



# WS102 - **CONCEVOIR UNE RECOMMANDATION DE COMMUNICATION NUMÉRIQUE**

Evan ZIVIC, Sarah PERREAUT, Klara PEUVOT, Mathias PICART



# SOMMAIRE

1. Choix de marque.....p3
2. Storytelling.....p4
3. Slogan.....p5
4. La cible.....p6-10
5. Audit.....p11-13
6. Swot.....p14
7. Objectif SMART.....p15
8. Stratégie de communication.....p16-22
9. Création de contenu.....p23-25
10. Organisation d'un événement.....p26

# CHOIX DE MARQUE - MOODBOARD

Nous avons choisi le nom "**Ethika**" pour notre marque, car il est **facile à prononcer** partout dans le monde et incarne nos valeurs d'éthique et d'engagement envers le **slow fashion**.

Il réunit des **déclinaisons du mot "éthique"** dans plusieurs langues, comme "Ethik" en allemand, "Ethics" en anglais et "Etica" en italien.

À travers Ethika, nous ne vous offrons pas seulement un produit, mais vous invitons à faire partie d'un **mouvement** : celui de consommer autrement, en mettant l'accent sur la **qualité** et la **durabilité**.

Chaque paire de chaussures que nous créons est une preuve que la mode peut **respecter l'environnement**.



M O O D B O A R D

#A17  
030

#FBF  
BD1

#F9B  
000

#E7D  
27D

Logo : Ethika

# STORYTELLING

Evan, Klara, Mathias et Sarah sommes quatre amis liés par une passion commune pour **l'écologie**. Pendant nos études, nous avons souvent discuté de l'impact de la mode sur l'environnement. Un jour, nous avons décidé de **passer à l'action**.

C'est ainsi qu'est née **Lumina**, notre agence, un nom qui signifie lumière.

Notre but ? **Éclairer** de nouvelles façons de consommer, plus **durables et respectueuses**.

De là, **Ethika** a vu le jour : une marque de chaussures qui incarne nos valeurs. Fabriquées à partir de **matériaux recyclés**, elles se distinguent par leur **design modulable**, conçu pour durer et réduire les déchets.

Nous croyons qu'il est possible de **changer les choses**.



# SLOGAN

**Slogan France** : "Marchez responsable, avancez durable avec Ethika"

**Slogan Allemagne** : "Solide Schuhe, die für die Ewigkeit gedacht sind"

=> "Des chaussures solides, pensées pour durer"

Insiste sur la durabilité et la qualité technique des produits

**Slogan Royaume-Uni** : "Every change starts with your commitment"

=> "Chaque changement débute par votre engagement "

Mise en avant de l'action et de l'impact positif des chaussures

**Slogan Italie** : "Uno sguardo in armonia con la natura"

=> "Un look en harmonie avec la nature"

Associe le style italien à des matériaux écologiques





# Personae Italien



## Matteo Bianchi

Consultant en développement durable

Âge : 32 ans	Italie (résidant à Milan)
Sexe : Homme	Éducation : Diplômé en sciences environnementales
Statut matrimonial : Célibataire, sans enfants	Poste : Consultant en développement durable

## BIOGRAPHIE :

Matteo Bianchi est un consultant en développement durable basé à Milan, passionné par l'écologie et la mode éthique. Il cherche à découvrir des marques italiennes de chaussures écoresponsables qui respectent l'environnement tout en offrant un style moderne et confortable. Matteo est particulièrement attiré par les produits fabriqués en Italie à partir de matériaux durables et cherche à élargir ses connaissances sur les entreprises engagées dans cette cause.

## OBJECTIFS :

- Rechercher des marques de chaussures éthiques et écoresponsables.
- Trouver des informations sur les matériaux durables utilisés dans la fabrication.
- Découvrir des blogs italiens partageant des conseils sur des achats écoresponsables.
- Identifier des initiatives locales promouvant la mode durable en Italie.

## PERSONNALITÉ :

- Curieux et Passionné : Matteo aime explorer les nouvelles tendances en matière de durabilité et partager ses découvertes.
- Consciencieux et Responsable : Il veille à réduire son empreinte écologique à travers ses choix de consommation.
- Sociable et Collaboratif : Il apprécie les échanges avec des personnes partageant les mêmes valeurs pour apprendre et inspirer.

## COMPORTEMENT DE NAVIGATION :

Matteo consulte régulièrement des blogs italiens sur la mode éthique, surtout le matin et durant sa pause déjeuner. Il passe environ 15 minutes par session à lire des articles, des guides d'achat, et des recommandations de produits.

