

OR ÉTERNEL

Solène Devillers / Lou Jacquemard / Cynthia Alves / Sarah Bouhi / Sabra Zenati / Louis Riebel



MATY
Bijoutier créateur depuis 1951

PRÉSENTATION

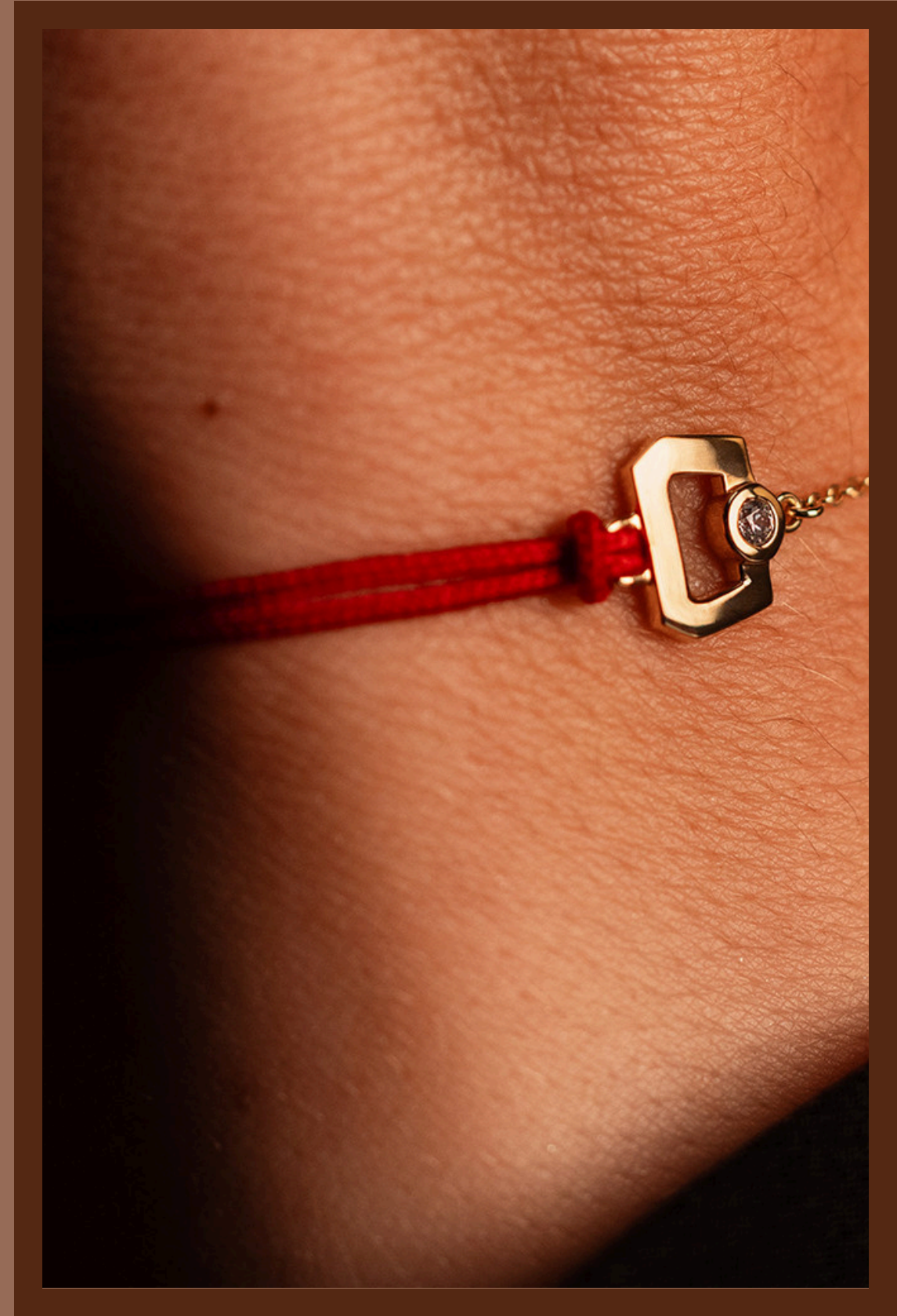
En 2023, Maty lance une nouvelle collection iconique et identitaire : La Collection Opéra. Cette collection s'inspire des archives des années 1965 .

