



# THE DARK OCTOPUS

STRATÉGIE DE COMMUNICATION



CETTE PRÉSENTATION A ÉTÉ RÉALISÉE PAR L'AGENCE

8000

İLHAN ET ALEXIS

# SOMMAIRE

01 RAPPEL DE L'ENTREPRISE

04 DIAGNOSTIQUE

02 NOS CIBLES

05 AXE DE COMMUNICATION

03 NOS OBJECTIFS

06 EXEMPLE DE CONTENU

RAPPEL DE L'ENTREPRISE

# EN RÉSUMÉ

THE DARK OCTOPUS EST UN RESTAURANT DE FRUITS DE MER SUR LA THÉMATIQUE DU NOIR.

LA MAJORITÉ DES ÉLÉMENTS SONT COLORÉS EN NOIR GRÂCE À DE L'ENCRE DE SÈCHE, DU CHARBON ACTIF ET DE LA POUDRE DE CACAO POUR LE DESSERT.

# RAPPEL DU LIEU DU RESTAURANT



**LOCATION LOCAL COMMERCIAL DE 170 M<sup>2</sup> NICE VIEUX-**

**NICE:**

(PHOTOS À GAUCHE)

**TARIFS:**

7 200 €/MOIS H

86 400 €/AN H.C.-H.T. \*

508 €/M<sup>2</sup>/AN H.C.-H.T. \*

**DROIT AU BAIL: 150 000 €**

**HONORAIRES: 21 140 €**



PUIS POSSIBLEMENT BORDEAUX, BIARRITZ, PARIS  
ET NANTES

# NOS CONCURRENTS



LES RESTAURANTS PORTUAIRES:

“RESTAURANT LA GAULOISE” - NICE

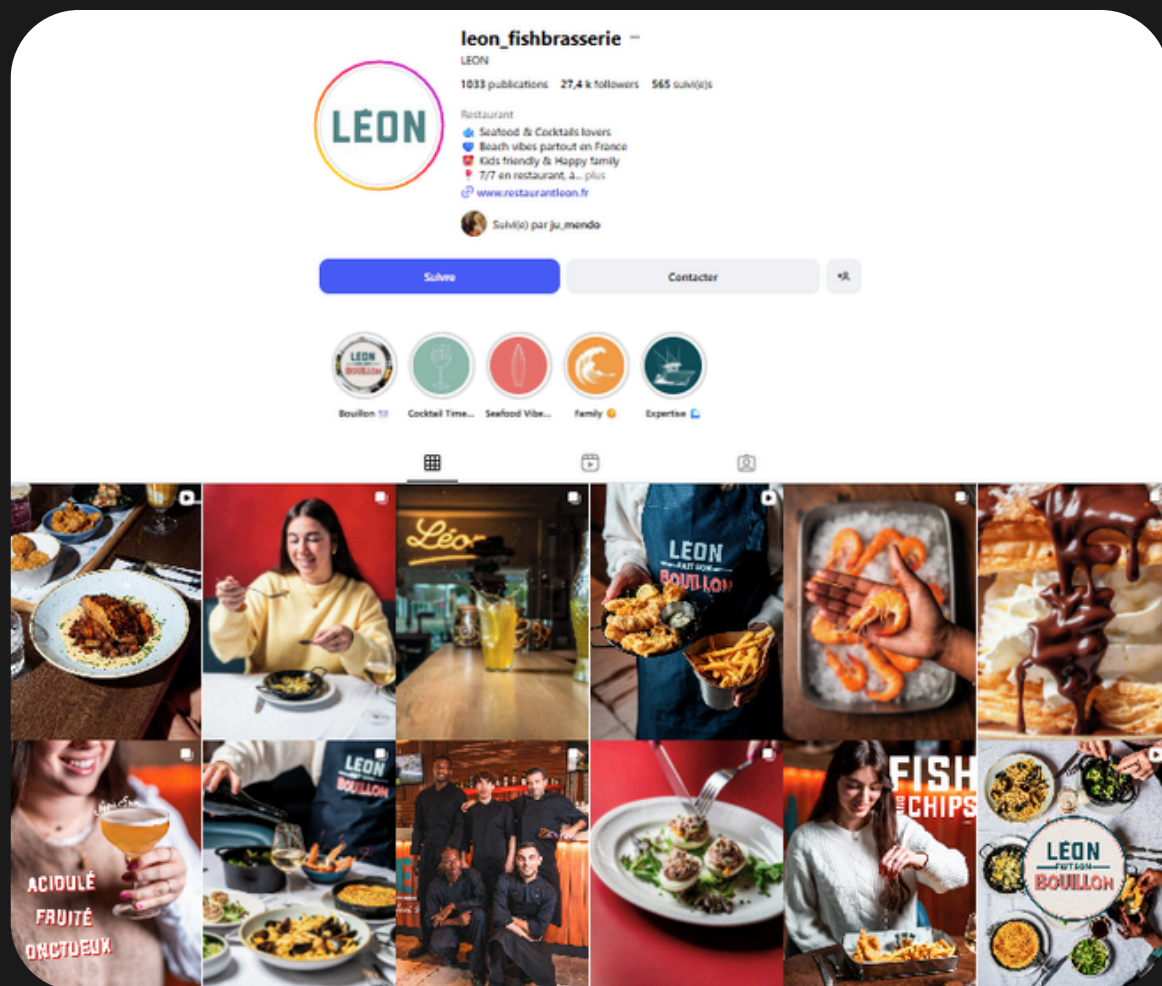
“PAIXES-BONAPARTE” - NICE

“LA TABLE MARINE” - NICE

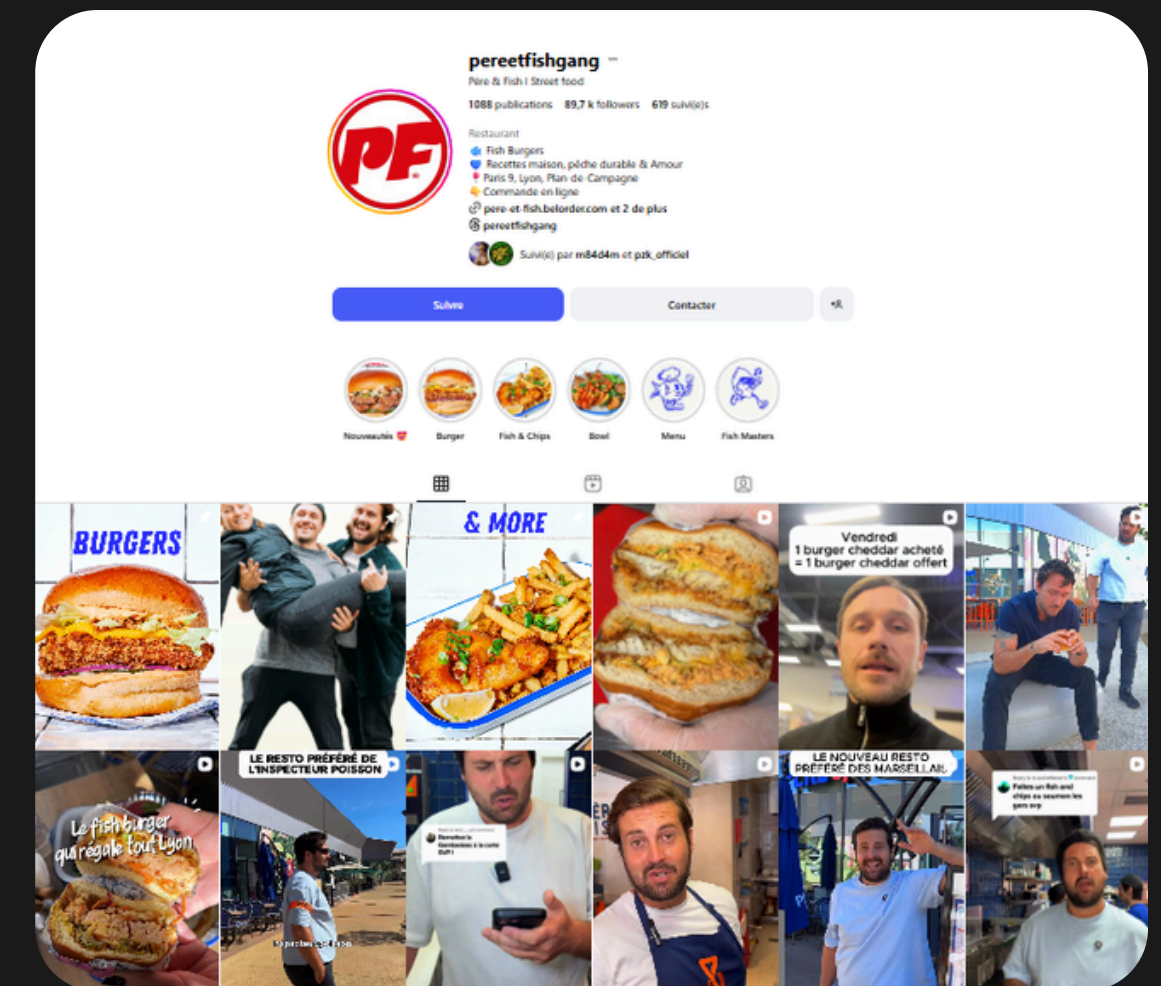
# STRATÉGIE DE COMMUNICATION DES CONCURRENTS



