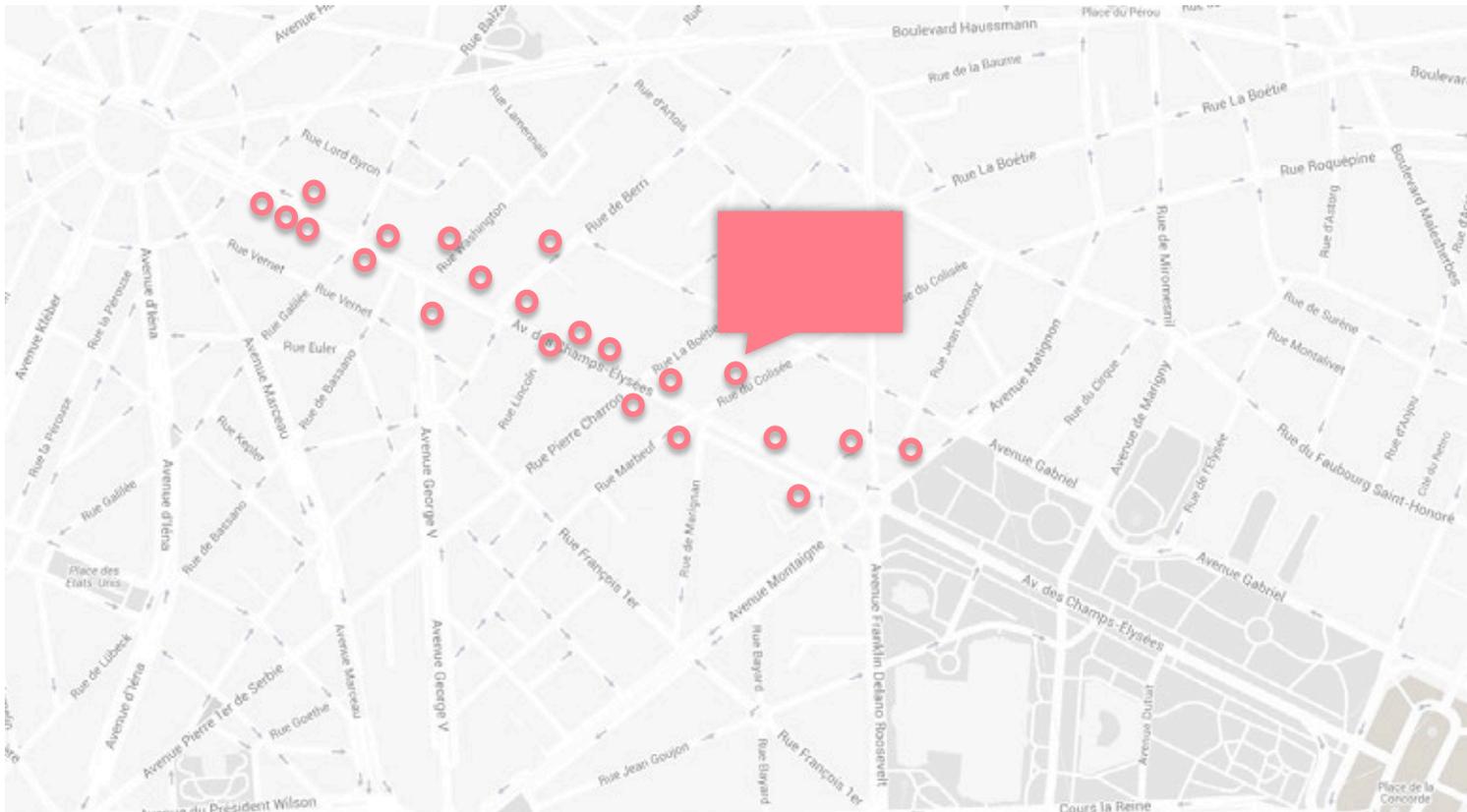
Hors projet

400€/lieu supplémentaire ou actualisation – photos 360° et intégration au Tour

Buzzer /offrir un feedback sur ces parcours présents sur votre site web, communication réseaux et presse.