”



- SOLIDE RÉPUTATION
- ENGAGEMENT
- MANQUE DE MODERNITÉ
- SOULIGNER VOS PRATIQUES
- RENFORCER VOTRR NOTORIÉTÉ

- MARCHÉ SATURÉ
- DIFFÉRENCIATION
- ENVIRONNEMENT
- QUALITÉ ET DURABILITÉ
- ALTERNATIVE ÉCOLOGIQUE



ADN

Élégance

Qualité

Innovation

Savoir-faire

Eco-responsable

Infini

Engagé

VALEURS

RÉFLEXION

— DURABILITÉ ET INTEMPORALITÉ DES MATÉRIAUX

— HONNEUR DU PASSÉ

— TRANSFORMATION ADAPTATIVE À LA MODERNITÉ

PROBLÉMATIQUE

“

Comment installer une forte notoriété de la collection Opéra et assurer le succès de cette nouvelle gamme, alors qu'elle évolue dans un marché saturé et fortement concurrentiel en ayant une image de marque peu moderne ?

CIBLES



Cible principale

- Femmes & hommes 35 - 55 ans
- Cherchant de la qualité à prix accessible au design élégant



Coeur de cible

- Femmes entre 30 - 50 ans
- Engagement éco - responsable cherchant des marques et collections engagée pour l'environnement et la qualité



Cible périphérique

- Journalistes de magazines féminins hebdomadaires



AXE CRÉATIF

Maty propose des bijoux qui sont à la fois unique et indémodable

CONTEXTE

En décembre 2023, Maty lance une nouvelle collection iconique et identitaire : la collection Opéra

INSIGHT

On veut tous acheter un produit qui perdure dans le temps et qui respect l'environnement

