



GROUPE 13 - ESUPCOM LILLE

UNE INVITATION AU VOYAGE



Mirage

---

LOUIS VUITTON

---

**Notre agence** |

---

| Mirage

---

# Notre équipe



Arthur **COLLIN**  
Directeur d'agence



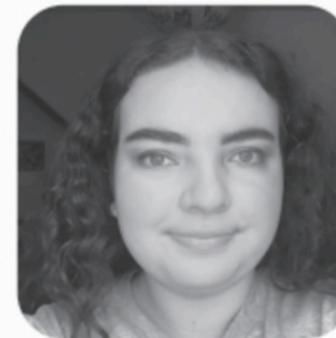
Oliver Kerian **SINE**  
Responsable Communication



Camille **ABDEFETAH**  
Directrice Produit



Mael **MONCHIEZ**  
Chargé de Communication



Maeva **ASPERTI**  
Chargée de Relation Presse



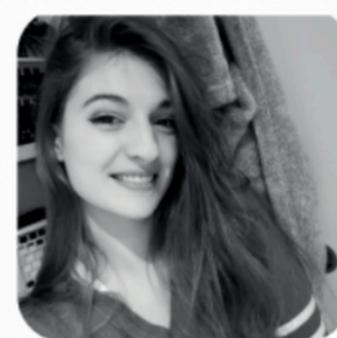
Ryane **BOUALI**  
Responsable de Projet



Camille **BURGAI**  
Directrice Artistique



Paul **KNUT**  
Responsable R



Noémie **LENOIR**  
Chef de Projet



Tiphaine **DELMAIRE**  
Responsable Marketing

---

**Analyse | du contexte**

---

| Louis Vuitton

---

## Analyse du contexte

- Excellence
- Passion
- Engagement
- Savoir-faire
- Audace

**167 ANS  
D'HISTOIRE**



## Analyse du contexte

- Le luxe en France
- Le voyage en France
- Les objets connectés en France
- Analyse du bagage connecté
- Analyse de la concurrence
- Étude de la communication LV

**167 ANS  
D'HISTOIRE**



## La problématique

Comment créer l'engouement autour d'une nouvelle gamme en réinventant l'expérience voyage ?

