2024

RELATIONS PUBLIQUES

SÉMINAIRE À OPTION

Braeckelaere Jade, Dubois Elsa,
Staes Janelle, Trizzulla Luigi, Vanneste Célia

HELHa
Haute École Louvain **en Hainaut**

GUSTO

SOMMAIRE

Analyse SWOT 01

Réflexion critique 02

Supports de communication 03

Guide pratique 04

Fichier presse et contacts 05

PRÉSENTATION DE L'AGENCE



STUDIO LOOM

Votre vision, tissée avec soin

Loom Studio est une agence de communication composée de cinq passionnés : Jade Braekelaere, Elsa Dubois, Janelle Staes, Luigi Trizzulla et Célia Vanneste.

Inspiré du métier à tisser, le mot « *Loom* » reflète la philosophie de l'agence : tisser des idées, collaborer étroitement avec les porteurs de projets, et créer des solutions sur-mesure. Chaque projet devient une œuvre unique, où créativité et stratégie s'entremêlent pour donner vie à une communication moderne et intemporelle.

Le logo de Loom Studio est à la fois classique et épuré, tout en étant porteur de sens. :

- Les deux lettres « O » entrecroisées symbolisent les liens forts entre l'équipe, les clients et leurs projets.
- Le ruban en forme de nœud, posé sur le « M », apporte une touche chaleureuse, évoquant à la fois un cadeau soigneusement présenté et l'élégance d'une surprise bien pensée.

***Loom Studio*, c'est une équipe unie et complémentaire,**
qui transforme chaque vision en une mission créative pleine de sens.

ANALYSE SWOT

01

ANALYSE SWOT

FORCES

- Identité visuelle très forte et déclinaisons variées.
- Très bien situé.
- Offre salée différenciatrice.
- Café de spécialité et authentique.
- Produits faits maison, sans conservateurs / colorants et provenances locales.
- Horaire étendu et ouverture le dimanche.
- Gérant connaisseur de son domaine, formé en boulangerie-pâtisserie et barista.
- Il est également multilingue, ce qui permet de toucher les touristes.

FAIBLESSES

- Carte “trop” variée pour le moment, offre manquant de précision au risque de paraître généraliste et non spécialisé dans le domaine ciblé. Le commerce gagnerait à se spécialiser.
- Nouveauté donc peu de notoriété.
- Pas de teasing alors que l’ouverture arrive très bientôt.
- Propose uniquement de la communication digitale, manque d’exploitation des supports physiques.
- Faible capacité financière.

Analyse SWOT

OPPORTUNITÉS

- Autres boulangerie qui fournit viennoiseries et pain.
- Marché B to B.
- Café tendance.
- Exploite les tendances.
- Possibilités de subsides de la ville.

MENACES

- Concurrence (Barista, Baba, Elephant coffee, Stories),
- Prix des produits qui risques d’être élevés.
- Inflation (gaz, électricité, marchandises...)
- Difficulté de stationnement autour du café.
- Législations chronophage.

RÉFLEXION CRITIQUE

02

ANALYSE DE LA CARTE*

Tout d'abord, il est important de noter que le menu actuel n'est pas encore dans sa version définitive. Cela dit, un point positif ressort immédiatement : la grande diversité des choix proposés. En effet, on y retrouve une belle sélection de cafés, thés et gâteaux. Les formules et le brunch sont également très intéressants, et les catégories sont bien structurées, séparant clairement les boissons chaudes et froides, ainsi que les options sucrées et salées.

Cependant, quelques éléments peuvent encore être améliorés. La présentation est à travailler (par exemple, les polices doivent être les mêmes que celles utilisées dans les éléments graphiques), les prix doivent être ajoutés, et il pourrait être judicieux d'insérer des photos des produits dans les bulles colorées pour rendre le menu plus attrayant. Une version plus compacte, tenant sur une ou deux pages, offrirait également une lecture plus homogène et fluide. Enfin, une page de couverture dédiée avec le titre "Menu" pourrait présenter soigneusement et professionnellement le tout, mettant en avant le logo qui n'est, pour l'instant, pas présent.

