

Auriverde

Marque Streetwear
Premium Brésilienne



Sommaire



Présentation de la marque	1
Charte Graphique	2
Moodboard	3
TechPack	4
Business model	5
Cibles	6
Coûts et Revenus	7
Projection Financière	8
Plan média	9
Calendrier éditoriale	10
Contenus	11
Arborescence & Maquettes	12



1. Présentation de la marque Auriverde

Slogan : "Rythmé par la rue."

**Tagline : "Graffitis, foot, musique :
chaque couture d'Auriverde vibre au
tempo du Brésil."**

Statut Entreprise: SAS

Auriverde est né dans les favelas du Brésil, là où la créativité et l'identité se vivent dans la rue. Nous transformons cette énergie brute en un streetwear haut de gamme, alliant sophistication, authenticité culturelle et design contemporain.

Chaque pièce rend hommage à l'âme du Brésil, l'or et le vert et valorise les artisans qui la façonnent.

Notre mission : faire rayonner la puissance créative des favelas et offrir au monde une vision premium du streetwear brésilien.



2. Charte Graphique

Police: Inter

BOLD

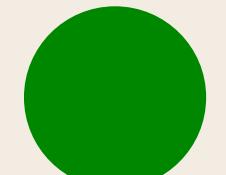
REGULAR



FFFFFF



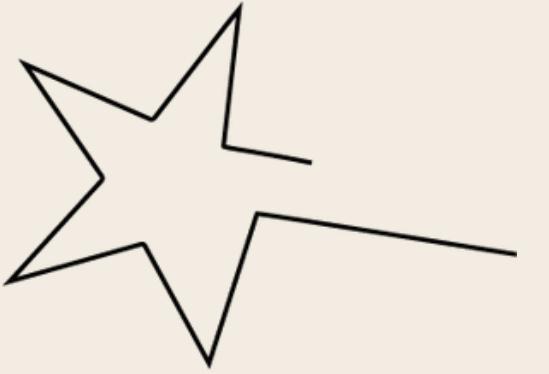
D7AD21



008700



000000



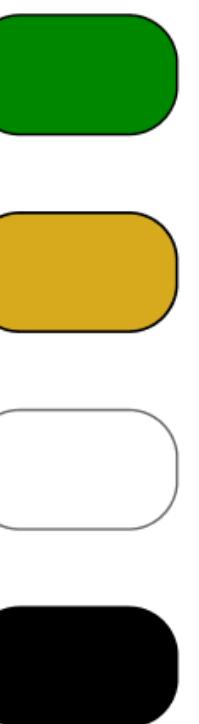
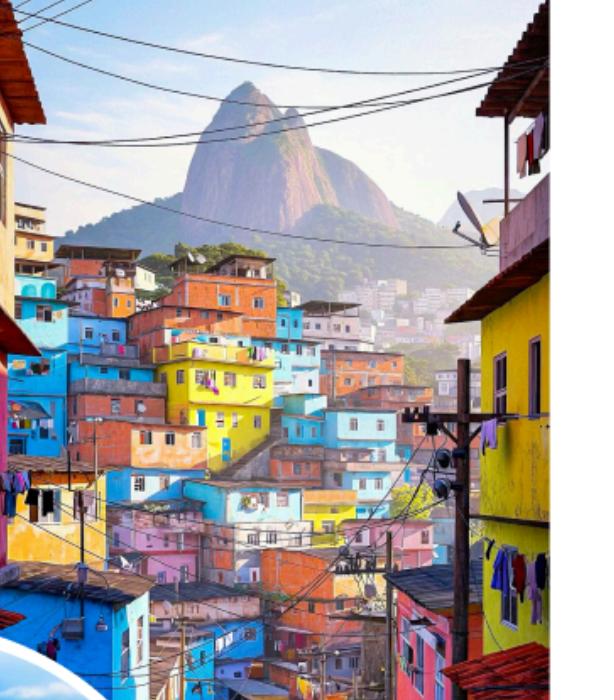
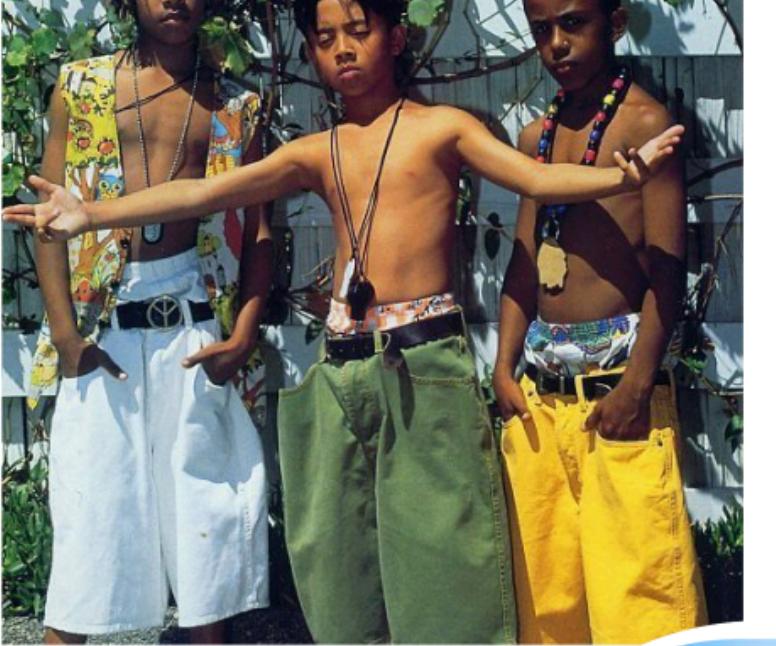
Auriverde