---

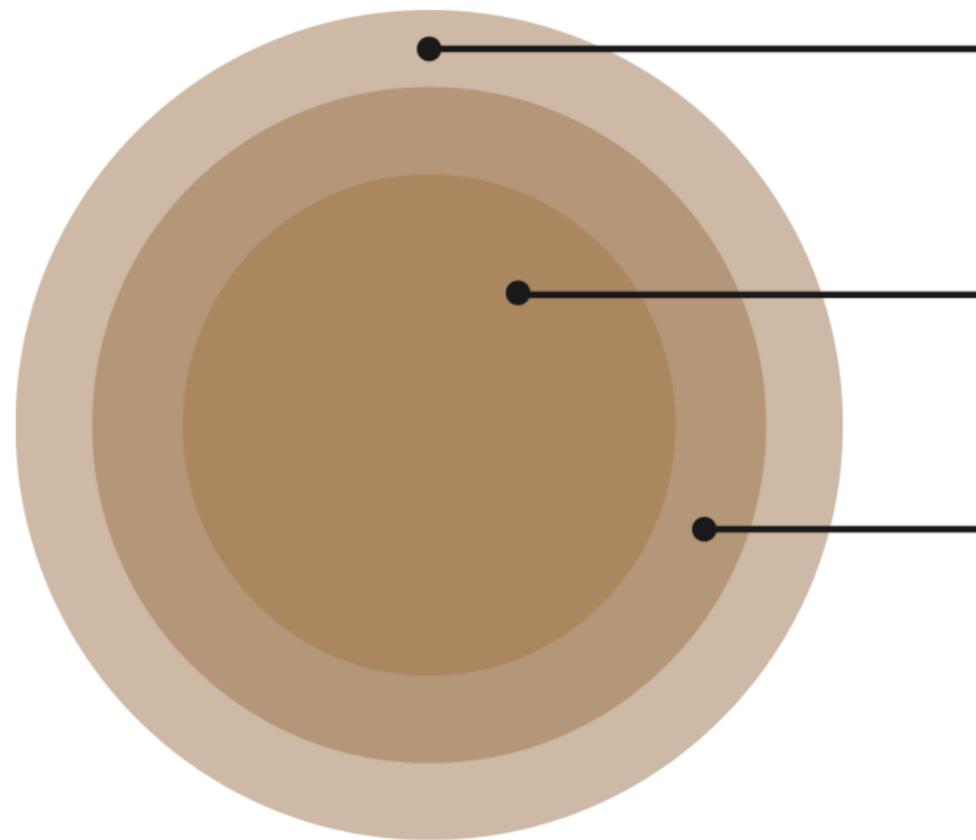
**Stratégie | Marketing**

---

| Louis Vuitton

---

# Les Cibles

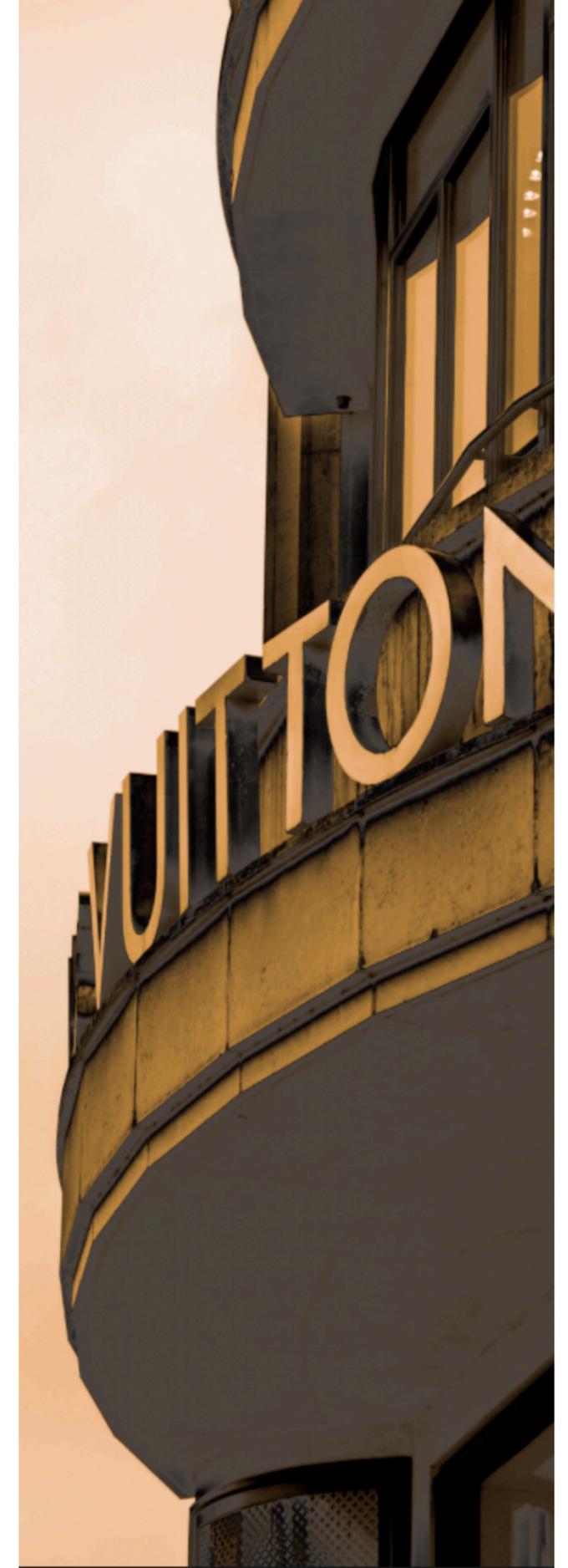


Cible principale - 25 à 40 ans

Coeur de cible - 25 à 33 ans

Cible secondaire - 41 et plus

Cible relais - influenceurs, égéries,  
journalistes et presse