ANALYSE DU NOM & LOGO

GUSTO

CAFÉ • PÂTISSERIE MAISON • LUNCH

Le nom "Gusto" se révèle être particulièrement efficace : il est court, facilement mémorisable et signifie "goût", soulignant ainsi l'importance de la qualité culinaire au cœur du projet.

Le logo, quant à lui, repose sur une palette de cinq couleurs identitaires : noir, marron foncé, bordeaux, beige et orange. Ces tons naturels et chaleureux évoquent à la fois la convivialité et la gourmandise, en parfaite adéquation avec l'univers du coffee shop. Ce logo principal peut-être difficile à utiliser de par ses nombreuses couleurs, mais il est dynamique et transmet les objectifs recherchés. Certaines lettres intègrent des détails graphiques subtils qui rappellent l'univers du coffee shop :

- Le "U" représente une tasse de café avec une cuillère posée à l'intérieur.
- Le "O" illustre un gateau vu du haut sur lequel est posé une cerise.

Sous le nom, la description **"CAFÉ • PÂTISSERIE MAISON • LUNCH"** offre une présentation claire des produits proposés, renforçant ainsi l'identité de Gusto.

*** Retrouvez ce support à la page suivante.**

CARTE ACTUELLE

BOISSONS CHAUDES

CAFES

ESPRESSO - 3.5 CL

DOUBLE ESPRESSO
AMERICANO/LONG BLACK
ESPRESSO MACCHIATO
CAPPUCCINO
FLAT WHITE
LATTE
LATTE MACCHIATO
CARAMELO

CHOCOLATS

MOCCACINO
CHOCOLAT CHAUD

THES

CHAÏ LATTE
MATCHA LATTE
THES DIVERS

EXTRAS

Chantilly
Sirops : caramel, noisette, spéculoos, vanille
Laits végétaux : Avoine, Soja
Extra shot de café

BOISSONS FROIDES

CAFES GLACES

THES GLACES

MILKSHAKE/JUS

SOFTS

COCA, COCA ZERO, FANTA, SPRITE... 2.5 €

EXTRAS

Chantilly
Sirops : caramel, noisette, spéculoos, vanille
Laits végétaux : avoine, soja
Extra shot de café

LE SUCRÉ

LES INCONTOURNABLES (À LA PART)

CHEESECAKE
CARROT CAKE
BROWNIE
SHORT BREAD
Etc.

LES SAISONNIERS

BANOFFEE PIE
TARTE TATIN
PUMPKIN BREAD
TIRAMISÙ
BROWKIE
FONDANT AU CHOCOLAT
TARTE AUX FRAISES
FLAN PÂTISSIER
TARTE À LA CRÈME
CAKE MARBRÉ
Etc.

NEW YORK COOKIES

LE PETIT-DÉJEUNER

BANANA BREAD
CROISSANT
COUQUE AU CHOCOLAT
BRIOCHE
CINNAMON ROLL
BOWL GRANOLA MAISON

FORMULES

CAPPUCCINO ou AMÉRICANO ou DOUBLE ESPRESSO	+	VIENNOISERIE OU BRIOCHE	+	JUS D'ORANGE
LATTE ou CHOCOLAT CHAUD	+	VIENNOISERIE OU BRIOCHE	+	JUS D'ORANGE

LE SALÉ

SANDWICHS chauds/froids

BAGEL

SOUPES (EXEMPLES, EN FONCTION DE LA SAISON)

PLATS DU JOUR

BRUNCH UNIQUEMENT LE SAMEDI ET LE DIMANCHE

ANALYSE DE L'IDENTITÉ DIGITALE

Gusto ne dispose pas encore de pages actives sur les réseaux sociaux. Cependant, dans le cadre de la création de son activité digitale, le porteur de projet nous a transmis plusieurs visuels destinés à sa future page Facebook.



Ceci est la future photo de profil de la page Facebook de Gusto. Simple et reconnaissable, elle reprend le "G" du logo, offrant ainsi une version simplifiée et épurée du visuel principal, à la manière d'une signature. Cependant, aucun élément dans cette photo ne permet d'identifier directement qu'il s'agit d'un coffee shop proposant des pâtisseries et autres produits gourmands, ce qui pourrait être un point à considérer selon les objectifs de communication.