3. Moodboard

Auriverde

MOODBOARD



Nom du produit : Noite Urbana Jacket

Taille : M

Collection : Collection Automne

Date de Sortie: 21 Novembre 2025

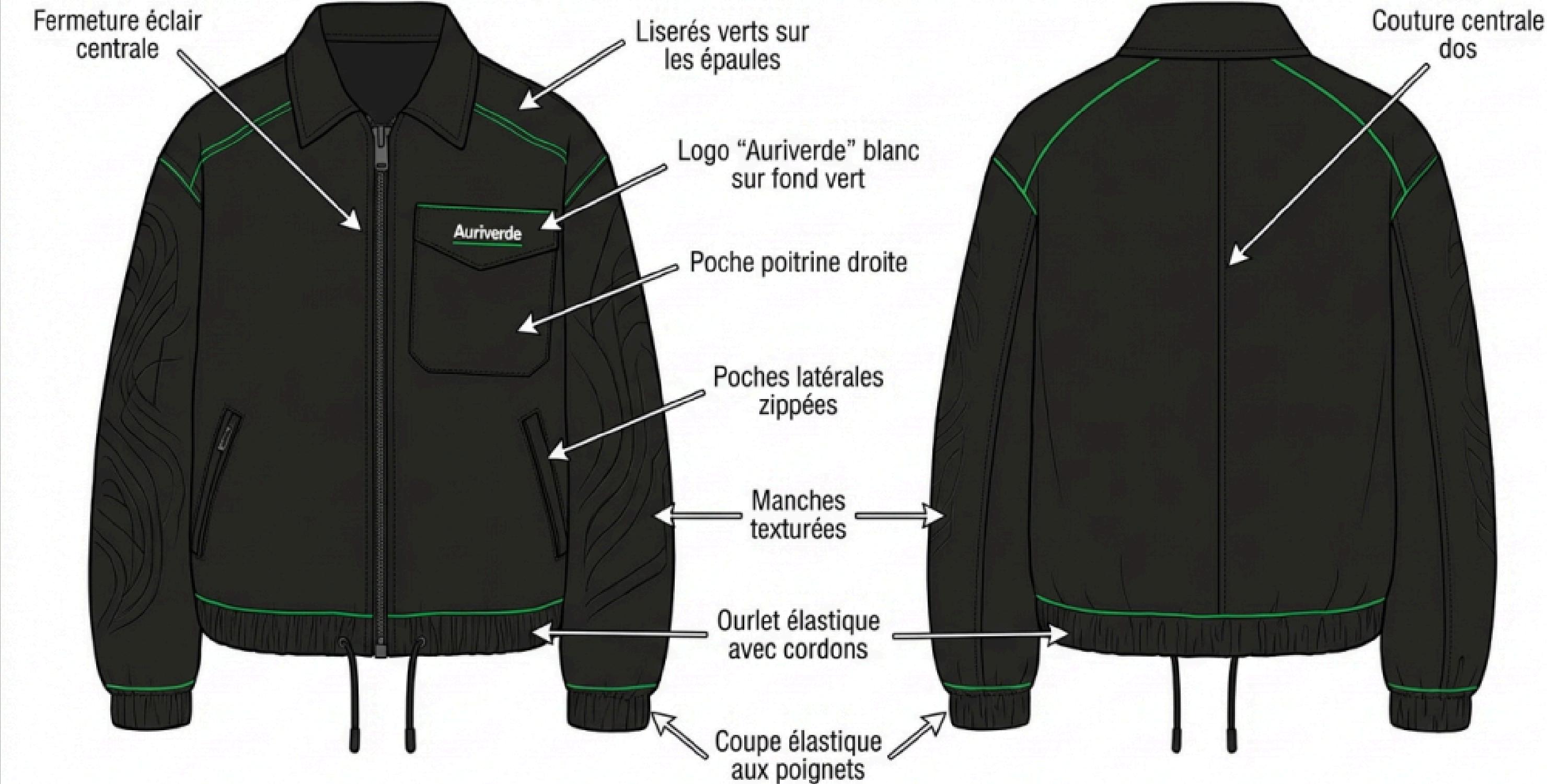
Type: Veste/Blouson

Coupe: Droite/ Large

Genre: Homme

Prix: 260 euros/1613,92 Réal brésilien

4. TechPack



5. Business model

Auriverde transforme l'énergie des favelas brésiliennes en un streetwear premium, mêlant culture, créativité et élégance urbaine.

