



Recommandation

LA ROCHE POSSAY

**Crème Chrono Repair**

Victoria F - Célia C - Oriane F- Lucie Z



# Sommaire

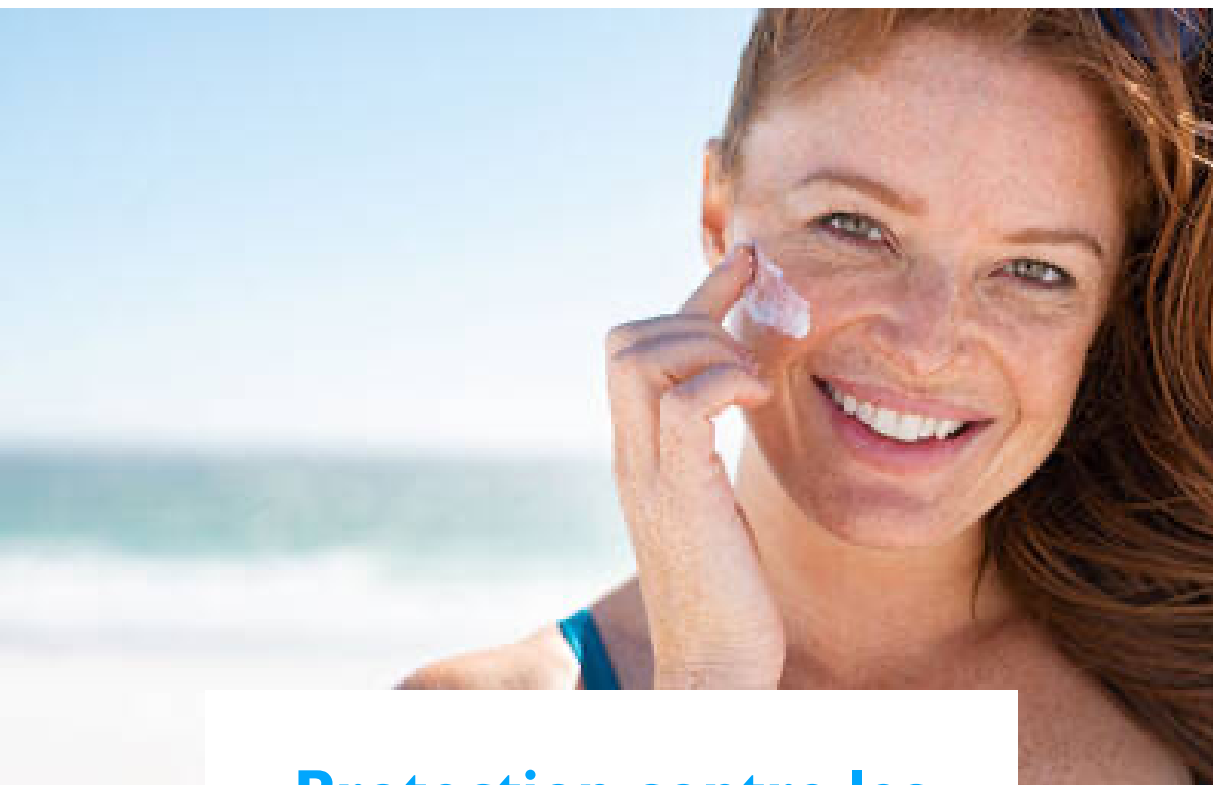
---

1. Contexte et besoins du client
2. Stratégies
3. Ecoresponsabilité
4. Roughts et univers visuel
5. Lieu pressenti et implantation globale
6. Planning de l'évènement
7. Planning de production
8. Réceptif
9. Scénographie
10. Communication
11. Points forts du projet
12. Budget

