

Heidi s'invite à l'Uni

Par Jessica Vial

Micro-trottoir par Anastasia Liechti et Muriel Chiffelle.

Le premier septembre à midi était dévoilé le visuel du t-shirt officiel de l'Unine, réalisé en collaboration avec la fameuse marque neuchâteloise Heidi.com. Le nombre de commandes a dépassé les attentes, et de nouveaux projets visant à renforcer l'identité de l'Université sont en travaux.

Après environ deux mois de suspense entretenu par un savant *buzz* sur Facebook, le Service de Promotion et Développement (SPD) a levé le voile sur le premier t-shirt institutionnel de l'Unine, peu avant la rentrée. Le choix de collaboration avec une marque à la fois locale et très plébiscitée des étudiants, Heidi.com, a fait mouche: dès la présentation du logo inédit, les 200 exemplaires prévus se sont arrachés comme des petits pains.

Communication décalée

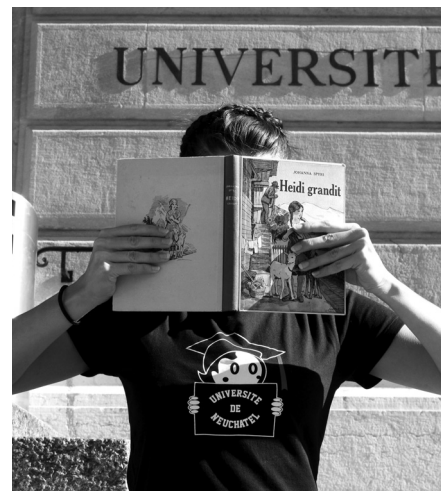
«Nous voulions une communication un peu irrévérencieuse pour présenter le projet. Nous avons pris la température sur Facebook, et nous avons pu mesurer la force de cet outil! S'en est suivi un reportage sur Arcinfo, dans la presse papier, et même des rumeurs de canular!» s'enthousiasment Sébastien Rytz et Olivier Schwarz du SPD, chez qui l'idée a germé. L'effet de suspense semble avoir fonctionné et la surprise est restée bien gardée jusqu'au Jour-J: les visites sur la page Facebook de l'Université ont été multipliées par 6 au moment ultime, et le nombre de *fans* est passé de 300 à 600.

Pourtant, les initiateurs n'avaient pas compté sur un tel succès. «Tout est parti en très peu de temps et nous avons une liste d'attente! Un nouvel arrivage de t-shirts sera disponible en décembre», explique Sébastien Rytz. Pour lui, cet engouement massif est un signal de confiance fort: «Personne n'a pu essayer le t-shirt avant de l'acheter!».

Quant au bénéfice engendré par la vente du produit, il sera rétrocédé à une manifestation estudiantine, selon le souhait du SPD. «Notre démarche est avant tout institutionnelle et non commerciale», insiste Sébastien Rytz.

Une marque créative

Le désir du SPD, pour ce premier t-shirt «ambassadeur», était de jouer sur une image un peu décalée, mais à laquelle les étudiants pourraient tout de même s'identifier. C'est sans hésiter que les responsables ont approché Willy Fantin et Andreas Doering, les créateurs d'une Heidi résolument *streetwear*, connaissant un succès grandissant depuis le lancement de la marque en 2004. «C'est la première fois que nous collaborons avec une institution. Nous sommes ouverts à ce genre de partenariat décalé, pour autant qu'ils collent avec ce que nous voulons communiquer. Nous avons apprécié l'initiative du SPD: les deux responsables sont dynamiques, n'ont pas peur de faire bouger les choses. Ils se sont lancé un pari courageux, tout en sachant rester prudents», explique Andreas Doering. Les valeurs affirmées de la marque sont «les valeurs alpines (fraîcheur, rigueur), la créativité, et l'ouverture, symbolisée par le *.com*» précise Willy Fantin. Un esprit d'ouverture qui correspond au monde académique: bien que la marque ne cherche pas à toucher un public précis, elle séduit très largement la communauté estudiantine. «Notre marque donne une image fraîche et non politisée de la Suisse, c'est sans doute ce qui plaît chez elle à l'Unine», ajoutent les deux «papas» de Heidi.com.



La fraîcheur et l'esprit créatif de la marque Heidi.com a séduit l'Unine

Logo original

«A la base, il devait y avoir un logo par faculté, mais la réalisation aurait été trop laborieuse», révèle Andreas Doering. Le choix final s'est donc porté sur un visuel unique (cf. Photo), figurant Heidi en diplômée: «Le but n'était pas de faire américain. Le chapeau noir, même si nous n'avons pas cette tradition en Suisse, est le symbole le plus parlant du monde académique. Quant au ruban bleu, il rappelle l'identité visuelle de l'UNINE», décrypte Sébastien Rytz.

Projets

Au vu du succès rencontré, le t-shirt sera à nouveau disponible en fin d'année. Mais le SPD ne compte pas s'arrêter là avec les articles promotionnels. «La réussite des t-shirts montre que malgré la taille de l'Université, nous avons une certaine cohérence, un sentiment d'appartenance», analyse Olivier Schwarz. ? Le Cafignon vous livre ici un «scoop», mais un sweat-shirt de l'Uni pourrait également voir le jour: «C'est un produit qui plaît notamment aux étudiants en mobilité, qui aiment afficher leurs couleurs», explique Sébastien Rytz.