NAVIGATION RAPIDE

APERÇU GLOBAL & GEOGRAPHIQUE



Carte ou représentation design des Champs-Élysées

Mapping des hotspots avec preview au survol

Plusieurs cartes possible pour chaque catégories ou différentes icônes



Photo ou illustration des Champs-Élysées

Mapping des hotspots avec info-bulle au survol

NDLR : le Queen n'est pas un bon exemple car l'établissement ferme. Il s'agit juste d'une illustration.

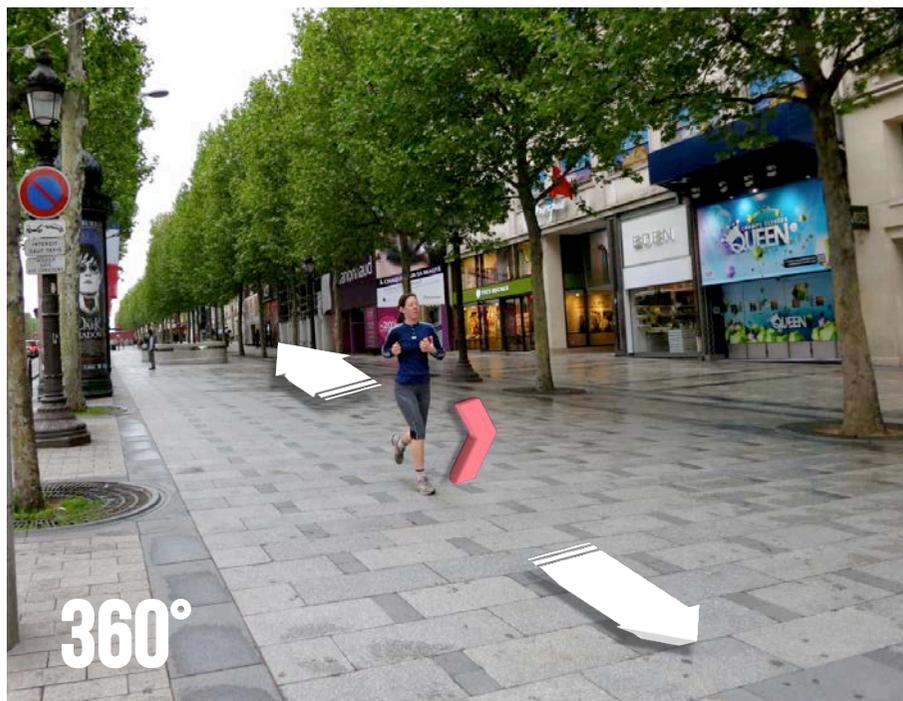
NAVIGATION

ARCHITECTURE DU TOUR

Navigation immersive depuis les trottoirs des Champs-Élysées en démarrant de l'Arc de Triomphe ou du hotspot directement cliqué depuis la carte

ETAPE 1

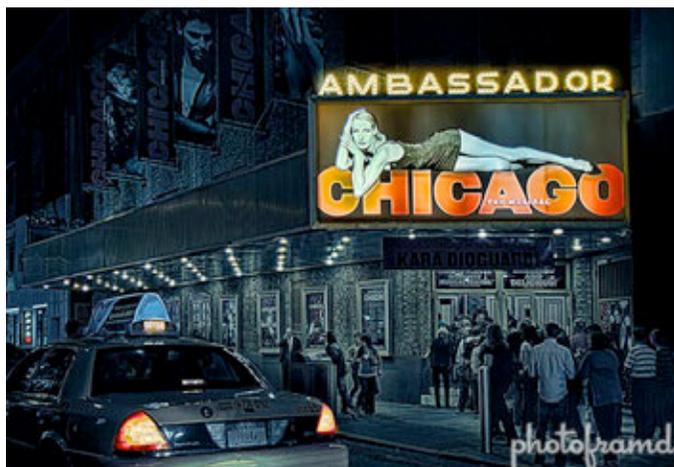
Avancées par parcours fléché de hotspot en hotspot



ETAPE 2
Vue du lieu extérieur de face
Bouton pour entrer dans le lieu

ETAPE 3
Vue du lieu intérieur
Parcours fléché
5 vues 360° « vivantes »
Pages d'infos et sons d'ambiance sonore ou voix-off sont possibles





STYLE GRAPHIQUE DU TOUR 360°

REALISME OU EFFETS GRAPHIQUES ?

