

J'AIME LE LIN

2021



Une nouvelle campagne de promotion du Lin Européen grand public du 5 avril au 15 juillet 2021*

La Confédération Européenne du Lin et du Chanvre I CELC poursuit ses actions d'accompagnement et de soutien aux ventes de produits finis en Lin en ligne essentiellement à partir de début avril et sur les e-shops des marques partenaires puis en boutique, grands magasins et concept stores, à travers une nouvelle campagne européenne « J'AIME LE LIN ».

Fibre du quotidien présente sur les marchés mode, déco, design, le lin européen répond aux exigences actuelles des aspirations sociétales et environnementales de consommateurs à l'affût d'une information claire sur la vertu des produits qu'ils achètent.

Aujourd'hui 6 européens sur 10 souhaitent consommer moins mais mieux, et 64% d'entre eux envisagent d'acheter des vêtements fabriqués à partir de matériaux écoresponsables, se disant prêts à payer plus cher des produits en lin certifiés (Source IFM).

Local, authentique, traçable, éthique, durable, écoresponsable, le lin coche toutes les cases et cette campagne mettant le Lin en avant répond à leurs envies de consommer une mode plus responsable.



J'aime
le lin

« Naturalité, traçabilité, ressource locale... Ces mots résonnent de plus en plus dans nos esprits et interpellent nos modes de consommation », souligne Marie-Emmanuelle Belzung, Déléguée Générale de la CELC. « Le lin est un allié mode aux réponses limpides : sain et thermorégulateur, il est plus que jamais d'actualité ; et la CELC est heureuse de soutenir, à nouveau et comme chaque année, nombre de marques partenaires dans leur vente de lin ».

Un accompagnement et une visibilité accrus

Auréolée de succès depuis son lancement en 2016, la campagne « J'Aime le Lin » se déploie chaque année en France, en Italie et au Royaume Uni, embarquant tout un réseau européen de marques et d'enseignes partenaires. Tous s'engagent avec enthousiasme, faisant de « J'AIME LE LIN » un vrai levier de soutien aux ventes de produits finis mode et déco en lin.

Un accompagnement Retail renforcé par la volonté de la CELC d'aider les marques et leurs équipes de vente à diffuser le bon message autour du Lin.

Concrètement, La Confédération Européenne du Lin et du Chanvre | CELC accompagne ses partenaires par la création de contenu et d'outils de marketing et de communication spécifiques digitaux, particulièrement appréciés cette année, merchandising (newsletter push produits, création de contenu culturel et pédagogique, Social Média, mise en scène merchandising autour de la fibre (PLV, logos dans les vitrines) et animation en point de vente (allant de la distribution de sachets de graines à semer à la rencontre avec des professionnels de la filière), formations des forces de vente...).

Amplifier la pédagogie auprès des équipes des marques de mode avec la création d'un nouvel outil didactique pour une meilleure compréhension et utilisation de cette matière vertueuse.

Pour répondre aux besoins d'un marché en pleine évolution, la CELC développe un nouvel outil de formation à destination des marques afin d'apporter à leurs équipes toutes les informations sur le lin (comment pousse cette fibre verte et vertueuse, comment elle est transformée, quelles sont les qualités intrinsèques de la fibre sur lesquelles s'appuyer...) leur donnant des arguments de ventes fiables et le meilleur discours possible autour de la fibre.

L'expérience Lin

L'objectif de ces campagnes est de sensibiliser le consommateur final sur les nombreuses vertus créatives et responsables de cette matière naturelle végétale et ainsi créer un « réflexe lin » grâce à des expériences immersives pour satisfaire sa quête de consommer autrement.

En Italie, la campagne « AMO IL LINO » soutient les marques et boutiques milanaises depuis 5 ans avec, un focus sur les marques de mode 120% LINO et ses collections Lin.

FREITAG pour des jeans en Lin et chanvre, SCAGLIONE spécialiste de la maille, et aussi les chemises sur mesure CAMICERIA CLERICI, TELERIE SPADARI ainsi que des tissus d'ameublement et art de vivre TELERIE SPADARI et C&C.

Au Royaume-Uni, « I LOVE LINEN » accueille de nouveaux partenaires : THREE GRACES LONDON et ASCENO aux côtés de BRORA et PEOPLE TREE pour le prêt-à-porter et MAKER & SON avec ses somptueux canapés.

Du côté de la France, le partenariat Retail initié depuis le lancement des campagnes « J'AIME LE LIN » avec UNIQLO se renouvelle avec une installation événementielle autour de la matière dans le flagship du Marais et dans la boutique de Paris Opéra. La CELC accompagne également l'ouverture d'UNIQLO Lyon Part Dieu par un dispositif avec des balles de Lin qui mettra la matière en lumière (dispositifs mis en place dès la réouverture des magasins). D'autres boutiques UNIQLO en Europe, comme aux Pays Bas, en Suède, Italie ou Angleterre se pareront également des couleurs de la fibre pour le lancement des nouvelles collections en Lin de la marque.