Authenticité culturelle : la rue, le foot, la musique et l'art des favelas.

Élégance brute : un streetwear premium, sincère et puissant.

Engagement social : valorisation du talent et de la créativité locale.

Qualité & durabilité : matériaux nobles, finitions soignées.

Partenaires

Ateliers de production & fournisseurs

textiles brésiliens.

Artistes (graffeurs, photographes).

Influenceurs & ambassadeurs (foot,
mode, musique).

Distributeurs & prestataires digitaux.

Associations & initiatives sociales
ancrées dans les favelas.

Relations Clients

Communauté & appartenance.

Co-création : feedbacks,
collaborations avec la
communauté.

Proximité premium : service client
humain, packaging haut de gamme.

Expérience émotionnelle : rareté,
storytelling, authenticité.

5. Métriques

Trafic mensuel du site

Taux de conversion

Taux d'abandon panier

Taux de rétention

Taux de réachat

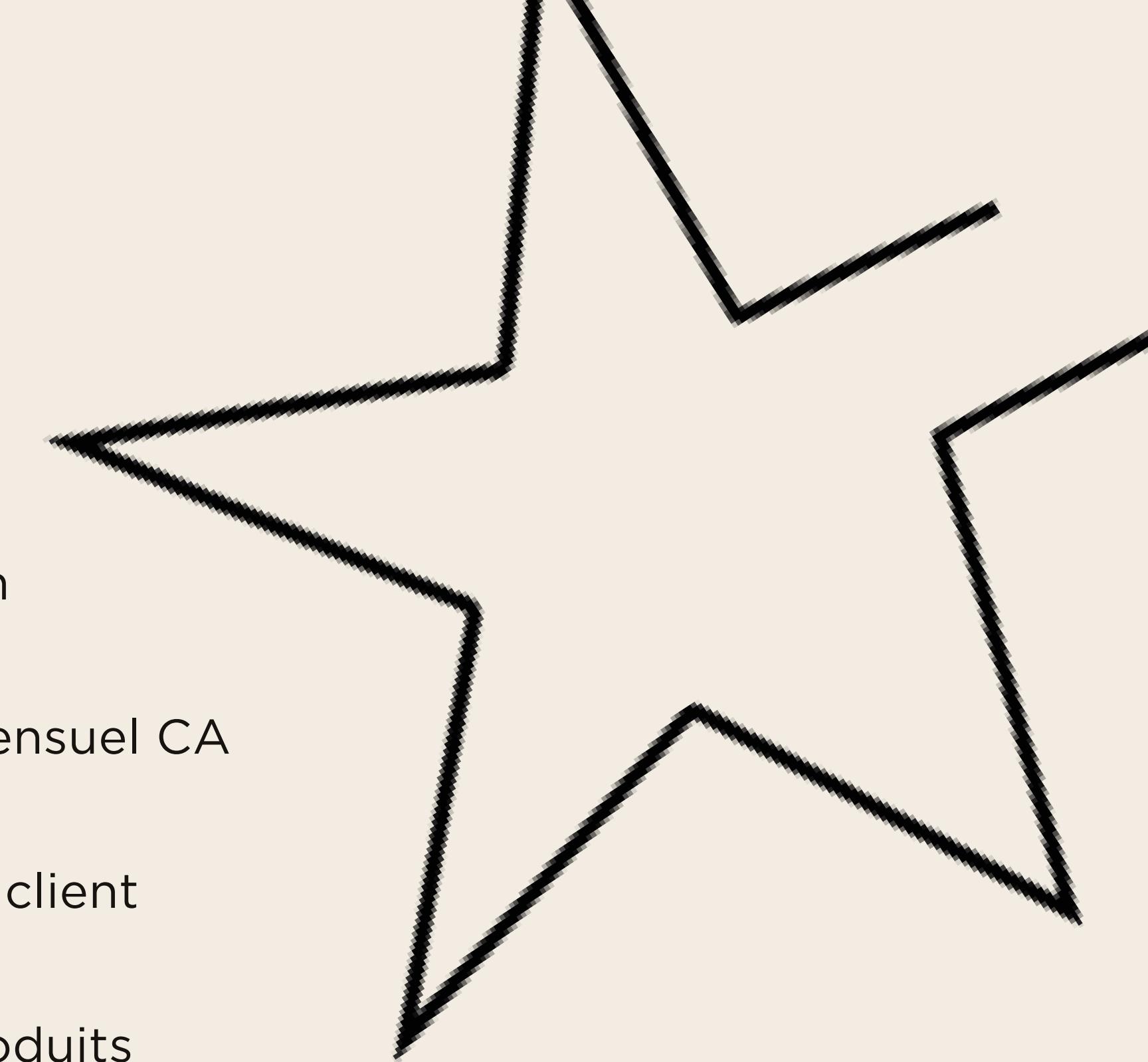
Panier moyen

Taux de croissance mensuel CA

Coût d'acquisition client

Taux de retour produits

ROAS (Retour on Ad Spend)