La photo de couverture sera temporaire, remplacée à terme par une image de l'intérieur du coffee shop. Elle reste cependant élégante, reprenant le logo principal ainsi que des pois, qui constituent de bons éléments graphiques, car ils apportent de la simplicité tout en complétant la charte et l'aspect arrondi du logo.



PERTINENCE DE TIKTOK

Nous ne pensons pas que TikTok soit adapté pour le lancement de ce nouveau commerce. Ce réseau est chronophage et, avec la gestion déjà importante de Facebook, Instagram et LinkedIn, cela pourrait compliquer la tâche. De plus, il est difficile d'attirer des abonnés au début, et le contenu commercial y est moins performant. Les Reels Instagram, qui offrent un format similaire, permettent de toucher un public plus large en moins de temps, tout en centralisant photos, stories et vidéos sur une seule plateforme. Si cette approche fonctionne, un compte TikTok pourrait alors être envisagé à long terme, avec une équipe dédiée à sa gestion.

SUPPORTS DE COMMUNICATION

03

PUBLICATIONS FACEBOOK

Facebook est une plateforme idéale pour développer la notoriété de Gusto auprès du grand public, notamment des adultes. Elle permet de partager des contenus variés – textes, photos et vidéos – avec simplicité et efficacité.

Nous avons créé :

- Une présentation de la tradition "*Kaffee und Kuchen*", chère à Michaël, pour la faire découvrir aux futurs clients. Ce visuel met en avant une des valeurs centrales du projet.
- Une vidéo teasing qui joue sur le concept de l'œil qui masque les images, souvent utilisé pour les contenus à caractère sensible. Ce flou volontaire dévoile subtilement les produits que Gusto proposera, accompagnés d'une phrase humoristique pour capter l'attention et attiser la curiosité des gourmands.
- Un mockup annonçant la carte de fidélité, avec les codes graphiques du projet et une proposition de tampon : un gobelet signé Gusto.







PUBLICATIONS INSTAGRAM

Instagram, conçu pour valoriser les contenus visuels, permet de publier photos, vidéos et stories, qu'elles soient éphémères (24 heures) ou permanentes, pour partager des contenus de manière dynamique et engageante.



Nous avons créé :

- Un carrousel inspiré du principe du scrapbook, combinant images et textes pour présenter le concept et l'identité de Gusto de manière dynamique et fluide. Un fond en vagues structure les visuels, rappelant des tâches de café et les formes arrondies du logo. On y retrouve le lieu, les horaires, les produits phares, et l'indication « Coming soon » en anglais pour attirer un public diversifié, avec un contenu en français pour parler aux clients locaux.
- Une story festive, rappelant que Gusto proposera des biscuits de Noël, sous forme d'image animée inspirée du concept de « rappel ».
- Un Reel immersif, simulant une conversation en messagerie qui dévoile progressivement le carrot cake, l'un des produits phares de Gusto, pour capter l'attention et dynamiser le contenu de la page.

STORY





REEL

PUBLICATIONS LINKEDIN

LinkedIn sera la plateforme idéale pour toucher les entreprises et les travailleurs de Tournai et de la région, un objectif clé pour le porteur de projet.

Dans cette optique, nous avons créé :

- Un visuel d'annonce pour l'ouverture officielle de Gusto, informant simplement le public cible sur son activité.
- Une affiche informative mettant en valeur l'offre salée, adaptée aux travailleurs cherchant un déjeuner en ville pendant leur pause. Ce visuel inclut les informations de réservation et de livraison pour une communication claire des services proposés.
- Un visuel dynamique destiné à promouvoir l'espace de travail situé à l'étage, accessible aux entreprises et étudiants. L'objectif est de faire connaître cette option, ainsi que la possibilité de privatisation.







#HASHTAGS

Pour augmenter la visibilité d'un post sur les réseaux sociaux il est important d'ajouter des hashtags dans les descriptions des publications. Voici quelques exemples que Gusto peut reprendre pour ses réseaux ;

#Gusto#Food#Comingsoon#Opensoon#carrotcake#barista#coffee#coffeelover#matcha#matchalover#brunch#cheesecake#pancakes#avocadotoast#latteart#Tournai#grandplace#newcoffeeshop#comfortfood#christmas#opening#concours#foodlover#Beffroi#yummy#macchiato#coffeeshop

FLYER B TO B (À DESTINATION DES ENTREPRISES)

Afin d'annoncer l'ouverture de Gusto et ses services dédiés aux entreprises, voici un flyer à distribuer aux sociétés des environs. Ce support contient toutes les informations pratiques et, grâce à son aspect matériel et son coût abordable, il offre un impact durable et efficace.





