



**BRICO
DÉPÔT**

COMMERCE -
ARTISANAT

Brico Dépôt, filiale du groupe Kingfisher, est une chaîne française de magasins de bricolage et d'aménagement pour la maison et le jardin. Fondée en 1993, elle propose une large gamme de produits à prix bas toute l'année, ciblant principalement les professionnels et les bricoleurs avertis. Ses produits couvrent différents domaines tels que la construction, la rénovation, la décoration et le jardinage. Brico Dépôt se distingue par son modèle économique "dépôt", offrant des produits en grandes quantités et avec des présentations simplifiées. Avec plus de 120 magasins en France, elle est reconnue pour son approche pratique et économique du bricolage.

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

**CHIFFRE
D'AFFAIRES**

2 540 000 000€

7 000

**COLLABORATEURS
&
COLLABORATRICES**


DES ASSOCIATION NATIONALE
COMMUNICANTS

BRICO DÉPÔT

C(h)œurs de Brico

37^{es}
**GRANDS
PRIX** DE LA
COMMUNICATION

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

2023 : une année charnière qui célèbre les 30 ans de Brico-Dépôt. Pour l'occasion, un projet singulier naît : la création d'un hymne, C(h)œurs de Brico, reflet d'une identité collective forte et de la passion des équipes pour l'enseigne.

Audacieux peut-être, mais parfaitement en ligne avec l'envie de participation active et créative des collaborateurs. Que ce soit pour les paroles, le chant, la musique et même le rôle d'acteur dans le clip, tous les talents étaient les bienvenus.

À chaque étape leur engagement, leur talent et leur créativité sont dévoilés et révèlent un résultat final éblouissant. Une belle performance collective.

Ce projet – véritable fenêtre sur « l'esprit brico » – met en lumière les valeurs fondamentales de l'entreprise : simplicité, proximité et sincérité.

MARS 2023 À DÉCEMBRE 2023 - BUDGET : 90 000€

Ce budget comprend : Teaser / Site / outils de promo / Making of studio&Clip / Clip



BRICO DÉPÔT

C(h)oeurs de Brico

POUR QUI ?

Au-delà de marquer les 30 ans de l'entreprise, ce projet collectif – réalisé à 100% par les équipes internes – a permis aux collaborateurs non seulement d'exprimer leur talent mais surtout de se rencontrer et de tisser des liens avec des collègues qui travaillent parfois à l'autre bout de la France.

À travers cette chanson qui incarne les valeurs de simplicité, sincérité et proximité communes à toute l'entreprise, on a vu de l'entraide, de la camaraderie, du partage et de la générosité.

Que ce soit pour écrire les paroles, pour chanter ou pour enregistrer un clip dans un dépôt (toute la nuit !), ce projet original, festif et peu commun révèle une belle énergie simple et sincère, qui fait la fierté de l'ensemble des équipes Brico Dépôt.

COMMENT ?

Le projet a débuté par un appel à contribution, invitant les collaborateurs à proposer des paroles sur une musique créée spécialement pour l'occasion et qui reprend les rythmes de l'identité sonore de Brico Dépôt. Choeursdebrico.com est créée, une plateforme collaborative destinée à récupérer les paroles, les voix et les musiciens qui lui donneront vie ! Une fois la chanson écrite, s'en suivent 2 jours d'enregistrement en studio chez Sixième Son (partenaire de BD pour les identités sonores). Un beau moment de partage entre collaborateurs. Des amitiés naissent. L'aventure ne s'arrête pas là : les visages des collaborateurs qui candidatent prennent place devant la caméra. Une nuit entière dans un dépôt où la magie opère et le clip prend forme. "Choeurs de Brico" naît, capturant l'esprit d'une entreprise pas comme les autres.

37^{es}
GRANDS
PRIX DE LA
COMMUNICATION



DES ASSOCIATION NATIONALE
DES COMMUNICANTS

LES RÉSULTATS

D'une part, les collaborateurs impliqués ont vécu une expérience marquante, enrichie par l'expression de leurs talents et le partage de leur passion commune pour la musique. D'autre part, le clip final a reçu un accueil très positif, reflétant le soin et la qualité apportés à sa réalisation. Une belle récompense pour les équipes qui se sont impliquées... passionnément !

La visibilité du projet a été amplifiée par une émission RTL diffusé en interne, où les participants ont pu raconter leur histoire créative et interpréter l'hymne en direct. En résumé, des retombées à la hauteur de l'investissement passionné des collaborateurs, une aventure unique et mémorable pour eux et un fort atout pour la marque employeur de Brico Dépôt.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Par le côté home- made, nous avons optimisé au maximum les ressources pour ce projet !