6. Cibles

- **Jeunes adultes urbains (Cœur de cible)**

- Hommes ou femmes
- Entre 18 et 30 ans
- Étudiants ou jeunes actifs créatifs
- Passionnés de streetwear et de culture urbaine
- Habitent en milieu urbain ou grandes villes
- Cherchent à affirmer leur identité à travers le style
- Centres d'intérêts : musique, foot, art urbain, réseaux sociaux

- **Amateurs de mode premium**

- Hommes ou femmes
- 25 à 40 ans
- Professionnels avec un bon pouvoir d'achat
- Attachés à la qualité, aux matières nobles et aux pièces uniques
- Sensibles au design et aux marques avec un fort storytelling
- Voyageurs ou ouverts sur la culture internationale

- **Diaspora brésilienne et latino-américaine**

- Hommes ou femmes
- 20 à 45 ans
- Vivant en France, Europe ou Amérique du Nord
- Recherchent des marques valorisant leur culture
- Attachés à l'esthétique brésilienne (couleurs, foot, musique)
- Fiers de porter des pièces qui représentent leurs racines

- **Créatifs et artistes urbains**

- Hommes ou femmes
- 18 à 35 ans
- Graffeurs, musiciens, danseurs, photographes, vidéastes
- Cherchent des marques authentiques et engagées
- Sensibles à la culture urbaine, aux mouvements sociaux et artistiques
- Aiment les collaborations et l'expression créative

7. Coûts et Revenus

Coûts

Production & logistique : conception, matières premium, fabrication (Brésil/Portugal), contrôle qualité, stockage, livraison.

Branding & marketing : logo, shooting, réseaux sociaux, collaborations, site e-commerce.

Ressources humaines & outils : équipe (création, marketing), logiciels (Shopify, Adobe, ERP).

Frais fixes : local, services administratifs, dépôt de marque.

Revenus

Vente directe (e-commerce) sur le site officiel, avec ouverture internationale.

Boutiques & pop-ups lors d'événements ou collaborations. Collections capsules avec artistes, sportifs, ou créateurs.

Ligne premium en éditions limitées (pièces haut de gamme).

Merchandising & accessoires : casquettes, tote bags, produits dérivés.



8. Projection Financière

Prix moyen premium Année 1 : 180 €

Prix moyen premium Année 2 : 190 €

Prix moyen premium Année 3 : 200 €

Volume vendu Année 1 : 1 200 pièces

Volume vendu Année 2 : 1 800 pièces

Volume vendu Année 3 : 2 600 pièces

Année	CA	Total coûts	Résultat brut
1	216 000 €	211 200 €	4 800 €
2	342 000 €	282 600 €	59 400 €
3	520 000	379 485 €	140 515 €

Chiffre d'affaires :

Vente e-commerce : 70 %

Pop-ups, concept stores : 20 %

Collaborations : 10 %

Marge brute : 70 % →
130-140 € par pièce

Marketing & branding : 15 % CA

RH & outils : 90 000 € la 1ère
année → +15 %/an

Frais fixes : 24 000 € → +5 %/an

9. Le plan media

Action / Campagne	Réseaux	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Septembre	Budget
Campagne de Lancement	Instagram – TikTok – Site							7 500€
Campagne "Histoire & Culture"	Instagram – TikTok – Youtube							5 500€
Campagne Promo + Communauté	Instagram – TikTok – Stories							2 800€
Collection Printemps/Été	Instagram – TikTok – Site – Mail							5 500€
Campagne Branding Musical	Instagram – TikTok – Spotify							1 800€
Backstage & Création	Instagram – Youtube							1 800€
Paid Ads E-commerce	Instagram – TikTok – Site							3 500€
Newsletter + CRM	Mail							760€
TOTAL	-	-	-	-	-	-	-	29 160€