Nous pouvons rester dans un **registre réaliste**. Les passants donnent de la vie et seront floutés, droit à l'image oblige, par un effet de style « bougé ».

Nous pouvons aussi, si vous le souhaitez, **styler l'Avenue des Champs Élysées en appliquant des filtres aux photos 360°**.

OBJECTIF

Se démarquer d'une simple photo google streetview et donner au visiteur une expérience nouvelle et sublimée, plus glamour. Bref, un aspect moderne, fashion et graphique dans le ton de la communication de « pub luxe ».

Voir les spots pub « Petite robe noire de Guerlain » sur dailymotion

exemple d'effets « by night » qui donnerait de la dimension pour une visite spéciale Champs-Élysées nocturne



100 ANS

A l'occasion du centenaire du Comité, un événement exceptionnel et marquant.



« Le concert Besselièvre » - Les soirées du vendredi étaient une grande curiosité. La place du Cours de la Reine devint le rendez-vous du monde élégant, un de ces endroits où la mode tient sa cour et où il fallait être vu. Les dames distinguées venaient y étrenner leurs robes nouvelles et leurs chapeaux des plus insolites.

IDEE N°1

Un Bal VIP en plein air, récurrent, les soirs d'été sur les Champs-Élysées.

Le concept serait de faire renaitre un Bal dans les jardins des Champs-Élysées. Historiquement, le Bal Mabile et le « Concert Besselièvre » était un « must » contribuant à la renommée du quartier.

OBJECTIF

Un rendez de danse en début de soirée de - 18h à 23h - par exemple, glanant la cible CSP++ sur les Champs-Élysées. La soirée commencerait ou finirait dans d'autres endroits - restaurants, bars, clubs ou magasins - des Champs-Élysées.

Dans un soucis de respect des riverains comme de contingences sécuritaires et d'impact optimum sur le type de cible que nous souhaitons attirer, le registre approprié est celui des **danse de Salon**, avec un **orchestre live** de jeunes talents. Cela se prête à une **demande forte**, projette une **image noble** et c'est **très beau à regarder donc une attraction touristique**.

Affinant la proposition d'un bal plein air haut de gamme, le concept sera d'être **membres du Club** - créé pour ce Bal - et en **tenue de soirée élégante exigée**. Ouvert aux VIP invités, aux danseurs professionnels, aux membres d'un club de danse de Salon et aux danseurs occasionnels ayant du style.

Depuis 1990, il existe un rendez-vous pour les danseurs de Salsa qui remporte un franc succès, tous les étés, sur les quais de la Seine.

BUDGET

Scène libre jeunes talents d'orchestres sur candidature.
(ou de 3000€ / soir orchestre symphonique du campus d'Orsay à 15000€ orchestre ++)
A deviser - installation sonore / gazebo de l'orchestre pour l'été
3000€ photographe de l'événement (avec 360° inside pour faire le buzz)

///// TOTAL approfondir pour estimation complète



Le Bal des Princesses



Le Grand Bal Masqué de Versailles

Le Grand Bal Salsa de la St Valentin

Le Bal des Parisiennes

LES BALS DE PARIS

UNE TRADITION CHÉRIE

Les parisiens raffolent des Bals. Coquets et joueurs, ils se jettent sur toutes les occasions pour **se mettre sur leur 31**.



Le Bal de l'X

Le Bal des Débutantes

Le Bal d'Hiver





Un peu d'histoire...

Les quais Salsa qui ont lieu chaque année en bord de Seine ont une place toute particulière dans le cœur des Salseras et Salseros Parisiens. C'est un plaisir exquis que de pouvoir écouter notre musique préférée et de danser à l'air libre, sous la lueur des réverbères et l'éclat des bateaux illuminés qui passent de temps en temps. Quand il fait vraiment chaud, c'est le lieu où l'on respire le mieux, et quand il fait un peu froid... La danse nous réchauffe!