## COMPÉTENCES :

Recherches en ligne sur la durabilité

Utilisation de plateformes et blogs écoresponsables

Analyse et comparaison des produits

Connaissance des initiatives écologiques locales

## PASSIONS ET LOISIRS :

RANDONNÉE ET CONNEXION AVEC LA NATURE

MODE ÉCORESPONSABLE

PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS LOCAUX SUR LA DURABILITÉ

MODE ÉCORESPONSABLE

# Personae Anglaise



## Sophie Greenfield

Consultante en développement durable

Âge : 28 ans

Royaume-Uni (résidant à Londres)

Sexe : Femme

Éducation Diplômée en développement durable

Statut matrimonial : Célibataire, vit en colocation

Poste : Consultant en développement durable

## BIOGRAPHIE :

Sophie Greenfield est une consultante en développement durable basée à Londres, passionnée par l'écologie et la mode éthique. Elle cherche à consommer moins, mais mieux, en privilégiant la qualité et la durabilité tout en soutenant des entreprises partageant ses valeurs. Sophie est attentive à la transparence des matériaux et des processus de fabrication, et elle partage régulièrement ses découvertes pour sensibiliser sa communauté.

## OBJECTIFS :

- Identifier des marques de chaussures éthiques et écoresponsables.
- Trouver des informations détaillées sur les matériaux recyclés ou biodégradables.
- Découvrir des plateformes fiables pour des achats en ligne écoresponsables.
- Repérer des initiatives locales autour de la mode durable à Londres.

## PERSONNALITÉ :

- Curieuse et Engagée : Sophie aime explorer les innovations écologiques et sensibiliser les autres à ses découvertes.
- Méfiante mais Optimiste : Elle veut éviter le greenwashing tout en restant convaincue de l'importance de soutenir des entreprises transparentes.
- Active et Inspirante : Elle partage ses expériences sur les réseaux sociaux pour inspirer son entourage à adopter un mode de vie plus durable.

## COMPORTEMENT DE NAVIGATION :

Sophie privilégie les réseaux sociaux pour découvrir des marques et des produits. Elle suit des influenceurs et des pages spécialisées en mode éthique et durable, et elle consulte fréquemment des avis et retours d'expériences avant de faire ses achats.

## COMPÉTENCES :

Recherche sur la durabilité et les matériaux

Analyse critique des pratiques des marques

Connaissance des labels et certifications éthiques

Utilisation des réseaux sociaux pour sensibiliser

## PASSIONS ET LOISIRS :

YOGA ET VÉLO POUR UN MODE DE VIE ACTIF

PARTICIPATION À DES ÉVÉNEMENTS ÉCOLOGIQUES LOCAUX

MODE DURABLE ET ÉCORESPONSABLE

PARTAGE D'ASTUCES ET DE DÉCOUVERTES SUR INSTAGRAM

# Personae Allemand



**Jonas Müller**  
Consultant en transport durable

Âge : 35 ans

Sexe : Homme

Statut matrimonial :

Allemagne (résidant à Munich)

Éducation : Diplômé en gestion des transports

Poste : Consultant en transport durable

## BIOGRAPHIE :

Jonas Müller est un consultant en transport durable basé à Munich, en Allemagne. Voyageur fréquent, il prend souvent le train pour se rendre à des réunions, explorer de nouvelles régions ou simplement profiter de la mobilité durable. Jonas s'intéresse particulièrement à la mode écoresponsable, avec un accent sur les chaussures pratiques, éthiques et adaptées à ses trajets réguliers.

## OBJECTIFS :

- Trouver des chaussures confortables et durables pour ses voyages fréquents en train.
- Identifier des marques proposant des produits éthiques et respectueux de l'environnement.
- Obtenir des informations sur les matériaux recyclés et les processus de fabrication.
- Découvrir des options adaptées à un mode de vie actif et mobile.

## PERSONNALITÉ :

- Pragmatique et Éco-conscient : Jonas privilégie des solutions pratiques qui respectent ses valeurs environnementales.
- Voyageur Passionné : Il explore de nouvelles régions et aime partager ses expériences.
- Critique mais Fidèle : Il cherche des marques transparentes qu'il peut soutenir à long terme.

## COMPORTEMENT DE NAVIGATION :

Jonas préfère découvrir des marques et des produits via des publicités visibles dans les gares ou d'autres espaces publics qu'il fréquente. Il accorde également de l'importance aux recommandations directes ou aux événements physiques liés à la mode durable.

## COMPÉTENCES :

Recherche de produits pratiques et durables

Analyse critique des marques éthiques

Connaissance des certifications environnementales

Planification de voyages fréquents en train

## PASSIONS ET LOISIRS :

VOYAGES EN TRAIN ET DÉCOUVERTE DE PAYSAGES

PARTICIPATION À DES INITIATIVES LOCALES POUR LA MOBILITÉ DURABLE

MODE ÉTHIQUE ET FONCTIONNELLE

PARTAGE DE CONSEILS DE VOYAGE SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

