

Capsule

La mode durable, tout simplement



Charte éditoriale et planning éditorial

BUT 3 Strat-UX - R5. Communication

Louanne Gutierrez, Cécile Moinard, Zoriana Kyrisha, Ingrid Champain



1- Positionnement

Capsule se positionne comme une marque de mode durable et écoresponsable, offrant des vêtements de qualité, minimalistes et intemporels, fabriqués en Europe de manière éthique. Son but est de sensibiliser les consommateurs à une consommation plus réfléchie, en opposition à la fast fashion.

- Mission : promouvoir une mode durable, réduire l'impact environnemental et soutenir l'économie locale.
- Vision : éduquer et inspirer les consommateurs vers une consommation plus responsable et engagée.
- Valeurs : qualité, durabilité, éthique, et transparence.





2- Cibles

La cible principale de Capsule est composée de jeunes femmes CSP+ de 20 à 30 ans, actives, soucieuses de leur impact environnemental et attachées à des valeurs de durabilité dans leurs choix de consommation. Elles sont informées, sensibles aux enjeux écologiques, et présentes sur les réseaux sociaux, notamment Instagram, Pinterest, et TikTok.



Lou Huet

ÂGE : 22 ans

ÉTAT CIVIL : EN COUPLE,
ET VIT PRÈS DE RENNES

ACTIVITÉ : ASSISTANTE RH

BUDGET : 300 - 600 €

INTERÊTS : MODE,
SORTIES, ÉCOLOGIE

BIOGRAPHIE

Lou Huet est une assistante de RH. Elle est employée en cdi dans une grande entreprise et gagne un salaire confortable. Elle vit avec son copain. Elle aime sortir avec ses amies, aller boire un café, et bruncher. Elle est se sent très concernée par l'écologie et cherche à s'améliorer sur ce sujet.

ATTENTES

Lou, passionnée par la mode et consciencieuse de son mode de consommation, souhaite orienter ses achats vers une solution éco-responsable. Elle aime la simplicité des choses. Son intérêt pour l'écologie l'amène à vouloir des vêtements durable et de qualité.

FRUSTRATIONS

Lou souhaite sortir de la fast fashion sans pour autant se tourner vers des maisons luxe, mais trouver un entre 2. Elle trouve que beaucoup de marques éthiques sont trop chères. Elle est souvent sceptique face aux revendications de certaines marques qui parlent de durabilité et souvent pas assez transparentes. Elle est fatiguée des vêtements qui s'usent rapidement et refuse de participer à la culture du jetable.

MOTIVATIONS

Écologie : réduire son impact environnemental par des achats plus réfléchis.

Style : garder un look tendance tout en optant pour des pièces sobres et intemporelles.

Budget : trouver une marque qui propose des vêtements de qualité à des prix justes, sans devoir se tourner vers le luxe ou la fast fashion.

3- Ton et style

Capsule utilise un ton neutre, professionnel, mais accessible. Elle privilégie le vouvoiement pour s'adresser à sa clientèle de manière respectueuse et inclusive.

- Ton : neutre et professionnel, tout en restant chaleureux et accessible. Le ton doit être rassurant et engageant pour créer un sentiment de proximité avec la cible.
- Style : simple, épuré et minimaliste. Les messages sont concis et directs, sans jargon technique, avec un vocabulaire accessible.
- Exemple : "découvrez une nouvelle manière de consommer la mode : optez pour des pièces durables, intemporelles et fabriquées en Europe."

[> Détaillée en Annexe n°1](#)



4- Thématiques et contenus

Vision de Capsule pour l'avenir de la mode :

Capsule souhaite incarner une mode durable et éthique, proposant une alternative positive et respectueuse de l'environnement. La marque aspire à devenir un acteur influent du secteur, en évoluant vers un impact encore plus durable grâce à des projets futurs renforçant son engagement écologique, tout en s'adaptant aux changements et innovations du secteur. Capsule ambitionne d'orienter les consommateurs vers des choix de mode plus conscients, en les sensibilisant aux impacts environnementaux de la fast fashion.

Types de contenus pour Capsule :

Afin d'atteindre ses objectifs de sensibilisation et de fidélisation, Capsule s'appuiera sur quatre principaux types de contenus, chacun aligné avec ses valeurs et ses projets.