# Les Personas



**Vanessa, 26 ans, mannequin.**  
*"l'humeur est vagabonde"*



**Henri, 35 ans, CEO.**  
*"À l'âme en secret"*



**Catherine, 56 ans, directrice marketing.**  
*"Luxe, calme et volupté."*

---

**Stratégie | de création**

---

| Louis Vuitton

---

stratégie de création

promesse

-

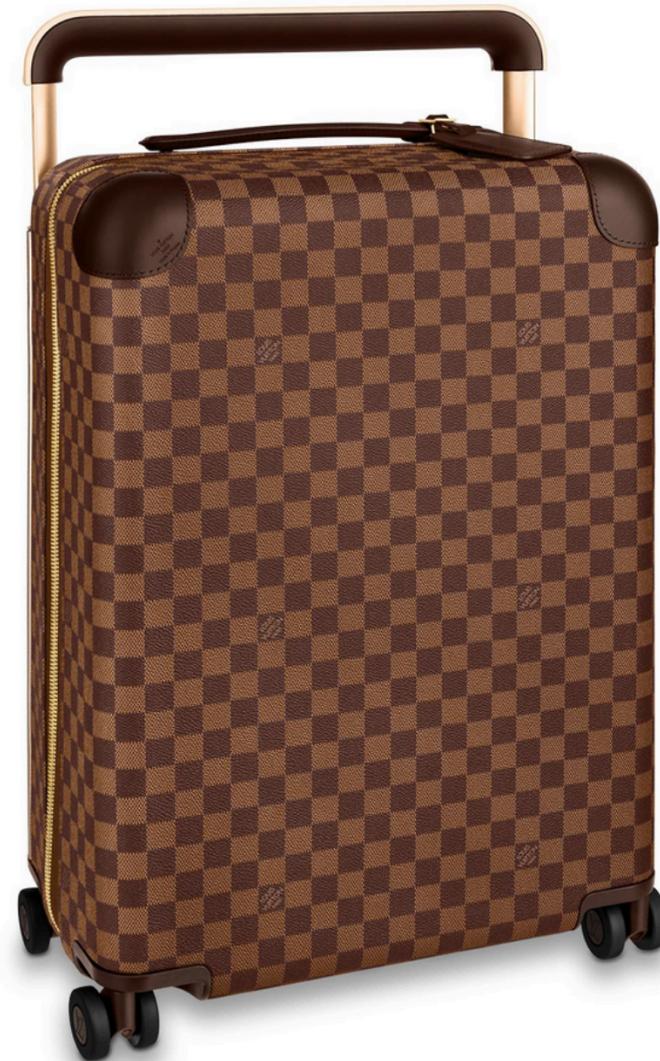
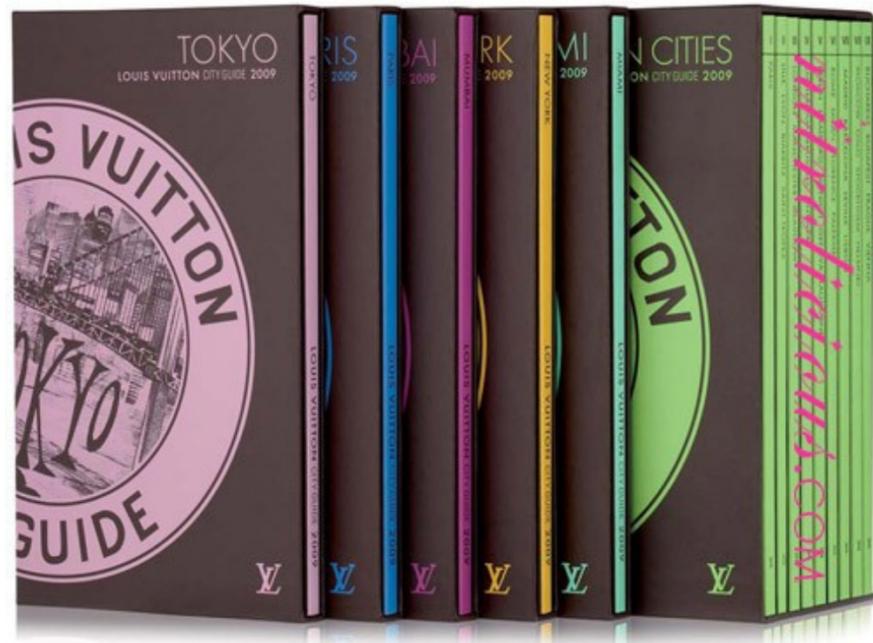
preuve