# Triangle d'or de positionnement

## 1. Cible principale

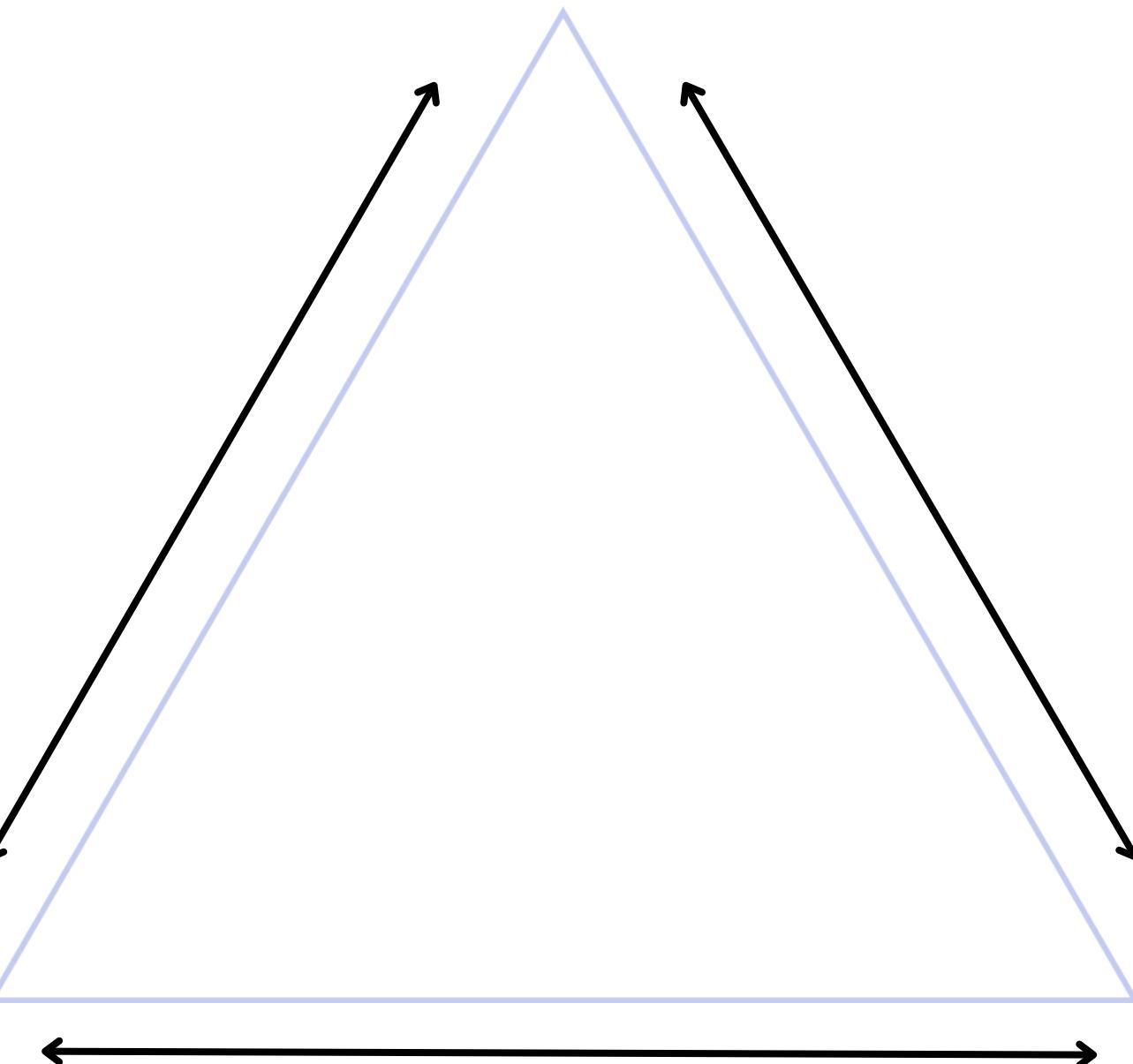
**Jeunes éco-conscients (18-35 ans)**

**Profil :**

Sensibles à l'environnement, engagés dans des pratiques de consommation durable, amateurs de mode responsable.

**Attentes :**

Transparence, durabilité, engagement écologique.



## 2. Bénéfices proposés

**Mode durable et éthique, accessible et engageante.**

**Fonctionnels :**

Produits de haute qualité, réparables et recyclables.

**Émotionnels :**

Sentiment de contribuer à un mouvement écoresponsable.

**Sociaux :**

Appartenance à une communauté de consommateurs engagés.

## 3. Différenciation

**Approche circulaire et locale**

**Atouts uniques :**

Utilisation de matériaux écoresponsables (cuir labellisé, laine recyclée, matières végétales).

Transparence sur les processus de production et engagement artisanal local.

Programme de retour et recyclage en fin de vie.