IDÉE FORTE

L'intemporel

CONCEPT CRÉATIF

Or éternel

SIGNATURE

Un éclat qui résiste au temps, chaque bijou recyclé écrit sa propre époque

TON DU MESSAGE

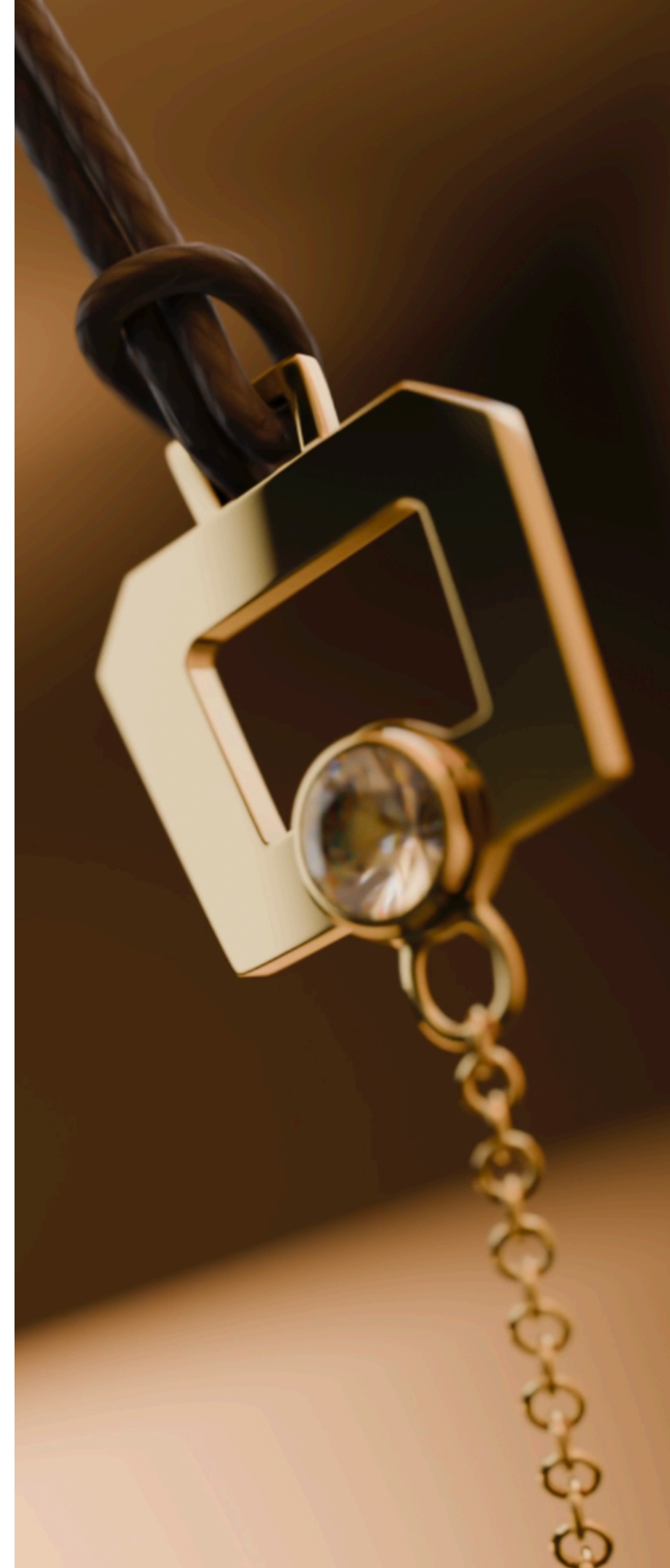
Captivant, inspirant, engagé : invitant les consommateurs à redécouvrir la valeur de l'or

PROMESSE

Un bijou intemporel, vraiment intemporel

JUSTIFICATION

- Promouvoir la marque ainsi que ses valeurs
- Mettre en avant l'éco-responsabilité
- Créer une identité plus affirmée



“Un bijou intemporel, vraiment intemporel”