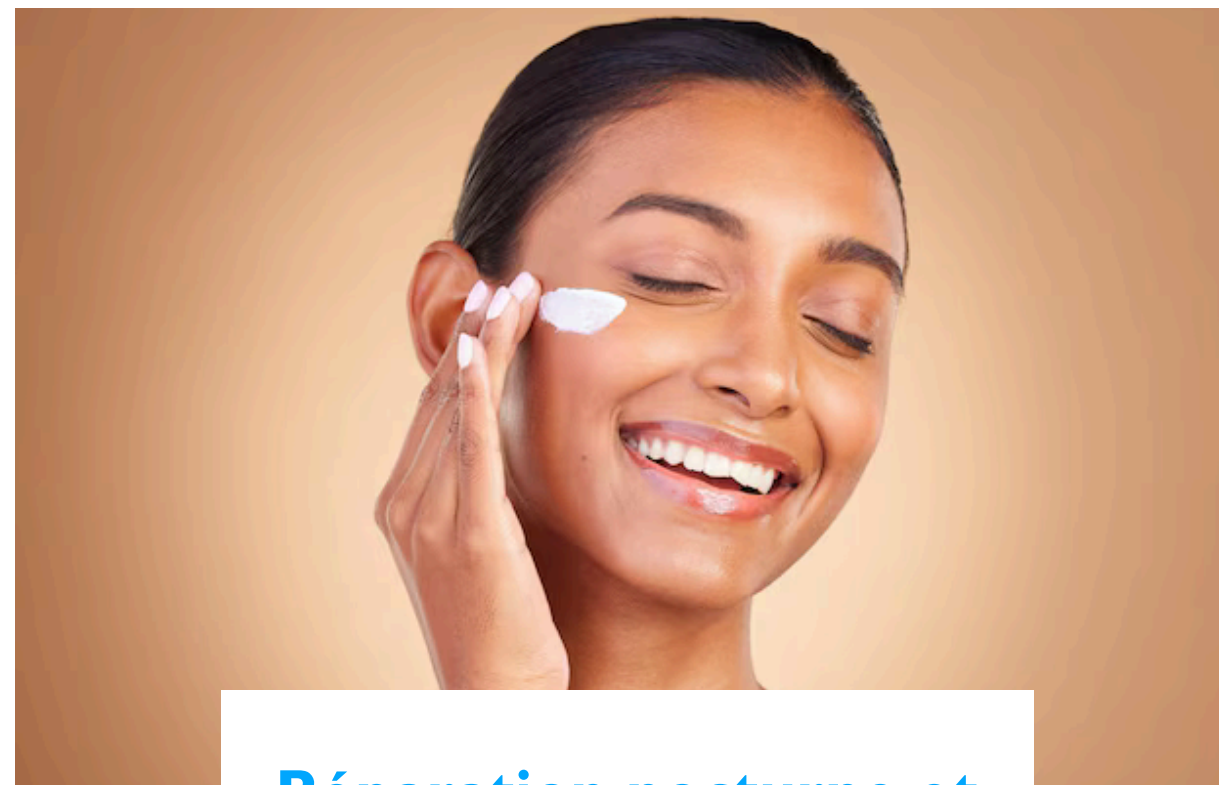


# Contexte et besoins du client

La Roche-Posay, marque réputée pour ses produits dermo-cosmétiques de haute qualité, souhaite promouvoir le lancement d'une nouvelle crème visage innovante, conçue pour s'adapter aux cycles biologiques de la peau tout au long de la journée, avec une double action



**Protection contre les  
agressions extérieures**



**Réparation nocturne et  
hydratation intense**



**Evènement immersif**



# Stratégies

- Sensibiliser les consommateurs
- Mettre en avant l'expertise de la marque
- Créer une expérience mémorable

