

**BREVET DE TECHNICIEN SUPÉRIEUR  
NÉGOCIATION ET DIGITALISATION DE LA RELATION CLIENT**

**E5.1 : RELATION CLIENT A DISTANCE ET DIGITALISATION**

Durée : 3 heures

Coefficient : 2

**Composition du sujet  
La Piautre (La Fabrique des Bières d'Anjou)**

Cette étude part de données réelles qui ont été modifiées pour des raisons de confidentialité.

**Dossier 1 : Analyse de la stratégie digitale**

Ce dossier vise à apprécier vos compétences à :

-

*Pour le dossier 1 : annexes n°1 à 7*

**Dossier 2 : Digitaliser la relation client**

Ce dossier vise à apprécier vos compétences à :

-

*Pour le dossier 2 : annexes n°8 à 10*

**Dossier 3 : Réflexion structurée sur la relation client à distance et la digitalisation**

# LA PIAUTRE

MALTERIE • BRASSERIE • DISTILLERIE



L'aventure commence en **1999**. C'est au Yann découvrent les joies du brassage. Après avoir voulu installer leur brasserie sur une gabare, ils échouent finalement sur les bords de Loire à la **Ménitré** (25 km de Saumur) en **2004** et créent La Fabrique des Bières d'Anjou.

Les angevins découvrent alors la bière de la maison : **La Piautre**, qui se décline aujourd'hui en **une douzaine de bières bio différentes**.

Son nom vient de la marine de Loire et désigne le gouvernail de la gabare\* (encore elle).

**En 2014**, l'année de ses 10 ans, désireux de s'affranchir des malteries industrielles et de se rapprocher du cœur de notre produit ils créent leur **micromalterie : lieu de transformation de l'orge en malt**. C'est dans le Maine-et-Loire, sur une cinquantaine d'hectares, que pousse l'orge bio qui est maltée.

**En 2017**, la Piautre c'est aussi du **Whisky** ! C'est avec Gilles Boudier, bouilleur de cru de Vihiers (49) **distillant au feu de bois**, qu'ils décident de se lancer dans cette nouvelle aventure. A partir d'orge bio exclusivement maltée sur place, ils brassent une bière destinée à la distillation. L'eau de vie obtenue vieillie ensuite en fûts de Coteaux de l'Aubance pendant au moins 3 ans. Ainsi est né **le premier whisky de de la région**.

La 1ère cuvée 2017 des premiers **Whiskies de Loire** est maintenant épuisée... mais **l'histoire continue !!**

Le marché de la bière artisanale est un secteur en pleine expansion. C'est une progression de 6 % par an depuis maintenant 5 ou 6 ans. Aujourd'hui il représente 3 % du marché français de la bière. D'ici 2020, les professionnels du secteur s'attendent à ce que le marché double ! Dans le même temps, celui de la bière industrielle stagne.

Une tendance qui attire les convoitises ! En effet, pas moins de 31 brasseries artisanales se sont installées dans les pays de la Loire dont 6 en Maine et Loire.

**Vincent LELIEVRE**, gérant de la fabrique des bières d'Anjou, souhaite poursuivre son développement en tenant compte du développement de la concurrence.

La Fabrique des Bières d'Anjou se compose de 4 salariés travaillant à plein temps dont Vincent LELIEVRE qui assure également les activités de prospection, de vente et est régulièrement en contact avec les clients. Les trois autres personnes s'occupent du brassage des différentes bières et de la boutique.

Depuis sa création, le chiffre d'affaires de la Brasserie des bières d'Anjou connaît une croissance entre 5% et 10 % tous les ans et a atteint son niveau de rentabilité. Conscient des enjeux de cette évolution, Vincent LELIEVRE, a préparé 2 dossiers clés portant sur des problématiques de relation client à distance et de digitalisation, qu'il vous confie en qualité de stagiaire assistant(e) commercial(e) de la société.

**(\*)Embarcation servant au transport de marchandises sur les rivières et les estuaires.**



## DOSSIER 1 : Analyse de la stratégie digitale

Vincent LELIEVRE souhaite développer les ventes de ses bières, positionnées comme des bières locales, au-delà de son département et a besoin d'élargir sa clientèle de consommateurs et de distributeurs.

