

Projet de com'

Distillerie Roger GROULT

CALVADOS
Roger GROULT



Contexte et Problématique de Com'

La distillerie Groult, reconnue pour son savoir-faire artisanal et la qualité de ses produits, évolue dans un secteur hautement concurrentiel où l'image de marque et la communication jouent un rôle crucial. Dans un contexte où les consommateurs sont de plus en plus exigeants et informés, il est primordial pour la distillerie de se démarquer par une stratégie de communication efficace et adaptée.

La problématique principale réside dans la nécessité d'établir un lien authentique entre la distillerie et ses différentes cibles. Parmi celles-ci, on distingue principalement les amateurs de spiritueux premium, les professionnels de la gastronomie, ainsi que les distributeurs. Chacune de ces cibles possède des attentes spécifiques et des comportements d'achat variés, ce qui requiert une approche personnalisée.

Pour les amateurs de spiritueux, la distillerie doit communiquer sur l'unicité de ses produits, en mettant en avant l'artisanat et les méthodes de production traditionnelles. Pour les professionnels de la gastronomie, il est essentiel de souligner la complémentarité des produits Groult avec des plats raffinés et d'établir des partenariats solides. Quant aux distributeurs, la communication doit se concentrer sur les avantages commerciaux des produits, notamment leur potentialité de vente et leur différenciation sur le marché.

La distillerie Groult doit naviguer habilement entre ces différentes cibles, en élaborant une stratégie de communication intégrée qui valorise son identité et ses produits tout en répondant aux attentes spécifiques de chaque segment de marché.

Stratégie de Com' et Actions

L'objectif principal est de créer une image de marque cohérente, pour différents produits, qui évoque l'authenticité, la qualité et le respect des traditions.

Concept et Idée

La Distillerie Groult s'inscrit dans une tradition artisanale d'exception, visant à produire des spiritueux de haute qualité en mettant en avant le terroir normand. Son concept repose sur l'alliance entre savoir-faire traditionnel et innovation, permettant de valoriser les ingrédients locaux tout en respectant l'environnement. La distillerie se positionne comme un acteur clé dans l'art de la distillation, en proposant des produits authentiques qui reflètent l'héritage culturel de la région.

Actions Mises en Place

Création d'une étiquette pour un apéritif normand :

L'étiquette capture l'âme de la distillerie, en mettant en avant ses valeurs fondamentales : tradition, authenticité et innovation. Un design épuré mais élégant, utilisant des couleurs qui évoquent les ingrédients naturels et locaux, permet de transmettre une image de fraîcheur et de convivialité. Cet apéritif est le commencement de la nouvelle gamme dont les prochaines créations d'étiquettes seront déclinées dans le même principe graphique.

Création d'une étiquette pour une cuvée spéciale 80^{ème} anniversaire du débarquement :

Dans le cadre du 80^{ème} anniversaire du Débarquement, la Distillerie Groult a souhaité célébrer cet événement historique en lançant une cuvée spéciale.

La création de l'étiquette de cette cuvée revêt une importance particulière. Elle doit non seulement refléter l'identité et l'héritage de la Distillerie Groult, mais également évoquer le courage et la mémoire des événements marquants du 6 juin 1944. L'étiquette est ornée de symboles emblématiques du Débarquement, tels que des éléments graphiques représentant les plages normandes, ainsi que des références aux forces alliées.

Cette cuvée est disponible en édition limitée, offrant à chaque amateur de spiritueux l'opportunité de se souvenir et d'honorer cet héritage.

Les supports développés

Création des étiquettes et contre-étiquettes pour les différents produits de la distillerie Groult. Création également d'une étiquette pour le coffret collector de la cuvée spéciale du 80^{ème} anniversaire du Débarquement

En savoir +





Les résultats de la com' Cuvée spéciale 80^{ème} anniversaire du débarquement

✓ Les résultats de cette campagne de communication sont prometteurs. Les étiquettes, conçues avec soin, intègrent des éléments visuels symboliques qui évoquent le débarquement tout en mettant en avant le savoir-faire de la distillerie. Les retours des consommateurs ont été largement positifs, soulignant à la fois l'esthétique des étiquettes et leur capacité à raconter une histoire. La communication autour des étiquettes des bouteilles pour le 80^{ème} anniversaire du débarquement a non seulement permis de célébrer un moment clé de l'histoire, mais a également renforcé l'image de marque de la distillerie Groult en tant qu'acteur engagé dans la préservation de la mémoire collective.

Les résultats de la com' pour l'apéritif normand

✓ Les retours des consommateurs indiquent une appréciation générale de l'étiquette, jugée à la fois attrayante et informative. Ce succès est attribué à une com' claire des valeurs de la distillerie Groult. En termes de performances commerciales, les apéritifs se vendent très bien.