Archives 1965
Histoire

Matériel recyclé
Durable

Or Éternel

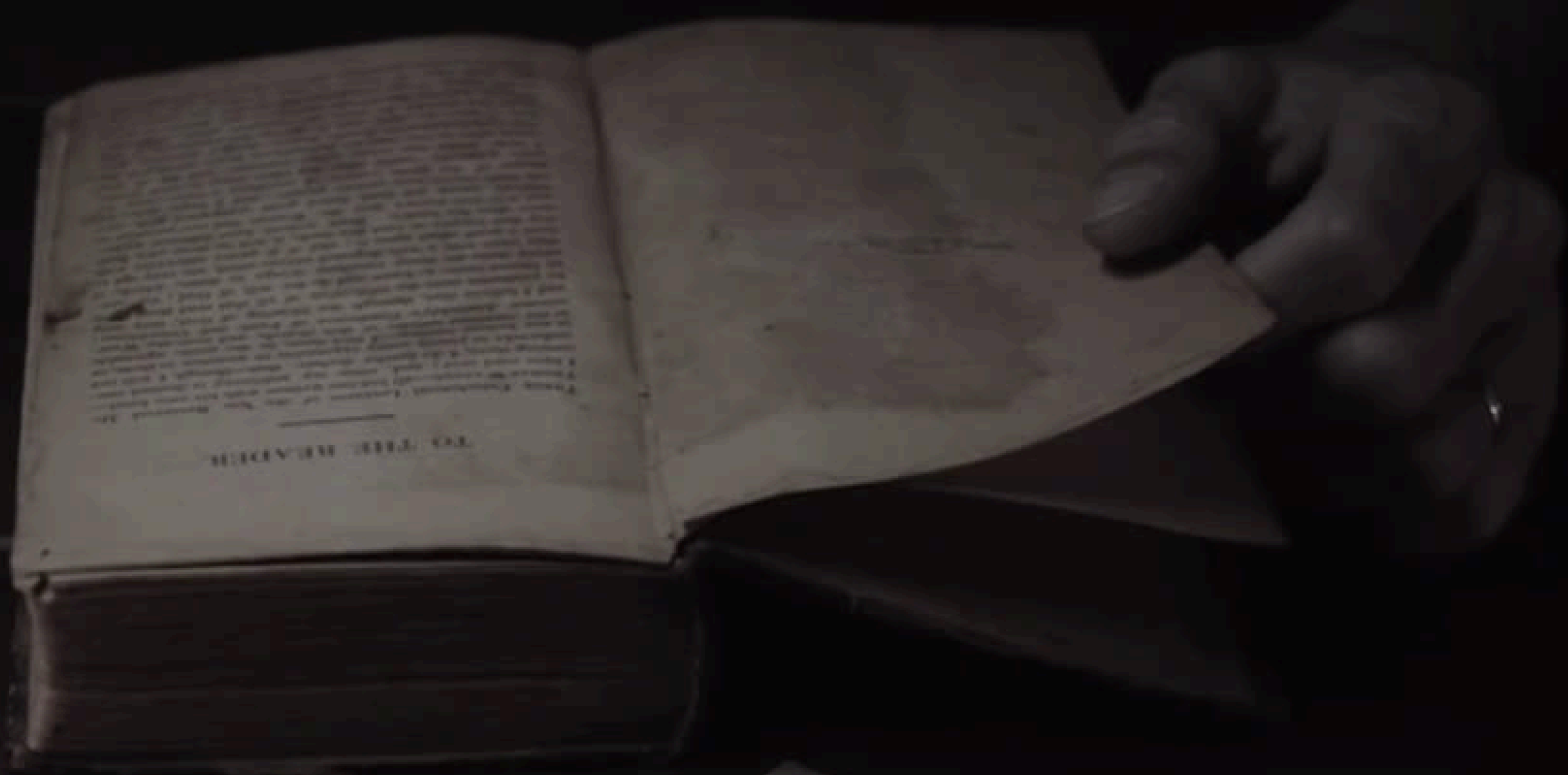
“ STRATÉGIE DES MOYENS



- Connexion entre le client et la marque
- Détails, réservation en avant première
- Invitation personnel pour les clients afin de les remercier de suivre le parcours à la marque
- Renforcer le sentiment d'appartenance

VIDÉO DE TEASING

- Lancement de notre activation
- Suscitant de l'intérêt chez le client
- Promouvoir collection, ses valeurs et son histoire



