



L'ÉGLISE BRASSERIE™

SAINT NICAISE | ROUEN

Les Trophées de la communication et de la presse en Normandie
Dossier de candidature
Studio CABYNE



Contexte

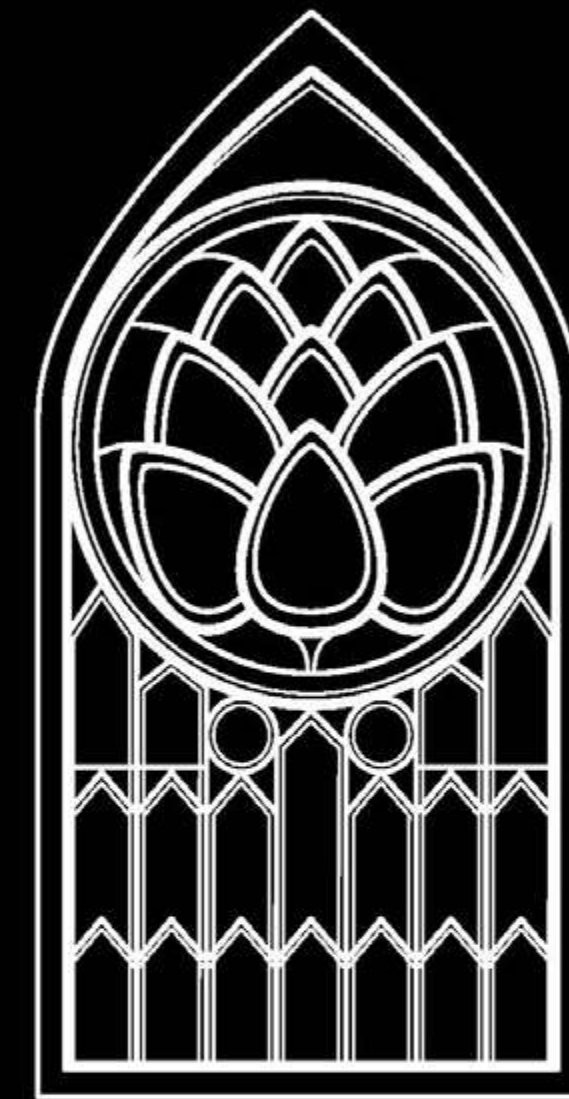
Dans le cadre d'un appel à projet lancé par la Mairie de Rouen en mai 2019 et portant sur 4 de ses églises abandonnées, **la Brasserie Ragnar®** -fabrique de bières artisanales normandes et vikings installée au Houlme- a monté un dossier et mené une campagne de communication intensive depuis septembre 2019. Cette campagne visait à faire connaître le concept original proposée à la reconversion du site Saint-Nicaise de Rouen à savoir une église-brasserie.

La communication autour de **L'Église-Brasserie™** devait donc à la fois défendre un projet de lieu sensé emporter la décision de la Mairie, faire connaître la marque Ragnar® dont le lancement officiel aura lieu en janvier-février 2020, mais également faire rayonner la scène brassicole et patrimoniale normande.

