|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Mission 16 – Concevoir une campagne decommunication à l’aide d’un IA | |  | |
| **Durée** : 30’ | Homme avec un remplissage uni | Une image contenant Bleu électrique, symbole, Police, logo  Le contenu généré par l’IA peut être incorrect. | Source |

**Contexte professionnel**

La société **Erbioline** conçoit et commercialise des parfums et des cosmétiques. Son siège social, son laboratoire et ses ateliers sont situés à Lyon. Les produits sont imaginés et développés dans son centre de recherche lyonnais, puis fabriqués par des sous-traitants basés en Provence, à Grasse, ainsi qu’à Venise, en Italie. Une fois transformés, les produits sont acheminés à Lyon où ils sont empaquetés et conditionnés avant d’être commercialisés, principalement en France et au sein de l’Union européenne.

L’activité de l’entreprise comprend l’achat et la vente de parfums, savons, crèmes, accessoires (rouges à lèvres, brosses, etc.), ainsi que, de manière plus marginale, la création de parfums personnalisés et d’ambiances olfactives pour des événements tels que la Fashion Week.

Cette organisation engendre de nombreux transports et des manipulations fastidieuses. Afin de réduire son empreinte carbone et sa dépendance vis-à-vis des sous-traitants, **Mme Berthod** a acquis un terrain à **Grasse**, dans le Var, où elle fait construire un atelier de fabrication. Ce site accueillera l’ensemble de la production, ainsi que les activités d’empaquetage et de stockage. Il comprendra également un laboratoire de recherche et développement.

Le siège social et la direction commerciale resteront à Lyon, mais toutes les autres activités seront transférées à Grasse. Cette nouvelle organisation permettra à Erbioline de bénéficier de locaux plus modernes et mieux adaptés, de renforcer la maîtrise de sa production, de réduire ses coûts, notamment de transport, et de tirer parti de l’écosystème local de la parfumerie à Grasse, reconnue comme la capitale mondiale du parfum.

Enfin, l’entreprise a recruté un nouveau directeur, **Luigi Belmonte**, chargé de superviser l’implantation dans le Var. À terme, il aura également pour mission de développer la vente de produits sous licence.

Mme Berthod souhaite communiquer sur la nouvelle implantation de la société à Grasse, l’arrivée de Luigi Belmonte au poste de directeur du site, ainsi que sur les ambitions stratégiques d’Erbioline en matière de développement de la vente de produits sous licence.

|  |  |
| --- | --- |
| Fiche d’identité de la société | **Erbioline**  SARL au capital de 45 000 €  11 Avenue Palais Grillet - 69002 Lyon  Tél. : 04 78 22 33 44 - Fax : 04 78 22 33 45  Mél : [contact@erbioline.com](mailto:contact@erbioline.com) **-** Site web : <http://www.erbioline.com>  SIRET : 33349938662 - N° APE/NAF : 2042Z  RC : LYON B 808 220 2398 - N° TVA intracom : FR 09503 220 2398000123  Création : en 2005 par **Camille Berthod** qui en est PDG. |

**Travail à faire**

Réalisez les travaux suivants à l’aide des documents et en vous aidant d’une IA générative de votre choix :

1. Rédigez le communiqué de presse qui sera envoyé à la presse locale du Var.
2. Rédiger le poste qui sera mis en ligne sur LinkedIn et qui indique l’arrivé de Luigi Belmonte à la tête de l’établissement de Grasse.
3. Rédigez le post qui sera déposé sur les autres réseaux sociaux.

**Doc. 1 Erbioline va créer un Laboratoire de Haute Parfumerie et Beauté à Grasse.**

Dans l'objectif de développer les segments beauté sous licences et afin de relocaliser ses productions en France, la société Erbioline a fondé un atelier de production et un laboratoire de recherche et développement à Grasse dans le Var. Ce nouvel établissement sera dirigé par Luigi Belmonte.

Erbioline mise sur les divisions beauté, sous licences. Porté par une progression des ventes de 15 % d'avril à juin, L’entreprise vient d'annoncer la création d'un tout nouveau laboratoire situé à Grasse dans la Var pour se rapprocher des producteurs de fleurs et de l’écosystème local centré sur la parfumerie. Cette localisation devrait faciliter la croissance de l’entreprise en mobilisant les ressources locales pour *"contribuer au développement des créations les plus raffinées et des licences prometteuses"*, a indiqué M. Belmonte.

Cet atelier et ce laboratoire vise donc à se rapprocher des producteurs afin de profiter des compétences et savoirs locaux. Il vise également à se réapproprier une partie de la production afin de mieux la contrôler, de réduire les coûts et la dépendance vis-à-vis des sous-traitants. Par ailleurs cette centralisation sur les lieux de production des fleurs naturelles va permettre de réduire le transports et le bilan carbone du groupe tout en garantissant une qualité optimal des essences utilisées.

