

ÉTUDE DE CAS

PURDYS CHOCOLATIER



LE CLIENT

Purdys Chocolatier est une entreprise canadienne fondée à Vancouver en 1907. Reconnue pour ses chocolats de qualité et son savoir-faire canadien, l'entreprise compte aujourd'hui près d'une centaine de boutiques à travers le pays et poursuit son expansion dans de nouveaux marchés.

LEUR DÉFI

Adapter l'expérience de marque de Purdys en français dans le cadre de son expansion, tout en préservant son identité et sa personnalité.

Assurer une expérience cohérente pour la clientèle francophone à travers tous les points de contact de la marque.

OBJECTIFS

- ✓ ADAPTER L'EXPÉRIENCE DE MARQUE EN FRANÇAIS
- ✓ ASSURER UNE COHÉRENCE LINGUISTIQUE
- ✓ LOCALISER LES CONTENUS ET LES OUTILS NÉCESSAIRES À L'EXPANSION DE LA MARQUE

APPROCHE ADOPTÉE

- Localisation des contenus de marque
- Adaptation des noms et descriptions de produits
- Localisation du site Web
- Adaptation des communications marketing
- Localisation du matériel en boutique
- Harmonisation de la terminologie française
- Révision linguistique et contrôle qualité

RÉSULTATS OBTENUS

À ce jour, plus de **300 produits** et près d'une **vingtaine de pages Web** ont été traduits et adaptés, en plus de nombreux slogans, affiches et outils de communication.

Un **glossaire français** a également été créé afin d'établir une base terminologique interne et d'assurer la cohérence de la marque à travers ses différents points de contact.

Au-delà de la traduction, chaque adaptation vise à **préserver le ton et la personnalité de Purdys** tout en tenant compte des références culturelles du public francophone.

Le travail se poursuit afin que l'expérience Purdys résonne sur la côte Est du Canada.