## COMPTE INSTAGRAM DE LEON DE BRUXELLES



## COMPTE INSTAGRAM DE PÈRE ET FISH



# NOTRE SWOT

## NOS FORCES

- UN CONCEPT INNOVANT ET TROUVABLE NUL PART AILLEURS
- LA QUALITÉ DE NOS PRODUITS (ISSUS DE LA PÊCHE LOCALE ET RESPONSABLE)
- NOTRE SITUATION GÉOGRAPHIQUE ( VIEUX NICE LIEU TRÈS TOURISTIQUE ET VIVANT)
- POSITIONNEMENT PREMIUM MAIS ACCESSIBLE
- UN LIEU TRÈS INSTAGRAMMABLE

## NOS FAIBLESSES

- LE THÈME EST TRÈS AUDACIEUX DONC PAS FORCÉMENT RAGOUTANT AU PREMIER PLAN
- NOUS SOMMES UN NOUVEAU RESTAURANT, NOUS NE SOMMES PAS ANCRÉS DANS LE MARCHÉ
- BESOIN DE RENTABILITÉ RAPIDE CAR PRIX DE L'EMPLACEMENT ASSEZ CHÈRE

## NOS OPPORTUNITÉS

- FORTE ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE DU VIEUX NICE
- FLUX CONSTANT DE TOURISTES FRANCAIS ET ÉTRANGERS
- FORTE DEMANDE EN RESTAURATION RAPIDE MAIS QUALITATIVE
- FAIBLE CONCURRENCE EN TERME DE FAST FOOD HAUT DE GAMME DANS LES FRUITS DE MER
- VALORISER LES PRODUITS LOCAUX UTILISÉ

## NOS MENACES

- LA DIVERSITÉ DE RESTAURANT DE FRUITS DE MER SUR NICE
- LE NOIR DANS LA NOURRITURE PEUT DÉGOUTER

NOS CIBLES

# CIBLES PRIMAIRE

- PRÉNOM: RICHARD PIRELLI
- ÂGE: 25 ANS
- GENRE: MASCULIN
- LIEU D'HABITATION: NICE CENTRE
- HOBBIES : BOIRE DES BOISSONS FERMENTÉES , VISITER DE NOUVEAUX PAYS, ESSAYER DE NOUVELLES CHOSES, ALLER EN FRIPERIE, MANGER DE LA NOURRITURE D'AUTRES PAYS, ENGAGÉ DANS TOUTES LES CAUSES ÉCOLOGIQUES .
- PROFESSION: CRYPTOZOOLOGISTE



