

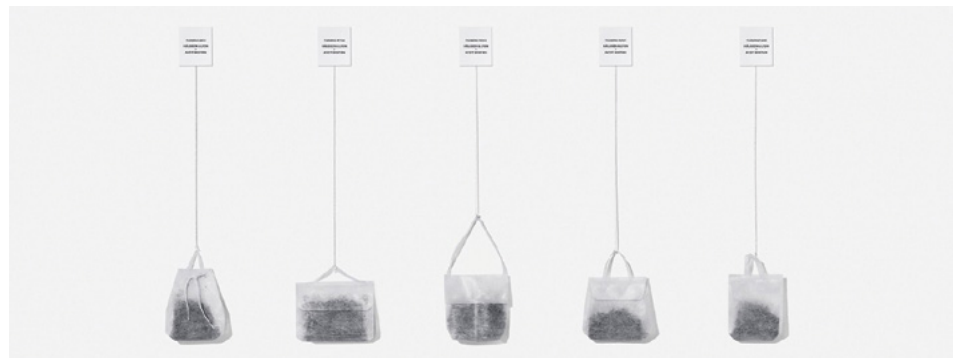
UN THÉ GRIFFÉ

Une maison de thé centenaire attire de nouveaux buveurs avec un colis à saveur mode.

Le thé est indémodable. Il se boit partout dans le monde depuis des siècles et demeure à ce jour l'une des boissons les plus aimées. Mais cette popularité oblige les producteurs à rivaliser d'ingéniosité pour attirer des adeptes, nouveaux comme établis.

Active sur ce marché depuis 1879, la maison allemande Hälssen & Lyon décide de revisiter ce produit recherché en créant *The Teabag Collection* : les premiers sachets de thé ayant l'allure de sacs à main haute couture. L'entreprise collabore avec la grande créatrice de mode Ayzit Bostan pour concevoir, en édition limitée, cinq sachets inspirés de sacs célèbres. Chaque modèle, confectionné à la main et fait de soie et de coton perméable, s'accorde à la personnalité du thé. Présentée dans un boîtier lui aussi fait main, la collection est d'abord expédiée en exclusivité à des clients de longue date. Elle est ensuite dévoilée au public à la *Berlin Fashion Week*, le plus grand événement mode d'Allemagne, suscitant aussitôt l'engouement des amateurs et des blogueurs. Ces visiteurs font connaître la collection à un plus vaste auditoire en ligne, ce qui attire encore plus d'attention sur la marque.

En combinant ainsi publipostage et marketing expérientiel, Hälssen & Lyon conquiert de nouveaux consommateurs et interpelle ses clients fidèles. La créativité de l'approche lui vaut d'ailleurs une belle exposition médiatique. Ses ventes augmentent considérablement dès le mois suivant le lancement. De plus, 35 % des clients actifs passent de nouvelles commandes, et plusieurs nouveaux clients communiquent avec l'entreprise. Une deuxième tasse, svp!



CLIENT Hälssen & Lyon | **PRODUIT** Sachets de thé | **PAYS** Allemagne | **AGENCE** Kollé Rebbe | **ÉQUIPE** Directeurs de la création Sascha Hanke, Tim Esser, Christian Doering | **Rédacteur** Alexander Michaelsen