50 € pour 1000 exemplaires sur Vistaprint

VIDÉO DE TEASING* AVANT L'OUVERTURE

Nous avons réalisé une capsule vidéo de format court afin de teaser l'ouverture de Gusto de manière dynamique, tout en conservant une part de mystère. Conçue pour être diffusée avant l'ouverture, cette vidéo suit le fil rouge « *Bientôt à Tournai, vous avez deviné ?* ».

Celle-ci s'ouvre sur un gâteau présenté au pied du Beffroi, dans une ambiance volontairement floue pour attiser la curiosité. Peu à peu, la vidéo révèle la façade du bâtiment, la préparation de produits et des détails sur les lunchs, pâtisseries et cafés proposés, mettant en avant les produits réalisés par Michaël ainsi que des visuels libres de droits pour enrichir le tout. La vidéo se conclut par un appel à la découverte du concept et du cadre unique de Gusto, avec l'affichage du logo et l'annonce : « *Prochainement à Tournai* ».

*** Retrouvez ce support dans le dossier One Drive partagé.**

FLYER B TO C

En plus du B2B, il est essentiel de mettre en place une stratégie B2C pour toucher directement les clients. C'est pourquoi nous proposons un flyer informatif destiné au grand public, afin de faire connaître le concept et les offres de Gusto. Nous recommandons de les distribuer à l'Office du Tourisme, dans les commerces du centre-ville et dans les écoles. Pour militer la distribution, il est également possible de contacter l'ASBL Tournai Centre-Ville. L'objectif est de maximiser la visibilité de Gusto et d'attirer une clientèle locale, mais aussi celle de passage.

72 € pour 2500 exemplaires sur Vistaprint





AFFICHE SUR LA VITRINE



Pour teaser l'ouverture de Gusto directement sur place, nous proposons une affiche à poser sur la vitrine pendant les travaux. Avec la mention « Coming soon », elle annonce l'arrivée du coffee shop tout en créant du suspense. Les « O » de « soon » reprennent un élément du logo, formant des yeux qui accentuent l'attente. Le gobelet signature et les jours d'ouverture sont également mentionnés.

7,47€ pour 1 exemplaire sur Vistaprint

ENSEIGNE

Dans les supports physiques, nous proposons de créer une enseigne fixée en hauteur sur la façade. Cependant, il sera nécessaire de contacter la ville pour obtenir l'autorisation requise. C'est un support esthétique qui assure une visibilité rurale.



Dans les 400€ sur georgeandwilly

49,19€ pour 1 exemplaire sur Vistaprint



VITROPHANIE

Nous conseillons également d'utiliser de la vitrophanie : un autocollant à apposer sur la vitrine de Gusto, reprenant le logo ainsi que des éléments décoratifs de la charte graphique ou du menu. Cette technique attire l'œil du client et renforce la visibilité du commerce. De plus, elle est adaptable en fonction des différentes périodes.

CHEVALET DE TROTTOIR

Nous proposons également un chevalet de trottoir : un tableau ou une ardoise à deux faces, placé devant chez Gusto. Il affiche une partie du menu, incitant ainsi les passants à entrer et à découvrir l'offre du coffee shop, tout en facilitant la décision d'achat.





Possibilité d'en trouver dans les 300€ sur georgeandwilly

CARTE DE FIDÉLITÉ

45 € pour 500 exemplaires sur Vistaprint

Nous proposons également une carte de fidélité : après 8 passages en caisse, le client reçoit un café gratuit. Le tampon signé Gusto, en forme de gobelet, favorise la fidélisation de manière simple et efficace, en mettant l'accent sur le produit offert.

Le principe des vagues, intégré de manière subtile, garantit une cohérence avec l'identité visuelle. Trois déclinaisons sont proposées, offrant au porteur de projet la possibilité de choisir ou de varier les offres en fonction de ses besoins.