# AUDIT

# ETHIKA

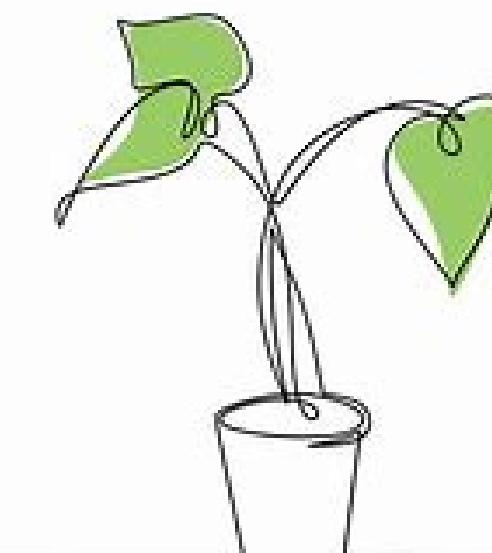
Matériaux	Origine	Utilisation	Avantages
<b>Plastiques recyclés</b>	Bouteilles, déchets industriels	Semelles (flexibles et résistantes), clips modulables, structure de base	Faciles à mouler, durables, légers
<b>Textiles recyclés</b>	Vêtements usagés, filets de pêche recyclés	Tige (partie supérieure), éléments décoratifs	Respirants, légers, esthétiques
<b>Cuir recyclé ou alternatif</b>	Chutes de cuir industriel, cuir vegan (champignons, ananas, etc.)	Partie supérieure pour un aspect premium	Durable, élégant, écologique
<b>Mousses recyclées</b>	Déchets industriels, chaussures usagées	Semelles intérieures pour le confort	Absorbe les chocs, légères, confortables

## Production locale et artisanale :

- Mettre en avant une fabrication locale pour réduire l'empreinte carbone et soutenir l'économie locale.

## Design modulable et durable :

- Des chaussures conçues pour durer avec des éléments interchangeables (semelles remplaçables, accessoires amovibles) avec aimants puissants (néodyme)
- Utilise des aimants recyclés provenant d'anciens appareils électroniques.

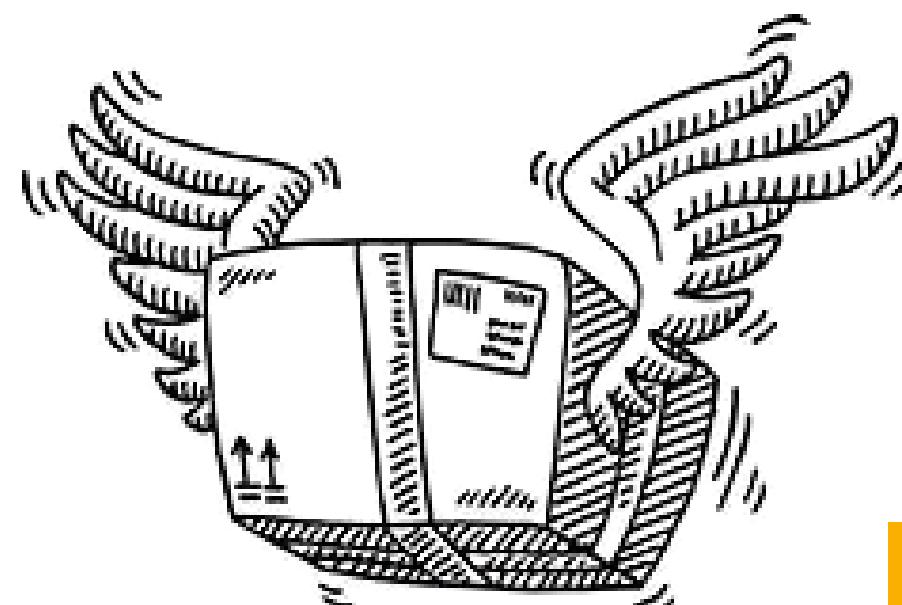


## Stratégies de production et logistique

- **Production décentralisée et locale :**
  - Produire en petites séries dans chaque région pour limiter les transports internationaux et l'empreinte carbone.
- **Logistique verte :**
  - Utiliser des partenaires logistiques qui compensent leurs émissions (DHL GoGreen, UPS Carbon Neutral).
  - Optimiser l'emballage : boîtes réutilisables, compostables ou minimalistes.
  - Favoriser les livraisons groupées pour limiter les émissions.
- **Modèle de précommande :**
  - Fonctionner sur un modèle de précommande pour éviter les surplus de stock

## Points de vente et canaux de distribution

- **Boutiques physiques écoresponsables :**
  - Collaborer avec des enseignes locales bien établies dans la mode durable (Allemagne : Glore, Italie : Altramoda, Royaume-Uni : Know the Origin).
  - Pop-ups dans les grandes villes (événement)
- **E-commerce écologique :**
  - Un site web international qui calcule l'impact écologique de chaque commande.



## Structure de la gamme

- **Chaussures décontractées :**
  - Sneakers et baskets en matériaux recyclés, design tendance et confortable.
- **Chaussures élégantes :**
  - Modèles pour le bureau ou les événements, utilisant des cuirs végétaux haut de gamme.
- **Ligne unisex et enfants :**
  - Étendre l'offre pour toucher différents segments du marché?