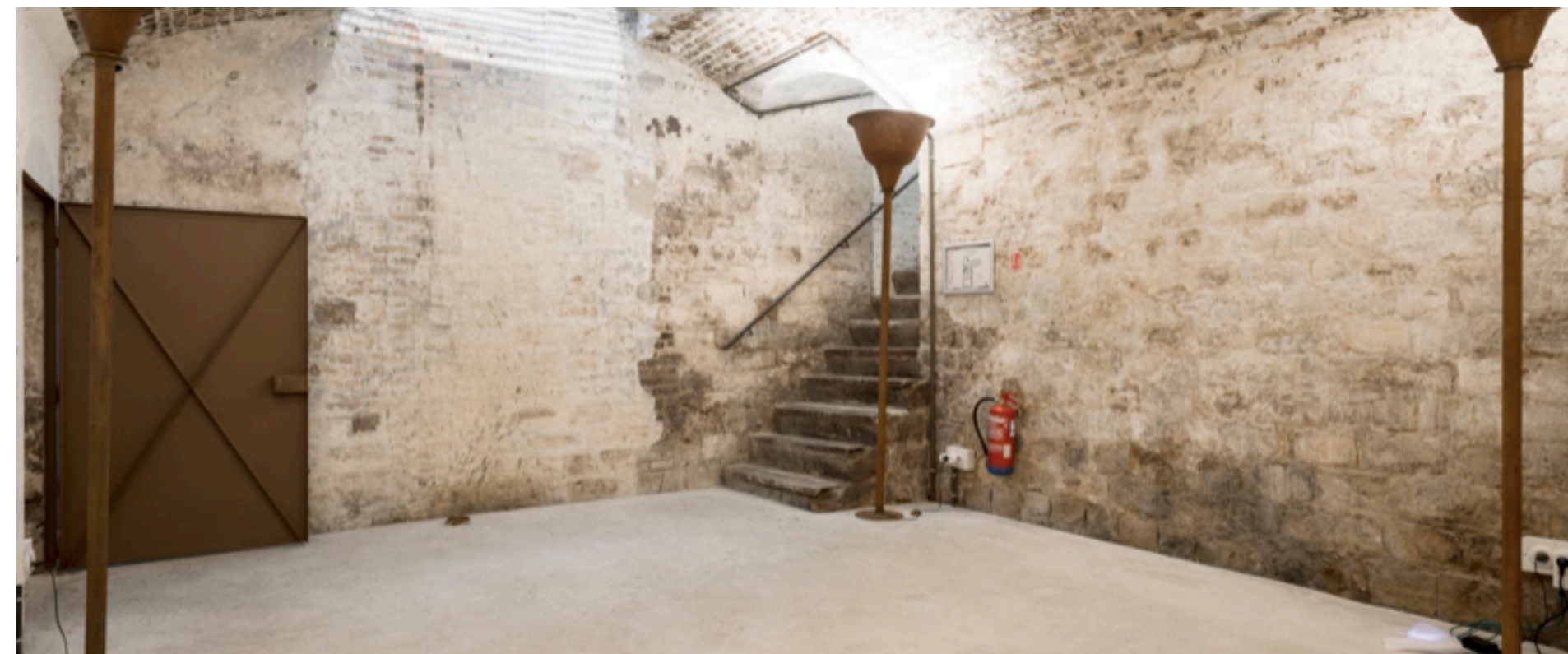
AFFICHAGE AVANT ET PENDANT



ACTIVATION

EXPOSITION SUR LA COLLECTION OPÉRA

Or Éternel



ACTIVATION