Il lui semble incontournable d'utiliser les outils digitaux pour développer sa notoriété toutefois il n'en maîtrise pas les concepts et n'a pas le temps de s'en occuper. Il y a quelques années, il avait fait créer son site « La Piautre » par un étudiant en stage mais depuis le site n'a pas évolué.

Dans un 1<sup>er</sup> temps, Vincent LELIEVRE vous demande votre avis sur l'ergonomie de son site.

***Annexe 1 : L'offre de Bières « La Piautre »***

***Annexe 2 : Page d'accueil du site « La Piautre»***

***Annexe 3 : Mentions légales du site « La Piautre »***

***Annexe 4 : Quelles sont les mentions obligatoires sur un site internet ?***

***Annexe 5 : Arborescence site « La Piautre »***

### Travail à faire

- 1.1 Analyser le site internet « La Piautre ».
- 1.2 Apprécier la validité des mentions légales du site « La Piautre ».
- 1.3 Conclure et proposer des améliorations au site

Vincent LELIEVRE vient de recevoir par mail des tableaux sur le trafic sur son site mais il n'est pas en mesure de les exploiter. Il vous les communique et vous demande de les analyser.

***Annexe 6 : Statistiques du site tirées de Google Analytics***

***Annexe 7 : Sources du trafic du site <http://www.lapiautre.fr/>***

### Travail à faire

- 1.4 Analyser les résultats liés au trafic du site « La Piautre » puis conclure.

## DOSSIER 2 : Digitaliser la relation client

Mr Lelièvre souhaite dynamiser son activité commerciale en renforçant sa communication digitale. C'est pourquoi il envisage de confier à un de ses vendeurs en magasin, Antoine, l'animation de sa relation client digitale sur son site internet et sur les réseaux sociaux. En effet, Antoine dispose de quelques compétences dans ce domaine, qui pourraient être exploitées sur son temps de travail à raison d'une demi-journée par semaine.

### Partie 1 : Proposer une action de formation

Pour aider Antoine à renforcer ses compétences commerciales et digitales, Monsieur Lelièvre a sélectionné quelques formations dont Antoine pourrait bénéficier et vous propose de les comparer.

**Annexe 8 : Entretien entre Mr Lelièvre et Antoine**

**Annexe 9 : Offres de formation pour la communication digitale**

#### Travail à faire

2.1.1 Lister les nouvelles missions pouvant être attribuées à Antoine.

2.1.2 Comparer les programmes de formation et choisir le(s) plus adapté(s). Justifier votre choix.

### Partie 2 : Animer la relation client digitale

Le festival Anjou Vélo Vintage se déroule chaque année pendant 3 jours en Juillet à Saumur, à 15 kilomètres de « La Piautre ». Il propose cette année un parcours vélo qui passera devant la brasserie : le parcours « Abby Cycllette » de 30 kilomètres.

L'entreprise participe à l'événement en organisant une visite de la brasserie sur le site de La Ménitré. Un stand de dégustation sera également installé dans l'enceinte du festival sur le « village rétro » ; l'occasion pour Mr Lelièvre de mettre en valeur ses produits artisanaux et locaux auprès des participants.

Il charge Antoine, nouvellement formé, de promouvoir l'événement sur Facebook.

**Annexe 10 : Informations sur le festival Anjou Vélo Vintage**

**Annexe 11 : Ligne éditoriale de « La Piautre » sur son site internet et les réseaux sociaux**

#### Travail à faire

2.2.1 Apprécier l'intérêt de relayer l'information sur Facebook.

2.2.2 Rédiger le post à publier, présentant la participation de « La Piautre » à l'événement, tout en respectant la ligne éditoriale.

2.2.3 Identifier des indicateurs qui permettront de mesurer l'engagement de la communauté d'internautes autour de ce post.

## **DOSSIER 3 : Réflexion structurée sur la relation client à distance et la digitalisation**

Au choix :

**Sujet 1 :** À partir du cas de l'entreprise La Piautre, la communication d'une entreprise doit-elle nécessairement passer par les réseaux sociaux ?

