

**LUXE ET
NEWSROOM**

**L'ÉVIDENCE
D'UNE
RENCONTRE**

**ÉTUDE DE CAS SUR
LA STRATÉGIE DIGITALE MONDIALE
DE LA MAISON DE CHAMPAGNE TAITTINGER**

Les fondamentaux des maisons de luxe dans le digital
et l'interview de Vitalie Taittinger, Directrice Marketing
et Communication de la Maison Taittinger.

Luxe et newsroom, l'évidence d'une rencontre

Parce qu'elle produit, gère et diffuse des contenus tout en analysant les retombées, la newsroom digitale signée epresspack séduit les acteurs majeurs du luxe. Directrice Marketing et Communication d'une Maison de Champagne, Vitalie Taittinger commente les milles et une possibilités de cet outil 2.0.



Avec une newsroom digitale : **CRÉEZ, GÉREZ, DIFFUSEZ, ANALYSEZ, ARCHIVEZ vos contenus de communication.**



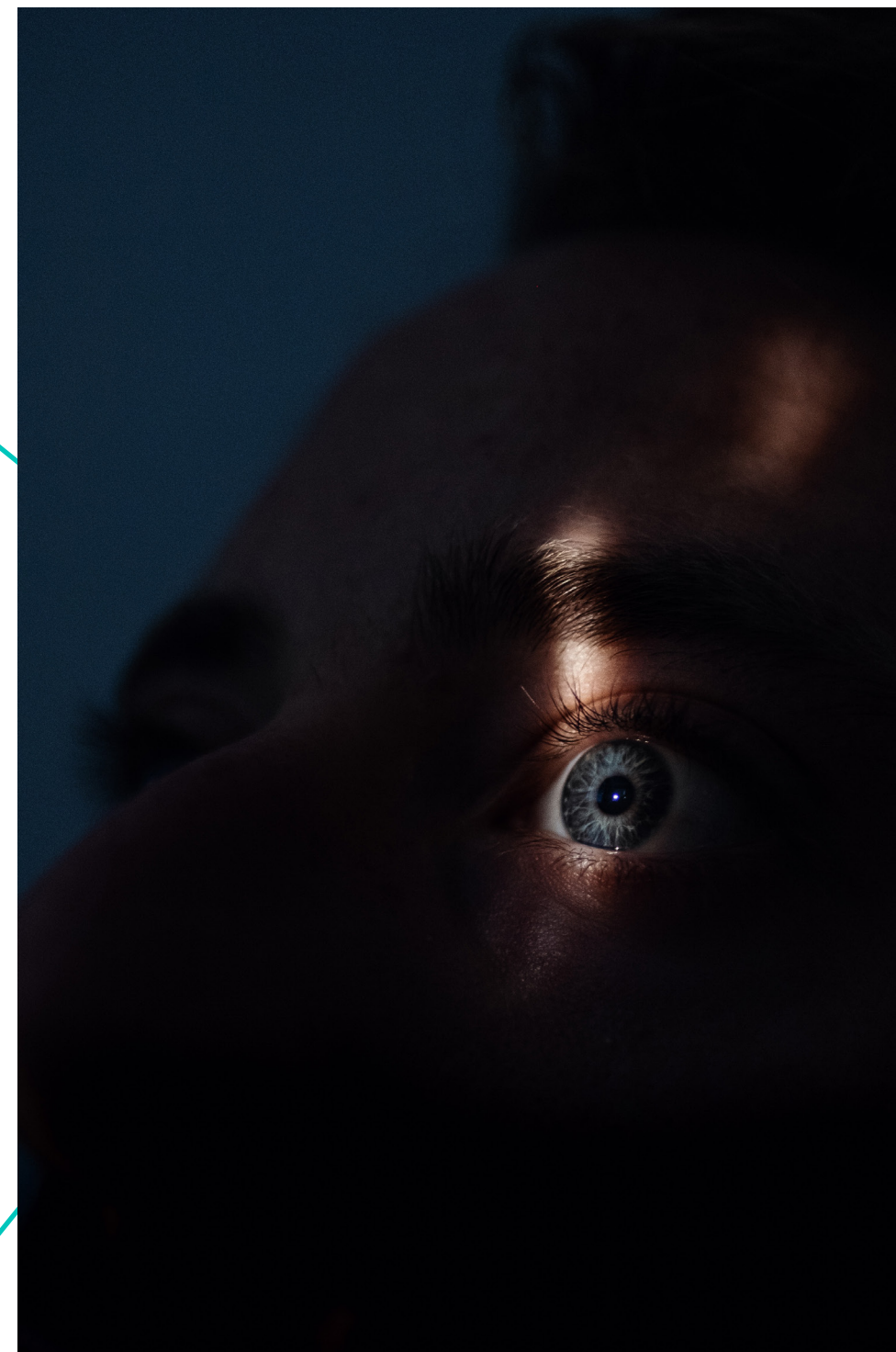
Selon la définition première, une newsroom, c'est une salle de presse. On y « fabrique » de l'info, on la vérifie, on la valorise. Par extension, la newsroom 100% online d'une marque ou d'une entreprise sert à produire, gérer, diffuser, stocker toutes formes de contenus : press kits, communiqués de presse, vidéos et photos HD etc.). Ils sont mis à disposition des journalistes, influenceurs ou collaborateurs. Les retombées sont analysées.