# CIBLES SECONDAIRE

- PRÉNOM: XAVIER ET LUCIA
- ÂGE: 30 ET 33 ANS
- GENRE: MASCULIN FÉMININ
- LIEU D'HABITATION: NICE CENTRE
- HOBBIES : TESTER DE NOUVEAUX RESTAURANTS INNOVANT OÙ ILS POURRONT GOÛTER DE NOUVELLES SAVEUR, PASSER DES MOMENTS EN COUPLE
- PROFESSION: DIRECTION DES ACHATS CHEZ "KONE" ET CAISSIER DANS UNE PETITE SUPÉRETTE DE NICE



NOS  
OBJECTIFS

# OBJECTIFS COGNITIFS

FAIRE PERCEVOIR NOTRE RESTAURANT  
COMME UN ENDROIT ATYPIQUE,  
MYSTÉRIEUX ET MÉMORABLE, DIFFÉRENT  
DES ADRESSES CLASSIQUES DU VIEUX-NICE.

POSITIONNER NOTRE ENSEIGNE COMME  
UNE RÉFÉRENCE INNOVANTE DANS LE  
STREET FOOD DE LA MER.

ASSOCIER “THE DARK OCTOPUS” À UN LIEU  
COOL, TENDANCE, ATYPIQUE, OÙ L’ON  
AMÈNE DES AMIS POUR LEUR FAIRE  
DÉCOUVRIR QUELQUE CHOSE DE  
SURPRENANT.

FAIRE RECONNAÎTRE NOS PLATS AU  
PREMIER COUP D’ŒIL, MÊME HORS DE  
NOTRE RESTAURANT (RÉSEAUX SOCIAUX,  
BOUCHE-À-OREILLE, PHOTOS).

ENCOURAGER LES NOUVEAUX CLIENTS À  
VENIR DÉGUSTER DE NOUVELLES SAVEURS  
MARITIMES

FAIRE COMPRENDRE QU’IL EXISTE DES  
NOUVEAUTÉS RÉGULIÈRES, CE QUI INCITE  
AU RETOUR.

# OBJECTIFS CONATIFS

ENCOURAGER LA PRISE DE PHOTOS GRÂCE À DES ÉLÉMENTS NOIRS ESTHÉTIQUES ET PHOTOGÉNIQUES.

MOTIVER LES CLIENTS SATISFAITS À LAISSER UN COMMENTAIRE GOOGLE/MAPS/TRIPADVISOR.

POUSSER LES CLIENTS À EXPLORER L'UNIVERS (NOMS DES PLATS, STORYTELLING, DÉCORS).

POUSSER À REVENIR POUR TESTER DIFFÉRENTS PLATS DE LA CARTE (BOX À PRIX RÉDUITS, ÉDITIONS LIMITÉES).

POUSSER À SUIVRE LES RÉSEAUX POUR LES ÉDITIONS LIMITÉES "DEEP SEA".