Inspirants

- Contenu : lookbooks, conseils de style minimaliste, présentations de pièces de la collection.
- But : inspirer la clientèle avec des styles intemporels et durables, en démontrant la polyvalence et la beauté d'une garde-robe capsule.

Éducatifs

- Contenu : articles de blog, vidéos et infographies sur les enjeux de la mode durable, l'impact de la fast fashion, et les alternatives éthiques.
- But : informer et éduquer la clientèle sur les problèmes liés à la mode rapide et les avantages d'une consommation plus raisonnée.

Promotionnels

- Contenu : présentation des nouvelles collections, annonces de collaborations avec des influenceurs, offres exclusives.
- But : introduire les nouvelles pièces et susciter l'enthousiasme des clients en mettant en avant l'innovation et la qualité des collections Capsule.

Engageants

- Contenu : témoignages de clients et d'influenceurs, concours, interactions avec la communauté (#MyCapsuleStory).
- But : créer un lien fort avec la communauté Capsule en encourageant la participation et les retours d'expérience.



Thèmes récurrents :

Pour rester fidèle à sa vision et ses engagements, Capsule abordera les thématiques suivantes de façon continue.

- Durabilité et Éthique
 - Message : Capsule partage des contenus sur ses pratiques respectueuses de l'environnement, de la fabrication à l'utilisation des matériaux écoresponsables. Elle met en avant l'impact positif de ses initiatives pour une mode plus juste.

- Consommation Responsable
 - Message : Capsule propose des conseils pour constituer une garde-robe capsule efficace et responsable. Elle insiste également sur l'importance de l'entretien des vêtements pour prolonger leur durée de vie.

- Fabrication Locale
 - Message : mises en avant des ateliers partenaires en Europe, Capsule expose les coulisses de la production, incluant des témoignages d'artisans et des photos de fabrication. Ce contenu souligne la transparence et l'engagement local de la marque.





5- Règles d'écriture et de format

- Style rédactionnel : simple et authentique, avec des phrases courtes et un vocabulaire clair pour rendre le contenu accessible et attrayant.
- Longueur des textes :
 - Instagram : 120 à 150 mots par post, avec des appels à l'action.
 - TikTok : scripts courts et percutants, environ 20 à 30 secondes par vidéo.
 - Pinterest : textes concis sur les visuels et légendes de 80 à 100 mots pour les boards.
 - Newsletter : 300 à 500 mots, avec un contenu informatif et des liens pour approfondir les sujets.



6- Visuel et design

Capsule mise sur un design épuré, minimaliste et élégant pour rester en adéquation avec ses valeurs de sobriété et d'intemporalité.

- Palette de couleurs : des teintes neutres (blanc, beige, noir) pour symboliser la simplicité, la qualité, et le côté intemporel des vêtements et la couleur rouge bordeaux pour l'élégance et la sophistication mais aussi la solidité et la fiabilité.
- Typographie : des polices simples et moderne, facile à lire, comme Frances pour les titres en gras et Josefin sans pour renforcer la clarté des messages.
- Photographie : des photos lumineuses et naturelles, mettant en scène des jeunes femmes dans des cadres épurés et naturels. Les modèles sont souriants, avec des poses spontanées. On retrouveras également des photos sur les matières utilisées.

Capsule

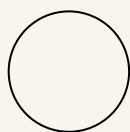
La mode durable, tout simplement

Capsule

La mode durable, tout simplement



PALETTE DE COULEUR



#F8F6EC



#943621



#343232



#A99381

POLICE

Aa

HEADER FONT

Fraunces

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Aa

BODY TYPE

Josefin sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

MOODBOARD INSPIRATION





7- Lignes directrices pour les réseaux sociaux

Instagram :

Objectifs : inspirer, éduquer et fidéliser la cible.

Lignes directrices :

- alternance de posts de lookbooks, stories interactives et posts éducatifs.
- utilisation des hashtags : #CapsuleMode, #ModeDurable, #GardeRobeCapsule.
- interactions avec les abonnés : Réponses aux commentaires et partages en stories.