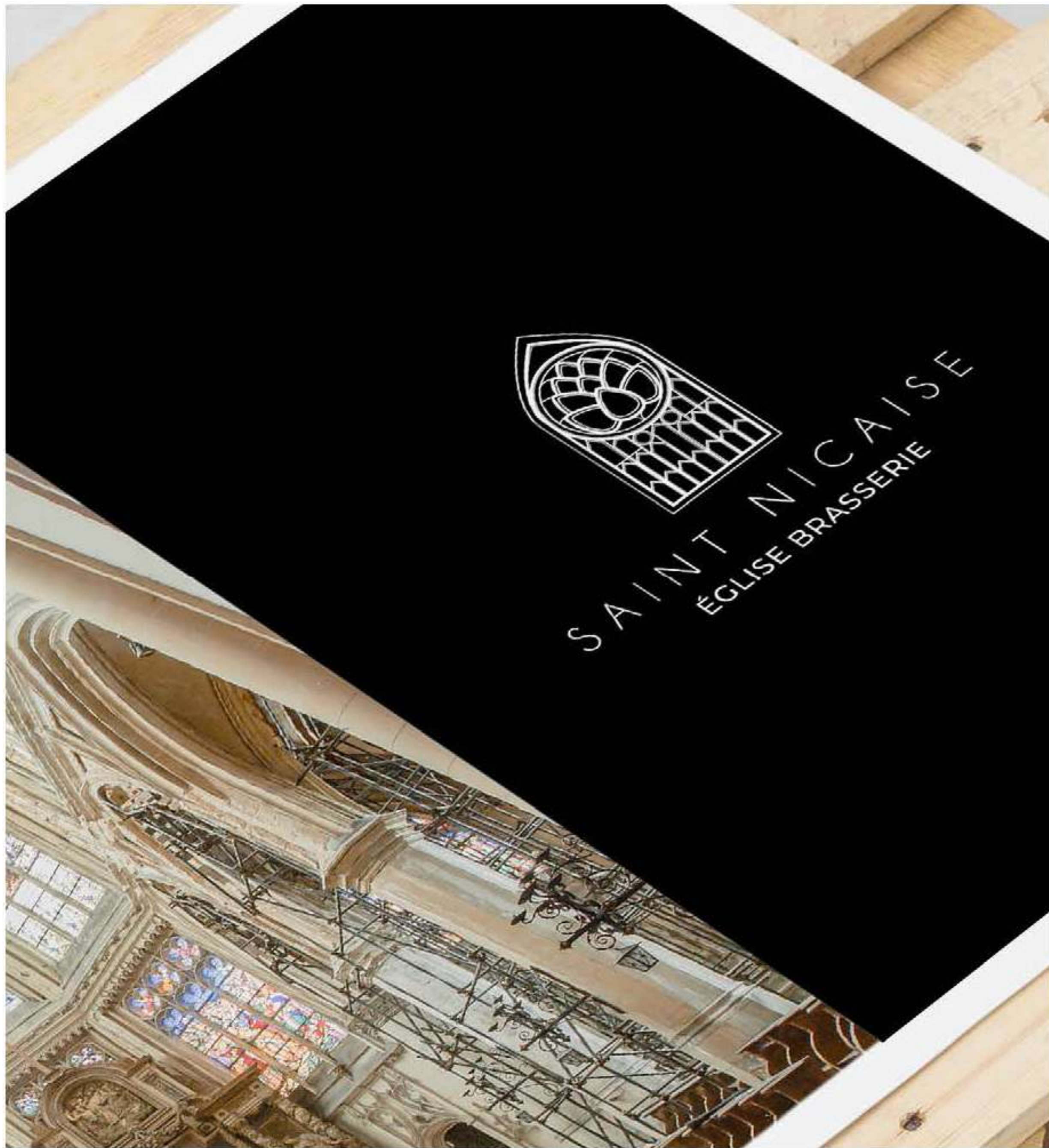
Afin de l'accompagner dans son projet, la Brasserie Ragnar® fait appel au studio de design et communication visuelle Rouennais **Cabyne**.

Création de l'identité de marque :

Mixant lieu de production, lieu de consommation et espace culturel en plein cœur de la capitale normande, L'Église-Brasserie™ se présente comme un multi-lieu parfaitement intégré au tissu urbain. Toute la complexité était alors de rendre lisible et cohérent la rencontre entre un site religieux séculaire et une jeune marque de bière artisanale, le tout sans diluer l'identité de l'un au profit de l'autre ou la disparition de la marque brassicole dans la forte aura du lieu. Le choix final s'est ainsi porté sur un logo intégrant le geste architectural des vitraux de Pierre Chirol et le cône de houblon caractéristique de la scène brassicole artisanale.



