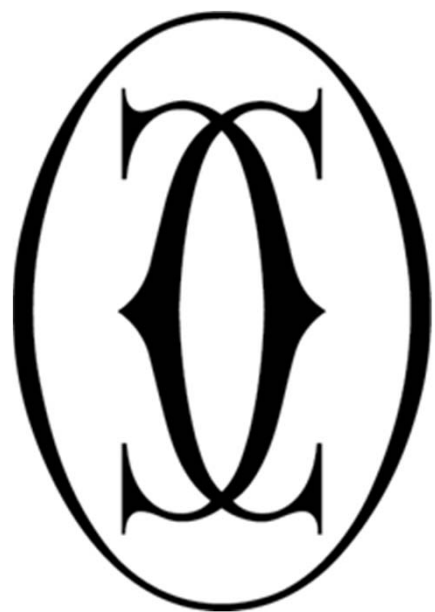


*Cartier*



# PLAN

- ❖ *Historique*
- ❖ *Valeur de marque*
- ❖ *Positionnement*
- ❖ *Cible*
- ❖ *Identité*
- ❖ *Objectif*
- ❖ *Communication*
- ❖ *Réseaux sociaux*
- ❖ *Conclusion*

The image shows the Cartier brand name in its signature white script font, centered on a solid dark red background. The 'C' is notably large and ornate, with a decorative flourish at the top.



## Historique

- ❖ *Création en 1847*
- ❖ *1<sup>ère</sup> Boutique en 1899*
- ❖ *En 1909, implantation à l'étranger*
- ❖ *Echanges avec l'Inde*

# Valeurs de la marque

- ❖ *Tradition*
- ❖ *Authenticité*
- ❖ *Savoir-faire*
- ❖ *Créativité*



# *Positionnement*

❖ *Tradition*

❖ *L'implantation*

❖ *L'ADN*

❖ *Recherche & Innovation*





# Cibles

- ❖ *CSP ++++*
- ❖ *Femmes et hommes de + 30 ans*
- ❖ *Goût pour le luxe, en quête d'un objet unique*
- ❖ *Goût pour le prestige et l'élégance*



# Identité de la marque

## ❖ Vision

- . *Etre une référence*
- . *Source d'inspiration*
- . *Symbole d'élégance à la française*

## ❖ Mission

- . *Objets à la pointe de l'innovation*

## ❖ Valeur

- . *Passion d'excellence*



# Communication

- ❖ *Communication puissante*
- ❖ *Utilisation de nombreux médias*
- ❖ *Evolution permanente*
- ❖ *Présence unique*





# « DIAMONDS »

- <https://www.youtube.com/watch?v=HF1a9wIWhGE>



# Réseaux sociaux

❖ *Facebook*

❖ *Instagram*

❖ *Twitter*

❖ *Youtube*



# Conclusion

- ❖ *Marque intemporelle, identité singulière*
- ❖ *Leader mondial du marché de la haute joaillerie*
- ❖ *Notoriété internationale*
- ❖ *Plan communicatif/commercial unique*