Pinterest :

Objectifs : inspirer les utilisatrices, proposer des idées de style et générer du trafic vers le site web.

Lignes directrices :

- création de boards thématiques (lookbooks, collection été, etc.), chaque image renvoyant vers des pages produit ou des articles de blog.

TikTok :

Objectifs : montrer la praticité des produits et sensibiliser sur la mode durable de façon dynamique.

Lignes directrices :

- vidéos courtes « Avant/Après », conseils d'entretien, mises en avant de produits et tutoriels.

Newsletter :

Objectifs : informer les clients et maintenir un lien de proximité avec des contenus exclusifs.

Lignes directrices :

- partage de conseils de mode durable, des actualités sur la marque, des articles de blog éducatifs et les avant-premières de collections.

> Détails canaux de communication en Annexe n°2



8- Règles de publication et fréquence

Canal	Fréquence	Type de contenu
Instagram	1 à 2 fois par semaine	Lookbooks, stories, posts éducatifs
Tiktok	1 fois tous les 15 jours	Conseils mode, vidéos éducatives
Pinterest	1 fois tous les 15 jours	Boards de collection, photos produits
Newsletter	1 à 2 fois par mois	Informations, articles de blog.



9- Principes de modération

- Réactivité : répondre aux commentaires et aux messages privés sous 48h.
- Courtoisie : toujours répondre de manière respectueuse et constructive.
- Constance : la tonalité doit rester la même quel que soit le sujet ou le commentaire.

8- Planning éditorial

Mars

Tableau Kanban Calendrier + Nouveau

Aa Titre	Date	Platefor...	Contenu	Type	But	
Présentation de Capsule	1 mars 2025	Instagram Tiktok	Introduction à la marque, ses valeurs et mission	Vidéo	Lancement	
Notre philosophie écoresponsable	5 mars 2025	Instagram Newsletter	Post et mail expliquant l'engagement écologique de Capsule	Article Post	Engagé	
Qui sommes-nous ?	10 mars 2025	Pinterest Instagram	Post sur la vision de Capsule et ses créateurs	Post	Lancement	
Teaser Printemps – Palette de couleurs	15 mars 2025	Instagram Tiktok Pinterest	Aperçu des couleurs de la collection printemps	Vidéo Post Story	Teaser	
Focus Matériaux Printemps	18 mars 2025	Pinterest Instagram	Détails sur les tissus éco-responsables	Story Vidéo	Informatif	
Outfits de style Printemps	20 mars 2025	Tiktok	Vidéo silhouettes floues pour attiser la curiosité	Vidéo	Teaser	
Lancement de la Collection Printemps	21 mars 2025	Instagram Tiktok Pinterest	Vidéo et images des looks et mise en avant de la qualité	Carrousel Vidéo Story	Pomotionnel	
Lookbook Printemps	25 mars 2025	Instagram Pinterest Tiktok	Galerie de looks complets pour des occasions variées	Vidéo	Inspirant	
Guide d'entretien	28 mars 2025	Newsletter Instagram	Conseils pour prolonger la vie des vêtements Capsule	Article Story	Informatif	

Avril

Tableau Kanban +

Aa Titre	Date	Platefor...	Contenu	Type	BUT	
Nos valeurs de durabilité	1 avril 2025	Instagram Pinterest	Infographie sur l'impact de Capsule sur l'environnement	Post	Engagé	
Témoignage cliente #MaCapsule	5 avril 2025	Instagram Tiktok	Partage d'une cliente sur son expérience avec Capsule	Vidéo	Inspirant	
Quiz: quel est votre style Capsule	10 avril 2025	Instagram	Quiz interactif pour définir son style	Story	Interactif	
Conseils: Consommer moins mais mieux	15 avril 2025	Instagram Pinterest	Conseils pour une garde-robe polyvalente et durable	Post	Educatif	
Capsule en coulisses	20 avril 2025	Tiktok Instagram	Vidéo sur le processus éthique de production	Vidéo	Transparent	
Portrait de notre égérie Capsule	25 avril 2025	Instagram	Portrait de légérie sur sa vision de la mode durable	Story	Inspirant	
Look minimaliste inspiré de Capsule	28 avril 2025	Newsletter	Sélection de looks minimalistes	Article	Inspirant	

Mai

Table Tableau kanban +

☰ ↕ ⚡ 🔍 ...

