

Dossier | Trophées de la Communication et de la Presse en Normandie 2023

Catégorie : Communication digitale

Nom de l'entreprise : Maison de Parfum Berry

Titre du projet : Campagne de financement Ulule, Eau de Lin - Le parfum olfactif de la Normandie

Créatrice : Cécile Vialla

Date de soumission du dossier : 24/10/2023



Crédit Photo Instagram : n_o_r_o_i_

1 - Contexte et Problématique de Communication

Contexte :

Maison de Parfum Berry, une entreprise normande, est renommée pour ses parfums enchanteurs inspirés du patrimoine et de la culture normande. Pour concrétiser un projet ambitieux, la fondatrice Cécile Vialla a décidé de créer un parfum à base de lin fibre normand, un produit unique en son genre. Projet global : un parfum naturel à base de lin créé avec le process Olfactive ID de Maison Berry et un packaging écoconçu, également à base de lin et de co-produits de l'agriculture.

Problématique de Communication :

L'entreprise doit faire connaître le parfum l'Eau de Lin et l'innovation qu'elle représente ainsi qu'une amorce de financements pour le lancement du parfum en 2024. L'objectif est de faire participer le plus grand nombre de personnes à cette campagne de communication et de financement participatif. Leur offrir des contreparties originales, voire exceptionnelles (25 parfums pièces uniques numérotées, fait main).

2 - Campagne de Financement Ulule : Concept, Stratégie et Actions Mises en Place

Concept :

Maison de Parfum Berry a créé une campagne Ulule pour soutenir la communication et le financement de son nouveau parfum, l'Eau de Lin. Ce parfum est destiné à devenir le symbole olfactif de la Normandie, créé à partir de ressources locales, en utilisant le lin fibre comme ingrédient central.

Stratégie de Communication :

La campagne Ulule s'est appuyée sur une approche collaborative 100 % normande, en partenariat avec des institutions académiques. Cette stratégie permet de promouvoir la campagne et d'attirer des contributeurs tout en valorisant les symboles normands et la communication.

Actions Mises en Place :

La campagne Ulule a utilisé divers supports, notamment des visuels accrocheurs, des publications sur les réseaux sociaux et une exposition itinérante pour générer de l'intérêt des Normands. Les partenaires associés à la conception et à la diffusion de l'exposition ont contribué à attirer l'attention des médias. Pendant le FÊNO, nous avons distribué deux QR code, celui de la campagne Ulule et un questionnaire sur le choix de la fragrance.

3 - Supports de Campagne et Résultats

Supports de Campagne :

La campagne de financement participatif Ulule est le support principal de la campagne de communication. Cette campagne est relayée dans le cadre de l'exposition LENEFIN proposée sur trois sites différents : du 28 septembre au 3 octobre Unilasalle Rouen, du 20 au 22 octobre FÉNO Hall 2 Stand des universités Rouen, parc des expositions et du 23 octobre au 10 novembre CDI de L'IUT Université de Rouen. Il y aura un QR code afin de se connecter directement à la campagne de financement et de communication.

Résultats :

L'approche collaborative et les résultats obtenus par le projet LENEFIN ont été couronnés de succès lors de l'inauguration de l'exposition présentant le parfum et son packaging en lin fibre. L'exposition itinérante permet de présenter ces réalisations au grand public, aux étudiants, aux financeurs et aux pôles de compétitivité qui ont labellisé le projet (Bioeconomy For Change et Cosmetic Valley). Nous proposons également au public normand de choisir entre deux fragrances, celle qui représente pour eux le plus la Normandie. Nous promovons lors de ces expositions notre campagne de financement participatif lancée pour soutenir la production en série du parfum Eau de Lin. L'exposition a retenu l'attention de la presse locale et nationale, écrite et audiovisuelle, certains articles ont relayé le lien vers la campagne Ulule, donnant ainsi une visibilité au projet.