10. Le calendrier éditorial

Date	Jour	Événement/sujet	plateforme	compte	objectif	Rubrique	Audienc	Format
01/04/2026	mercredi	Storytelling de la marque : origine d'Auriverde + signification du nom	Instagram / TikTok / Site Web	Auriverde	Notoriété	Histoire & Marque	Tout	Vidéo / Carrousel
15/04/2026	mercredi	Les favelas, source d'inspiration : Rocinha, graffiti, foot de rue, lifestyle	Instagram / TikTok	Auriverde	Éducation	Culture & Inspiration	Tout	Vidéo / Post
07/05/2026	mercredi	Les légendes brésiliennes : focus sur Ronaldinho + capsule inspirée de son style	Instagram / TikTok	Auriverde	Notoriété	Football & Street Culture	Tout	Vidéo / Carrousel
21/05/2026	mercredi	Teaser Drop "Samba Collection" : première collection printemps-été	Instagram / Site / Newsletter	Auriverde	Conversion	Actualités & Produits	Tout	Vidéo teaser / Post
04/06/2026	mercredi	Capoeira et style : mini vidéo + inspirations design	Instagram / TikTok	Auriverde	Éducation	Culture brésilienne	Tout	Reels / Vidéo
18/06/2026	mercredi	Concours #AuriverdeStyle : les abonnés partagent leurs looks pour gagner une pièce exclusive	Instagram / TikTok / Stories	Auriverde	Engagement	Communauté & Engagement	Tout	Vidéo / Story
02/07/2026	mercredi	Focus sur la Seleção BR + tenues inspirées des maillots historiques	Instagram / TikTok	Auriverde	Notoriété	Football & Lifestyle	Tout	Vidéo lookbook
16/07/2026	mercredi	Coulisses d'un shooting Auriverde dans un lieu urbain / favela recréée	Instagram / TikTok / Site	Auriverde	Confiance	Marque & Image	Tout	Vidéo backstage
06/08/2026	mercredi	Carnaval d'été Auriverde : campagne visuelle inspirée du Carnaval de Rio	Instagram / TikTok / YouTube	Auriverde	Notoriété	Événement culturel	Tout	Vidéo festive
20/08/2026	mercredi	Collab spéciale avec un artiste / footballeur (ex : influenceur ou graffeur brésilien)	Instagram / TikTok / Site / Presse	Auriverde	Notoriété	Collaboration	Tout	Vidéo + Post
03/09/2026	mercredi	Musique brésilienne & streetwear : playlist + moodboard visuel	Instagram / TikTok / Spotify	Auriverde	Éducation	Culture & Inspiration	Tout	Reels + Playlist
16/09/2026	mercredi	Indépendance du Brésil (7 sept) — rétrospective + design exclusif édition limitée	Instagram / Site / Newsletter	Auriverde	Conversion	Événement national	Tout	Vidéo / Carrousel 13

11. Les rubriques de contenus

ESSENCE AURIVERDE

PRÉSENTEZ L'UNIVERS DE LA MARQUE :

ORIGINES BRÉSILIENNES, INSPIRATIONS CULTURELLES,
VALEURS HUMAINES ET ESTHÉTIQUES. MONTRÉZ
L'ALLIANCE ENTRE LE LUXE, LA RUE ET LE SPORT, TROIS
PILIERS DE L'IDENTITÉ AURIVERDE.

OBJECTIF : INSTALLER UNE IMAGE FORTE ET COHÉRENTE AUTOUR D'UN UNIVERS VISUEL IDENTIFIABLE. CRÉER UN ATTACHEMENT ÉMOTIONNEL À LA MARQUE GRÂCE À UNE NARRATION INSPIRANTE.

PLACEMENTS : INSTAGRAM / YOUTUBE / SITE WEB

FORMAT : VIDÉO COURTE, REEL OU PHOTO

CATÉGORIE : #AURIVERDESPIRIT #LUXURYSTREETWEAR
#MADEINBRAZIL #IDENTITÉDEMARQUE



11. Les rubriques de contenus

COLLECTION & DESIGN

PRÉSENTEZ LES COLLECTIONS :

METTEZ EN AVANT LA QUALITÉ ARTISANALE DES VÊTEMENTS : DÉTAILS, COUTURE, FINITIONS, MATÉRIAUX ÉTHIQUES, CROQUIS ET PROTOTYPES.

OBJECTIF : VALORISER LE SAVOIR-FAIRE, L'EXIGENCE DE QUALITÉ ET LA RECHERCHE ESTHÉTIQUE DE CHAQUE PIÈCE.

PLACEMENTS : INSTAGRAM / YOUTUBE / TIKTOK
FORMAT : CARROUSEL OU COURTE VIDÉO PRODUIT
CATÉGORIE : #AURIVERDEDESIGN #MODERESPONSABLE
#LUXURYDETAIL #STREETELEGANCE



11. Les rubriques de contenus

FOOTBALL CULTURE

PRÉSENTEZ LE LIEN ENTRE FOOTBALL ET MODE :
SÉRIE DE CONTENUS QUI EXPLORENT COMMENT LE FOOTBALL BRÉSILIEN INFLUENCE LE STYLE URBAIN : MAILLOTS REVISITÉS, ACCESSOIRES, AMBIANCE DES STADES, PASSION COLLECTIVE.

OBJECTIF : RAPPELER LES RACINES CULTURELLES ET ÉMOTIONNELLES DE LA MARQUE TOUT EN ATTIRANT UN PUBLIC JEUNE, PASSIONNÉ ET ENGAGÉ.

PLACEMENTS : TIKTOK / INSTAGRAM REELS / YOUTUBE SHORTS

FORMAT : VIDÉO DYNAMIQUE

CATÉGORIE : #FROMPITCHTOSTREET #AURIVERDEFC
#FOOTBALLSTYLE #STREETCULTURE



11. Les rubriques de contenus

BEHIND THE VISION

PRÉSENTEZ LES COULISSES :

MONTEZ DES SÉQUENCES DE FABRICATION,
D'ESSAYAGES, DE SHOOTINGS, DE RÉUNIONS
CRÉATIVES OU DE MESSAGES DU FONDATEUR.