-

bénéfice consommateur



# démarche créative



# stratégie de création

## LES TEINTES EXTÉRIURES



## LES REVÊTEMENTS INTÉRIEURS



## LES BLASONS CITY GUIDE



## stratégie de création

- 3 teintes
- 
- 3 revêtements intérieurs
- 
- 1 blason personnalisable
- 
- Un packaging exclusif
- 
- Une identité unique



## stratégie de création



## stratégie de création



## stratégie de création



## stratégie de création



LOUIS VUITTON

VOYAGEZ MIEUX AVEC **ELVY.**

## stratégie de création



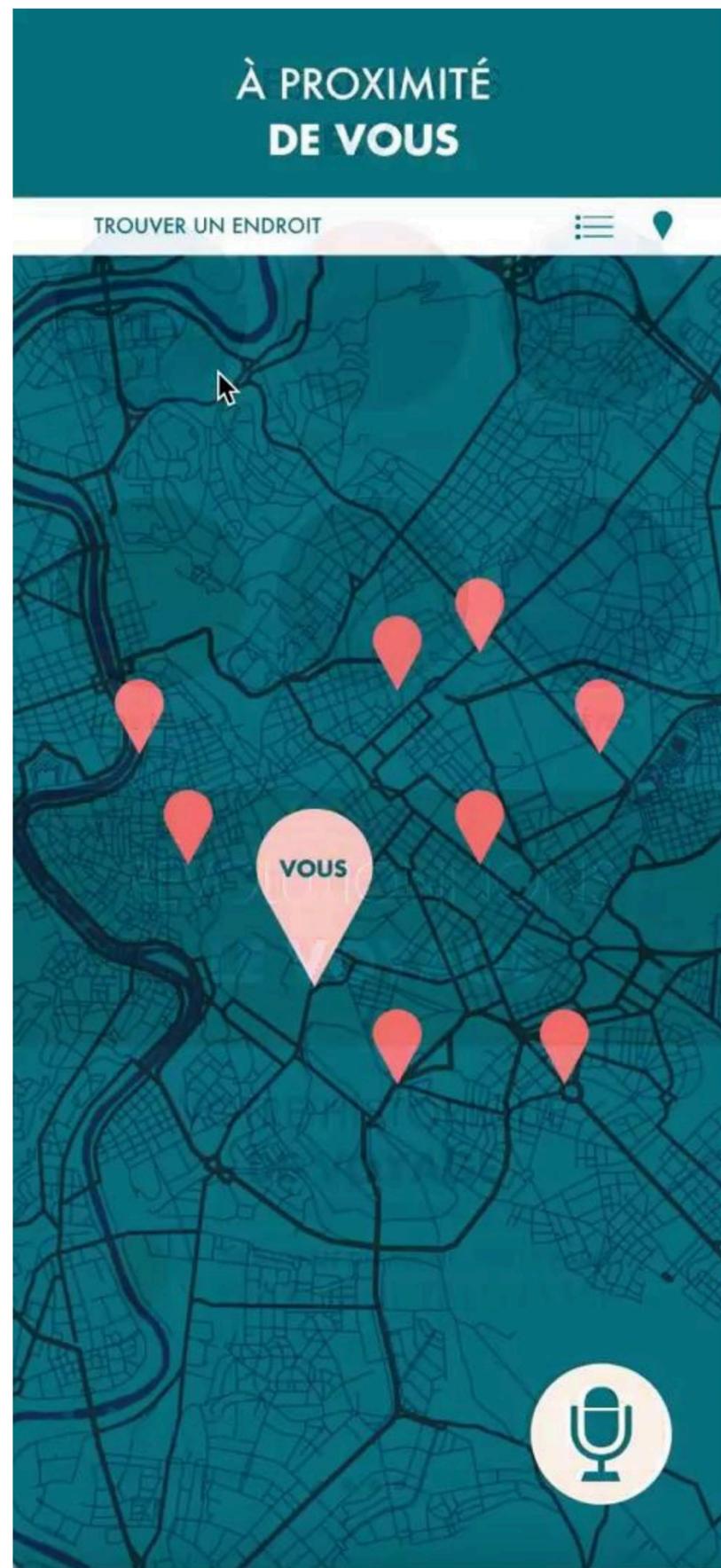
## stratégie de création



**LOUIS VUITTON**

VOYAGEZ MIEUX AVEC **ELVY.**

# stratégie de création



# stratégie de création



CONNECTEZ-VOUS  
À VOTRE ESPACE

NOM D'UTILISATEUR

PASSWORD

CODE SECRET

VOYAGEZ



LES SERVICES ELVY

A PROXI PRÉFÉRENCES S'ENREGISTRER

VOS LIEUX CITY GUIDE MÉTÉO

RÉVOLUTIONNONS  