**Sujet 2 :** À partir du cas de l'entreprise La Piautre, un site internet marchand est-il indispensable pour vendre ?

## Annexe 1 : L'offre de Bières « La Piautre »

### Nos bouteilles

De l'orge bio cultivée en Anjou et maltée à la fabrique, du houblon, de la levure, des épices et de l'eau, un procédé de fabrication simple et respectueux de la tradition...

...Pour des bières bio artisanales pleines de vie et d'arômes...

Venez découvrir toute notre gamme de bières, de la **blanche** à la **noire** ou encore **vieillies en barrique**, en bouteille de **33cl** ou **75cl**, en **coffret**, par **carton** de 6 ou 12 bouteilles au choix.

Toute l'année, nous vous proposons des cruches de 2l, des demi-mètres, ainsi que des coffrets cadeaux sur mesure.



### La Piautre à la pression

Vous organisez une fête entre amis? Une animation dans le cadre de vos activités associatives? Sur réservation, nous vous proposons la Piautre Blonde en fût de 30l et vous prêtons une tireuse à bière ainsi que des gobelets Piautre (éco-cup) pour vos fêtes et animations.



### Nos bières spéciales !

#### [La Piautre CucuBeer Brassin 2018](#)



La CucuBeer est de retour ! Découvrez cette Piautre aux **couleurs** et aux **saveurs** de l'automne.

Découvrez cette **Piautre d'automne** brassée dans la tradition des « **Pumpink'ale** », ou **bière à la citrouille**, d'Amérique du Nord.

– Bière **bio** brassée à partir **d'orge locale maltée** dans notre malterie, et de **courges** (Butternut et Musquée de Provence) cultivées par la **ferme bio voisine du Champ Libre** (La Ménitry),

– de couleur **ambrée** aux **reflets rouge**,

– laissez-vous surprendre par ces notes d'**épices** (gingembre et cardamome) et de **miel**.

**Brassin unique en 75cl – 6.5 °alc.**



## Annexe 2 : Page d'accueil du site « La Piautre »



**LA PIAUTRE**  
MALTERIE • BRASSERIE • DISTILLERIE

[Accueil](#) [La fabrique](#) [Nos bières](#) [Nos actus](#) [Où nous trouver ?](#)

Bienvenue à La Fabrique des Bières d'Anjou,  
source de La Piautre

Naturelle et vivante, **la Piautre** est une bière non filtrée et non pasteurisée brassée exclusivement à partir de malt et houblons issus de l'agriculture biologique.

Brassée dans le coin, pour être bue dans le coin, on la trouve surtout dans le coin... Coin Coin...

# Actualités



La Piautre c'est aussi du whisky !



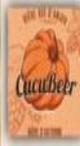
**12** Coffret BD 2018  
FÉV



Le 49 - Esprit de Piautre



La Piautre d'hiver



La Piautre CucuBeer Brassin 2018



La Miche Brassin 2018

[Accueil](#) [La fabrique](#) [Nos bières](#) [Nos actus](#) [Où nous trouver ?](#) [Contact](#) [Mentions légales](#)

L'abus d'alcool est dangereux pour la santé. Sachez consommer avec modération. © 2018 La fabrique des bières d'anjou - La Piautre

<http://www.lapiautre.fr/>

**Annexe 3 : Mentions légales du site « La Piautre »**



### Mentions légales

Nous vous remercions de votre visite sur le site [www.lapiautre.fr](http://www.lapiautre.fr), qui appartient à

**Fabrique des Bières d'Anjou**  
La gare – 49250 LA MENITRE  
Tél. : 02 41 57 62 78  
contact chez [lapiautre point fr](http://lapiautre.point.fr)

**Informations Légales de l'entreprise**  
RCS SAUMUR 478 698 525

**Hébergement :**  
OVH

## Annexe 4 : Quelles sont les mentions obligatoires sur un site internet ?

Tous les sites internet édités à titre professionnel, qu'ils proposent des ventes en ligne ou non, doivent

obligatoirement indiquer les mentions légales suivantes :

