

Lou Bras
Léa Caron

La fête du citron

La stratégie des moyens

Les objectifs de communication externe

- Objectif cognitif : Il s'agit d'acquérir de la notoriété, le but étant de faire connaître la ville de Menton au travers de la fête du citron.
- Objectif affectif : Ici il est question de véhiculer une image positive et valorisante de la ville afin de la faire apprécier du public.
- Objectif conatif : On veut faire agir le public, donc l'inciter à se déplacer pour la fête du citron et donc dans la ville de Menton afin de développer le commerce de la ville.

Les cibles

- Cœur de cible : ce sont les enfants touchant ainsi une clientèle très familiale. C'est l'occasion pour eux de passer quelques jours en familles, la fête du citron se déroulant pendant la période des vacances d'hiver. Les enfants sont particulièrement touchés car ils sont émerveillés de voir d'impressionnants chars créés à partir de simples citrons et oranges.
- Les touristes, ils sont nombreux à se déplacer pour l'événement. Le carnaval de Menton leur permet aussi de découvrir la ville et ses activités.
- Les seniors, ils ont le temps de profiter pleinement de la fête et constituent donc une cible importante.
- Les professionnels : de l'univers gastronomique ou touristique, mais aussi les commerçants... En effet, le citron est le produit au cœur de l'événement. Ainsi les cuisiniers peuvent profiter de l'occasion pour faire découvrir à leur clients de nouvelles recettes à base de citron. Pour les personnes travaillant dans les agences de voyages, elles jouent aussi un rôle essentiel puisque ce sont elles qui vont proposer des formules de voyages pour les touristes à l'occasion de la fête.
- Les prescripteurs : parmi eux on retrouve notamment les journalistes qui vont être essentiels pour relater au public toutes les informations essentielles sur la fête du citron.

Le budget

Nous disposons d'un budget de 250 000 euros dont il faut déduire 20 % de frais techniques, de coûts de production et d'agence :

$$250\,000 \times 20/100$$

Nous disposons donc d'un total de 200 000 euros de budget pour la communication de l'événement.

Les moyens de communication correspondant à la cible

* Des affiches 4x3 : dans la ville de Menton ainsi que dans les villes alentours. Elles devront annoncer les dates de la fêtes, son thème et être très colorées et joyeuses pour attirer l'attention du public dans les rues et se distinguer de loin.

* La presse : publication d'articles dans les journaux locaux et régionaux afin d'avertir et de fidéliser la cible habituelle mais aussi ceux se situant proche de l'événement. Des articles aussi dans les journaux nationaux afin d'attirer un public de toute la France. De plus, possibilité de publier dans les magazines touristiques, familiales ou encore culinaires...

* Télévision : Possibilité de réaliser de courts reportages sur la fête du citron. Par exemple au JT de 13h de TF1, qui a pour habitude de relater les événements régionaux les plus populaires. Cela permettrait une visibilité nationale. Mais aussi sur la chaîne France 3 de la région pour rappeler l'arrivée de la fête.

Budget par moyens de communication

<https://www.ladissertation.com/Divers/Divers/STRATEGIE-MOYENS-FETE-CITRON-MENTON-183679.html>

<http://comstjo.free.fr/site%20BTS/annee%20com1/cours/7moyens%20de%20comm/etude%20cas%20citron.pdf>