



# BOITE À OUTILS DE COMMUNICATION VOLET 1

## COMMUNIQUER SUR LE PRIX EN MAGASIN DE PRODUCTEURS



Ce document a été produit dans le cadre d'un projet de coopération interrégionale entre magasins de producteurs (2022/2023). Ce projet visait à coopérer entre magasins de producteurs et acteurs des circuits-courts pour mutualiser les outils, ressources et expériences des magasins de producteurs en vue de consolider, de professionnaliser, d'outiller et d'essaimer leurs activités.

Piloté par Trame, en partenariats avec 3 réseaux régionaux de magasins de producteurs (Boutiques Paysannes Occitanie, Réseau des Magasins de producteurs de Provence-Alpes-Côte d'Azur, Association des magasins de producteurs fermiers des Hauts-de-France) et sur 3 territoires : Calaisis (Pas de Calais), Pic Saint Loup (Hérault), Haute-Provence Luberon (Vaucluse).

Le projet « Coopération interrégional entre magasins de producteurs » a été soutenu financièrement par les Fonds Européens LEADER, des fonds du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire et mis en place grâce à la coopération entre 3 Groupes d'Action Locale.



## POURQUOI UNE BOITE À OUTILS DE COMMUNICATION ?



L'objectif de cette boîte à outils commune et **ré-appropriable** est de permettre de **défendre le concept d'alimentation locale fraîche et de saison**, en mettant à l'honneur l'originalité des concepts des magasins de producteurs. Cette boîte à outils s'adresse aux acteurs impliqués dans les magasins de producteurs : agriculteurs et/ou salariés (responsable de magasin ou chargé de communication).

## POURQUOI COMMUNIQUER SUR LE PRIX EN MAGASINS DE PRODUCTEURS ?

Un certain nombre de magasin de producteurs sont frileux quant à la mise en avant des prix proposés comme argument de vente auprès du consommateur. Il y a pourtant plusieurs raisons pour lesquelles un magasin de producteurs devrait communiquer sur le prix :



## KIT : 4 OUTILS POUR PARLER DU PRIX AUX CLIENTS DE VOS MAGASINS DE PRODUCTEURS

**#1** Visuel avec message fort : rassurer sur le prix en défendant le principe d'une alimentation locale fraîche et de saison



Diffusion du message en magasin avec l'affiche fournie

ET/OU



Diffusion du message sur les réseaux sociaux grâce au visuel fourni à cet effet

**#2** Visuel "comparatif prix" : comparer les prix pratiqués en magasin de producteurs avec d'autres commerces du territoire.

**#3** Visuel "recette Yapluka" : présenter les prix pratiqués en magasin de manière ludique grace aux recettes de cuisine.

**#4** GIF animé : présenter la construction du prix en opposant les magasins de producteurs et les supermarchés

# #1 VISUEL AVEC MESSAGE FORT : RASSURER SUR LE PRIX EN DÉFENDANT LE PRINCIPE D'UNE ALIMENTATION LOCALE FRAICHE ET DE SAISON

## 1. UN FORMAT PAPIER SOUS FORME D’AFFICHE

- \* Une affiche en format A2 destinée à être exposée en magasin.



## 2. UN FORMAT DIGITAL A DESTINATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

- \* Le support pour une diffusion sur Facebook ou Instagram:
  - format **post carré**



## #2 VISUEL COMPARATIF PRIX : COMPARER LES PRIX PRATIQUÉS EN MAGASIN DE PRODUCTEURS AVEC D'AUTRES COMMERCES DU TERRITOIRE

### 1. UN FORMAT DIGITAL A DESTINATION DES RÉSEAUX SOCIAUX



Notice

### POST PRIX COULEUR AU CHOIX

Orange, vert, rose, violet

Visuel disponible dans la banque d'image ci-après

Indication du prix au KG

Indication du prix Magasin Producteurs

Indication des prix concurrents

Indication de la date et du lieu des prix relevés

Une fois le post complété, faire une exportation de la page au format JPG  
Fichier/Exporter/ ...  
=> choisir le n° de page et le format JPG

\* Les supports pour une diffusion sur Facebook ou Instagram :

- format **post carré**
- format **story**



### Comparer les prix en restant dans la légalité

Une note sur les règles de la publicité comparative vous est fournie dans la boîte à outils



# #2 VISUEL COMPARATIF PRIX : COMPARER LES PRIX PRATIQUÉS EN MAGASIN DE PRODUCTEURS AVEC D'AUTRES COMMERCE DU TERRITOIRE

## 2. DEUX SUPPORTS MODIFIABLES EN 4 COULEURS AU CHOIX

\* 4 supports visuels vous sont proposés : violet, orange, vert ou rose

- Au format carré pour les posts de vos réseaux sociaux



- Au format rectangle pour les stories de vos réseaux sociaux



• Une banque d'image vous est également proposée pour mettre en avant le produit de votre choix. Une centaine de références sont répertoriées : fruits et légumes, viande, produits laitiers, produits de boulangerie.