*"Le soin qui s'adapte à votre  
peau au rythme de votre  
journée"*

*Influenceurs beauté*



*Experts*

*Partenaires de  
distribution*



*Client VIP*



# Ecoresponsabilité



Utilisation de  
matériaux recyclés



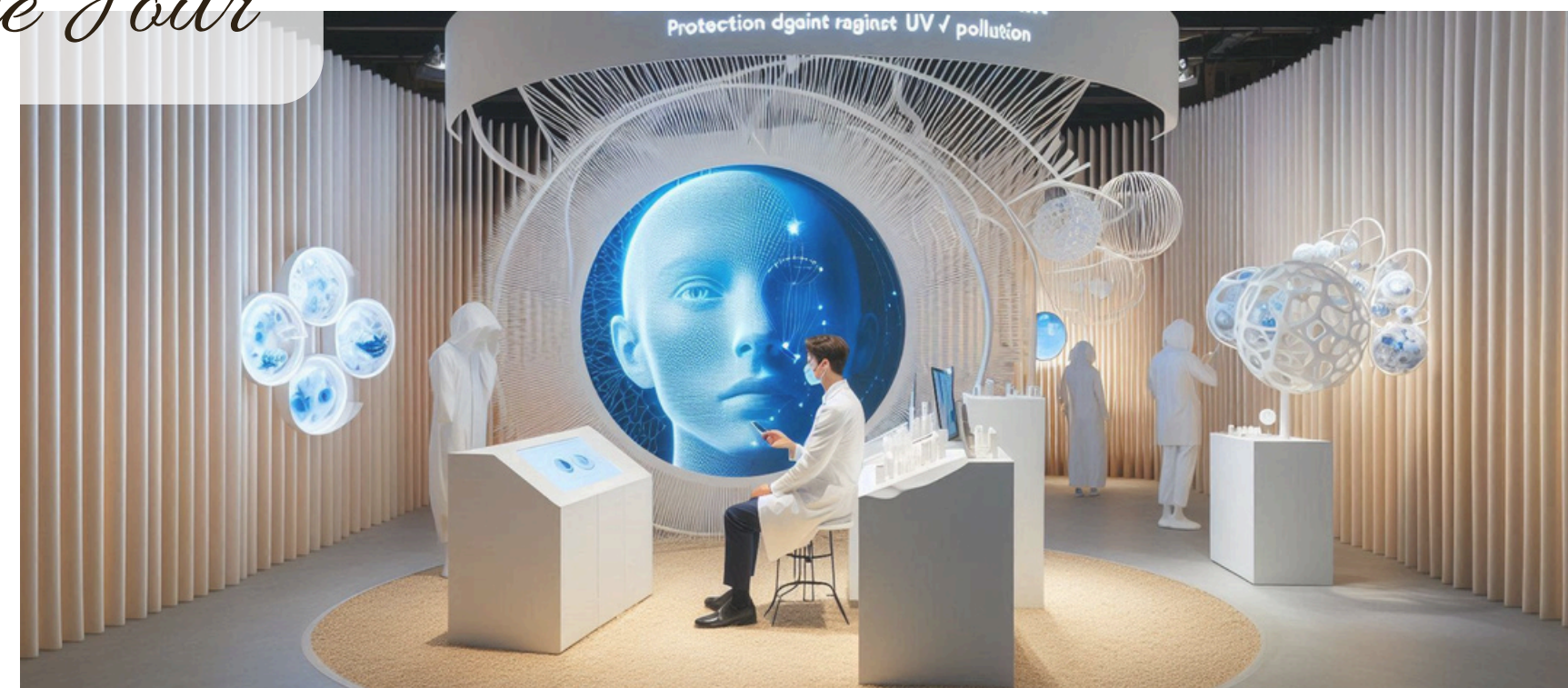
Partenariat avec des  
ONG



# Roughs et univers visuel

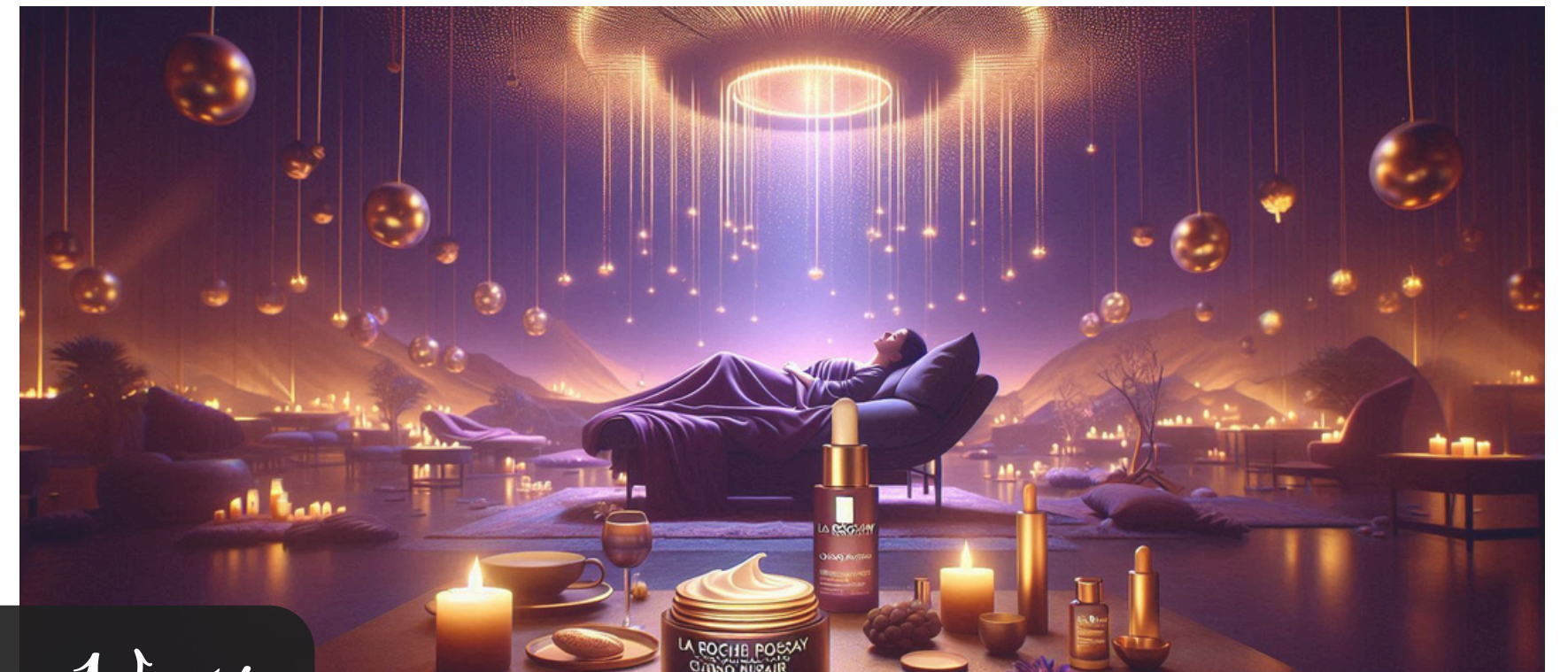


*Espace Four*





# Roughs et univers visuel



*Espace Nuit*





# Lieu et implantation



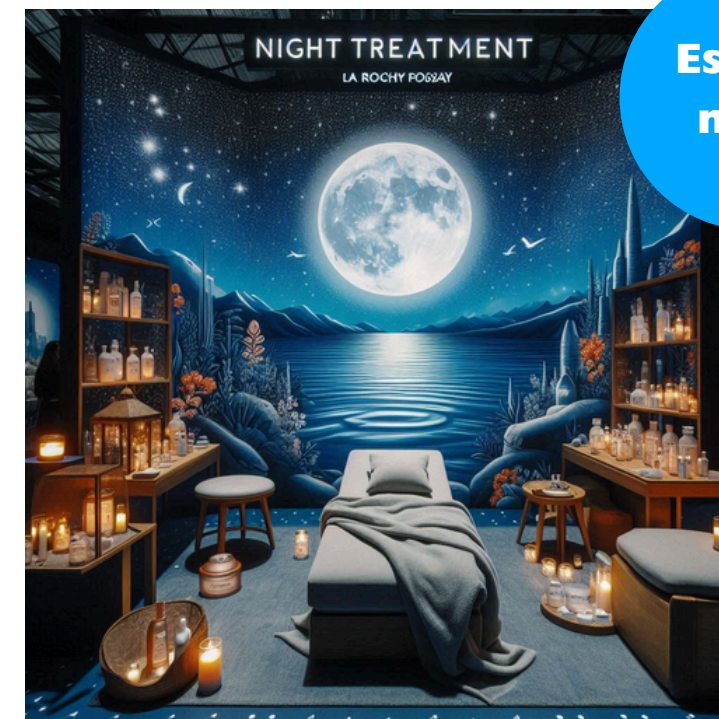
Les Thermes de Saint-Gervais



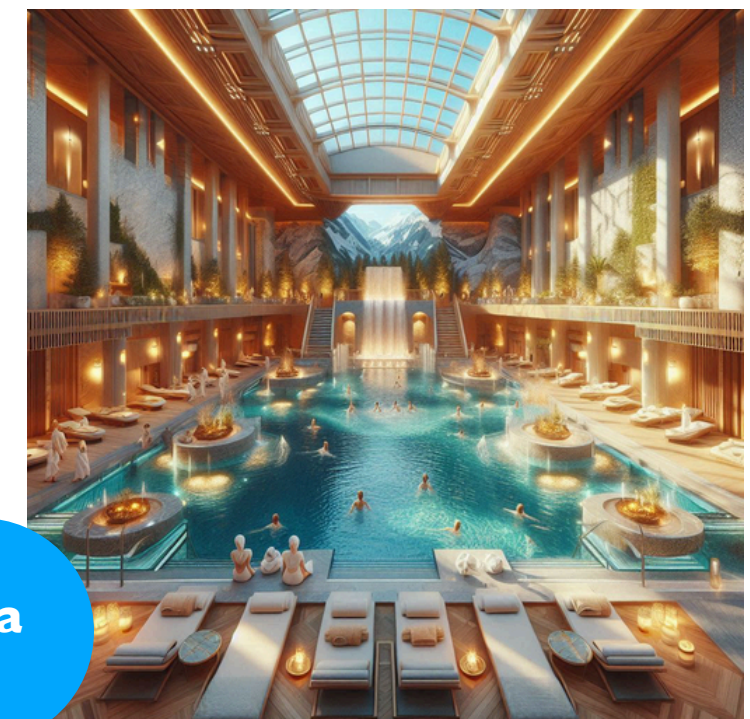
Accueil central



Espace jour



Espace nuit



Spa