GOBELET



Possibilité d'en commander sur limepack à partir de 0,08€ pièce

Nous proposons également de personnaliser les gobelets pour les boissons à emporter, une excellente manière de renforcer l'image de marque de Gusto. Chaque gobelet devient une publicité mobile qui parcourt la ville, attirant l'attention des passants grâce à un design esthétique et tendance. En partageant leurs moments café sur les réseaux sociaux, les clients contribuent à attirer de nouveaux curieux et à élargir la portée de Gusto. Ces gobelets seront en carton, respectant ainsi l'engagement écologique.

SAC EN PAPIER

Enfin, nous proposons un sac en papier personnalisé : pratique, esthétique et écoresponsable, le sac Gusto permet d'emporter toutes les douceurs pour prolonger l'expérience client à la maison. À l'instar des gobelets, il sert de publicité mobile, attirant l'œil et renforçant la visibilité de Gusto dans la ville.



Possibilité d'en commander sur igopromo.be à partir de 0,25€ pièce

Calendrier Réseaux Sociaux Gusto

Du 27/11 au 26/02 2025

JOURS	PLATEFORME	TYPE DE CONTENU	SUJET/CONTENU	TEXTE	PUBLIÉ
Mercredi 27/11 à 18h	Facebook	Vidéo	Coming soon	🤫☕ On a un secret à vous dévoiler… Avez-vous deviné ? Quelque chose se prépare sur la Grand Place de Tournai !	
Samedi 29/11 à 18h	Facebook et Instagram	Vidéo	Teasing concept	Pssst… On a quelque chose à vous dire… Un tout nouveau coffee shop débarque à Tournai, et il risque bien de devenir votre QG préféré. 🌟 Chez Gusto, on vous prépare des cafés d'exception, des douceurs maison, des spécialités salées et une ambiance cozy où chaque détail a été pensé pour vous. 😍✨ 🚧 Restez connectés… L'ouverture est pour bientôt !	
Mercredi 04/12 à 18h	Instagram	Carrousel photos	Présentation concept	☕🍰 Bienvenue chez Gusto, votre nouvelle adresse gourmande à Tournai !Découvrez un lieu pensé pour tous vos moments de plaisir : ✨Des cafés d'exception à savourer. 🍰 Des pâtisseries maison qui régalent. 🥗 Des lunchs frais et savoureux pour une pause parfaite. 📍 L'ouverture approche… Préparez-vous à tomber sous le charme de Gusto !	
Samedi 07/12 à 10h	Facebook	Photo	définition “kaffe und Kuchen”	Le saviez-vous ? La tradition allemande du Kaffee und Kuchen consiste à réunir proches et amis autour d'une pause gourmande en fin d'après-midi. À partir de 16h, c'est le moment idéal pour partager un bon café accompagné de délicieux gâteaux. ✨ Chez Gusto, on adore ces moments qui mêlent convivialité et gourmandise. 👄	
Mercredi 11/12 à 18h	Facebook	Photo	“Nous sommes prêts à vous accueillir à partir de ce samedi + horaires”		
Samedi 14/12 à 8h	Facebook/Instagram	Photo	“We are open now”		
Mercredi 18/12 à 10h	Instagram	Story	Biscuits de Noël	Déjà écrit sur la story	