Quant au partenariat avec Heidi.com, il devrait continuer: «Nous imaginons par exemple de faire un t-shirt souvenir pour chaque nouvelle volée de diplômés», dévoilent les responsables du SPD. Et bien qu'aucun contrat d'exclusivité n'ait été signé avec la marque, les deux parties démentent la rumeur d'une expansion des t-shirts Heidi.com aux autres universités suisses. ◉

Micro trottoir :



Manuel Bachmann
33 ans

Travaille dans les sciences économiques (IPTO)

Que penses-tu de l'idée du projet?

C'est un projet qui plaît, ceux qui connaissent déjà la marque savent tout de suite que c'est Heidi.com

Quelle est ton opinion à propos du logo?

L'association de l'Université et de la marque Heidi.com est une bonne idée.

Quel est ton avis sur la qualité du vêtement?

Le vêtement est d'une bonne qualité.

Aimerais-tu de nouveaux produits Heidi.com? Lesquels?

Oui, j'en aimerais.

Est-ce que tu achèterais un sweatshirt Unine-Heidi.com à 80 francs?

Ca serait intéressant mais le prix est un peu haut.



Stéphanie Thàvenaz
21 ans

Etudiante en management

Que penses-tu de l'idée du projet?

C'est une bonne idée, ça prend l'idée du modèle américain.

Quelle est ton opinion à propos du logo?

Le logo me plaît, je trouve que c'est un bon mix entre Heidi.com et l'université.

Quel est ton avis sur la qualité du vêtement?

Elle est vraiment bien, résiste bien au lavage. Le t-shirt est agréable à porter.

Aimerais-tu de nouveaux produits Heidi.com? Lesquels?

C'est une bonne idée mais il faut regarder par rapport au prix.

Est-ce que tu achèterais un sweatshirt Unine-Heidi.com à 80 francs?

Le prix est trop élevé mais c'est une bonne idée qu'il puisse être porté par les étudiants et le public.



Johan Fruh
28 ans

Etudiant en biologie

Que penses-tu de l'idée du projet?

Je pense qu'il n'y a pas assez d'impact par rapport à l'université. Des logos plus spécifiques à chaque faculté ou institut seraient plus intéressants. Par exemple pour la biologie : Heidi entourée de petites cellules et bactéries.

Quelle est ton opinion à propos du logo?

On remarque en premier la poupée et après on aperçoit le lien entre l'Université de Neuchâtel. L'image n'est pas très joyeuse, c'est un personnage sans expression, on dirait que Heidi vient de suivre quatre heures de chimie.

Aimerais-tu de nouveaux produits Heidi.com? Lesquels?

Des nouveaux produits n'auraient pas beaucoup d'utilité.

Est-ce que tu achèterais un sweatshirt Unine-Heidi.com à 80 francs?

Ca ne me touche pas, les étudiants ne cherchent pas une marque.

Qu'est-ce qu'on en pense dans les amphis ?

Le Caf' a mené l'enquête dans les facultés.



Caroline Virtic
19 ans
Etudiante en économie

Que penses-tu de l'idée du projet?

C'est une bonne idée mais je n'ai pas acheté le t-shirt.

Quelle est ton opinion à propos du logo?

Le logo est sympa. Il est assez sobre, en rose par exemple il ne me plairait pas.

Aimerais-tu de nouveaux produits Heidi.com? Lesquelles?

J'accepterais volontiers, j'utiliserais plus souvent des accessoires pour les cours par exemple une règle ou un crayon.

Est-ce que tu achèterais un sweatshirt Unine-Heidi.com à 80 francs?

C'est une bonne idée, ça m'intéresse plus que le t-shirt, mais c'est un peu cher.



Sven Romanens
22 ans
Etudiant en histoire et géographie

Que penses-tu de l'idée du projet?

C'est une bonne idée de donner un esprit d'université, c'est une identité, et aussi le fait de collaborer avec Heidi.com qui est une marque régionale.

Quelle est ton opinion à propos du logo?

Le logo représente plus le style Heidi.com que l'université de Neuchâtel, mais il arrive bien à exprimer le projet.

Quel est ton avis sur la qualité du vêtement?

En général les produits Heidi.com sont de bonne qualité.

Aimerais-tu de nouveaux produits Heidi.com? Lesquels?

Non, ça serait profiter du succès du t-shirt.

Est-ce que tu achèterais un sweatshirt Unine-Heidi.com à 80 francs?

Le prix est trop cher même si la qualité des produits est bonne.



Fabienne Lang
20 ans
Etudiante en droit

Que penses-tu de l'idée du projet?

C'est une bonne idée, car ça développe un peu le marketing de l'université et ça fait un peu de publicité.

Quelle est ton opinion à propos du logo?

Il est chou, ça représente l'université et ça reste un souvenir

Quel est ton avis sur la qualité du vêtement?

Il est très doux, de bonne qualité

Aimerais-tu de nouveaux produits Heidi.com? Lesquels?

Je n'aimerais pas de nouveaux produits, le t-shirt suffit.

Est-ce que tu achèterais un sweatshirt Unine-Heidi.com à 80 francs ?

Je ne l'achèterais pas, c'est un peu cher.