# Planning de l'évènement

---

- ◆ 9h : Préparation de la salle et des équipements
- ◆ 10h : Accueil des invités
- ◆ 11h : Discours et annonce du programme
- ◆ 13h : Pause déjeuné
- ◆ 14 h 30 : Reprise des activités
- ◆ 18h : Remerciements et départ des invités





# Planning de production

---

- ◆ 6 mois avant : définition, validation et sélection
- ◆ 5 mois avant : validation finale des prestataires
- ◆ 3 mois avant : préparation, coordination, finalisation et envoi
- ◆ 2 mois avant : préparation et lancement
- ◆ 1 mois avant : tests, finalisation, répétitions et réservation
- ◆ 2 semaines avant : vérifications finales et publication
- ◆ Jour J : accueil, lancement, diffusion et gestion de la logistique





# Réceptif

*But : créer une expérience client haut de gamme, en mettant en avant l'authenticité, la qualité et le bien-être.*



**Accueil**



**Cocktail dinatoire bio et local**



**Espace VIP**



# Scénographie et animations



Univers

Thème jour/nuit sera recréé à travers des projections, des éclairages et des sons



Ateliers

Atelier de diagnostic cutané en direct pour recevoir des conseils personnalisés



Table ronde

Table ronde : rencontre avec des dermatologues et influenceurs accompagnés de conseils.