Cette plateforme de distribution de contenus est totalement personnalisable. Pensée pour s'intégrer à tous les univers Web, elle booste la communication digitale des marques.



Avec elle, il est possible de programmer des envois, gérer des fichiers, quantifier des résultats. Bien plus complète qu'un outil de relations presse, la newsroom 2.0 permet de partager facilement ses contenus, en suivant une logique multicanal, ciblée par audiences. Du communiqué de presse à l'e-mail enrichi, du post Facebook, Twitter, YouTube Instagram, Pinterest, c'est le couteau suisse de la com' digitale.

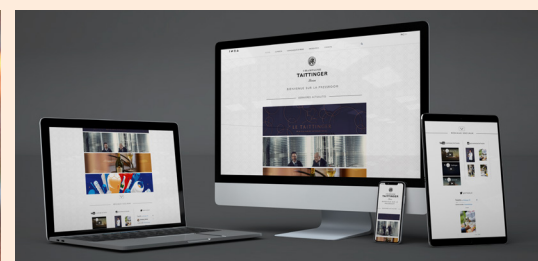


« La manière dont le luxe utilise les réseaux sociaux, notamment Instagram, est tout à fait particulière. C'est un univers feutré où les prises de parole sont rares et mesurées, c'est une voie royale pour un storytelling premium. »

Antoun Sfeir, CEO d'ePresspack

Une newsroom digitale au coeur d'un succès mondial

Interview de VITALIE TAITTINGER, Directrice Marketing et Communication de la Maison de Champagne Taittinger



Sommaire

- 01 Une audience à capter (p.5)
- 02 Le contenu, plus stratégique que jamais (p.7)
- 03 Raffinement et efficacité (p.8)
- 04 Cohérence, j'écris ton nom (p.9)
- 05 Un gain de temps (p.9)
- 06 De l'hexagone à la planète (p.10)



Pétillance 2.0

Pour la Maison de Champagne Taittinger, la newsroom epresspack accompagne une relation suivie, entamée avec des relais de visibilité. Elle aide également à valoriser un contenu stratégique. Tel un média, cette suite logicielle ou « content factory » sensibilise aux belles valeurs d'une marque familiale champenoise aussi pétillante qu'authentique.