- pour un entrepreneur individuel : nom, prénom, domicile ;
- pour une société : [raison sociale](#), forme juridique, adresse de l'établissement ou du siège social (et non pas une simple boîte postale), montant du capital social ;
- adresse de courrier électronique et numéro de téléphone ;
- pour une activité commerciale : numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés (RCS) ;
- pour une activité artisanale : numéro d'immatriculation au répertoire des métiers (RM) ;
- en cas d'activité commerciale : numéro individuel d'identification fiscale [numéro de TVA intracommunautaire](#)
- pour une profession réglementée : référence aux règles professionnelles applicables et au titre professionnel ;
- nom et adresse de l'autorité ayant délivré l'autorisation d'exercer quand celle-ci est nécessaire
- nom du directeur de la publication et coordonnées de l'hébergeur du site (nom, dénomination ou raison sociale, adresse et numéro de téléphone) ;
- pour un site marchand, conditions générales de vente (CGV) : prix (exprimé en euros et TTC), frais et date de livraison, modalité de paiement, service après-vente, droit de rétractation, durée de l'offre, coût de la technique de communication à distance ;

Avant de déposer ou lire un cookie, les éditeurs de sites ou d'applications doivent :

- informer les internautes de la finalité des cookies ;
- obtenir leur consentement ;
- fournir aux internautes un moyen de les refuser.

La durée de validité de ce consentement est de 13 mois maximum. Certains cookies sont cependant dispensés du recueil de ce consentement.

Le manquement à l'une de ces obligations peut être sanctionné jusqu'à un an d'emprisonnement, 75 000 € d'amende pour les personnes physiques et 375 000 € pour les personnes morales.

#### **À savoir :**

sur un site non professionnel d'une personne physique (site non commercial ou blog d'un particulier, par exemple), les mentions obligatoires sont les suivantes : nom, prénom, adresse et numéro de téléphone de l'hébergeur.

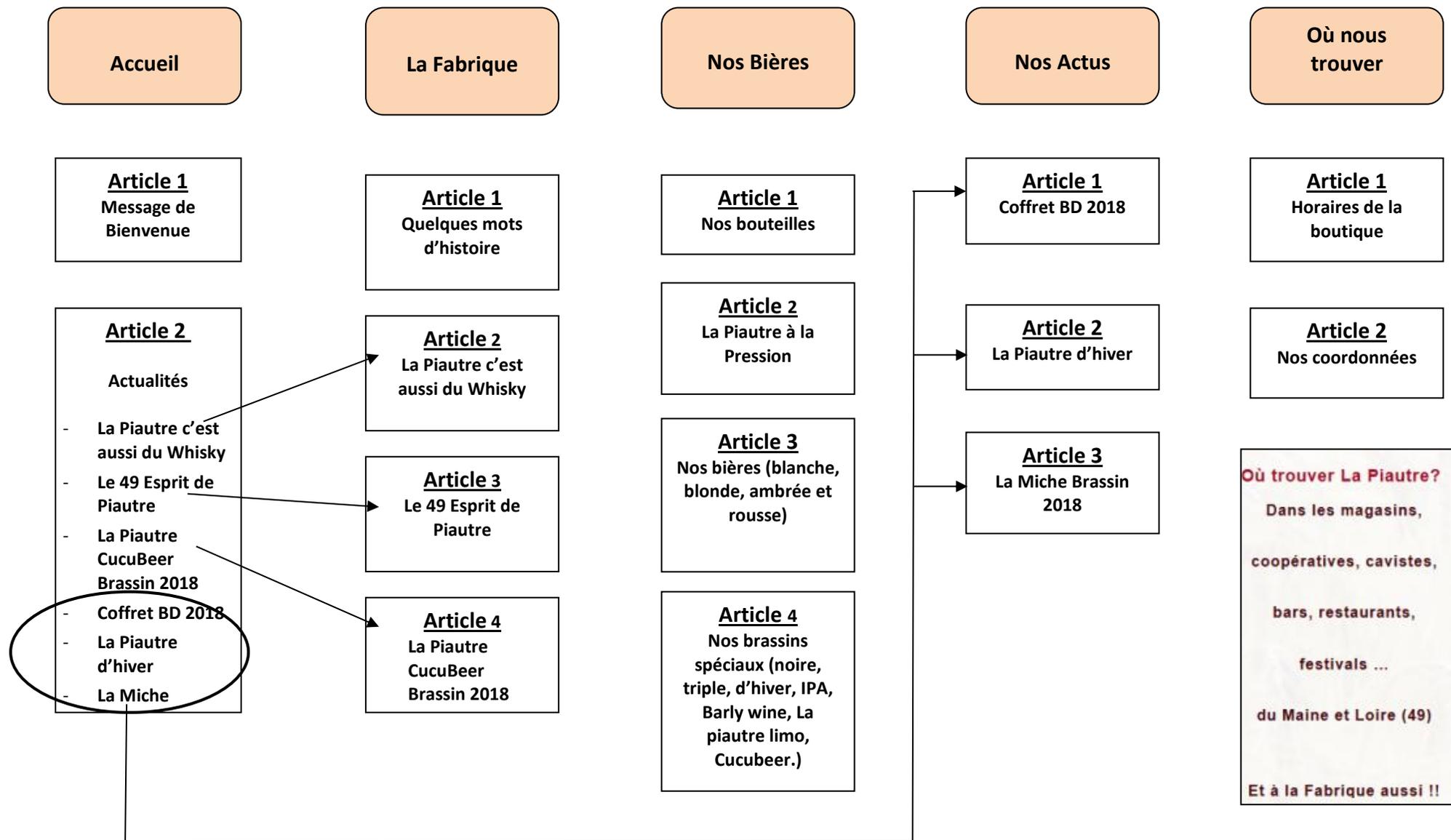
Dans ce cas, le créateur du site peut :

