|  |  |
| --- | --- |
| Mission 1 - Repositionner une communication globale | Capture d’écran |
| Durée : 1 h 10 | Homme avec un remplissage uniouDeux hommes avec un remplissage uni | Source |

**Contexte professionnel**

Lors de sa création la société a été l’une des premières micro-brasseries artisanale et locale. Depuis la société a connu un développement constant et à conquis une clientèle fidèle. Pour accroître ses ventes l'entreprise a ouvert plusieurs brasseries-restaurants dans de grandes villes régionales. Cette expérience a permis d'avoir un contact direct avec les clients, mais l'évolution du chiffre d'affaires n'a pas été à la hauteur des investissements réalisés.

M. Long nous demande de mettre en place une nouvelle communication plus globale.

**Doc. Entretien avec M. Long**

Depuis quelques années l'entreprise doit faire face à l’apparition de plusieurs micro-brasseries locales concurrentes qui érodent la progression de notre chiffre d’affaires. L’augmentation de nos ventes qui se situaient entre 15 et 20 % par an est descendue à 10, 12 % par an.

La nouvelle concurrence utilise la même argumentation que nous, qui consiste à ce prévaloir d’une production locale et nous ne profitons plus autant de cet argument qu’auparavant.

Sensible à l’argumentation écologistes, M. Long cherche à réduite l’empreinte carbone de la société en diminuant notamment les transports. Par ailleurs, il entend la demande croissante des consommateurs pour des produits sains et éco-responsables.

Depuis 2 ans M. Long s'est associé avec un agriculteur de l’Isère pour produire du malt et du houblon bios avec des techniques de production respectueuses de la nature. Les essais ont été concluants et ce partenariat permet depuis cette année de produire toutes les bières avec des matières premières 100 % locales produites dans un rayon de 10 km autour de la société.

Jusqu’à présent l’entreprise n’a pas communiqué sur cette évolution. M. Long souhaite que la communication de l’entreprise mette en avant les nouvelles conditions de production, pour reprendre un avantage concurrentiel.

**Travail à faire**

Après avoir lu le document, réalisez les travaux suivants :

1. Indiquez le nouveau positionnement de la Micro-Brasserie du Solliet.
2. Proposez des actions de communication destinées à mettre en avant les nouvelles conditions de production.
3. Rédigez un texte qui pourrait-être posté sur Facebook.
4. Proposez un logo à coller sur les bières.