Une audience à capter

Accompagner le dialogue avec des journalistes et influenceurs du monde entier, plus facile à dire qu'à faire. Qui sont les relais de visibilité d'une marque comme Taittinger ? Un cercle d'influenceurs, de journalistes et les distributeurs mondiaux des champagne Taittinger. Avec ces experts de l'œnologie, de la gastronomie, de l'art de vivre, la marque a déjà noué une relation, le plus souvent par des rencontres réelles. Bien des marques de luxe choisissent de communiquer avant tout avec « leur » audience, qualifiée et connue. La newsroom leur sert de plate-forme de distribution de contenus. Dans le respect de sa charte, Taittinger y diffuse ce qu'elle crée.

« Nous avons volontairement limité l'auditoire de notre newsroom aux journalistes et influenceurs spécialisés, environ 2000 personnes dans le monde. » Vitalie Taittinger

La newsroom permet de faire du sur-mesure. La communication de la marque a donc fait un saut digital sans bouleverser ses propres codes. L'outil newsroom sert aujourd'hui à programmer des envois, à gérer des fichiers et à quantifier les résultats avec précision. C'est bien plus qu'un outil de relations presse et c'est bien sûr beaucoup de temps gagné.





Le contenu, plus stratégique que jamais

Le contenu d'abord, « Content first », ça n'est pas qu'un mantra ! Chacun est conscient de la nécessité de créer un contenu de qualité. Mais lequel et pour qui ? Le degré d'attention porté à la qualité et aux détails des contenus se doit d'être élevé. Lorsque l'on souhaite raconter le savoir-faire et la tradition, comme Taittinger ; on peut choisir de valoriser les contenus créés en Interne, avec l'apport créatif d'artistes photographes reconnus, comme Marine Busuttil et Massimo Vitali.

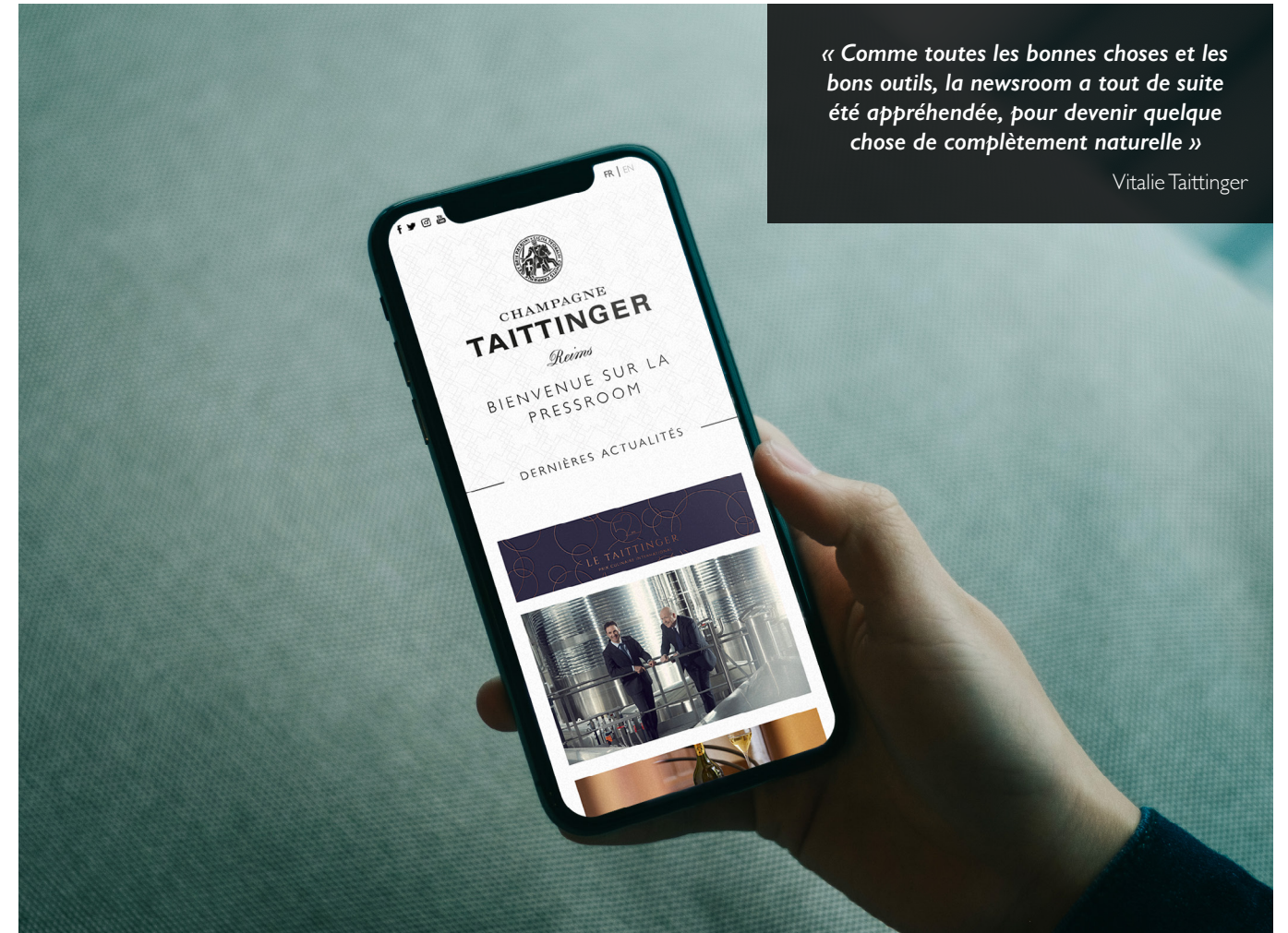
Un choix « arty », idéal pour assurer un lien émotionnel, un supplément d'âme et des images de haute qualité que la newsroom permet de partager facilement dans une logique multicanal.