## Impact environnemental

- Réduction des déchets grâce aux matériaux recyclés.
- Réduction des émissions de CO<sub>2</sub> grâce à une production locale.
- Transparence, partagé avec les consommateurs



# SWOT

S	W	O	T
Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
<p><b>Demande croissante</b> : Les gens s'intéressent de plus en plus aux produits écologiques.</p> <p><b>Image positive</b> : Les marques écoresponsables inspirent confiance.</p> <p><b>Différenciation</b> : Un style unique par rapport aux autres marques.</p>	<p><b>Coûts élevés</b> : Matériaux et production durables coûtent cher.</p> <p><b>Prix pour les clients</b> : Pas toujours accessibles pour tout le monde.</p> <p><b>Chaîne complexe</b> : Difficile de garantir une logistique 100 % éthique.</p>	<p><b>Éducation</b> : Les gens veulent en savoir plus sur les impacts de leurs choix.</p> <p><b>Nouveaux marchés</b> : Les régions sensibles à l'écologie grandissent.</p> <p><b>Partenariats</b> : Travailler avec des ONG ou influenceurs peut renforcer la crédibilité.</p>	<p><b>Greenwashing</b> : Les faux engagements éthiques des autres marques brouillent les pistes.</p> <p><b>Concurrence</b> : Les grandes marques ont plus de moyens pour attirer les clients.</p> <p><b>Prix des matériaux</b> : La hausse des coûts peut déstabiliser les budgets.</p>

# Objectif SMART

Le SMART en 1 phrase : Établir Ethika comme référence en chaussures écoresponsables dans trois pays d'ici janvier 2026, avec une hausse de 25 % des ventes.

## **Spécifique :**

Établir Ethika comme la marque de référence pour des chaussures écoresponsables dans trois pays clés : Italie, Allemagne, et Angleterre.

## **Mesurable :**

Atteindre une augmentation de 25 % des ventes en ligne dans chaque pays cible au cours des 12 prochains mois.

## **Atteignable :**

S'appuyer sur une stratégie digitale ciblée, des partenariats avec des influenceurs locaux, et l'organisation d'événements immersifs comme le "Ethika Green Experience."

## **Pertinent :**

Répondre à la demande croissante pour des produits éthiques et durables tout en renforçant l'image de marque grâce à des campagnes axées sur les valeurs locales.

## **Temporel :**

L'objectif sera atteint d'ici janvier 2026, avec des évaluations trimestrielles pour ajuster les efforts de communication et de marketing.

## **Stratégie de communication (prochaine slide)**



# Stratégie de communication - 1

## Partager l'histoire de la marque (Transparence) :

- de la conception à la production, création d'une page dédiée expliquant le processus de fabrication.

## Trajectoire des matériaux recyclés :

- Raconter l'origine des matériaux, de leur état de déchet à leur transformation en chaussure. Certifications et labels écologiques bien visibles sur le site.

## Valorisation des artisans locaux :

- mettre en lumière les artisans qui confectionnent chaque paire de chaussures. Données sur les économies d'eau, réduction des émissions de CO2. Une marque tournée vers l'avenir

## Proposer un programme de recyclage :

- retour des chaussures usées contre une remise sur un nouvel achat.

## Fin de vie des chaussures :

- donner les chaussures encore en bon état à des associations ou recycler les chaussures qui sont en mauvais état.



# Stratégie de communication - 2

## Création de contenu engageant :

- Rédiger des articles en version bilingue expliquant les bénéfices des chaussures fabriquées à partir de matériaux recyclés.
- Produire des vidéos avant/après illustrant l'impact positif des matériaux recyclés.
- Lancer des défis éco-responsables sur TikTok

## Événements et collaborations :

- Pop-up stores dans les grandes villes européennes : Proposer des ateliers de personnalisation lors de ces événements.
- Partenariats avec des ONG locales : organiser des campagnes sur des enjeux environnementaux spécifiques.
- Don de chaussures usées mais en bon état.
- Collaborations avec des marques éthiques (vêtements ou accessoires).



# Stratégie de communication - 3

## Stratégie digitale multilingue

### TikTok :

- Diffuser des vidéos brèves et captivantes sur le processus de fabrication, les valeurs de la marque et des collaborations avec des acteurs locaux.
- Challenges (#RecycledSteps), vidéos "avant/après", collaborations avec des influenceurs écoresponsables.

### Instagram :

- Esthétique minimaliste
- Photos lifestyle
- Diffuser des vidéos brèves et captivantes sur le processus de fabrication, les valeurs de la marque et des collaborations avec des acteurs locaux.
- Collaborations avec des influenceurs écoresponsables.

### Pinterest :

- Créer des moodboards inspirants mettant en avant des looks intégrant les chaussures.
- Créer des tableaux d'inspiration mode avec les chaussures
- Photos lifestyle
- Google Ads : Cibler les requêtes autour de "chaussures recyclées", "chaussures écologiques" et "chaussures recyclable"



# Stratégie de communication - 4

## Stratégie de Communication Pré-Événement :

- Campagnes Teaser sur Instagram & TikTok.
- Partenariats avec Influenceurs locaux.
- Lancement d'un hashtag dédié : #EthikaGreenExperience.

