

INFORMATIONS GÉNÉRALES

Faites appel à votre réflexion / créativité pour répondre au brief proposé en page 2.

FILIÈRES STRATÉGIQUES

Vous disposez de 2 heures pour proposer **un plan de communication comportant une analyse de marché, une étude de la marque et une recommandation stratégique** pour la commercialisation du produit concerné. Ces trois éléments doivent être en adéquation avec le programme pour lequel vous candidatez. Merci de vous référer au document du *Déroulé des Epreuves* précédemment fourni.

FILIÈRES CRÉATIVES

Vous disposez de 2 heures pour produire **une création conceptuelle**. Votre rendu doit être en adéquation avec le programme pour lequel vous candidatez. Merci de vous référer au document du *Déroulé des Epreuves* précédemment fourni.

AIDE CONCERNANT LE BRIEF AGENCE

Voici quelques questions à vous poser lors de votre processus de réflexion / création, afin de vous aider à proposer une analyse / annonce pertinente et ingénieuse :

FILIÈRES STRATÉGIQUES

- Quel est le public visé ? Qui sont les principaux concurrents ?
- Quelle grande idée / quel axe / quel bénéfice produit pourriez-vous mettre au coeur de votre communication pour ce produit ?
- Quels supports / quels médias pourriez-vous utiliser pour bien communiquer sur ce produit ?

FILIÈRES CRÉATIVES

- Quelle est la valeur ajoutée de ce produit, et comment la traduire intelligemment en image ?
- Quels sont les avantages à avoir ce produit ? Quels sont les inconvénients si on ne le possède pas ?
- Que peut-il changer dans le quotidien des consommateurs ? Quelles situations cela vous inspire-t-il ?



“Communiquez sur la fraîcheur des produits en livraison chez *Sushi Shop*”

Sushi Shop est une chaîne française de restauration rapide japonaise.

La marque propose une large gamme de sushi d'inspiration japonaise et californienne : sushi, maki, california, spring, sashimi, tartares, etc.

En quête permanente de créativité et d'innovation produits, la marque s'est notamment fait connaître à travers ses différentes collaborations avec des chefs reconnus tels que Cyril Lignac (2011), Jean-François Piège (2012), Thierry Marx (2013), Joël Robuchon (2014), Kei Kobayashi (2017), Anne-Sophie Pic (2018), Mauro Colagreco (2019), Grégory Marchand (2020) et Paul Pairet (2021).

Dans le même temps, *Sushi Shop* a toujours fait preuve de créativité artistique par le biais de partenariats avec des artistes renommés (Kenzo, Lenny Kravitz, Kate Moss, Craig & Karl, Monsieur Madame, Scott Campbell, Nasty, JayOne, Ed Broner, Docteur Paper) et de jeunes designers, marques ou illustrateurs prometteurs (Fernando Togni, Chris Labrooy, Tyrsa, PaperMint, Maison Sarah Lavoine, Sturia, Jean André, ba&sh, Tetris™, Mr Brainwash, Le Chocolat des Français, Polaroid).

Aujourd'hui, la marque a besoin de vous dans un but unique : produire une annonce presse vantant l'extrême fraîcheur de ses produits en livraison.



FILIÈRES CRÉATIVES

Présence obligatoire du logo *SUSHI SHOP*, emplacement de votre choix. En plus du visuel conceptuel que vous allez développer, vous devez également créer une accroche (slogan) et une signature pour la marque.