« La newsroom demande une exigence au niveau du contenu, c'est certain. L'idée, c'est de faire vivre l'information à partir d'éléments utiles. Nous gardons pour la newsroom la sobriété qui fait vraiment partie de la charte de Taittinger. On ne simule pas une quelconque richesse, on essaie de provoquer de l'émotion, de garder un esprit lumineux. » Vitalie Taittinger

Le temps, un vrai luxe

Une newsroom epresspack, c'est moins de demandes quotidiennes, donc plus de temps pour réfléchir et créer.

Il est alors tout simple de cibler par audience son communiqué de presse ou son e-mail et aussi de les diffuser sur Facebook, Twitter et YouTube ou sur Instagram ou Pinterest. La beauté fait le lien, l'engagement du consommateur répond à la poésie, au charme, au rêve et à l'émerveillement. L'(e)réputation est maîtrisée, les choix des contenus soulignent l'identité de marque sans la gommer. Pour enrichir vos communications, epresspack propose d'ailleurs un partenariat exclusif et choisi avec Getty Images, un des leaders mondiaux de la photographie.



« Comme toutes les bonnes choses et les bons outils, la newsroom a tout de suite été appréhendée, pour devenir quelque chose de complètement naturelle »

Vitalie Taittinger

Raffinement et efficacité

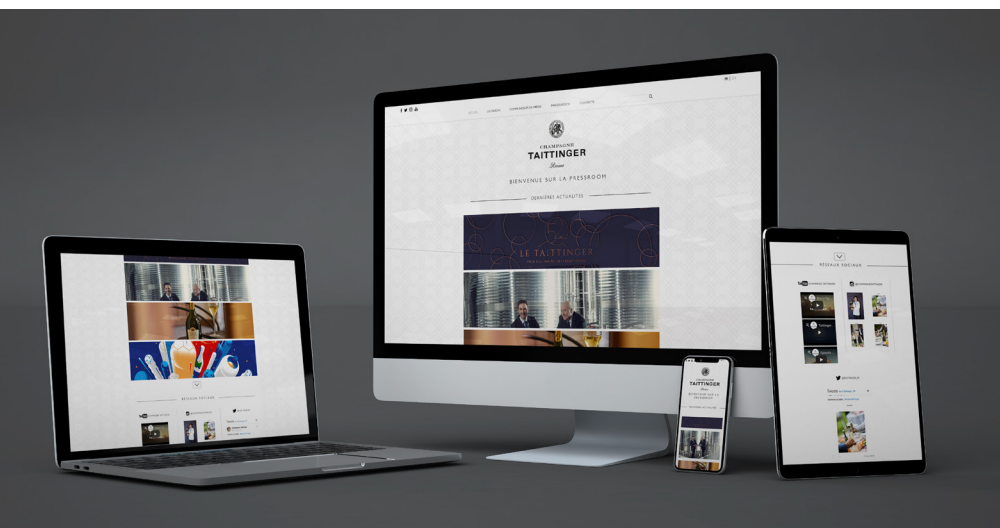
Les marques de luxe patrimoniales proposent un savoir-faire mondialement reconnu. La newsroom permet de choisir l'étendue de sa visibilité. Du déploiement massif ou tout au contraire de l'échange ciblé, affiné et mesuré, sur invitation. Une newsroom distribue vos contenus à qui vous voulez, par le canal que vous allez choisir. Elle peut cibler, demander une réponse lors d'une invitation. L'atout des formats responsifs améliore l'expérience de lecture. Ajouter des contacts, ajuster son fichier avec précision, c'est possible grâce à l'appui de Cision, partenaire d'epresspack.

« Avoir accès à la marque, via la newsroom, Instagram ou Facebook, revient à se dire qu'on est dans la maison. Notre positionnement n'est pas celui du mass market, nous proposons quelque chose de plus confidentiel et travaillons avec les influenceurs et les journalistes adaptés. La newsroom est un outil contemporain de lien avec les journalistes. » Vitalie Taittinger

Cohérence, j'écris ton nom

Image, wording, storytelling, tout doit aller dans la même direction, celle de l'univers de la marque. Comment être certain, avec la multiplication des canaux, que la stratégie de contenu est cohérente et parfaitement lisible? Comme la newsroom regroupe tous les contenus (communiqués de presse, visuels et vidéos de produits ou d'événements, campagne d'emails...), elle offre une vue d'ensemble. Mettre à plat l'existant, détecter l'élément qui ne cadre pas, ça devient plus simple. Quand la marque est déjà emblématique ou à forte notoriété, comme Le château de Versailles, Piaget ou le groupe Louis Vuitton, eux aussi partenaires d'epresspack, la newsroom « traduit » un ensemble de valeurs authentiques. Partager le nouveau contenu n'empêche pas de valoriser les belles histoires qui donnent force aux marques. La newsroom, boîte à outils 2.0, sert d'archives sécurisées et propose à tous les collaborateurs et partenaires une base choisie de contenus de référence.

« Dans un contexte d'expansion du digital, la problématique, c'est de savoir comment véhiculer les valeurs de la maison avec cet outil. Nos valeurs s'adressent à tous, le discours ne varie pas en fonction de la cible. Nous présentons les valeurs de la maison, de la façon la plus juste, dans le respect de la charte de notre maison. En communication comme en marketing, la cohérence est la question centrale. » Vitalie Taittinger