Les soirées dansantes sur les quais à Paris sont apparues dans les petites arènes au bord de la Seine dans les années 90.

A l'époque, les danses comme le Tango, la Salsa, ne rassemblaient que quelques passionnés qui se connaissaient et se retrouvaient entre amis et danseurs attirés pour virevolter en plein air sous le regard captivé des badauds. D'année en année, ces rassemblements ont attiré de plus en plus d'adeptes et les danseurs ont également mis à profit les larges esplanades, qui surplombent les alvéoles, encore plus spacieuses et idéales pour danser. Aujourd'hui, nombreux sont ceux qui attendent avec impatience le retour du beau temps pour aller danser sur les quais, car « les quais » sont, pour eux, synonymes d'un espace de détente, de bonne musique, de danses endiablées et de convivialité en plein air.

Devant ce succès grandissant, et le nombre de danseurs, les autorités (Préfecture, Ville de Paris, Port Autonome, Sacem) ont exigé plus d'organisation, et conditionné l'autorisation des rassemblements au respect d'un certain nombre de règles (qui s'appliquent à toutes manifestations publiques). Pour assurer le maintien des quais, plusieurs associations de plusieurs genres de musiques et de danses, composées de passionnés bénévoles (c'est bien de s'en souvenir), se sont regroupées sous l'égide de l'association PDES (Paris Danse En Seine) pour répondre à ces exigences administratives et obtenir les autorisations officielles nécessaires au bon déroulement des soirées.

Ainsi, chaque année au début de l'été, les danseurs attendent le signal pour savoir si les quais auront bien lieu. Ensuite, lorsque la précieuse autorisation est arrivée, sachant que s'il pleut, si un organisateur est absent, s'il fait moins de 18°C, s'il y a des suspensions imprévues et toutes sortes de choses, qui risquent d'annuler une soirée... La question existentielle et qui obsède tous les habitués, est, durant tout l'été dès les premières heures de l'aurore : Quais ou pas Quais, ce soir?

Ces soirées sont ouvertes à tous, danseurs confirmés, comme aux débutants (avec des cours avant les soirées) ou simples curieux. Traditionnellement, chacun peut apporter des boissons (non alcoolisées) et de quoi grignoter à partager sur place.

Toutes les animations sont gratuites et libres d'accès, venez juste avec votre meilleure humeur! Une excellente manière de profiter de l'été et du beau temps à Paris.. Et en musique!

DANSES PLEIN AIR

RENDEZ-VOUS DE GRAND SUCCES

Par dessus tout, les gens aiment danser dehors.

Swing, Twist, Folk, Salsa, Mambo, Cha-cha...
c'est un véritable « Dirty Dancing » tous les étés.

Des quais de Seine au MK2 bibliothèque, à l'esplanade Jussieu ou sur les berges du canal de l'Ourq, un rendez-vous tout public.



Carnet de Bals organise des bals 1900 tous les 2 mois, mais le côté stricte d'époque n'est pas du tout fédérateur pour notre cible, c'est même plutôt ringard.





ET LES VIP ALORS ?

ENFIN UN RENDEZ-VOUS ESTIVAL DANSANT VIP !

Las des soirées à se regarder ?... Qui peut résister à l'idée de partager une danse, une bonne dose d'adrénaline et le prétexte d'être d'une exquise élégance ?

Danser la **Valse**, le **boléro**, le **tango**, le **mambo**, le **jazz**, en plein air avec un orchestre live... irrésistible !



TON
Rita Hayworth Sway Dancing
[Voir la video](#)

Photos sur Pinterest
[Voir la video](#)

Chic, aristocrates, exaltantes, les danses de Salons font partie d'une certaine **culture du savoir-vivre**.