LE VOYAGE

VOTRE HISTORIQUE  
DE VOYAGE

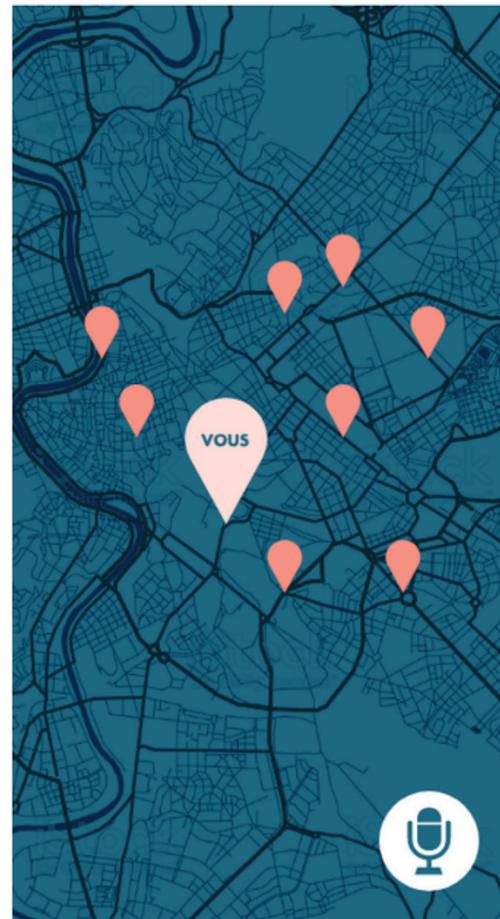
33 AVENUE DU MAINE, 75015 PARIS  
TOUR MONTPARNASSE

...



À PROXIMITÉ  
DE VOUS

TROUVER UN ENDROIT



À PROXIMITÉ  
DE VOUS

TROUVER UN ENDROIT

1 33 AVENUE DU MAINE, 75015 PARIS  
TOUR MONTPARNASSE  
TOUR MODERNE DE 210 M AVEC VUE PANORAMIQUE  
DEPUIS LE TOIT-TERRASSE ET L'OBSERVATOIRE DU 56È ÉTAGE.

VISITER

2 15 PLACE VENDÔME, 75001 PARIS  
RITZ PARIS  
QUARTIER ANIMÉ AVEC LOUVRE, JARDIN DES TUILERIES,  
BOUTIQUES CHICS ET ENSEIGNES DE MODE INTERNATIONALES.

VISITER

3 110 GALERIE DE VALOIS, 75001 PARIS  
LE PALAIS ROYAL  
METS RAFFINÉS DE SAISON SERVIS DANS UN CADRE FEUTRÉ  
ET LUXUEUX AVEC VUE SUR LE JARDIN DU PALAIS ROYAL.

VISITER

4 33 AVENUE DU MAINE, 75015 PARIS  
THÉÂTRE DE PARIS  
SPECTACLES HUMORISTIQUES,  
DRAMATIQUES ET MUSICAUX.

VISITER

...