### Offres Exclusives :

- Remises spéciales pour les premiers visiteurs.
- Édition limitée disponible uniquement durant l'événement

### Indicateurs de Succès :

- Taux de participation à l'événement.
- Engagement sur les réseaux sociaux (partages, hashtags, mentions).
- Volume des ventes pendant l'événement.

### Slogan de l'Événement :

- *Marcher responsable, avancer durable avec ethika*



# Stratégie de communication - 5

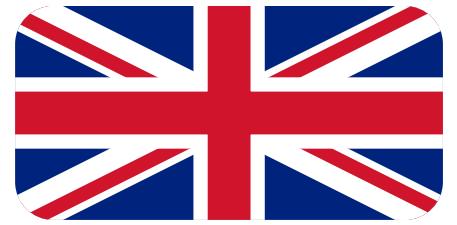


## Adaptation à chaque pays : Italie

- **Cible principale :**
  - approche mode et qualité des produits
- **Stratégie :**
  - Souligner le lien avec les matières locales (marc de raisin, cuir végétal) et la tradition artisanale italienne.
  - Travailler avec des concept stores haut de gamme ou des boutiques locales.
  - Collaborer avec des stylistes pour concevoir des collections capsules et établir des partenariats avec des revues de mode.
- **Collaboration avec des influenceurs locaux écoresponsables :**
  - Associer des influenceurs de mode à des événements comme la Milan Fashion Week pour des capsules exclusives.



# Stratégie de communication - 6



## Adaptation à chaque pays : Royaume-Uni

- **Cible principale :**
  - Transparence et engagement social
- **Stratégie :**
  - Adopter un storytelling digital **percutant**, misant sur la **transparence** et des campagnes fortes sur les réseaux sociaux.
  - publier sur les labels écologiques et les économies d'eau et de CO2
- **Collaboration avec des influenceurs locaux écoresponsables :**
  - Collaborer avec des influenceurs axés sur la transparence et l'engagement social.



# Stratégie de communication - 7

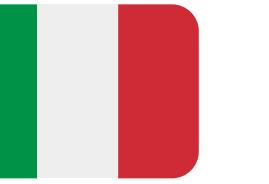


## Adaptation à chaque pays : Allemagne

- **Cible principale :**
  - Approche technique avec explications détaillées.
- **Stratégie :**
  - Mettre en avant la **durabilité** des matériaux et la réduction de l'empreinte carbone.
  - Utiliser des labels locaux comme le "**Blauer Engel**" pour rassurer sur l'aspect écologique.
  - Points de vente via des boutiques **zéro déchet** ou spécialisées dans la mode durable
  - Fournir des explications techniques approfondies sur les processus de fabrication et les certifications.
- **Collaboration avec des influenceurs locaux éco-responsables :**
  - Travailler avec des influenceurs spécialisés dans la technologie ou le mode de vie écologique.



# Contenu 1 - Italie



**Ethika**  
Il blog dedicato alle scarpe etiche e sostenibili

Home   Raccomandazioni   Consigli Pratici   Recensioni della Comunità

## Il tuo passo verso un futuro sostenibile

Unisciti a noi per scoprire le migliori scarpe eco-friendly, consigli pratici e recensioni affidabili dalla nostra comunità.

### Raccomandazioni

Il nostro team ha selezionato per voi i migliori marchi di scarpe rispettosi dell'ambiente. Ogni prodotto è valutato secondo criteri rigorosi: materiali sostenibili, produzione etica e riduzione dell'impronta di carbonio.