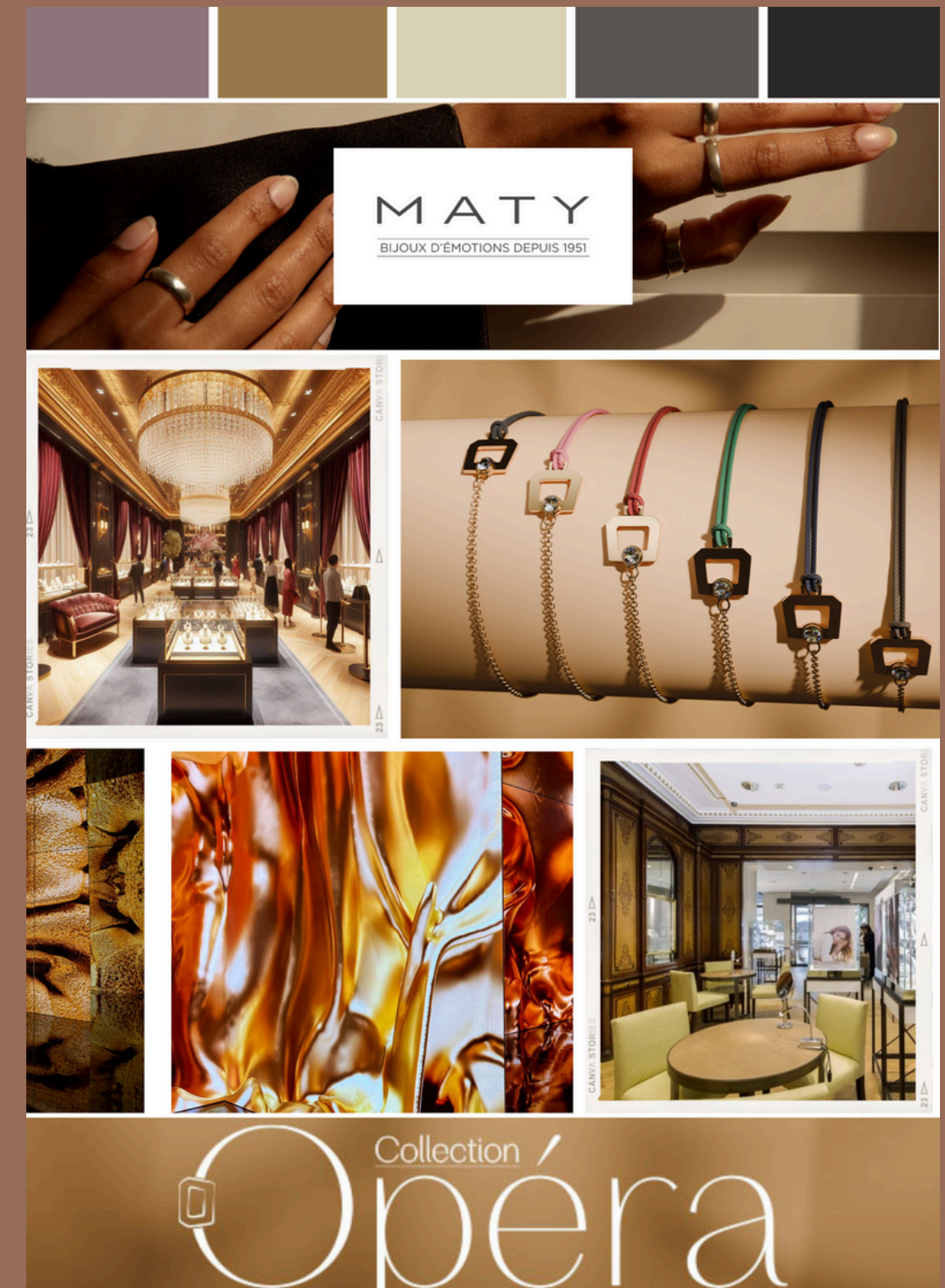
Lieu : Paris quartier du canal Saint Martin près du quai Valmy du 3 janvier 2024 au 31 janvier 2024.