DIAGNOSTIQUE

**MANQUE DE NOTORIÉTÉ : LA MARQUE EST NOUVELLE  
DONC PAS CONNUE**

**ON ESSAIE DE S'ADRESSER À UNE POPULATION ASSEZ  
JEUNE ALORS QUE LE SECTEUR EST ASSEZ DIRIGÉ PLUS  
CHEZ DES PERSONNES ÂGÉES, ON VEUT FAIRE AIMER LE  
POISSON À UNE POPULATION QUI N'A PAS FORCÉMENT  
LES MOYENS POUR ACHETER DES PRODUITS DE QUALITÉ**

**DIFFICULTÉ À RASSURER SUR LA QUALITÉ DÙ  
L'ESTHÉTIQUE NOIRE**

# AXE DE COMMUNICATION

# DES INSIGHTS

“LE POISSON DE BONNE QUALITÉ C’EST PAS DONNÉ”

“DE TOUTE FAÇON C’EST TOUJOURS LA MÊME CHOSE LES  
RESTAURANTS DE FRUITS DE MERS”

“MOI SI JE VOIS UN INGRÉDIENT NOIR ÇA ME DÉGOUTE”

“C’EST UN CRIME DE METTRE DU POISSON DANS UN  
BURGER”

# EN UNE PHRASE

CHEZ THE DARK OCTOPUS, NOUS  
VOUS PROPOSONS DE LA  
NOURRITURE DE QUALITÉ TOUT EN  
VOUS FAISANT VOYAGER AU PLUS  
PROFOND DES ABYSSES

UN SLOGAN

UN RESTAURANT

~~SPECT(TENTA)CULAIRE~~

# UN CONTENU QUI DONNE ENVIE PUBLICATIONS INSTAGRAM



# D'AUTRES IDÉES DE PUB

DES INSIDES DANS L'ACHAT DES INGRÉDIENTS CHEZ LES  
POISSONNERIES LOCALES

UNE VIDÉO ANIMÉE AVEC UNE ATMOSPHERE DIRIGÉE  
SUR LES ABYSSES ET LES FONDS OCÉANIQUES

DES VIDÉOS EN NORVÈGE (TYPE FLASHBACK) POUR  
ANNONCÉ L'HISTOIRE DE LA MARQUE

# STORY-TELLING DE LA MARQUE

## 2018 – L'IDÉE NAÎT DANS LES ABYSSES

TOUT COMMENCE LORS D'UN VOYAGE EN NORVÈGE.

JULIEN MORETTI, JEUNE CHEF NIÇOIS PASSIONNÉ PAR LA MER, DÉCOUVRE LA PUISSANCE VISUELLE DE L'ENCRE DE SEICHE. FASCINÉ PAR SA PROFONDEUR ET SON ÉLÉGANCE, IL IMAGINE UN CONCEPT INÉDIT : UN RESTAURANT QUI CÉLÉBRERAIT LA MER À TRAVERS DES DÉCORS IMMERSIFS ET UNE CUISINE TOUT EN NOIR RAPPELANT LES ABYSSES DE L'OCEAN

## 2019 – DE LA VISION AU CONCEPT

APRÈS PLUSIEURS ANNÉES D'EXPÉRIMENTATIONS ET DE COLLABORATIONS AVEC DES PÊCHEURS LOCAUX, JULIEN ÉLABORE UN CONCEPT CULINAIRE UNIQUE : DES PLATS DE STREET FOOD MARINE HAUT DE GAMME, SUBLIMÉS PAR DES INGRÉDIENTS NOIRS COMME LE CHARBON ACTIF, L'ENCRE DE SEICHE OU LE CACAO.

C'EST LA NAISSANCE DE THE DARK OCTOPUS, UN PROJET MÊLANT NOURRITURE SURPRENANTE, DESIGN ET CONSCIENCE ÉCOLOGIQUE.

## 2022 – L'ÉMERGENCE DU PROJET

LE CONCEPT COMMENCE À PRENDRE FORME : IDENTITÉ VISUELLE TROUVÉE ET PREMIÈRES RECETTES TESTÉES.

NICE, CŒUR MÉDITERRANÉEN ET VILLE OUVERTE SUR LA MER, S'IMPOSE NATURELLEMENT COMME LE LIEU IDÉAL POUR L'OUVERTURE DU PREMIER ÉTABLISSEMENT.