---

**Stratégie | des moyens**

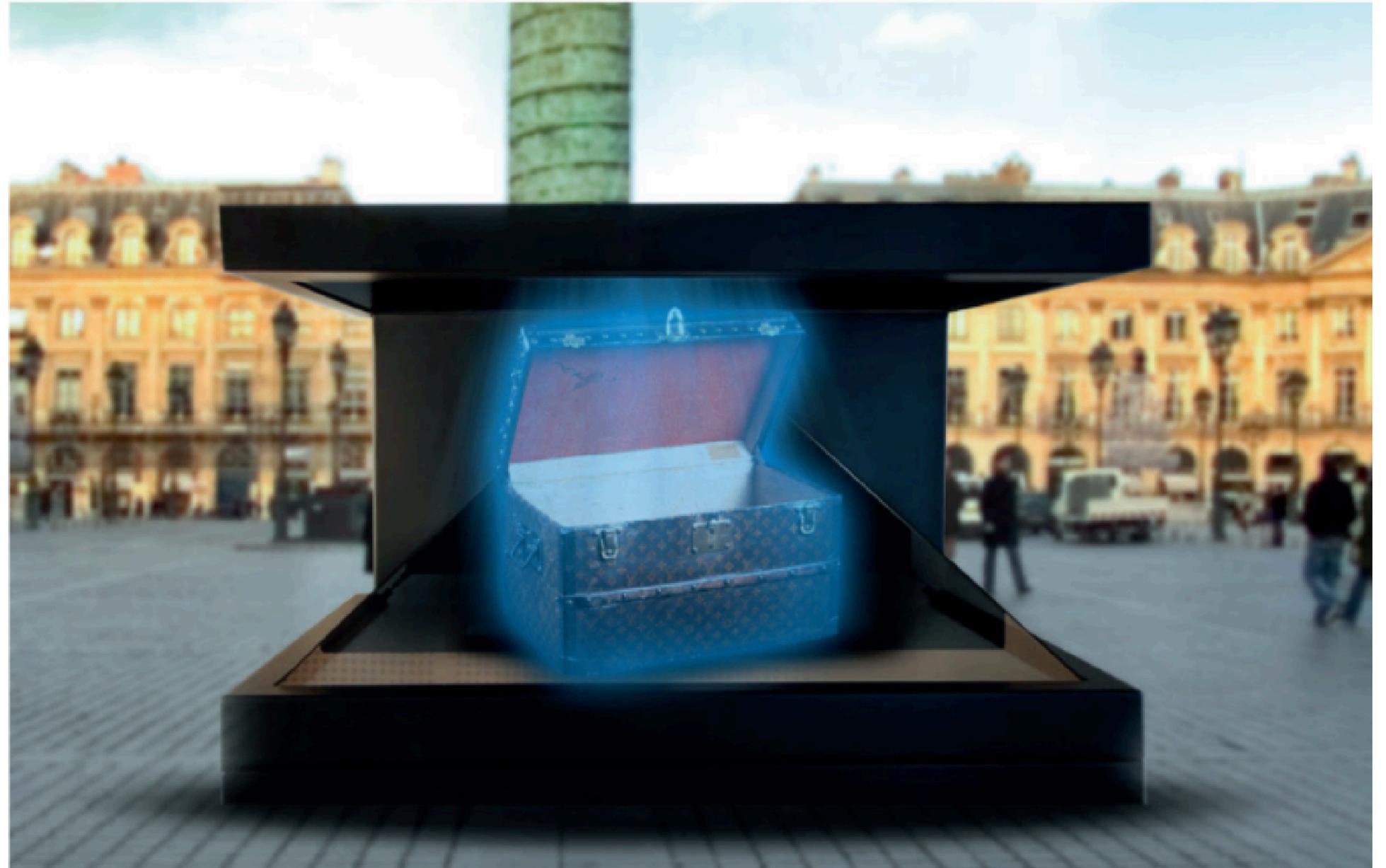
---

| Louis Vuitton

---

## Street Marketing

- 10 villes
- Malle iconique
- Hologrammes
- Alliance de l'ancien  
et du nouveau
- Curiosité



