



LE BESOIN : CRÉER UNE IMAGE DE MARQUE FORTE, ATTRACTIVE ET INCLUSIVE AFIN DE REJOINDRE TOUS LES CLIENTS DES COOPÉRATIVES D'ALIMENTATION ET LES ATTIRER VERS LE MEMBERSHIP

L'IMAGE

Afin de créer un impact visuel fort et reconnu en magasin, la Fédération a développé un branding ainsi qu'une campagne de communication propre à ce besoin. Cette campagne a pour but d'attirer de nouveaux membres, de valoriser le modèle coopératif, de solidifier la relation avec les membres existants et de renforcer le sentiment d'appartenance entre le membre et sa coopérative.

Le brand établi propose de mettre en avant scène des gens qui représentent une diversité tant au niveau de l'âge que du genre ou du style de vie. Elle met donc de l'avant les familles, les couples, les retraités, les personnes seules, etc.

LE NOM M'COOP

Pour développer une image de marque à succès, il faut lui attribuer un nom accrocheur, court et facile à retenir. L'important dans ce concept était de mettre de l'avant le mot « Coop », accroché avec le terme « membre » et « j'aime ». La diminution utilisée pour « je t'aime » est souvent « t'm » dans le langage courant ou par texto. C'est sur cette idée qu'est née M'COOP. Ce nom de marque représente « M' (j'aime) ma Coop » et il peut également être perçu comme « Membre Coop ».

LES CONTEXTES DE SITUATION

Différents contextes inclusifs sont illustrés sur des éléments visuels. Ils pourront être utilisés autant en succursale que sur le web. Un futur membre, peu importe son âge ou sa situation matrimoniale, pourra s'y retrouver.

- Famille ethnique - 2 parents + 1 enfant
- Couple - personnes âgées
- Parent monoparental - 1 parent + 1 enfant
- Organisme de la communauté
- Une personne seule

LES ÉLÉMENTS VISUELS

Ils seront utilisés afin d'augmenter la visibilité du membership en magasin et sur les réseaux sociaux.

Éléments visuels en magasin :

- Roll-up
- Affiches en coroplast ou bannières suspendues
- Danglers
- Banderoles
- Encart sur la coopération
 - Informations sur l'encart :
 - Mini historique de la coopérative ;
 - Informations sur le modèle coopératif, les principes et les valeurs ;
 - Le programme avantage membre ;
 - Les étapes du "Comment devenir membre" ;
 - Logo de la coopérative ;
 - Site web de la coopérative et/ou réseaux sociaux.

La Fédération sera responsable de l'impression et de la livraison à la coopérative, selon les quantités demandées préalablement par la Coop.

Éléments visuels pour les réseaux sociaux :

- Capsule vidéo promotionnelle
- Images pour des publications et image de couverture Facebook

Pour tous les détails concernant les formats et les coûts, veuillez consulter le **tableau des frais**.

Prendre notre que pour la **personnalisation** indiquée dans le tableau des frais, le logo de la coopérative doit nous être fourni au format vectoriel (.ai).