L'ÉQUIPE TRAVAILLE SUR L'EXPÉRIENCE SENSORIELLE DU RESTAURANT : LUMIÈRES TAMISÉE, DÉCOR IMMERSIFS ET UN UNIVERS INSPIRÉ DES PROFONDEURS OCÉANIQUES.

## 2025 – UNE OUVERTURE IMMINENTE

EN 2025, THE DARK OCTOPUS ENTRE DANS SA PHASE DE LANCEMENT.

L'OBJECTIF : OUVRIR LE PREMIER RESTAURANT À NICE (VIEUX-NICE) ET Y PROPOSER UNE EXPÉRIENCE DE STREET FOOD PREMIUM CENTRÉE SUR LA MER, LE NOIR ET L'INNOVATION CULINAIRE.

LA MARQUE PRÉPARE ÉGALEMENT SA STRATÉGIE DIGITALE, AXÉE SUR INSTAGRAM ET TIKTOK, POUR PLONGER LE PUBLIC DANS SON UNIVERS VISUEL ET MYSTÉRIeux AVANT MÊME L'OUVERTURE.

PARTENARIATS POSSIBLES



The logo for 'MON ÉTÉ NICE' is located in the top right corner. It consists of the word 'MON' in blue, 'ÉTÉ' in pink with a yellow triangle above the 'É', and 'NICE' in blue, all stacked vertically within a white square.

MON  
ÉTÉ  
NICE

A small blue rectangular label with the word 'NOUVEAU' in white, positioned above the main title.

NOUVEAU

The main title 'Été en Scène' is centered in a large, white, stylized font. The letters 'É', 'e', and 'e' in 'Été' have horizontal lines through them. The background features a colorful gradient from yellow to red and blue, with a close-up of yellow paper on the left.

# Été en Scène

3 lieux, 3 cercles, des artistes à ciel ouvert !

# LES PLAGES

ELECTRONIQUES - CANNES



## les *plages* electroniques *cannes* 25



» VEN 8/08

TIËSTO · KUNGS · TRYM · VALD  
ALEX WANN · AZYR\* · BASSWELL\* · BELLAIRE · MYD live  
ASDEK x AVA MIND · AUPINARD · BENZØ\* · CLOUDY b2b NOVAH\*  
DERON · DIDI HAN · DYLAN DYLAN · HALFPIPE RECORDS  
LOUIS BEKK · SARA COSTA  
LE SUD FAIT MIEUX · ROMANO VIVARELLI

» SAM 9/08

PEGGY GOU · MOCHAKK · LUIDJI  
AGORIA · BRINA KNAUSS · FRANCIS MERCIER  
HORSEGIURL · ODYMEL\* · PATRICK MASON\* · PEGASSI\*  
AMOR · ARØNE · CAMILLE DOE · LEGIT GIRL DJ · MIKI · SIXTION  
UPSILONE · URUMI · YENKOV\*  
CLARAA · MILANA ALEX · MOWGLI

» DIM 10/08

CHARLOTTE DE WITTE · ERIC PRVDZ · BOOBA  
ANETHA\* · ANNA · JERSEY · KETTAMA\*  
PURPLE DISCO MACHINE · SAM FELDT · SUBLIFE  
DALÍ · FAUL & WAD · JETLAG GANG · LAZE\* · LB aka LABAT\*  
MARION DI NAPOLI · NOTRE DAME  
EKLOZ · JAYKILL · NO2THEG

\* SCÈNE TELETECH

SUIVEZ-NOUS : @PLAGESELECTRO

8, 9, 10 AUGUST  
CANNES

MERCI DE NOUS AVOIR  
ÉCOUTÉ

**abonnez-vous**

[https://www.instagram.com/the\\_dark\\_octopus?  
igsh=MTFmbjd1dDk4YTV5NQ%3D%3D&utm\\_source=qr](https://www.instagram.com/the_dark_octopus?igsh=MTFmbjd1dDk4YTV5NQ%3D%3D&utm_source=qr)