Aa Titre	Date	Plateforme	Contenu	Type	But
Témoignage d'un employé Capsule	2 mai 2025	Instagram	Témoignage sur les valeurs et le travail éthique chez Capsule	Story	Transparent
Impact environnemental : Capsule vs Fast Fashion	5 mai 2025	Instagram Tiktok	Comparaison visuelle de Capsule avec la fast fashion	Vidéo	Educatif
Conseil d'entretien : réparer ses vêtements simplement	10 mai 2025	Pinterest Newsletter	Astuce pour faire des réparation simple : recoudre un bouton, refaire une contre	Article Post	Informatif
Lookbook mi-saison	15 mai 2025	Instagram Tiktok	Galerie de looks adaptés aux journées fraîches et douces	Vidéo	Inspirant
Capsule x influenceur écoresponsable	20 mai 2025	Instagram	collaboration avec un influenceur éthique	Carrousel Story Vidéo	Collaboration, promotionnel
customiser ses pièces Capsule	25 mai 2025	Pinterest	Guide pour personnaliser les vêtements	Post	Informatif
Teaser Collection Été : inspirations couleurs	28 mai 2025	Instagram Tiktok	Aperçu des couleurs et matières estivales	Vidéo	Teaser

Juin

Table Tableau kanban +

☰ ↕ ⚡ 🔍 ... Nouv

Aa Titre	Date	Plateforme	Contenu	Type	PUB
L'importance des certifications écologiques	1 juin 2025	Instagram Pinterest Newsletter	Explication des certifications GOTd et Fair Trade	Post	Eduatif
Silhouettes estivales	5 juin 2025	Tiktok Instagram	Vidéo de silhouettes en mouvement pour intrigue	Vidéo Story	Teaser
Look inspiré de Capsule été	10 juin 2025	Instagram Pinterest	Vidéo de look complet pour plusieurs occasions	Vidéo	Inspirant
Nos valeurs d'engagement social	15 juin 2025	Instagram	Explication des valeurs sociales et éthiques de Capsule	Story	Engagé
Lancement de la Collection été	21 juin 2025	Instagram Tiktok Pinterest	Présentations de la collection avec photos et vidéo	Carrousel	Promotionnel
Lookbook Collection été	25 juin 2025	Instagram Pinterest	Galerie de looks estivaux polyvalents	Post	Inspirant
Quiz: votre pièce essentielle de l'été	28 juin 2025	Instagram	Quiz interactif pour découvrir sa pièce de l'été	Story	Interactif

Juillet

Tableau Kanban +

Aa Titre	Date	Plateforme	Contenu	Type	But
Témoignage client #MaCapsule	1 juillet 2025	Instagram	Partage d'une cliente sur son expérience	Story	Inspirant
Guide de voyage minimaliste	5 juillet 2025	Instagram Newsletter	Conseils pour emporter les pièces Capsule en vacances	Article Post	Educatif
Capsule en coulisses	10 juillet 2025	Tiktok Instagram	Vidéo sur le processus de production et de création	Vidéo	Transparent
Quiz : Votre destination d'été écoresponsable	15 juillet 2025	Instagram	Quiz interactif sur les destinations écoresponsables	Story	Interactif
Mode durable : mythe vs réalité	20 juillet 2025	Instagram Tiktok	les fausses idées autour de la mode durable	Vidéo	Educatif
Look estival minimaliste inspiré de Capsule	25 juillet 2025	Pinterest Instagram	Inspirations de looks estivaux légers et élégants	Carrousel	Inspirant
Teaser Collection Automne : matières	30 juillet 2025	Instagram Tiktok	Aperçu des matières et textures automnales	Vidéo	Teaser