Comme chaque année, la campagne « J'AIME LE LIN » se déploie également dans les boutiques des marques partenaires telles que LE MONDE SAUVAGE et LE JACQUARD FRANCAIS pour l'univers Maison ; et côté Mode, les marques de mode écoresponsable, comme LE SLIP FRANCAIS qui innove pour l'occasion en lançant une nouvelle collection en Lin comprenant du prêt à porter mais surtout de la lingerie et du loungewear (lancement online à partir du 14 avril), sans oublier HOPPAAL et ZYGA (avec ses 133 points de vente en France) ou encore KALOS ou CAMAÏEU et en point d'orgue le partenariat en plein cœur de Paris avec le BHV Marais.

LE LIN EUROPÉEN

X Jardinons



La CELC et le BHV MARAIS mettent en avant le végétal, dans le cadre de l'opération Jardinons, qui sera lancée au moment de la réouverture du grand magasin, en créant un événement d'ampleur en plein cœur de Paris. Les fans de shopping ne seront pas en reste et pourront s'offrir les dernières nouveautés créatives en Lin, mode et décoration, dans les différents étages.

Magasin préféré des Parisiens, le BHV MARAIS fait la part belle au Lin et innove en invitant des marques, établies ou émergentes, jusqu'alors non référencées dans ses rayons.

Inès de la Fressange, Anders Arens, De Bonne Facture, Dou Bouchi Eric Bergère et Zyga pour la mode homme et femme et les accessoires, Embrin Normandie, Harmony, Libeco, Maison Margaret pour le lifestyle, présenteront leurs collections printemps/été 2021, à travers des espaces pop-ups.

Installés au rez-de-chaussée, 1er étage et 4ème étage du grand magasin, ces hot-spots dédiés au Lin seront facilement identifiables grâce à une signalétique spécifique « J'aime le Lin » et une mise en scène de la fibre de lin européenne, source de toutes les inspirations.

Un champ de lin dans Paris*.

Habitée des expériences pédago-ludiques au cœur de la ville, la CELC réitère l'expérience Lin avec un champ implanté cette fois-ci, rue de Rivoli, devant les vitrines du BHV Marais. Dans ce quartier qui connaît un nouveau souffle, ce champ de Lin est une respiration qui permettra au grand public de se familiariser pendant 3 semaines avec cette plante, verte et vertueuse. Les Parisiens et les Parisiennes, visiteurs ou clients, pourront découvrir le Lin, tel qu'il pousse naturellement dans les champs, sur une bande côtière allant de Caen à Amsterdam. Une occasion de se sensibiliser à cette exception européenne textile et culturelle qu'est le Lin.

*En fonction de la date de réouverture du magasin et de l'évolution de la situation sanitaire.

Fibre végétale à l'éco-profil vertueux, le Lin nous offre l'opportunité de choix multiples pour nos dressings ou nos intérieurs. Et la campagne « J'AIME LE LIN » est l'occasion de redécouvrir chaque année ses qualités et ses atouts.

À propos de la Confédération Européenne du Lin et du chanvre | CELC

L'Europe de l'Ouest est le premier producteur mondial de Lin fibre : la France, la Belgique et les Pays-Bas en assurent 80% de la production ! Unique organisation européenne agro-industrielle à regrouper et fédérer tous les stades de production et de transformation du Lin et du chanvre - soit 10 000 entreprises dans 14 pays de l'U.E.-, la CELC anime une filière d'excellence dans un contexte mondialisé. Une mission fondée sur les qualités innovantes et environnementale de ses fibres, garanties par les marques de traçabilité EUROPEAN FLAX® et MASTERS OF LINEN®, et promues auprès des professionnels et des consommateurs grâce à la campagne J'AIME LE LIN.

www.europeanflax.com

www.jaimelelin.fr | www.ilovelinen.fr | www.amoillino.fr

@wearelinen #wearelinen

Services de presse

Déco & Art de vivre France

14 SEPTEMBRE

Emilie Reboul

M : +33 6 11 34 18 16

emiliereboul@14septembre.fr

Mode France & International

2^e BUREAU

Sylvie Grumbach | Hugo Howlett |

Marie-Laure Girardon

M: +33 6 18 08 10 55

celc@2e-bureau.com

Contact CELC

Linen Dream Lab®

15 rue du Louvre, 75001 Paris - France

T : +33 (0)1 42 21 06 83

communication@europeanflax.com

www.europeanflax.com