# Stratégie évènementielle

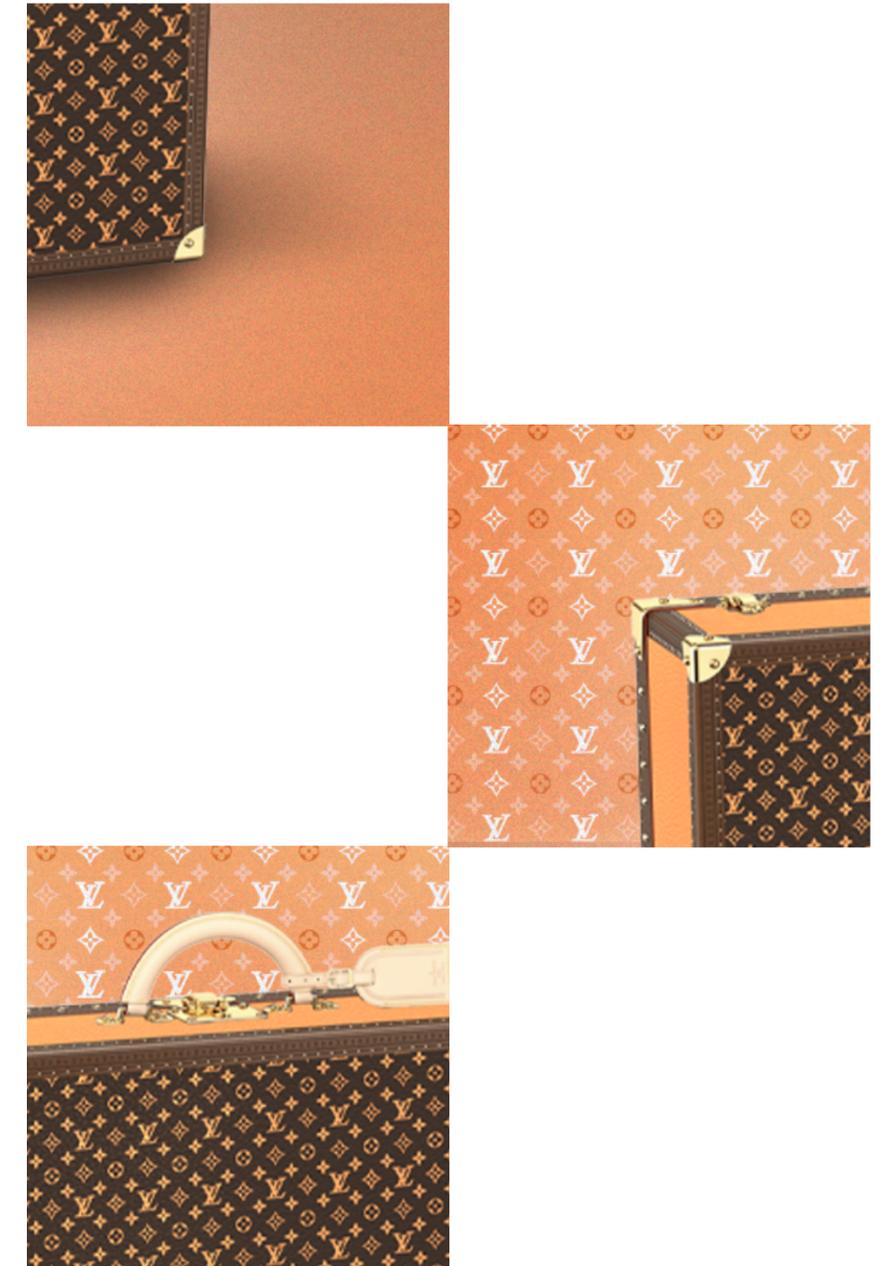
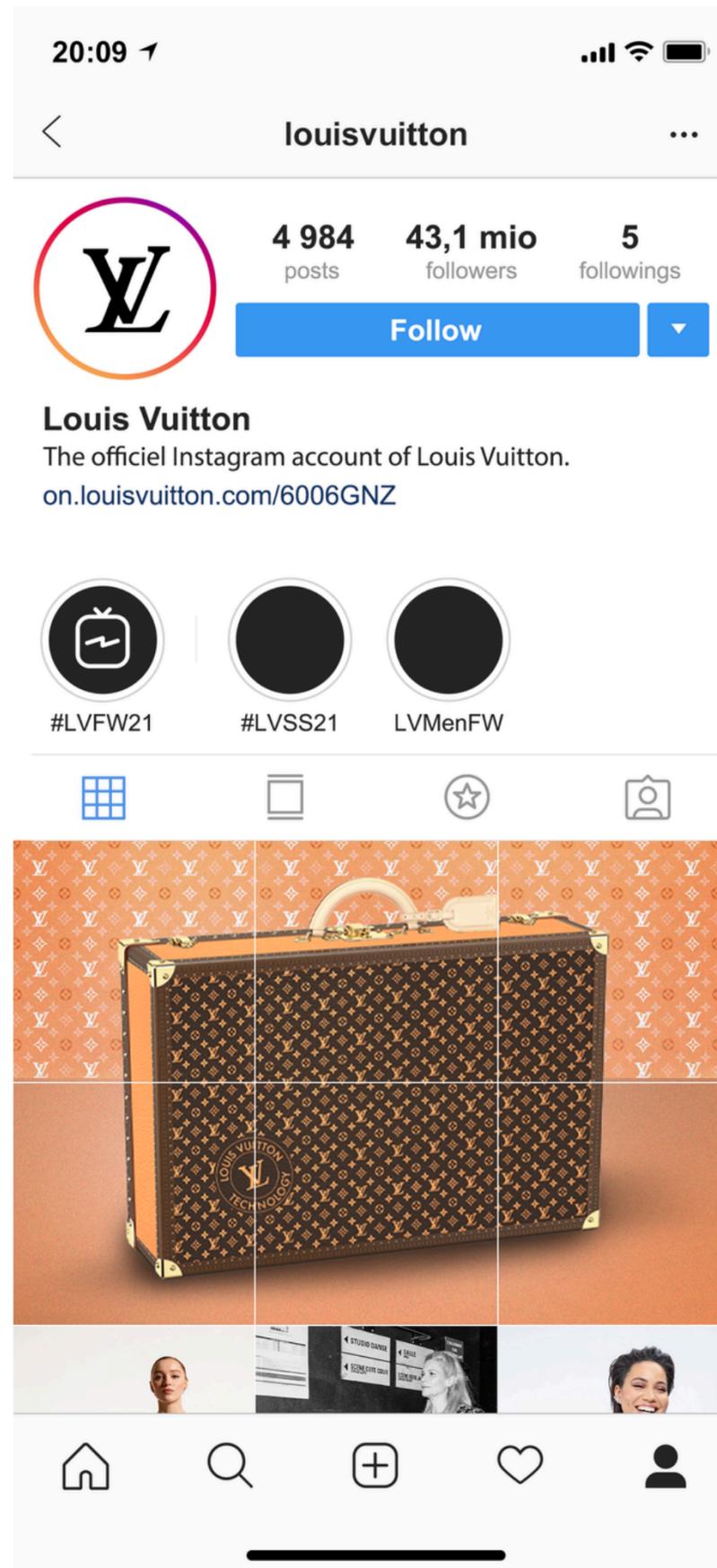


Quand le lancement de produit devient une offre expérientielle...



# Stratégie digitale

- Triptyque Instagram
  - Publication
  - Journalière
  - Malette
  - Image coupée



# Stratégie digitale

- Teaser

- Elvy
- Paris
- Malle
- Saut dans le temps
- Fusion

- Trailer

- Voyage
- Catherine
- Valise connectée
- "Hey Elvy"

- Boat Store

- Facebook
- Instagram
- Twitter

*Pouvez-vous m'indiquer comment aller  
à la Tour Eiffel ?*



# Stratégie d'influence

- VLOG avec Léna Situations



- Unboxing avec Laetitia Casta & Hugo Philip



## L'égérie

- Omar Sy
- Renom international
- Valeurs de la marque



## Webzine

- Nouvelle gamme
- No print
- Article
- Visibilité

L'OFFICIEL

VOGUE



## Planning & Budget

**TOTAL : 998 516 €**

**Date de début :** 1<sup>ère</sup> semaine de mai

**Date de fin :** dernière semaine de juin

# Recommandations





Merci de votre attention  
!