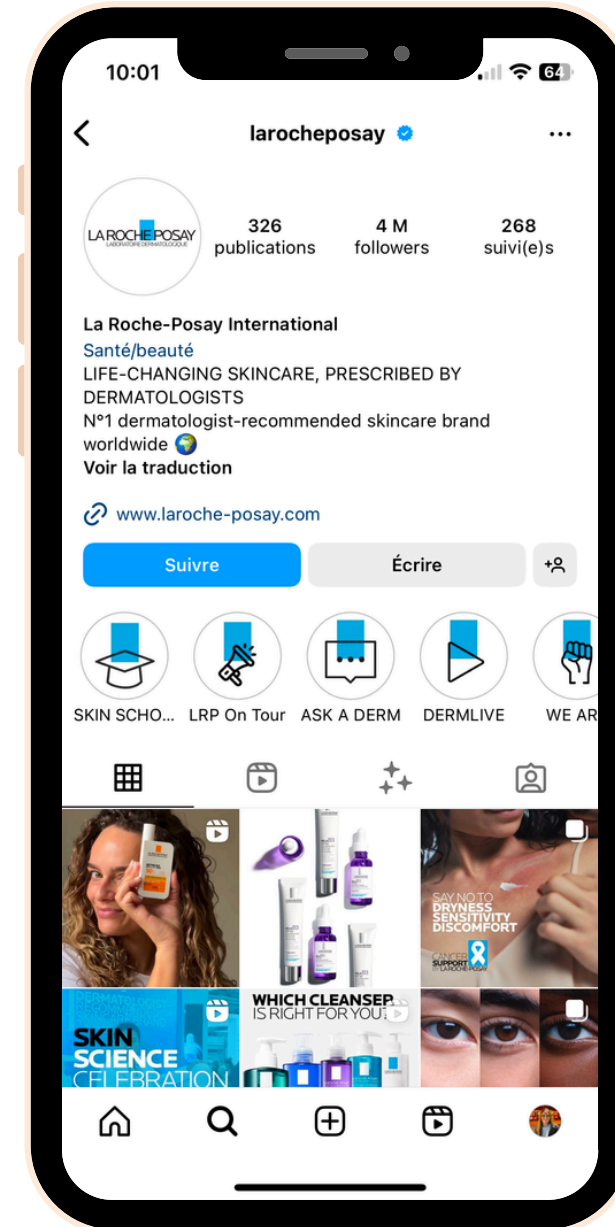


# Communication digitale

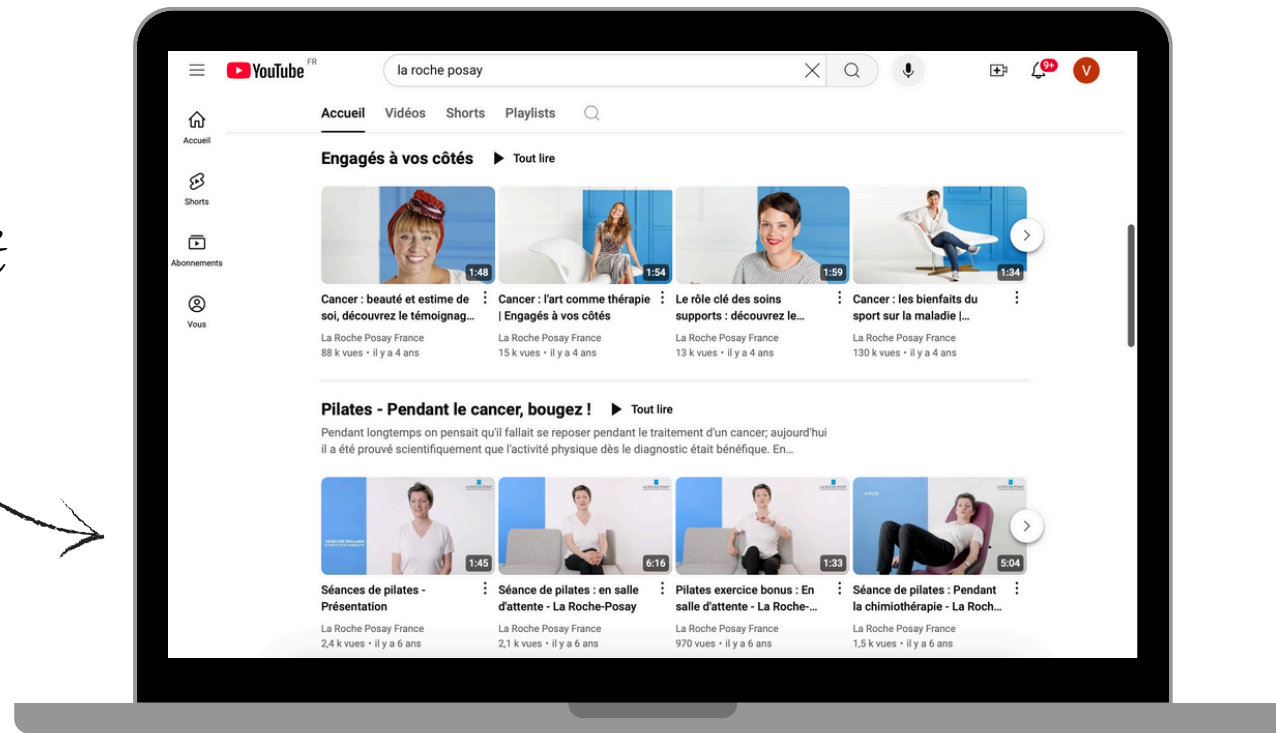
*Avant l'évènement*



*Pendant l'évènement*

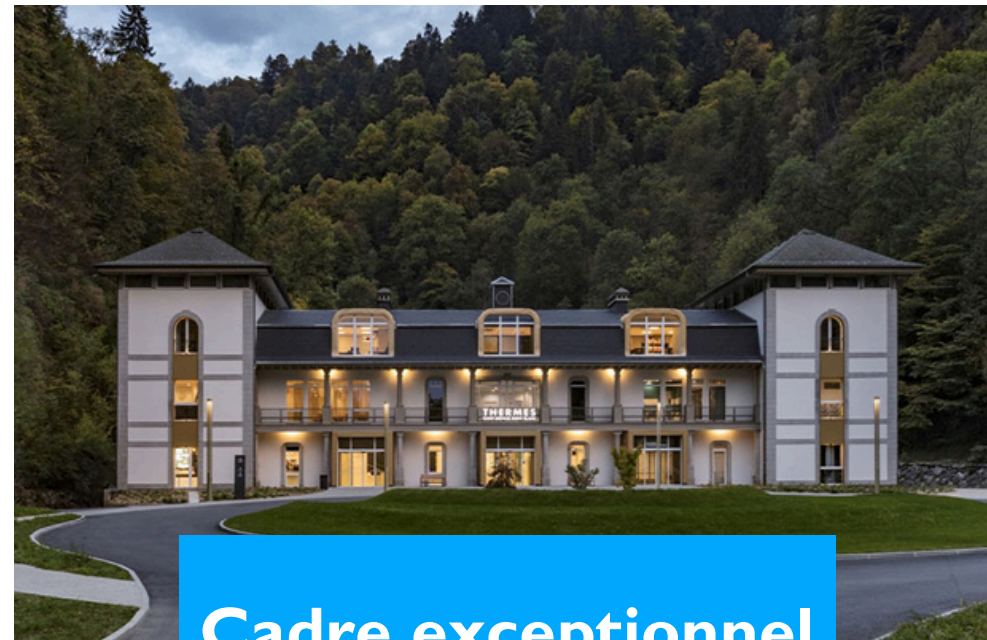


*Après l'évènement*