SAINT NICAÏSE
ÉGLISE BRASSERIE





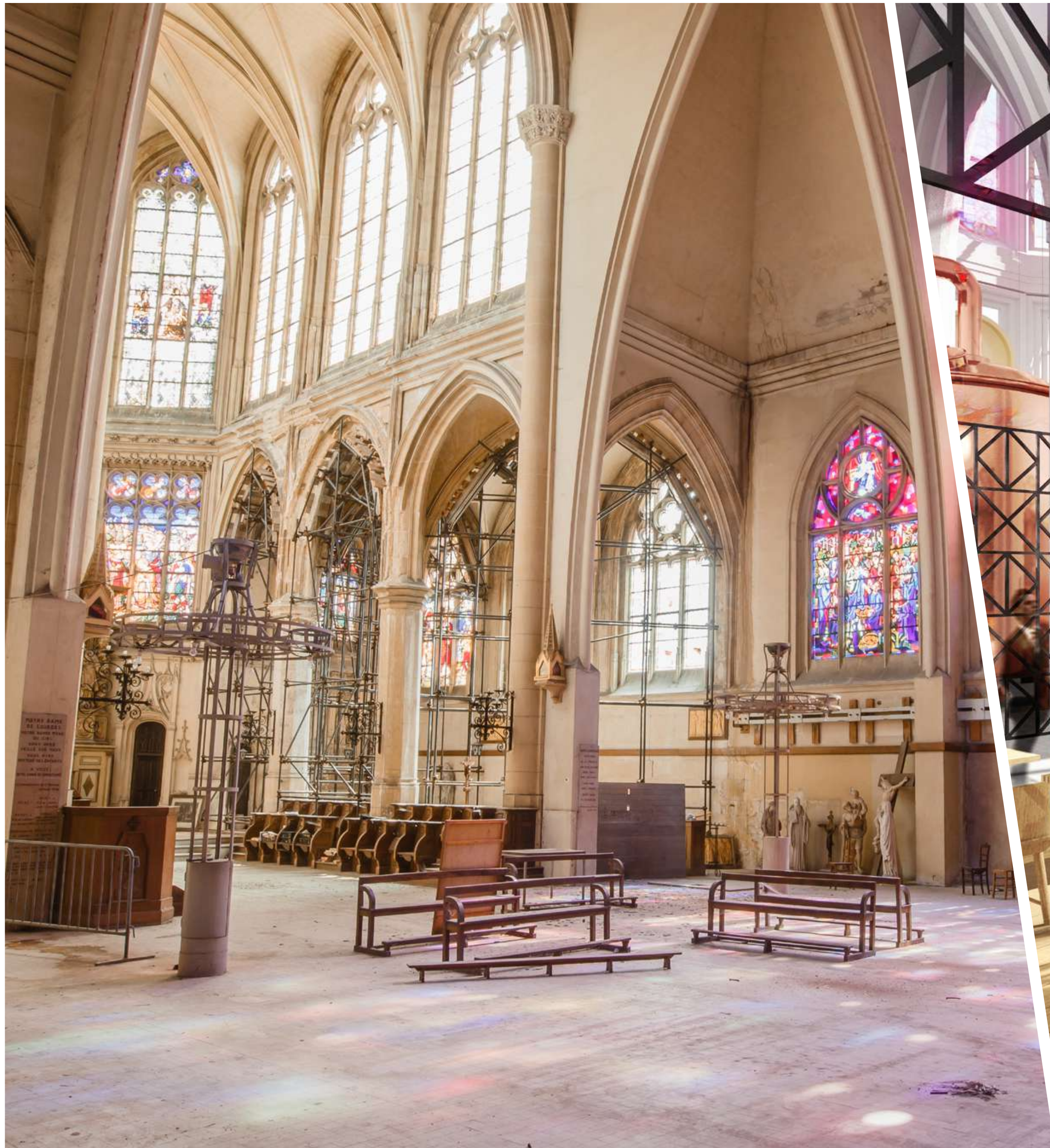
Campagne visuelle :

Pour alimenter le dossier de **L'Église-Brasserie™** remis à la Mairie de Rouen et mettre en perspective ce concept audacieux, des projections visuelles 3D ont été élaborées.

Une campagne photo au sein et à l'extérieur du lieu ainsi qu'une vidéo d'une minute trentre furent réalisées. À la fois support de projection et d'imagination, appuyant le concept de l'Église-Brasserie, ces supports témoignent également avec véracité et ambivalence, de la fragilité et la magnificence du lieu.

Un dossier papier de 100 pages au format A3 à destination des commissions techniques, patrimoniales et municipales mais également à celle des financeurs potentiels du projet, ainsi qu'un grand panneau A0 reprenant les principales vues en coupe, aquarelles et plans des architectes, furent édités.

[LIEN VIDÉO >](#)



Portée :