- soit indiquer les mentions légales le concernant en plus de celles de l'hébergeur ;
- soit garder son anonymat dès lors qu'il a transmis de façon correcte les mentions légales le concernant à l'hébergeur.

L'hébergeur sera tenu de communiquer ces informations, mais uniquement dans le cadre d'une procédure judiciaire.

<https://www.service-public.fr/professionnels-entreprises/vosdroits/F31228>

## Annexe 5 : Arborescence site « La Piautre »



→ Renvoi vers.....

### Annexe 6 : Statistiques du site tirées de Google Analytics

	Nombre de visiteurs	Taux de rebond	Durée moyenne par visite	Part de visiteurs connus	Pages par visite
<b>Mars</b>	3500	51%	01 :30	60%	3.12
<b>Avril</b>	4800	53%	01 :30	60%	3.11
<b>Mai</b>	5200	53%	01 :25	65%	3
<b>Juin</b>	6300	60%	01 :25	62%	2.85
<b>Juillet</b>	6400	70%	01 :22	79%	2.80
<b>Aout</b>	6500	70%	01 :21	80%	2.67
<b>Septembre</b>	3500	72%	01 :10	67%	2.67
<b>Octobre</b>	4000	72%	01 :08	65%	2.48
<b>Novembre</b>	3800	70%	01 :00	65%	2.48
<b>Décembre</b>	3500	71%	01 :00	62%	2.50

### Annexe 7 : Sources du trafic du site <http://www.lapiautre.fr/>

Direct	Sites référents	Médias sociaux	Recherche Naturelle	Autres (publicités payantes)
38 %	5 %	15 %	42 %	0 %

## **Annexe 8 : Entretien entre Mr Lelièvre et Antoine**

**Mr Lelièvre :** Antoine. Cela fait un an déjà que tu travailles chez nous et à plusieurs reprises, tu nous as montré que tu maîtrisais assez bien les réseaux sociaux. Il t'est arrivé aussi de publier quelques informations sur notre site internet. Je te propose donc de prendre en charge notre communication digitale quelques heures par semaine.

**Antoine :** Merci pour votre confiance. J'aime bien m'informer sur les évolutions technologiques et je me débrouille pas mal avec les ordinateurs mais j'aimerais savoir ce qui ne vous convient pas dans notre communication actuelle et ce que vous attendez de moi.