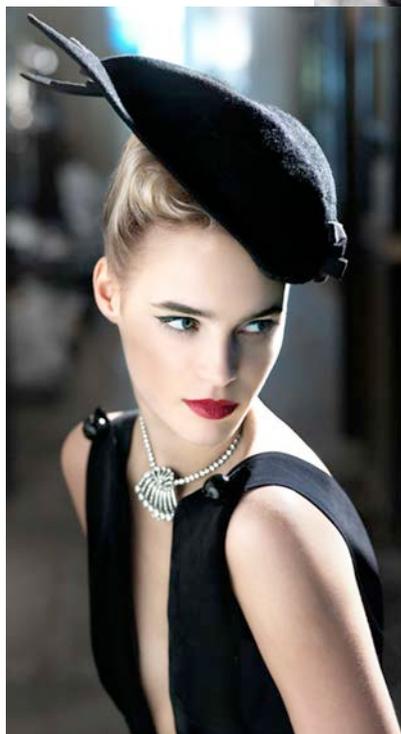
Nous parlons d'un **bal moderne, glamour** qui correspond plus à l'**image d'élégance, de séduction, du gentleman et de la féminité**, dans le style de Rita Hayworth et des soirées des années 50.

Romance, émotion et sensualité au rendez-vous.



100 ANS

A l'occasion du centenaire du Comité, un événement exceptionnel et marquant, et pourquoi pas récurrent.



IDEE N°2

Création d'une « journée de l'élégance » sur les Champs-Élysées au Printemps.

Les Champs-Élysées se mettent sur leur 31, le 31 mai, par exemple
Fini les jeans et les tenues casual ; pendant une journée, **retour au chic, aux chapeaux, aux costumes 3 pièces et aux coiffures gaufrées** comme cela se faisait jusqu'en 1960, comme nous le voyons encore, au prix de Diane, aux fashion weeks, ces occasions « mode » dont les parisiens se délectent.

A l'instar des **Vendanges Montaigne**, chaque enseigne participante pourra offrir aux plus élégants dans des carrés VIP petits fours, fines bulles ou encore un atelier. Ateliers « coiffures d'époque », « gentlemen beauty », « mannequins en tenue haute couture mis en scène devant les boutiques luxe » etc.

Les vitrines s'habillent elles-mêmes d'élégance pour l'occasion. Les **Stations de métro peuvent être décorées** d'un grand drapé et d'un immense nœud noir & blanc, fashion et graphique, par exemple.

Tout le long de l'Avenue, des danseurs gracieux dans de sublimes tenues pourraient inviter les passants à danser, animer cet espace par thématiques (tango, valse, mambo) à intervalles réguliers, mobiles, et renforcer ainsi l'identité de l'évènement.

OBJECTIF

Instaurer une **journée traditionnelle de l'élégance sur les Champs-Élysées**, redonner le goût du raffiné comme de l'élégance ; **créer un impact international mélioratif et inspirational.**

Recueillir un fichier emails, âge, résidence, goûts, CSP du public à l'entrée des enseignes- urnes design et idées de goodies en échange de leur participation.

BUDGET MINIMUM

10 couples de danseurs ½ journée X 2 > écoles de danse
900€ Location 10 Enceintes sonorisation portable sur batterie
600€ un photographe
urnes design > défi école de design ou créatifs Publicis
drapés métro > défi école de mode

TOTAL à affiner en fonction des concepts et partenariats

Vendanges Montaigne



JOURNÉE DISTINGUÉE

DRESS-CODE CHAMPS-ÉLYSEES

Fédérer parisiens et cosmopolites autour de l'élégance, un changement de décors dans le décors, subtil, qui vaut le coup d'œil.
 Un maximum de **publicité positive** et une **vision enchantresse des Champs-Élysées**. Elegance is so Paris ! So Champs-Élysées !
 Un évènement qui aura un écho international.



Photos de rues de styles new-yorkais inspirés de la mode Française.

Prix de Diane



PROBLEMATIQUE

Les marchés de Noël, plus de 18 à Paris, sont de plus en plus qualifiés d'attrapes-touristes et accusés de vendre de l'artisanat "made in China".

Pour le marché de Noël des Champs-Élysées, en collaboration avec Marcel Campion, nous pensons qu'il est possible, vu l'esclandre médiatique passée, de **proposer et tester un nouveau concept** afin de rentrer cet événement dans vos objectifs marketing d'une **plus belle image des Champs-Élysées**.