Calendrier Réseaux Sociaux Gusto

Du 27/11 au 01/03 2025

JOURS	PLATEFORME	TYPE DE CONTENU	SUJET/CONTENU	TEXTE	PUBLIÉ
Mercredi 18/12 à 7h	LinkedIn	Publication du post d'ouverture	Ouverture	Texte disponible avec la maquette	
Samedi 21/12 à 18h	Facebook	Photo	Carte de fidélité	⭐ Fidèles à Gusto ! ⭐ Avec notre nouvelle carte de fidélité, chaque café, latte ou gourmandise vous rapproche d'une petite surprise. ✨ Simple, rapide, et surtout… c'est notre façon de vous remercier de partager vos moments avec nous ! Demandez la vôtre dès aujourd'hui. ☕🧡	
Mardi 24/12 à 10h	Facebook et Instagram	Publication photo Facebook + story Instagram	Souhaiter un joyeux Noël	exemple : "Toute l'équipe Gusto vous souhaite d'ores et déjà un joyeux Noël"	
Samedi 28/12 à 10h	Facebook & Instagram	Photo	Concours à l'occasion de l'ouverture et des fêtes	exemple : faire gagner 2 cafés/boissons chaudes et 2 pâtisseries	
Mercredi 01/01 à 10h	Facebook et Instagram	Photo Facebook + Story Instagram	Nouvelle année	exemple : "Toute l'équipe Gusto vous souhaite une merveilleuse année..."	
Samedi 04/01 à 10h	Instagram	Story	Pâtisseries du jour	exemple : "disponible aujourd'hui chez Gusto"	
Mercredi 08/01 à 18h	Facebook et Instagram	Reel	Vidéo barista art		

Calendrier Réseaux Sociaux Gusto

Du 27/11 au 01/03 2025

JOURS	PLATEFORME	TYPE DE CONTENU	SUJET/CONTENU	TEXTE	PUBLIÉ
Samedi 11/01 à 8h	Facebook	Photo	Café + pâtisseries	exemple “venez vous réchauffer avec un café”	
Mercredi 15/01 à 10h	Instagram	Story	Sondgage gourmand : “Plutôt team café ou team matcha ?”	mettre un sondage pour que les gens puissent interagir et voter	
Samedi 18/01 à 10h	Facebook et Instagram	Photo	Offre brunch		
Mercredi 22/01 à 7h	LinkedIn	Post	Offre sandwich	Texte disponible avec la maquette	
Samedi 25/01 à 10h	Instagram	Réel	Carrot cake	🥕🍰 Petite envie sucrée ? On a ce qu'il vous faut ! Découvrez notre carrot cake maison, moelleux à souhait, subtilement épicé, et recouvert d'un glaçage crémeux à tomber. 😍✨ Un vrai classique revisité avec amour, parfait pour accompagner votre café préféré. ☕🧡 📍 Disponible dès maintenant chez Gusto à Tournai. Vous venez goûter ?	
Mercredi 29/01 à 18h	Instagram	Story	Retours clients	exemple : screen de messages clients qui donnent un avis positif	
Samedi 01/02 à 8h	Facebook et Instagram	Photo	Chandeleur	exemple : poster des pancakes pour le we de la chandeleur	

Calendrier Réseaux Sociaux Gusto

Du 27/11 au 01/03 2025

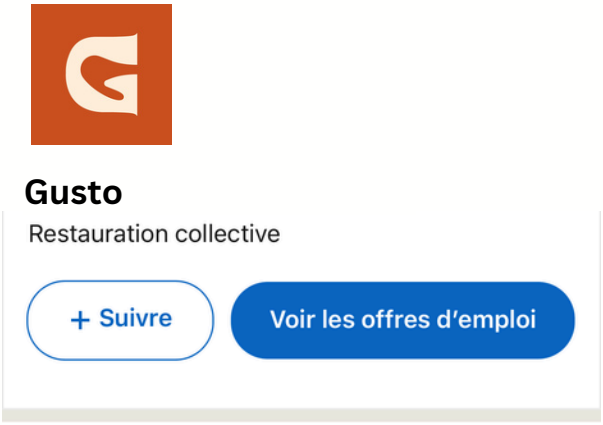
JOURS	PLATEFORME	TYPE DE CONTENU	SUJET/CONTENU	TEXTE	PUBLIÉ
Mercredi 05/02 à 7h	LinkedIn	Photo	Espace de co-working	Texte disponible avec la maquette	
Samedi 08/02 à 8h	Facebook et Instagram	Photo	Concours St-Valentin	exemple : “gagner un brunch pour 2”	
Mercredi 12/02 à 10h	Instagram	Story	Quel est ton café préféré ?	exemple : mettre un sondage avec des propositions : espresso, latte, café glacé...	
Samedi 15/02 à 10h	Facebook	Photo	Présentation de l’équipe		
Mercredi 19/02 à 10h	Instagram	Story	Suggestion du mois		
Samedi 22/02 à 10h	Facebook et Instagram	Photo	Provenance du café : présenter le torréfacteur	exemple : screen de messages clients qui donnent un avis positif	
Mercredi 26/02 à 8h	Instagram	Story	“Qu’est-ce que vous voudriez déguster chez Gusto”	exemple : mettre une boîte à idée pour avoir des suggestions clients	