**OBJECTIF : CRÉER UN LIEN DE TRANSPARENCE
ET D'AUTHENTICITÉ AVEC LA COMMUNAUTÉ.**

PLACEMENTS : INSTAGRAM STORIES / YOUTUBE /
TIKTOK

FORMAT : VIDÉO DOCUMENTAIRE OU STORY

CATÉGORIE : #AURIVERDEVISION

#BEHINDTHEBRAND #CREATIVEPROCESS

#HUMANLUXURY



11. Les rubriques de contenus

COMMUNITY & COLLABS

PRÉSENTEZ LA COMMUNAUTÉ ET LES COLLABORATIONS :

VALORISEZ LES CLIENTS, ARTISTES, PHOTOGRAPHES, SPORTIFS ET CRÉATEURS QUI INCARNENT LA MARQUE.

OBJECTIF : FÉDÉRER UNE COMMUNAUTÉ AUTOUR D'UN LIFESTYLE PARTAGÉ ET D'UNE FIERTÉ D'APPARTENANCE À L'UNIVERS AURIVERDE.

PLACEMENTS : INSTAGRAM / TIKTOK / SITE WEB

FORMAT : VIDÉO COURTE, REEL OU PHOTO

CATÉGORIE : #AURIVERDEFAMILY

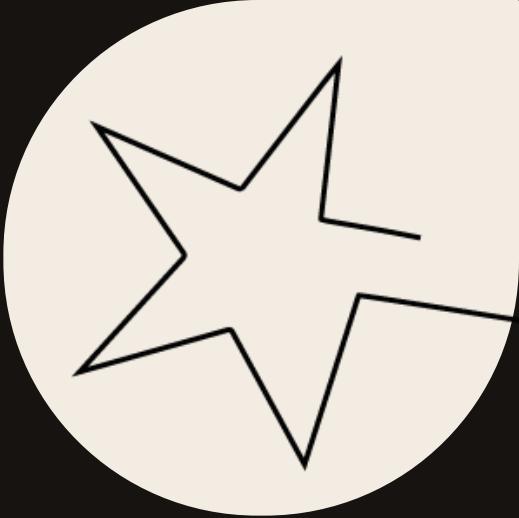
#COLLABOFTHEMONTH #COMMUNITYSTYLE

#BRAZILIANLUXURY



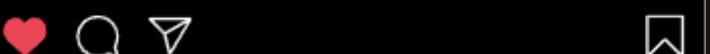
11. Les post prêts à l'emploi

POST COLLABORATION — AURIVERDE x Emicida



11. Les post prêts à l'emploi

**POST — “BEHIND THE VISION:
L’ENVERS DU STYLE”**



28,696 likes

Auriverde Derrière chaque vêtement, il y a des visages, des idées et des nuits blanches.

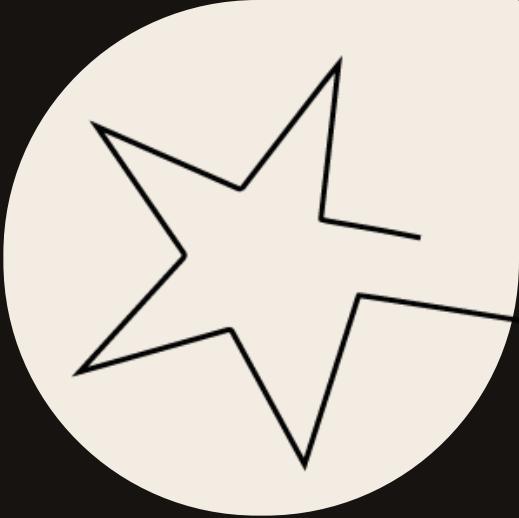
Auriverde, c'est plus qu'une marque : c'est une aventure humaine, née d'un rêve et façonnée par la passion.

Bienvenue dans l'envers du style.

#AuriverdeVision

View all 5615 comments

5 days ago





Auriverde · Following

11. Les post prêts à l'emploi

POST—“FOOTBALL CULTURE : DU TERRAIN À LA RUE”



85.686likes

Auriverde L'esprit du jeu. Le style de la rue. Découvre notre nouveau drop vintage inspiré des légendes. Coupe oversize, effet usé et l'âme Auriverde dans chaque couture. Le numéro 7 n'a jamais été aussi bien porté.

Disponible maintenant. Lien en bio.