**Mr Lelièvre :** Tu vois. J'ai constaté à partir des statistiques que nous recevons sur le trafic sur notre site internet, qu'il est en baisse régulière sur cette fin d'année et que le taux de rebond, quant à lui, augmente. De plus, j'ai eu plusieurs retours négatifs dans mon entourage sur le manque d'informations auxquelles on a accès via notre site, ce qui ne met pas vraiment en valeur nos produits et notre marque.

**Antoine :** C'est vrai que le contenu sur le site reste assez sommaire et que par manque de temps, nous n'actualisons pas suffisamment les informations notamment sur les événements que nous organisons régulièrement. C'est vraiment dommage !

**Mr Lelièvre :** J'ai aussi constaté un autre problème que tu pourrais tenter de résoudre. Quand on tape sur Google : « brasserie artisanale Maine et Loire », nous apparaissions assez loin sur la page de résultats bien après nos concurrents directs. De plus, nous sommes identifiés sous deux dénominations sans rapport direct apparent entre l'une avec l'autre : [www.lapiautre.fr](http://www.lapiautre.fr) pour le site internet mais on nous retrouve aussi sous l'appellation « Fabrique des bières d'Anjou SARL », avec le risque que le consommateur ne fasse pas le lien entre les deux.

**Antoine :** Effectivement, c'est un problème mais cela dépasse un peu mes compétences et nécessiterait que je sois formé pour cela.

**Mr Lelièvre :** Oui, cela peut s'envisager. J'aimerais également que tu voies comment on peut mieux utiliser les réseaux sociaux. Pour l'instant, nous sommes sur Facebook mais comme tu l'as remarqué, notre communauté est composée de 1700 membres qui sont loin d'être actifs et notre communication à raison de 2 à 3 posts par mois n'est pas suffisante pour créer une dynamique. Cela nécessiterait de prendre du temps pour réfléchir au rythme auquel nous souhaitons effectuer des publications. Il faudrait également que notre communication soit en phase avec nos valeurs et respecte des règles communes à toutes nos publications. Tu pourrais prendre cela en charge ?

**Antoine :** Oui, si cela est inclus dans mon temps de travail...

## **Annexe 9 : Offres de formation pour la communication digitale**

### **1 – Proposition de Orsys**

**Titre :** Formation Référencement naturel : techniques de rédaction pour améliorer sa visibilité

**Durée de la formation :** 1 jour

**Objectifs :**

- Comprendre le fonctionnement de l'écrit dans une optique de référencement sur le Web
- Comprendre et utiliser les spécificités des moteurs de recherche pour améliorer son référencement
- Utiliser des techniques de rédaction et de mise en forme des contenus spécifiques au Web

**Programme de formation :**

**Appréhender les notions de visibilité et de trafic sur un site Web**

- Comprendre le fonctionnement des outils de recherche : moteurs et annuaires.
- Identifier le comportement des internautes lors de leurs recherches d'information.
- Maîtriser les piliers du référencement naturel : liens hypertextes et écriture spécifique au Web...
- Connaître le cadre légal du référencement.

**Être attractif pour les moteurs de recherche et pour l'internaute**

- Comprendre le concept de la "longue traîne".
- Déterminer un territoire éditorial : choisir ses mots clés, une méthodologie et des outils...
- Optimiser sa rédaction : communiquer avec un message clair.

**Intégrer le référencement dans sa stratégie éditoriale digitale**

- Viser la complémentarité des contenus éditoriaux Web.
- Utiliser la caisse de résonance du Web 2.0 : Twitter, Facebook, Google+, commentaires des internautes...

**Prix de la formation :** 850 € HT

**Lieu de formation :** Paris (75) – inter-entreprises

<https://www.orsys.fr/formation-referencement-naturel-techniques-de-redaction.html>

## 2 – Proposition de Tetrapolis Academy (Angers)

**Titre** : Formation réseaux sociaux : définir sa présence social média

**Durée de la formation** : 2 jours

**Objectifs** :

- Comprendre l'éco-système des réseaux sociaux
- Comprendre l'intérêt des réseaux sociaux dans un cadre professionnel
- Connaître les notions d'e-réputation
- Savoir créer et paramétrer sur Facebook, Twitter, LinkedIn

**Programme de formation** :

- Identifier les réseaux sociaux les mieux adaptés à l'activité de l'entreprise
- Se positionner efficacement
- Faire un tour d'horizon des différents réseaux sociaux et découvrir les comportements des utilisateurs
- Etablir une ligne éditoriale propre à l'activité de l'entreprise
- Créer et paramétrer ses comptes professionnels sur Facebook, Twitter et LinkedIn lors d'ateliers pratiques.