16 000 000 de visiteurs sur 7 semaines



THEME- LE PETIT VILLAGE DE NOËL

Un corner jeunes créateurs, jeunes designers et jeunes artisans au Marché de Noël.

Nous ne connaissons pas la marge de manœuvre à ce stade - ni les **systèmes financiers mis en place sur ce marché** - à respecter. Nous réadapterons nos idées en fonction.

Marcel Campion ayant été mis à mal par la presse, et le Marché de Noël des Champs-Élysées souffrant du syndrome « made in china », un **concept de carré de Créateurs** serait une idée pertinente à tester **sur 1/5^e des stands du Marché de Noël**.

Stratégie : présenter et faire adopter le concept à **Marcel Campion** afin de s'accorder sur l'intérêt commun d'une telle opération. Et ce, dans une collaboration positive, et profitable à tous. Un pari, **parvenir à changer l'image de ce Marché de Noël**.

IDÉE

Chaque enseigne participante choisit de **parrainer de 3 à 6 jeunes créateurs / chalet**, parmi une liste de créateurs suggérés ou de leur choix, en corrélation avec leur activité.

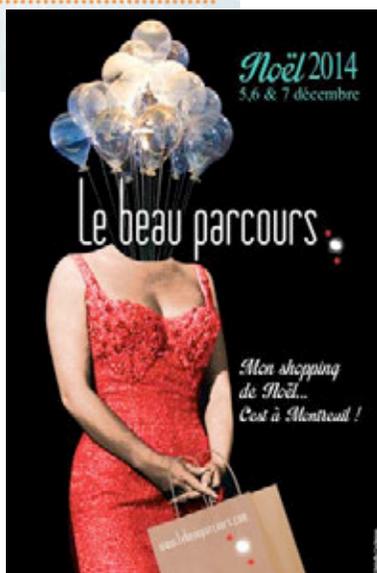
Délicatesses culinaires, boissons créatives, pâtisseries de Noël, bijoux, jouets, accessoires, cadeaux en tous genres seront la cible des Créateurs inventifs proposés. Gamme de **produits créateurs à prix raisonnables** de Marché de Noël.

Crée une **identité de marché en résonance avec une image des Champs-Élysées moderne, chic, qualitative** et toutefois correspondant au portefeuille des cibles jeunes ou plus modeste.

Selon les possibilités budgétaires, nous pourrions imaginer des éléments décoratifs spécifiques pour rendre ce **Petit Village de Noël unique en son genre**.



250 Créateurs sur le marché de Noël des Créateurs à Marseille, un grand succès depuis 2013



Ce corner du Marché de Noël pourrait être soumis à une **caisse de paiement unique fonctionnant avec des tickets QR code** qui comptabiliserait et pourrait retenir sur les ventes des stands Créateurs les sommes investies pour eux par les parrains.

Cela donnerait en plus, l'opportunité de **chiffrer le succès de l'opération** (« qui achète quoi avec quel panier » et renvoi des informations aux enseignes parraines).

OBJECTIF

Attirer avec des **produits originaux** et **mettre en avant les adhérents** à travers une **action de soutien au lancement de jeunes créateurs**, action valorisée par exemple par une belle signalétique sur les chalets comme « Louis Vuitton présente », « Le Fouquet's présente », etc. Et pourquoi pas, étiqueter et griffer les produits « Créateur X, le Petit Village de Noël du Fouquet's », etc. Pour tout achat sur un stand un bon promotionnel ou une brochure de l'enseigne parraine pourra être fournie au visiteur.

Recueillir un listing client précieux pour les enseignes grâce au système de QR code et à la traçabilité de leurs achats.

BUDGET MINIMUM

Investissement de l'enseigne

15000€ à 30000€ pour un stand

Il pourra être décidé une **bourse de création pour aider les créateurs à produire leur stock de Noël 1000€**

2000€ Communiqué de presse

6000€ Sélection des Créateurs et gestion du projet

5000€ E-commerce QR code informatisé et étiquettes produits QR code

2000€ déco du corner

1500€ signalétique

Tablette caisse e-commerce à chaque stand

220€/ stand, location ipads avec anti-vol

TOTAL à affiner en fonction des partenariats

DIRECTION ARTISTIQUE DU “PETIT VILLAGE DE NOËL”

A TITRE D'EXEMPLE, QUELQUES PRODUITS JEUNES CRÉATEURS



Peluches faites-main

JOUETS ARTISANAUX

Collections de créations entre 30 et 90€

Les enfants et les adolescents sont au cœur de Noël.
De bébé à 16 ans, nous recherchons qualité et originalité.