#Auriverde #Streetwear #Blokecore #VintageStyle #OOTD
#UrbanFashion #NewDrop

[View all 10587 comment](#)

15 days ago



11. Les post prêts à l'emploi

POST – “COLLECTION & DESIGN: L’ART DU DÉTAIL”



5.696 likes

Auriverde Chaque couture porte une intention.
Chez Auriverde, la mode n'est pas une tendance : c'est un langage.
D'un trait de crayon à la dernière couture, chaque pièce naît d'une idée précise : éléver la rue au rang d'art.
Le design, c'est notre discipline. L'émotion, notre signature.
#AuriverdeDesign

View all 1255 comments

4 days ago



11. Les post prêts à l'emploi

POST — L'ESSENCE AURIVERDE



45.696 likes

Auriverde Les secrets sont faits pour être découverts. 🔎

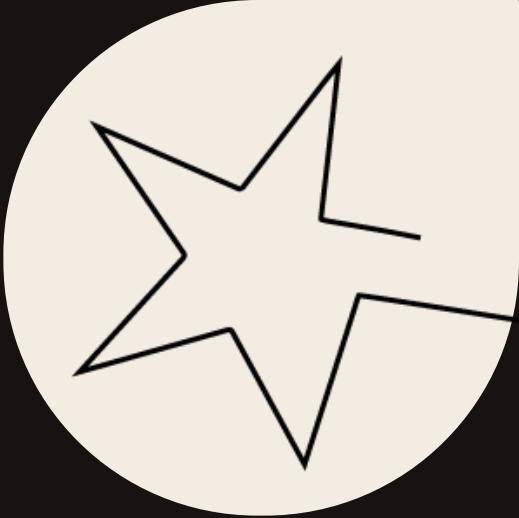
Nous avons ouvert le grimoire. L'essence d'Auriverde y est inscrite : l'or, le béton, le jeu. Restez connectés. Nous sommes sur le point de tourner la page.

À suivre...