GUIDE PRATIQUE

04

MAQUETTES DES RÉSEAUX SOCIAUX







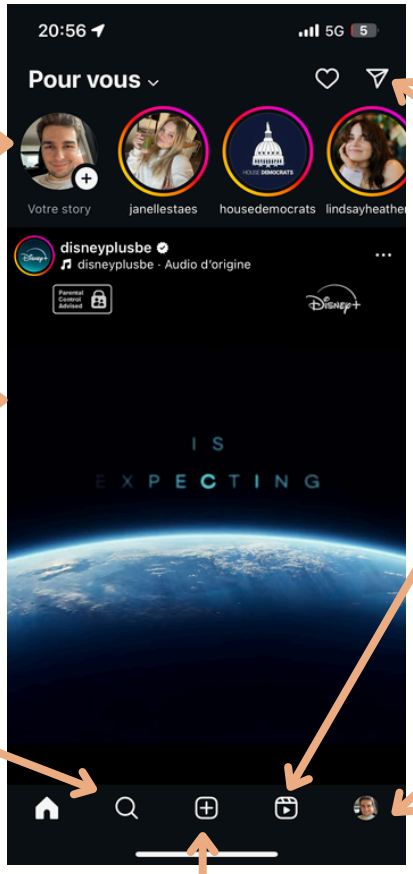
UTILISATION D'INSTAGRAM

Story : Ce sont des publications visionnables pendant seulement 24 heures.

Fil d'actualité : Il est composé des différentes publications venant de nos abonnements. Cela peut être des photos ou des vidéos.

Explorer : Cette loupe vous donne accès à une page de contenus suggérés et vous permet de rechercher des hashtags, des lieux ou des comptes.

Créer : C'est à cet endroit que vous pouvez créer et publier votre contenu.



Messages privées : Ils permettent de communiquer de façon privée avec une personne.

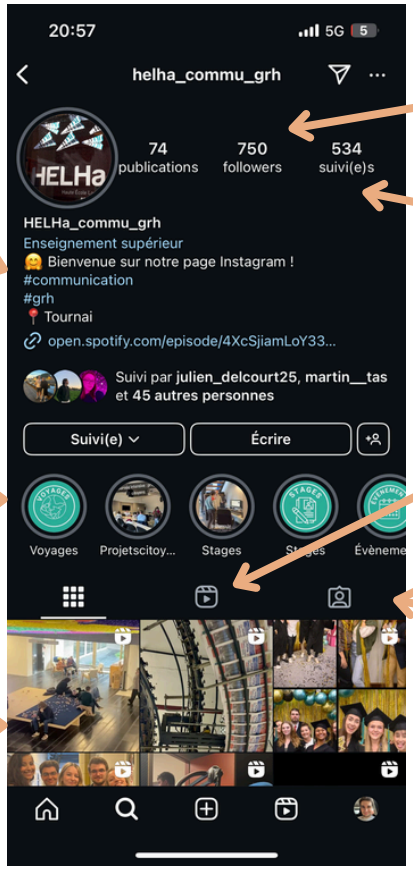
Les reels : Ce sont des vidéos assez courtes et en mode portrait. Elles sont similaires aux shorts de YouTube et aux vidéos TikTok.

Votre profil : Cette icône vous permet d'accéder à votre profil.

La bio : C'est souvent une description brève de votre page.

La story à la une : Vous pouvez regrouper vos publications parues dans votre story pour les mettre à la une, c'est-à-dire en avant sur votre profil et de manière permanente.

Les publications : Dans cet onglet, vous retrouvez toutes les publications d'une page, du la plus récente à la plus ancienne.



Les followers : C'est une liste des personnes qui suivent votre page.

Les suivi(e)s : C'est une liste des personnes que vous suivez.

Les reels : Dans cet onglet, vous retrouvez uniquement les vidéos d'une page.

Les identifications : Dans cet onglet, vous retrouvez les publications où cette page a été identifiée mais qui n'ont pas été publiées par cette page.