**Prix de la formation** : 700 € HT /jour

**Lieu de formation** : A l'entreprise

<https://www.tetrapolis-academy.fr/formation/social-media-interets-pour-lentreprise/>

## 3 – Proposition de formation Facebook

**Titre** : Communiquer et interagir avec votre audience avec Facebook

**Durée de la formation** : 27 mn sur site - Formation en e-learning

**Objectifs** : Comprendre les bases des médias sociaux en B to B – Gérer son image sur les médias sociaux

**Programme de formation** :

- Introduction : 2 mn – Facelive permet aux personnes de diffuser des vidéos en direct au monde entier depuis leurs appareils mobiles ou leur ordinateur
- Démarrer : 3 mn – Nous vous montrerons à quel point il est facile de diffuser en direct depuis votre appareil mobile ou votre ordinateur et nous partagerons des détails et ressources sur la manière d'utiliser l'API Live
- Concevoir votre contenu : 3 mn – Découvrez les différents types de sujets que vous pouvez créer et comment optimiser votre propre vidéo en direct selon votre secteur
- Outils de fonctionnalités pour raconter votre histoire : 3 min – des outils que les masques et filtres aux dessins créatifs, découvrez certaines des fonctions et capacités que vous pouvez utiliser lorsque vous diffusez en direct
- Comprendre les indicateurs vidéo : 3 min – En plus des indicateurs vidéo de Facebook, il existe des indicateurs spécifiques à Facebook Live pour vous donner un aperçu des performances de votre diffusion
- Monétiser vos diffusions : 3 mn – Découvrez comment monétiser votre contenu en direct en vous associant à des tiers
- Recommandations : 6 mn – Voici nos astuces pour réussir une diffusion en direct, notamment ce que vous pouvez faire avant, pendant et après celle-ci.
- Success Stories : 4 mn – Découvrez de quelle façon des personnes influentes ont utilisé Facebook Live pour communiquer et interagir avec leurs audiences
- Bilan des connaissances : 3 mn – Nous avons abordé de nombreuses notions à propos de Facebook Live ; un récapitulatif rapide est nécessaire

**Prix de la formation** : Formation gratuite

**Lieu de formation** : Sur poste informatique – tablette - smartphone

*Source : [www.facebookblueprint.com](http://www.facebookblueprint.com),*

## Annexe 10 : Informations sur le festival Anjou Vélo Vintage



### Le village vintage

**SALON DU RÉTRO & BROCANTE DE VÉLOS**  
Mode vintage - Gastronomie d'antan - Brocante vélo

Implanté au cœur du centre historique de Saumur, entre sa magnifique mairie et son théâtre à l'italienne, le village d'Anjou Vélo Vintage, gratuit et ouvert à tous, réunit toutes les dernières tendances vintage dans une ambiance conviviale et décalée. Le Village Rétro ravira les collectionneurs du cyclisme d'antan ainsi que les fans de mode et de déco vintage !

Durant trois jours, découvrez des collections de mobiliers anciens customisés et des accessoires de mode très vintage. Coiffes, guêtres, bretelles et nœuds papillon entre autres seront remis aux goûts du jour.



### la programmation 2019

#### Le Festival

##### Concerts

Profitez de 3 jours de concerts gratuits et d'une immersion dans un univers 100% rétro et festif grâce à de nombreuses animations avec des artistes toujours plus insolites et hétéroclites.

Musiciens, chanteurs et danseurs de swing, de Lindy Hop (spectacles et initiations), colporteurs et crieurs de rue avec leurs machines à voyager dans le temps, shows débridés déambulatoires... Tous vous entraîneront dans une autre époque !