#AuriverdeSecret #Teasing #MysteryDrop #ComingSoon
#StreetwearCulture

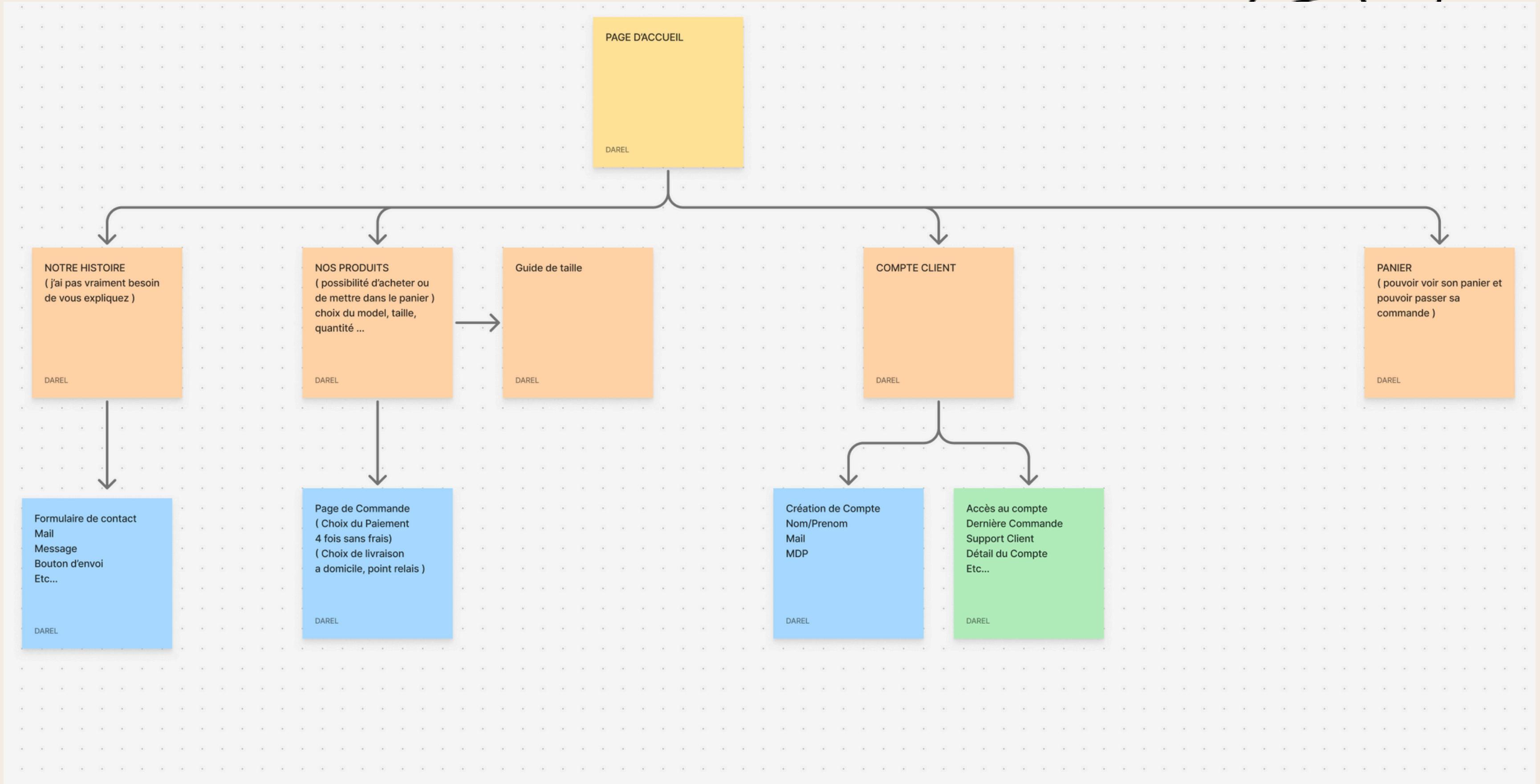
View all 9005 comment

8 days ago



12. Arborescence

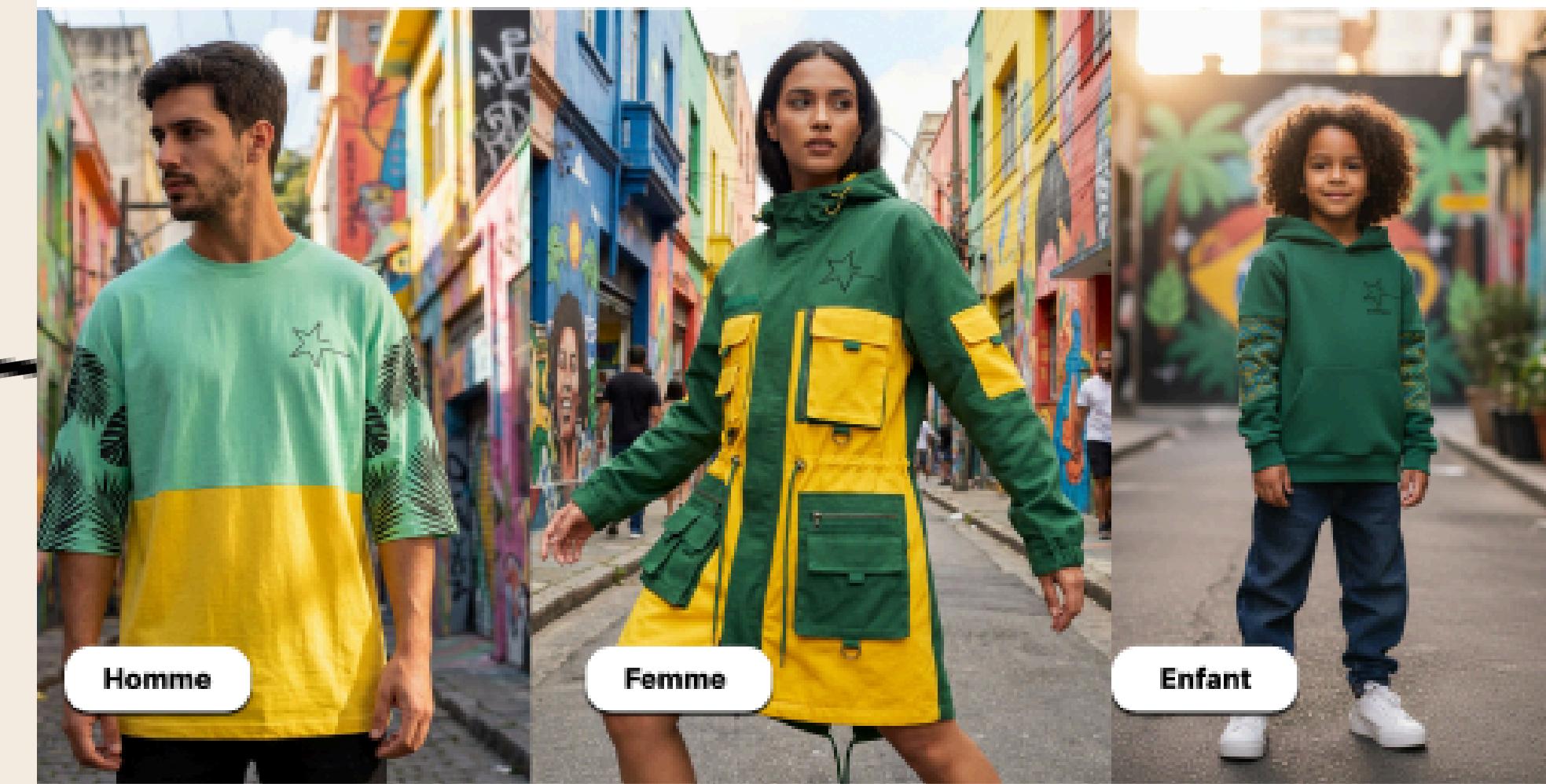
Auriver



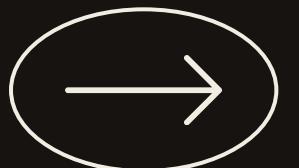


12. Maquettes

<https://www.figma.com/design/HUpMc1f9J2foDurO1RbQYc/Maquette?node-id=0-1&t=hIOu4x2FYwAasmBa-1>



MERCI



WWW.AURIVERDE.COM