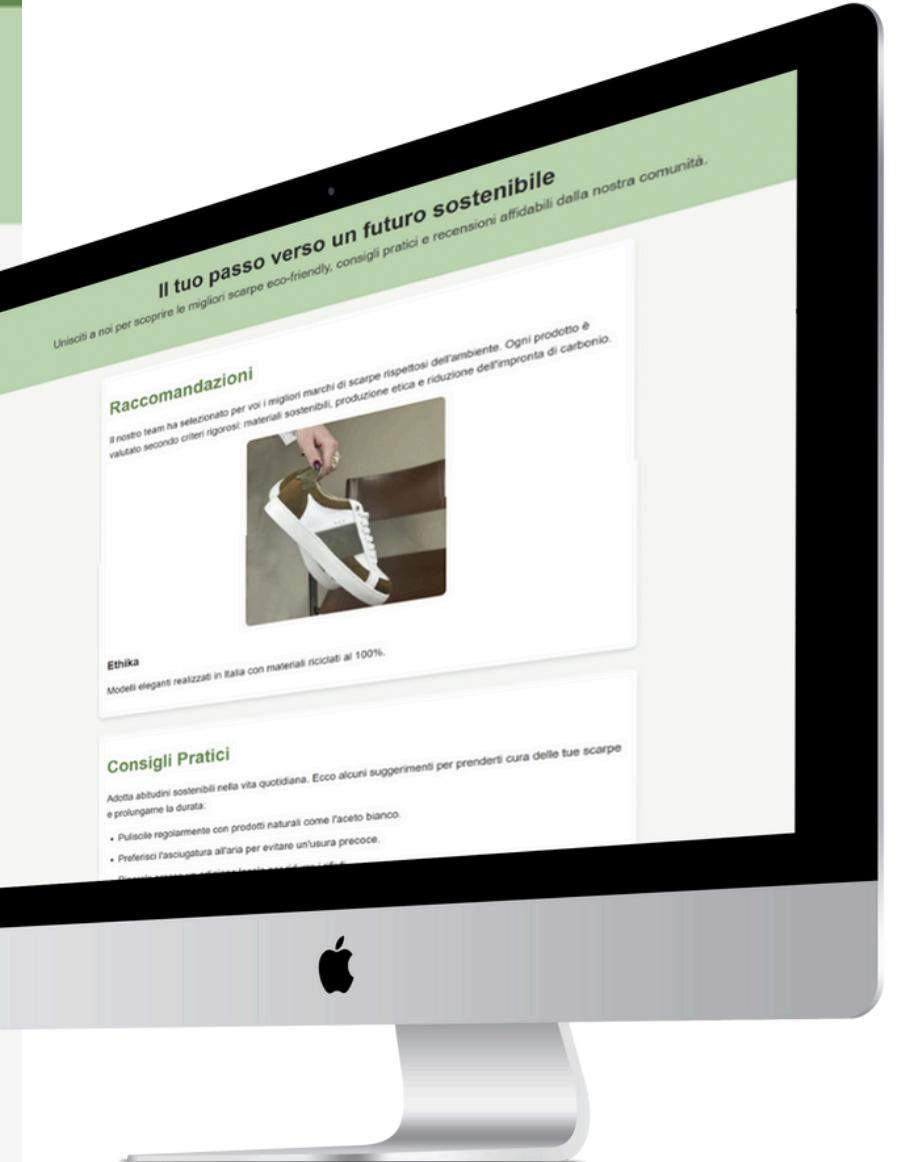


Ethika  
Modelli eleganti realizzati in Italia con materiali riciclati al 100%.

### Consigli Pratici

Adotta abitudini sostenibili nella vita quotidiana. Ecco alcuni suggerimenti per prenderti cura delle tue scarpe e prolungare la durata:

- \* Puliscile regolarmente con prodotti naturali come l'aceto bianco.
- \* Preferisci l'asciugatura all'aria per evitare un'usura precoce.

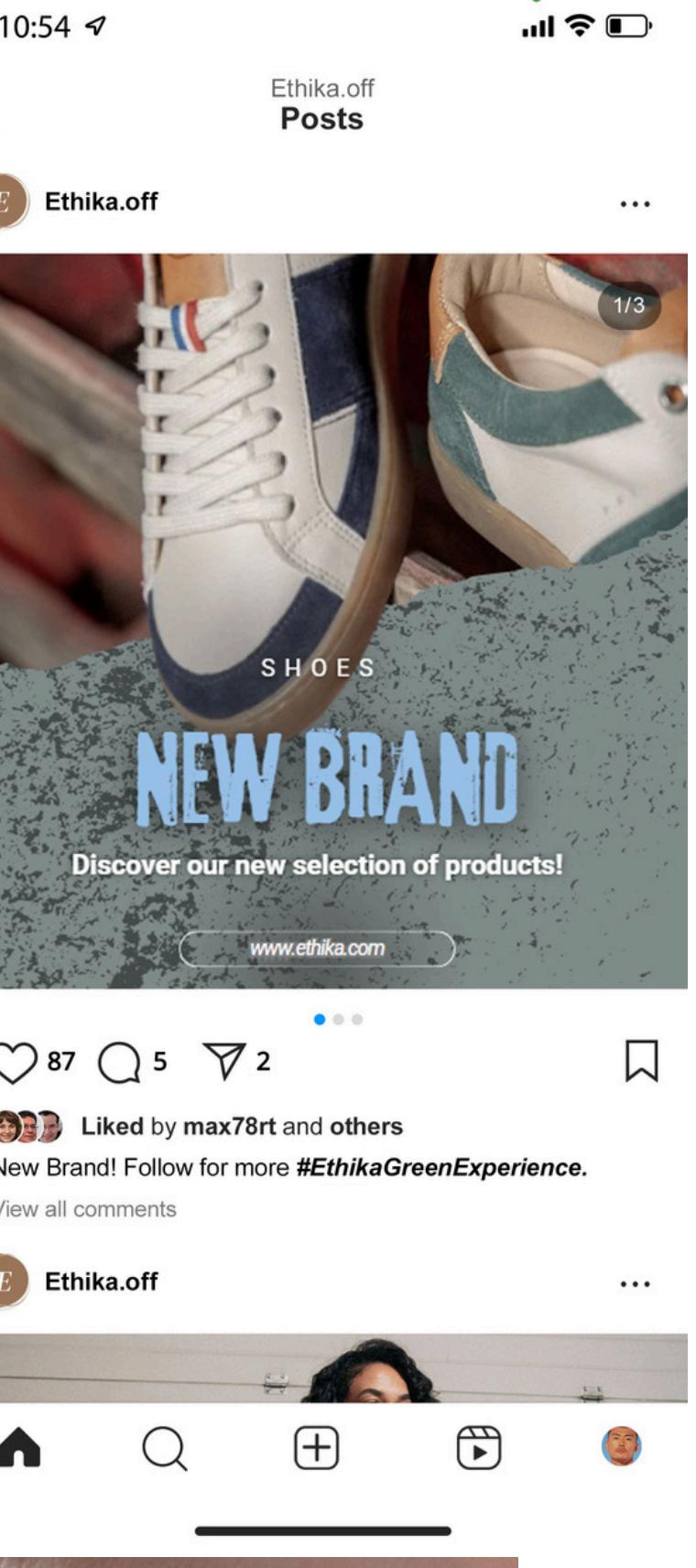
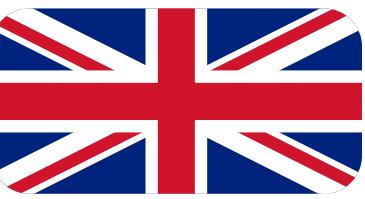