# Points forts du projet



Cadre exceptionnel



Expérience unique et immersive



Cohérence avec la marque



Écoresponsabilité



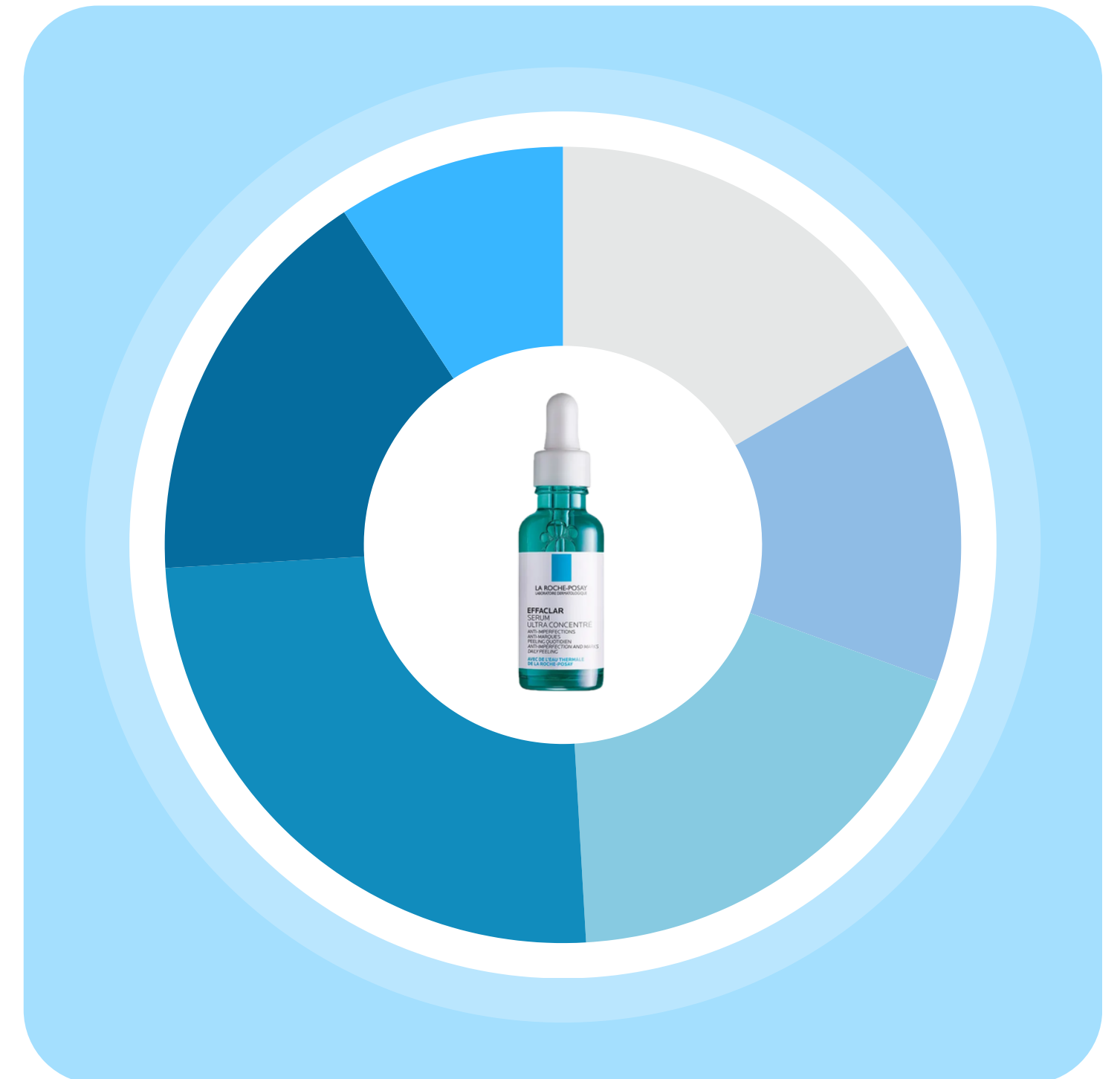
Stratégie digitale efficace





# Budget

- ☐ Location du lieu : 18 000 €
- ☒ Scénographie et animations : 28 000 €
- ☐ Communication digitale : 22 000 €
- ☐ Réceptif : 30 000 €
- ☒ Prestataires techniques : 12 000 €
- ☒ Logistique et transport : 10 000 €







Merci !



*Rejoignez-nous sur les réseaux sociaux !*