FICHIER PRESSE & CONTACTS



FICHIER PRESSE

Le fichier presse a pour objectif de vous fournir une base de données de contacts presse, couvrant la presse écrite, audio et audiovisuelle. Ces contacts seront utiles pour l'envoi de vos productions, telles que des communiqués de presse ou des photos.

Les médias sélectionnés couvrent l'ensemble de la région de Tournai. Nous avons choisi *L'Avenir, la DH et Nord Eclair,* trois journaux régionaux écrits. Tournainfo, un bulletin communal distribué directement dans les boîtes aux lettres des Tournaisiens, est également un choix pertinent. *Notélé*, la chaîne de télévision locale, et *Vivacité*, une radio émettant depuis Mons mais captable à Tournai, sont aussi inclus pour leur couverture locale et leur portée auprès du public.

MÉDIA	RÉDACTEUR EN CHEF	CONTACT
L'Avenir / Le Courrier de l'Escaut - Tournai	Audrey Ronlez	E-mail : infoce@lavenir.net Tél : 069/88.96.20
La DH	Arnaud Lacroix	E-mail : arnaud.lacroix@dh.be Tél : 069/47.04.00
Nord Eclair	Quentin Miniscloux	E-mail : tournai@nordeclair.be Tél : 069/88.80.61
Notélé	Christophe De Caeve	E-mail : redaction@notele.be Tél : 069/89.19.33
Tournainfo	/	E-mail : tournainfo@tournai.be
Vivacité	/	E-mail : vivacite@rtbf.be Tél : 065/32.71.01

RECOMMANDATIONS DE CONTACTS

En plus des médias, il est également pertinent de contacter d'autres acteurs, appelés prescripteurs. Ces personnes, grâce à leur notoriété, leur activité ou leur statut social, possèdent une crédibilité qui leur permet de recommander efficacement un produit ou un service auprès des consommateurs.

PRESCRIPTEURS	MESSAGE	CONTACT
Office du tourisme	Informer de l'existence de GUSTO et demander pour déposer les flyers	Tél : 069/22.20.45
Association générale des commerçants de Tournai	Informer de l'existence de GUSTO, expliquer le concept et demander si c'est possible d'être dans la brochure	Tél : 069/21.36.41
ASBL Tournai centre-ville *(référencement dans la brochure annuelle « Destination saveurs »)*	Informer de l'ouverture de GUSTO et expliquer le concept	Echevine : Coralie Ladavid
Influenceurs	Informer de l'existence de GUSTO et demander de faire le pub	Instagram : Food is my best stuff, Lille Addict, Charlotte en ville
Infor Jeune Tournai	Informer de l'existence de GUSTO et demander si c'est possible d'être dans la brochure	Marion Moyart : linkedin.com/in/marion-moyart-2ab66a251
Tournai les restaurateurs	Informer de l'existence de GUSTO	Page Facebook
CCI Wapi (B to B)	Informer de l'existence de GUSTO	Tél : 069/89.06.89

STUDIO LOOM

Célia Vanneste

“Cette deuxième semaine de séminaire fut très enrichissante, j’ai réellement apprécié travailler au sein d’un groupe dynamique. Cette expérience nous apprend les réalités du terrain et nous permet de mettre en pratique nos connaissances”.

Janelle Staes

“La fin d’une semaine de séminaire riche et inspirante. Une belle occasion de partages et apprentissages dans un super groupe. Cette expérience restera gravée et me sera indispensable pour mon futur professionel.”

Luigi Trizzulla

“Ce séminaire était très enrichissant et m’a apporté de bons outils pour mon futur stage et ma carrière professionnelle. On est plongé directement dans le métier de communicant et on apprend sur le terrain.”

Jade Braeckelaere

"J’ai passé une excellente semaine de séminaire avec une équipe formidable. Cette expérience, riche en apprentissages, m’a permis de perfectionner les supports de communication tout en affinant mes compétences, particulièrement adaptées aux besoins d’une start-up."

Elsa Dubois

“Cette expérience m’a énormément apporté, tant professionnellement qu’humainement. J’ai adoré mener un projet concret auprès d’une équipe à l’écoute. J’ai d’ores et déjà hâte de continuer à apprendre !”