##### Soirées Guinguette & Grand Bal Swing

Enfin, lors des soirées guinguette du vendredi et samedi soir et du Grand Bal Swing du dimanche après-midi, venez guincher sur des airs enjoués de jazz et de swing en dégustant les célèbres fines bulles du Val de Loire et en vous délectant des produits du terroir.

Rythme, swing et glamour seront au rendez-vous !



### Les Randos rétro 2019

De 30 à 120 km : différentes distances et autant de manières de vivre votre Anjou Vélo Vintage ! Plongez dans une autre époque et partez à la découverte des richesses de l'Anjou...

#### Le samedi

Abby Cycllette - Départ : 10h45	35 KM
Paul Auton - Départ : 10h00	NOUVEAU 60 KM
Authentic 1868 - Départ : 9h00	NOUVEAU 120 KM

#### Le dimanche

Abby Cycllette - Départ : 10h45	35 KM
Anatole Laguibole - Départ : 10h00	40 KM
Les frères Dondroit - Départ : 9h30 et 11h15	30 KM



### Vivez une épopée 100 % vintage !

#### Une machine à remonter le temps...

**Mesdames et Mesdemoiselles**, Robes corolle ou jupes crayon, tailleurs serrés ou jupons gonflés, chapeaux ou bibis ajustés, cette année et plus que jamais, vous incarnez la féminité !

**Messieurs**, Bérêts relevés, bretelles tirées, chaussettes remontées et moustaches aiguisées, il est temps de montrer vos talents cachés dans cette ambiance vintage décalée !

**Messieurs-Dames, à présent, rejoignez-vous !** Sur un air de swing ou de blues, attrapez-vous par les hanches et faites trembler le parquet du festival. Be-bop, Jive, Boogie-woogie.... Savourez ensemble l'atmosphère singulière d'une guinguette, l'humeur qui frise le soleil et l'humour à s'en péter les bretelles. Flânez le long des allées du Village Vintage, arpentez les ruelles saumuroises de découvertes en découvertes, admirez les vélos d'époque, votez pour la plus belle tenue vintage, pour la plus belle échoppe ...

#### Une ambiance décalée et unique...

Les sonnettes chantent en chœur, c'est l'heure du grand voyage !

Nul n'est aussi impatient de prendre la route que les passionnés de vieux biclous, les bons vivants et les forçats du bitume. Sur la ligne de départ, tandem, grand-bi et autres bicyclettes d'antan s'engagent dans un défilé des plus élégants. Entre amis, en famille ou entre collègues, pédalez avec panache jusqu'à la prochaine halte en contemplant la richesse des paysages qui vous accompagnent. Une pause s'impose ? Croustillez au grand air les spécialités d'un terroir riche en saveurs et accompagnez votre mets des célèbres vins saumurois. Un voyage dans le temps pétillant, amusant et exaltant !

<https://www.anjou-velo-vintage.com/>

## **Annexe 11 : Ligne éditoriale de « La Piautre » sur son site internet et les réseaux sociaux**

### **Types de sujets traités :**

Des actualités sur l'entreprise : lancement de nouveaux produits, création d'événements, participation à des événements, relai d'informations sur des événements appréciés par l'Equipe et en lien avec notre activité.

### **Formats éditoriaux :**

Articles, brèves, fil d'information, vidéos.

### **Ton :**

Selon les événements, le ton est essentiellement informatif et direct. L'humour est à utiliser en fonction de la situation.

### **Vocabulaire, style :**

Un vocabulaire simple, accessible à tous. Les phrases doivent être courtes, le message clair.

Sur le site internet : phrases construites de façon plus littéraire.

Sur les réseaux sociaux : possibilité d'utiliser des tirets pour faciliter la compréhension.

### **Structure du contenu des publications :**

Un titre explicatif, utilisant des mots-clés (3 à 4).

Corps du message en paragraphes distincts, une référence à un lien sur lequel cliquer

Une photo pour illustrer

Une signature : L'équipe de la Piautre

### **Typographie :**

Titre en majuscule et en gras, taille 14, Calibri

Paragraphes : taille 12, Calibri, justifié, interligne 1.

**Source interne**