Ce projet est dirigé par Luigi Belmonte, nommé à la tête de l’établissement depuis le 1er septembre et ayant intégré le comité exécutif de la société. Après avoir occupé des postes de direction au sein de la firme de parfumerie Erbolario, Il s'attelleraà élargir la clientèle et établir des conseils stratégiques en faveur de la croissance.

*« Grâce à sa connaissance approfondie de l'industrie du parfum, à ses succès antérieurs dans la conduite de nouvelles entreprises, à ses antécédents remarquables dans la constitution d'équipes gagnantes et à son engagement en faveur d'un approvisionnement en ingrédients durables, je suis convaincu que Luigi Belmonte s'avérera être un ajout notable au groupe* » a déclaré Camille Berthod, PDG de la société.

Encouragée par une forte demande, cette annonce suit la grande mouvance des créations de département beauté des entreprise de parfumerie en France et en Italie. Cette année, Dolce & Gabbana a repris en main sa division beauté autrefois sous licence Shiseido tandis que Kering a créé son segment sur ce marché. On compte aussi Prada, qui a lancé cet été sa ligne de soin et de maquillage un an après l'inauguration de sa plateforme Prada Beauty, et Balmain qui devrait présenter sa collection de parfum et de beauté à l'automne 2025.

**Doc. 2 Grasse capitale mondiale du parfum**

*Source : https://www.parfumdegrasse.com/gr*

Les parfums de Grasse sont célèbres dans le monde entier. Découvrons pourquoi le cœur de la parfumerie bat en cette ville qui a vu naître au fil des siècles des milliers de fragrances.

* **La ville de Grasse**

Sous-préfecture de l'ouest du département des Alpes-Maritimes dans le Sud-Est de la France, **Grasse** jouit d'un climat méditerranéen lui assurant des températures plutôt douces. Les fleurs dont l'extrait est utilisé pour la réalisation du parfum peuvent ainsi être cultivées localement. Le territoire de la commune regorge de cultures florales, de champs de tubéreuses, de roses, de jasmins, de violettes… et possède une activité économique tournant autour des parfums.

Grasse est la détentrice d'un patrimoine unique, préservé et chargé d'histoire.

* **La capitale mondiale des parfums**

La célébrité des **Parfums de Grasse** en a fait la capitale mondiale de la **parfumerie**. Cette singularité n’est pas nouvelle puisqu’elle dure depuis plusieurs siècles.

En effet, cette ville proche de la Côte d'Azur possédait au 16e siècle des tanneries alimentant le florissant commerce des peaux. Or, cette activité générant de fortes odeurs eu grand besoin de senteurs agréables, pour travailler les peaux ou parfumer les gants, ceintures et autres sacs, et suivre ainsi la mode italienne en faveur à la cour. C’est ainsi qu’un artisanat de parfum vit peu à peu le jour autour des tanneries, avant de devenir une **véritable industrie de parfumerie** dès le 17eme siècle.

* **Les savoir-faire des parfums de Grasse**

Le monde de la parfumerie compte de multiples savoir-faire que l’on retrouve dans la **ville de Grasse** ainsi que dans ses environs, que ce soit le département 06 des Alpes-Maritimes ou plus généralement la région Provence-Alpes-Côte d’Azur.

Parmi ces savoir-faire historiques, il y a en premier lieu ceux permettant de cultiver au mieux les plantes à parfum. De la maîtrise du sol et du climat à celles des différentes fleurs, en passant par des compétences botaniques et des techniques de greffage, la culture de la plante nécessite une expertise dans différents domaines.  
Ensuite, vient la compréhension des matières premières naturelles nécessaires à la **fabrication du parfum de Grasse** ainsi que les façons de les transformer. Ceci consiste à extraire les essences odorantes des fleurs selon plusieurs techniques. Enfin l'art de composer le parfum est le savoir qui vient parachever l’œuvre complète.  
Après que la composition d’une fragrance soit achevée, la création doit prendre le temps de la macération. Le concentré de parfum repose en cuve avant la phase d’embouteillage. La durée de cette phase de macération varie selon les senteurs.

* **Les parfums de Grasse patrimoine culturel**

La tradition se perpétue et le parfum de Grasse est encore et toujours synonyme d'excellence. **La parfumerie "Les Parfums de Grasse"** exprime son savoir-faire depuis 1987. Tout au long d’un processus de création de ses parfums vraiment originaux, elle s’appuie sur le talent de ses experts et sur les qualités des fleurs cultivées dans le terroir local.

Tout l’art de la parfumerie réside dans la capacité à sublimer des matériaux nobles dans des parfums rares, présentant des senteurs originales et inoubliables.

Pour préserver au mieux cette richesse sans équivalent, les savoir-faire liés aux parfums de Grasse sont inscrits depuis 2018 sur la liste du patrimoine culturel immatériel de l'Humanité de l’Unesco.