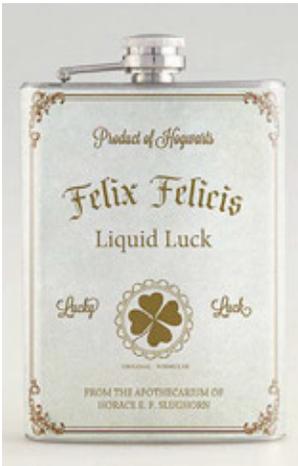
Jeux de société artisanaux





DES CADEAUX FAITS-MAIN

Collection de créations démarrant à 5€ jusque 60€





[CONFIDENTIEL]

BIJOUX, ACCESSOIRES, BEAUTÉ

Collection de créations de jeunes créateurs des petites pièces à moins de 50€ et d'autres autour de 200€

Ce n'est pas l'originalité qui manque chez les jeunes créateurs et artisans. Avec une bonne sélection, les gens vont craquer à coup sûr.





Sucettes créatives



Pop-up cakes



Sucres 3D-printed

UNE « ÉPICERIE DE CURIOSITÉS »

Bonbons et chocolats ludiques. Des recettes de Noël peuvent être renouvelées par de jeunes « Ouvriers de France » : vin chaud, bouchées gourmandes de Noël.

On pourra aussi créer une épicerie fine avec des produits français tendances en coffrets dont les gens raffolent pour offrir ou déguster à Noël.

L'ÉCLAIR DE
GENIE
CHRISTOPHE
(000) ADAM
SAISON 006



Toutes sortes d'idées peuvent être trouvées pour des campagnes marketing de plus petite envergure. Nous avons besoin de connaître vos objectifs de communication et le profil des cibles à attirer.

PROPOSITION MARKETING /// CREATIVE MEDIUM

CAMPAGNES ONLY WEB ET AFFICHES



PAR EXEMPLE, CAMPAGNE DE VISUELS PUB HUMORISTIQUES « ANTI-PICKPOCKETS »

Le pari est de contourner l'aspect négatif, a priori, de ce sujet afin de répondre la **problématique des vols de pickpockets sur les Champs-Élysées**, qui contribuent à donner une mauvaise image des Champs-Élysées et de Paris, un très mauvais souvenir pour les touristes et moins d'achats dans les enseignes. 35000 victimes par an.

Une **Campagne de vigilance sur un ton humoristique** sensibiliserait les touristes, endiguerait le phénomène et symboliserait activement votre action de lutte contre le vol.

Dans le ton de l'arroseur-arrosé ou du pickpocket pris la main dans le sac, décalé, drôle. Pourquoi pas, vendre de jolis goodies siglés Champs-Élysées pour accrocher son porte-monnaie.

PROPOSITION MARKETING /// CREATIVE SMALL

CAMPAGNES ONLY WEB & UNE PERSONNE CHARGÉE DE BOUGER L'OBJET SUR PLACE

4.000 londoniens ont participé à ce type d'opération pour Jimmy Choo, et les ventes de produits appartenant à cette collection ont augmenté de 33% le jour du jeu de piste.



PAR EXEMPLE, CAMPAGNE DE JEU DE PISTE SUR TWITTER

Lors du lancement d'un nouveau produit de l'un de vos adhérents, prisé par la cible choisie, ou d'un événement VIP, comme une Avant-première People, proposer un jeu de piste sur les Champs-Élysées : le produit ou les tickets seront momentanément déposés dans certains endroits, des indices seront révélés à travers Twitter, et les internautes disposeront de quelques minutes pour s'approprier l'objet avant qu'il ne soit retiré.

**À VOTRE DISPOSITION,
& AU PLAISIR DE TRAVAILLER ENSEMBLE**