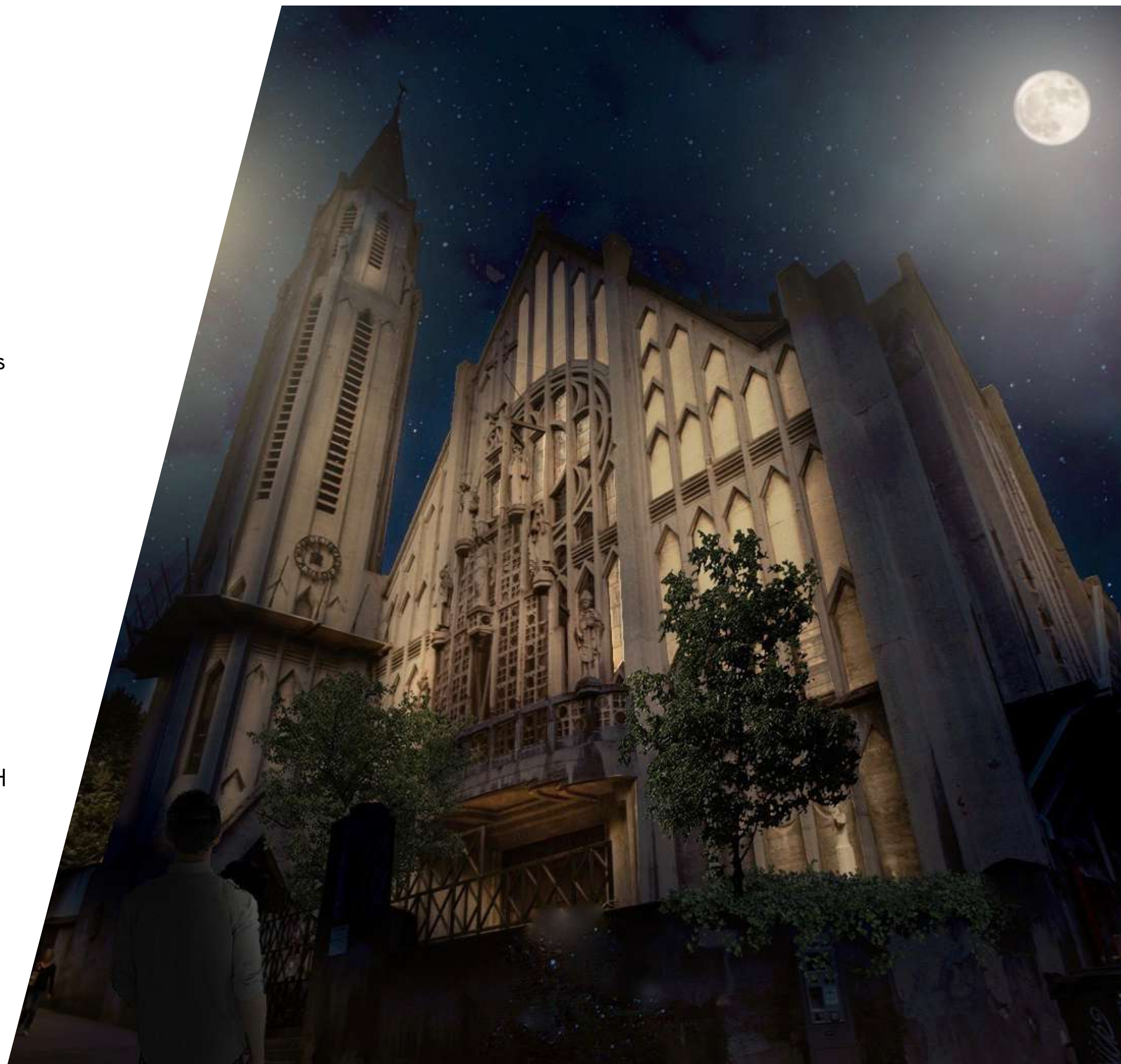
La campagne a porté ses fruits au-delà des attentes générant de multiples retombées :

Un projet finaliste passant en commission municipale le 27 novembre. Des engagements financiers publics et privés pour plusieurs millions suite à la présentation des différents supports.

Des dizaines de milliers de vues pour les articles publiés en ligne et format papier par Le Figaro, Hebdo Communication (Actu76, Côté Rouen, Magazine « Les Bières de nos régions »), Paris-Normandie, Les Normandpolitains et quelques blogs de particuliers.

Près de 700 vues You Tube sur le teaser vidéo et près de 150 nouveaux likes Facebook sur la page de la marque.

Plusieurs millions de téléspectateurs touchés par un reportage au 20H de France 2 diffusé fin novembre 2019.





Conclusion :

En définitive, la campagne a permis à la Brasserie Ragnar® de qualifier son dossier pour la commission finale d'évaluation tout en captant l'attention et le soutien d'un large public de particuliers et de professionnels. Au-delà de l'Église-Brasserie™ - dont la validation arrivera le 10 décembre - la Brasserie Ragnar® a ainsi gagné une notoriété précieuse pour son lancement dès janvier 2020.

La qualité des supports, leur diversité et leur relai ont également permis de significatives avancées sur la plan financier, certains partenaires s'étant engagés pendant la phase de communication. Avec plusieurs citations au niveau national, la réussite de cette campagne s'avère des plus complètes.

Enfin, la diversité de ces retours nous permettent d'espérer avec enthousiasme la concrétisation de ce projet et sa réussite sur le plan social, culturel, financier, patrimonial. Voilà pourquoi nous souhaitons vous soumettre ce projet.

ARTICLES DE PRESSE

<https://www.paris-normandie.fr/actualites/societe/reprise-d-eglises-a-rouen--saint-nicaise-bientot-une-brasserie-et-un-lieu-de-vie-tendance-CK15686703>

<https://www.lefigaro.fr/culture/rouen-vend-quatre-de-ses-eglises-20191107>

<https://normandpolitains.com/brasserie-saint-nicaise/>

https://actu.fr/normandie/rouen_76540/une-nouvelle-biere-dinspiration-viking-sera-bientot-disponible-dans-lagglo-rouen_27089597.html

CAMPAGNE VIDÉO

<https://www.youtube.com/watch?v=7hW9MjhYOkw>



CABYNE

STUDIO SÉRIEUSEMENT CRÉATIF

Marion CHIPOT & Quentin DUMONTIER
Fondateurs & Designers
06 58 58 81 50

53 BIS BOULEVARD DES BELGES
76000 ROUEN

CABYNE.COM