

PECLERSPARIS INSUFFLE UN SUPPLÉMENT D'ÂME A LOUIS PION

Paris, le 20 mai 2014 - A l'heure de la montre connectée et du smartphone, l'évolution des usages et le rapport au temps a évolué. En effet, comment susciter le désir des consommateurs quand ils peuvent lire l'heure partout où ils posent le regard. Louis Pion, leader de la distribution horlogère en France a choisi PeclersParis pour revisiter son positionnement et redessiner les contours d'une marque en quête de fraîcheur et de désirabilité.

Louis Pion est aujourd'hui le leader de la distribution d'horlogerie de mode grâce à un réseau de 170 boutiques dans toute la France. Louis Pion propose à travers ses boutiques un large choix de montres parmi les plus grandes marques ainsi que ses collections propres. En quelques années Louis Pion est devenu un acteur incontournable de l'accessoire de mode. Suite à l'unification, en 2009, de l'ensemble des magasins de la branche horlogère des Galeries Lafayette (Louis Pion, Europa Quartz et Goldy) sous l'enseigne Louis Pion, une phase d'intégration, d'unification des cultures d'entreprises et de reconceptualisation des points de vente a été menée.

Une réflexion a été menée en interne sur le futur de Louis Pion et plus généralement sur le rôle de la montre dans le futur.

« Peclers Paris a fait preuve d'un savoir-faire unique. Ce que nous sommes allés chercher chez eux c'est une réflexion plus large que celle que nous pouvions avoir en interne. La réflexion en vase clos est toujours possible mais ce qui était intéressant c'était de se confronter à la vision multi-sectorielle et multi-culturelle de Peclers. L'Agence Peclers nous a ainsi permis de retranscrire les tendances marché, mode, accessoire, couleurs, matière mais également les attentes des consommateurs et les grandes évolutions sociologiques. Cela nous a apporté une approche très juste de ce que l'on ressentait mais que nous n'arrivions pas à traduire. » précise Estelle Vidal, Directrice Marketing & Communication.

Pour incarner l'enseigne, lui redonner sa véritable personnalité et faire passer Louis Pion d'une enseigne leader sur son marché à une enseigne référente, PeclersParis a proposé une approche méthodologique innovante INSIDE & OUT® en adéquation avec les besoins de la marque. Un DIAGNOSTIC DE DESIRABILITE® et une série d'entretiens avec des experts, « early adopters », « heavy users » sur la perception de l'enseigne sur le marché ont permis de refondre les fondamentaux de la marque et de revoir le positionnement de style de Louis Pion.

« Peclers a revu notre approche du collectionning produit pour redonner du souffle à notre maison et l'inscrire dans une dynamique future. Cette collaboration nous a permis de répondre à de nombreuses interrogations sur la place de notre marque propre, le magasin de montres dans le futur, les attributs d'un référent sur le marché. En un mot l'agence nous a donné le supplément d'âme qui nous manquait. » conclut Estelle Vidal

Contact Presse

MEIJI COMMUNICATION

Sandra Labérenne

06.43.19.13.88

slaberenne@meiji-communication.com