Archives 1965



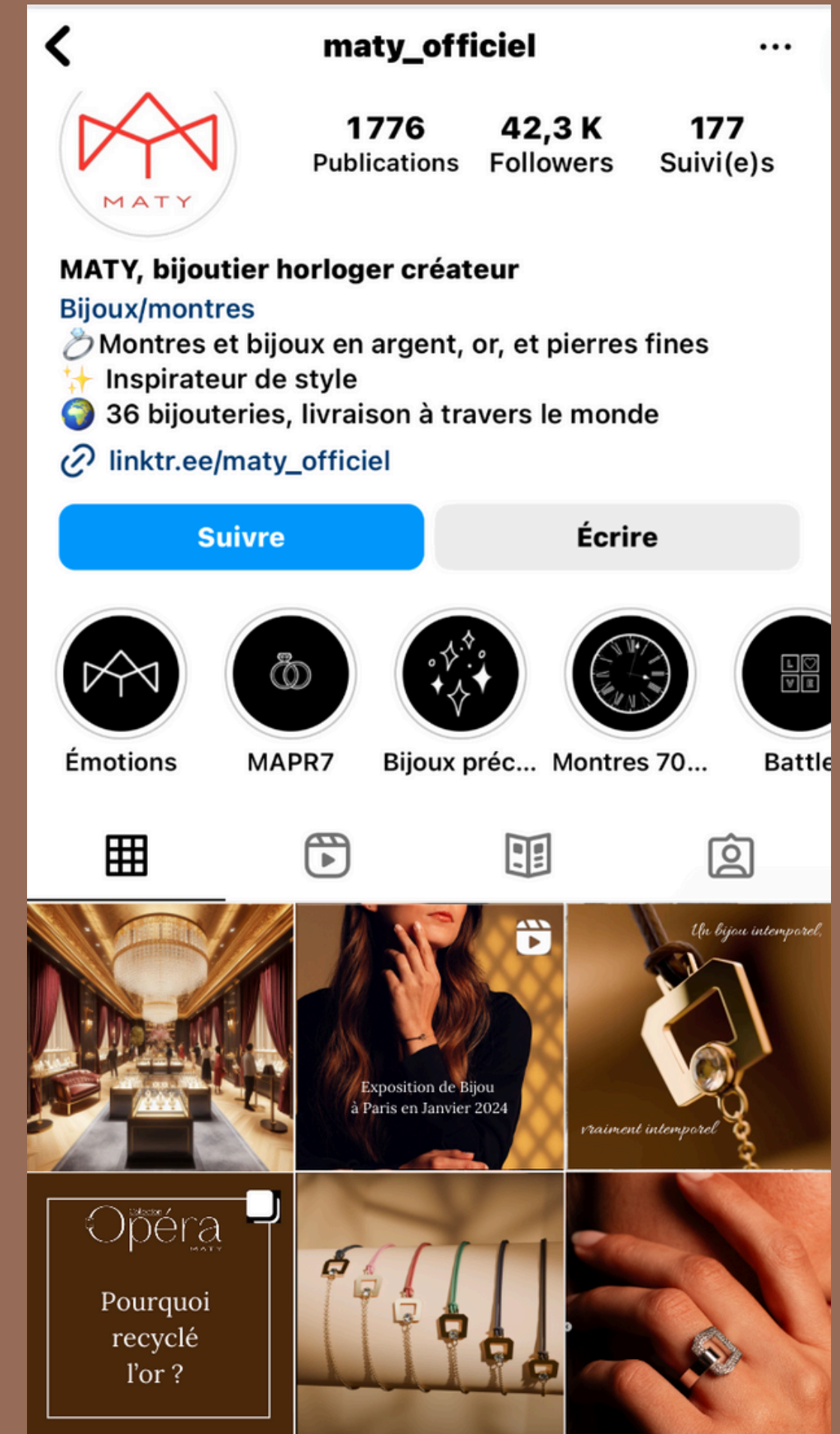
Artisans et recyclage d'or



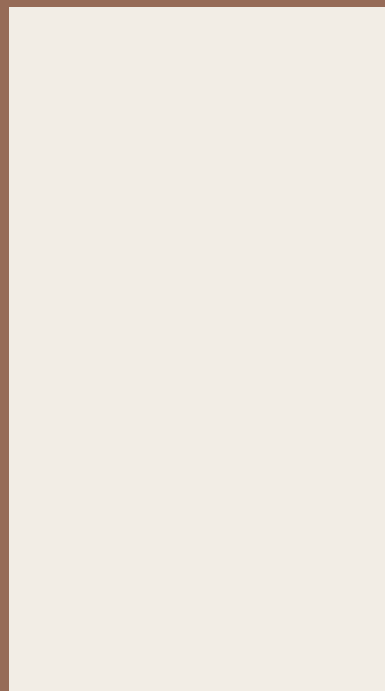
Collection Opéra 2023

RÉSEAUX SOCIAUX & INTERVIEW

- Des clichés emblématiques
- Des anecdotes marquantes
- Témoignages authentiques d'artisans
- Des vidéos exclusives
- Artisans dévoués
- Rencontre de talents exceptionnels