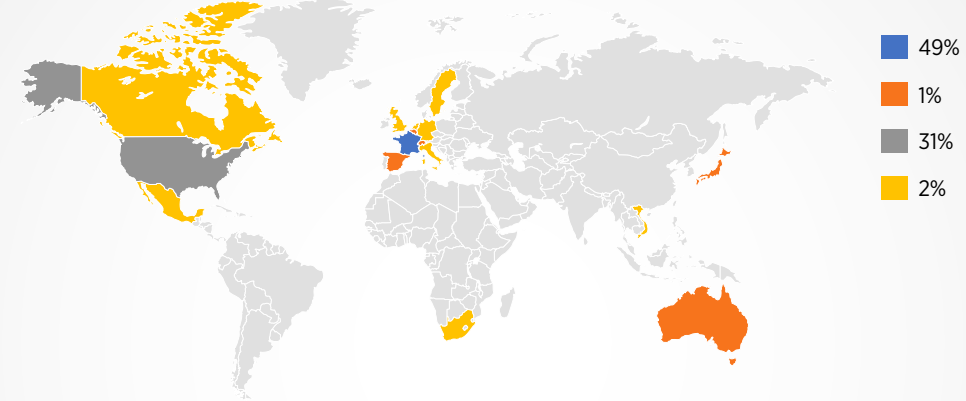
Un gain de temps

Une newsroom epresspack, c'est moins de demandes quotidiennes, donc plus de temps pour réfléchir et créer. Pour l'équipe de Taittinger, la plateforme CMS (Content Management System) d'epresspack, 100% online, a bel et bien permis de gagner du temps. Comme la newsroom sait créer, manager et diffuser du contenu, les communicants apprécient le temps gagné, consacré au face à face. Car l'échange doit rester l'ADN de nos métiers.

« La newsroom nous permet de garder un lien régulier avec des journalistes ou des influenceurs avec qui nous ne sommes pas en contact quotidien. C'est un outil contemporain de lien avec les journalistes. Prendre son téléphone, c'est parfois compliqué. Avec cet outil, chacun dispose de l'information dans les meilleurs délais. » explique Vitalie Taittinger,

avant d'ajouter que « Comme toutes les bonnes choses et les bons outils, la newsroom a tout de suite été appréhendée, pour devenir quelque chose de complètement naturel. »

Répartition visiteurs newsroom Taittinger



52

Le nombre de pays où Taittinger est présent.

La newsroom est donc consultée par des influenceurs, des journalistes et les distributeurs d'au moins 52 nationalités.

Taittinger gère environ 2000 journalistes, influenceurs et distributeurs grâce à la newsroom.

De l'hexagone à la planète

Avec la newsroom, le cercle des influenceurs et des journalistes reçoit au même moment les informations au rythme choisi pour les diffuser. Il est évidemment possible de programmer les horaires de diffusion pays par pays. Pour témoigner d'une virtuosité constante, d'un savoir-faire acquis, la newsroom sait cibler vos envois par typologie d'audience, grâce à son outil CRM (Customer Relation Management) intégré.

« L'information est délivrée à tous de la même façon, ce qui renforce la cohérence du message. L'arrivée de la newsroom a également apporté un souffle nouveau aux distributeurs et aux personnes avec qui nous travaillons. Ils y ont vu une vraie solution. Comme tous les bons outils, la newsroom a tout de suite été appréhendée et utilisée naturellement. » Vitalie Taittinger



L'information vient de la maison mère, elle est délivrée à tous de la même façon, ce qui renforce la cohérence du message. Bien des marques de luxe ont choisi la newsroom epresspack pour faciliter la vie de leurs équipes de communication et de marketing. Quant à Taittinger, qui ne vend pas en direct, mais via divers canaux de distribution, leur newsroom digitale aide à renforcer le lien avec les distributeurs, en France comme à l'étranger. Taittinger leur adresse des guide-lines annuels qui dessinent les grands axes de communication. Ensuite, chacun s'adapte. Ceux qui distribuent la marque Taittinger deviennent d'excellents ambassadeurs de la marque et aussi de fervents utilisateurs de la newsroom.

**Epresspack tient à remercier Vitalie Taittinger
et toute son équipe marketing pour sa collaboration.**



Retrouvez l'interview filmée de Vitalie Taittinger
sur le site www.epresspack.com

CONTACTEZ-NOUS
dans nos bureaux parisiens au +33 (0)1 83 81 28 28
ou londonien au +44 203 445 5206 ou sur www.epresspack.com

Nous travaillons déjà ensemble

PIAGET

Hennessy
COGNAC

L
LOUIS VUITTON

CHAMPAGNE
TAITTINGER
Reims

OMEGA

PATEK PHILIPPE
GENEVE

BVLGARI

ERIC BOMPARD
CACHEMIRE PARIS

CHÂTEAU DE VERSAILLE

HERMÈS
PARIS

SWAROVSKI

KERING

CHANEL