**Authenticité et transparence :** Les Italiens aiment les récits **sincères** et les preuves **éthiques**. Le blog partage des histoires de marques et détaille les matériaux, renforçant leur **confiance**.

**Qualité et style :** En combinant **élégance et durabilité**, le blog séduit un public italien attaché à la mode et à l'**écologie**.

**Interaction :** Recommandations et conseils renforcent leur goût pour les échanges **sociaux**.

# Contenu 2 - Royaume-Uni



**Visuels inspirants** : Les Anglais découvrent les marques **éthiques** sur Instagram. Des images **modernes et esthétiques** captent leur attention.

**Storytelling sincère** : Partager l'histoire de la collection et ses valeurs éthiques touche leur sensibilité pour la **transparence** et la **durabilité**.

Engagement communautaire : Encourager les avis et partages incite à **l'interaction**, en phase avec leurs habitudes sociales.

**Style de vie** : Montrer les chaussures en situations **quotidiennes** (bureau) les rend pertinentes pour leur routine **active et durable**.

# Contenu 3 - Allemagne



Entdecken Sie  
Umweltverantwortung mit Ethika!

[www.ethika.co](http://www.ethika.co)

**NACHHALTIGKEIT  
UMWELTVERANTWORTUNG**

Erklimmen Sie die Höhen der Ethik und Innovation!  
Egal, ob Sie Anfänger oder Experte sind, entdecken Sie unsere umweltfreundlichen Schuhe, die aus innovativen und nachhaltigen Materialien hergestellt werden: Pflanzenleder, recycelter Kunststoff, Naturfasern.

+33 7 77 77 77 77  
[ethika@pro.fr](mailto:ethika@pro.fr)



**Lieu stratégique** : Pour les personnes qui prennent régulièrement le **train** et passent beaucoup de temps dans les **gares**. Une affiche bien placée est directement **visible** dans leur environnement quotidien.

**Format direct et informatif** : Les Allemands apprécient les messages **clairs** et **précis**. L'affiche peut mettre en avant les matériaux **recyclés**, le **confort** des chaussures, et leur adéquation pour un mode de vie actif.

**Appel à l'action localisé** : Inclure un **QR code** pour découvrir les **points de vente**, processus de **fabrication** des chaussures, d'où viennent les **produits** et les labels

# Evènement - "ETHIKA GREEN EXPERIENCE"

## Format de l'Événement : Pop-Up Store Éco-responsable

**Localisation :** Grandes villes européennes (Paris, Berlin, Londres, Milan).

**Durée :** 3 jours par ville.

- **Espace :** Un lieu urbain et éco responsable (ex. : espace vert, bâtiment éco-conçu).

### Activités :

- **Atelier Personnalisation :**
  - Les clients peuvent personnaliser leurs chaussures ETHIKA.
- **Parcours Interactif :**
  - Découverte du cycle de vie des matériaux recyclés.
  - Stations immersives avec réalité augmentée.
- **Conférences & Ateliers :**
  - Intervenants experts en mode durable.
  - Discussions autour de la consommation responsable.
- **Zone Instagram & TikTok :**
  - Espaces designés pour des photos et vidéos virales.
- Invité des ONG eco responsable

### Thème :

**"Marchez vers un avenir durable"**

Un événement immersif combinant mode, innovation durable et expérience interactive.

### Objectifs :

- Présenter la marque ETHIKA et ses valeurs.
- Engager la cible 18-35 ans grâce à une expérience dynamique et interactive.
- Créer un lien émotionnel entre la marque et le public cible.
- Générer du contenu viral via les réseaux sociaux (Instagram, TikTok, Pinterest).