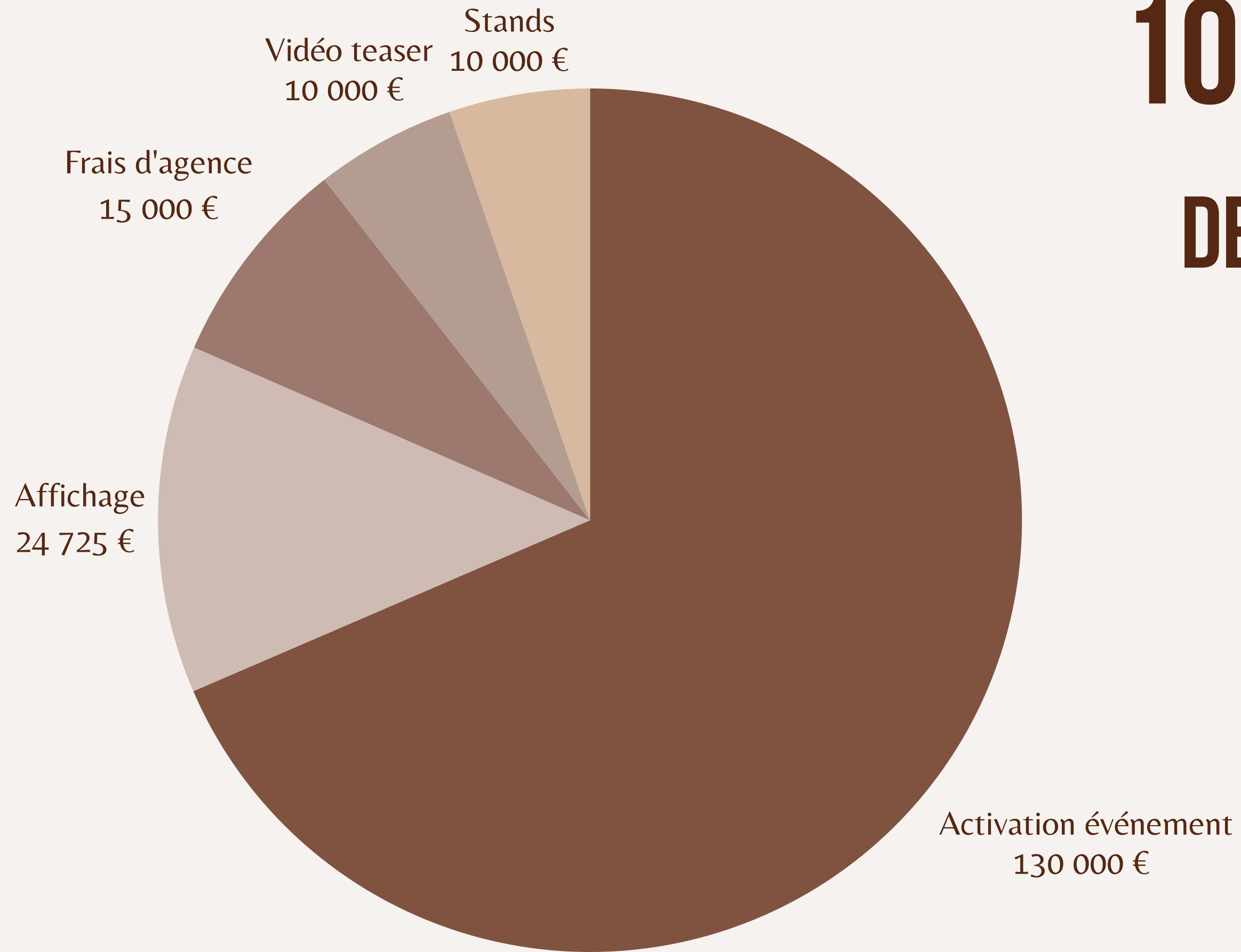


STAND L'OR ÉTERNEL



10 275 €

DE MARGE





Stratégie des moyens

ONLINE

Réseaux sociaux
Video teasing
Emailing

OFFLINE

Évènements
Affichages

Stratégie créative

INSIGHT

On veut tous acheter un produit qui perdure dans le temps et qui respect l'environnement

IDÉE FORTE

L'intemporel

CONCEPT CRÉATIF

Or éternel

À BIENTÔT !

MERCI.