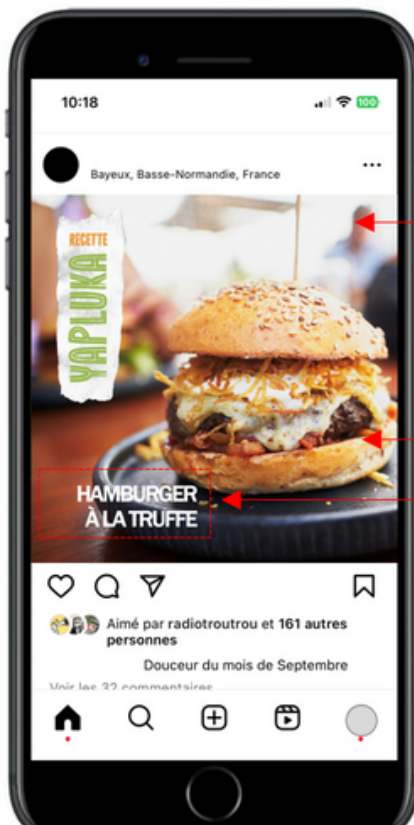


## #3 RECETTES "YAPLUKA" : PARLER DU PRIX DE FAÇON ORIGINALE

- UN FORMAT DIGITAL A DESTINATION DES RÉSEAUX SOCIAUX

\* 2 supports visuels vous sont proposés : en orange pour les recettes salées et rose pour les recettes sucrées.

- **Fond orange pour recettes salées**



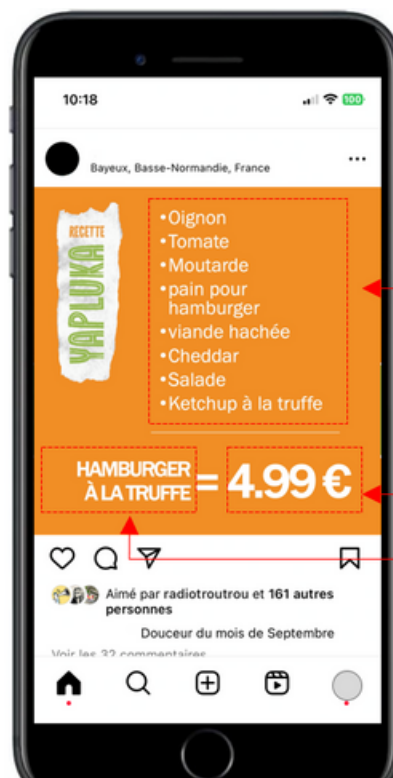
Notice

### POST RECETTE

Photo de la recette

Titre de la recette

Indication des prix concurrents



Notice

### POST RECETTE SALÉE = FOND ORANGE

Liste des ingrédients

Coût de la recette

Titre de la recette

Une fois le post complété,  
faire une exportation de la page au format JPG  
Fichier/Exporter/ ...  
=> choisir le n° de page et le format JPG



## #3 RECETTES "YAPLUKA" : PARLER DU PRIX DE FAÇON ORIGINALE

### • RECETTES POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX - 2 COULEURS AU CHOIX

\* 2 supports visuels vous sont proposés : en orange pour les recettes salées et rose pour les recettes sucrées.

#### • Fond rose pour recettes sucrées



Notice

### POST RECETTE

Photo de la recette

Titre de la recette

Indication des prix concurrents



Notice

### POST RECETTE SUCRÉE = FOND ROSE

Liste des ingrédients

Coût de la recette

Titre de la recette

Une fois le post complété,  
faire une exportation de la page au format JPG  
Fichier/Exporter/ ...  
=> choisir le n° de page et le format JPG



## #4 GIF : MAGASINS DE PRODUCTEURS VS SUPERMARCHÉS

- GIF POUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

\* Un GIF (image animée) qui parle de la construction du prix en opposant les magasins de producteurs et les supermarchés.

- Au format carré pour les posts de vos réseaux sociaux



Pour en savoir plus, contactez nous :

### Nouvelle-Aquitaine

**Thierry Pons**

t.pons@trame.org

06 79 73 93 20

### National

**Nicolas Carton**

n.carton@trame.org

06 75 38 30 54

### Hauts-de-France

**Guillaume Delporte**

g.delporte@trame.org

07 64 40 94 51

### Occitanie

**Flora Pelissier**

f.pelissier@trame.org

07 64 38 95 56

### Provence-Alpes-Côte d'Azur

**Julie Lombion**

j.lombion@trame.org

06 61 50 92 75