Août

Tableau Kanban +

Aa Titre	Date	Platefor...	Contenu	Type	BUT
Capsule et transparence de la chaîne d'approvisionnement	1 août 2025	Pinterest Instagram	Explication des étapes de fabrication et de l'origine des pièces	Post	Engagé
Conseils de rentrée minimaliste	5 août 2025	Instagram	Idées pour une grande-robe capsule de rentrée	Story	Inspirant
Capsule d'Automne en avant-première	10 août 2025	Instagram Tiktok	Vidéo en avant-première de quelques pièces	Vidéo	Teaser
Collaborations à venir	15 août 2025	Instagram Newsletter	Annonce des collaborations et influenceurs de la collection Automne	Article Post	Collaboration
Astuces pour un dressing écoresponsable	20 août 2025	Pinterest Instagram	Conseils pour une transition écoresponsable de saison	Post	Educatif
Lancement de la Collection Automne	21 août 2025	Instagram Tiktok Newsletter	Lancement de la collection automne avec vidéo et photos	Carrousel Article	Promotionnel
Lookbook Capsule Automne	28 août 2025	Instagram Pinterest	Galerie de looks d'automne avec idées de tenues	Carrousel	Inspirant

> Exemples de Posts en Annexe n°4



Annexe 1 : ligne éditoriale détaillée

Ton neutre et élégant

- **Objectif** : Éviter les excès ou les superlatifs, en préférant un ton sobre et authentique, ce qui correspond à l'image de simplicité et de durabilité de Capsule.
- **Formulation** : Utiliser des phrases courtes et directes, en privilégiant un vocabulaire clair et précis pour transmettre l'essence des messages de manière accessible.
- **Exemples** :
 - "Capsule, une garde-robe essentielle, durable et conçue pour durer."
 - "Découvrez des pièces créées pour s'adapter à votre quotidien et à l'épreuve du temps."

Utilisation du Vouvoiement


- **Objectif** : S'adresser aux clientes en utilisant le vouvoiement afin de créer une relation de respect, d'inclusivité et de professionnalisme, sans pour autant devenir distant.
- **Formulation** : Adopter un langage qui s'adresse directement aux lecteurs avec respect et considération.
- **Exemples** :
 - "Nous vous invitons à découvrir une nouvelle façon de consommer."
 - "Chez Capsule, nous pensons que chaque pièce de votre garde-robe mérite d'être durable et intemporelle."

Accessibilité et proximité

- **Objectif** : Maintenir une dimension accessible, chaleureuse et humaine en mettant en avant des mannequins ou des égéries souriantes, jeunes, et proches de la cible, sans tomber dans un registre trop marketing ou artificiel.
- **Formulation** : Utiliser des expressions simples, engageantes et bienveillantes, ce qui permet de montrer que la marque est en phase avec les préoccupations et le mode de vie de sa clientèle. Un choix de mannequins et égéries reflétant la diversité et le naturel renforcera l'image d'authenticité.
- **Exemples** :
 - "Parce que vos choix comptent, chaque pièce Capsule est conçue pour durer et pour vous accompagner au quotidien."
 - "Choisir Capsule, c'est adopter un style à la fois intemporel et responsable, en toute simplicité."

Authenticité et transparence

- **Objectif** : Construire une image de marque transparente et authentique qui inspire confiance, en partageant ouvertement les pratiques de la marque et en expliquant ses choix de manière honnête.
- **Formulation** : Utiliser des mots qui expriment la clarté et l'engagement sans enjoliver. Les mots doivent mettre en avant les valeurs de la marque (durabilité, intemporalité, éthique) de manière naturelle.
- **Exemples** :
 - "Nous privilégions des matériaux certifiés et des procédés de production qui respectent à la fois la planète et les personnes."
 - "Capsule s'engage pour une mode éthique et durable, en toute transparence."



Annexes n°2 : choix des canaux de communication

Canal	Correspondance avec la cible
Instagram	<ul style="list-style-type: none">- 1,386 milliards d'utilisateurs actifs mensuels (monde) & 24 millions utilisateurs (france)- 56% des utilisateurs sont des femmes (france)- Populaire auprès de la Gen Z (utile pour éduquer à la slow fashion) Source : Statista
Pinterest	<ul style="list-style-type: none">- 265 millions d'utilisateurs (monde)- 85 % des femmes l'utilisent (76% ont 18-34ans)- 90 % des utilisateurs le consultent chaque semaine pour une décision d'achat- 59 % des millenials déclarent avoir découvert de nouveaux produits grâce à Pinterest Source : SWELLO
TikTok	<ul style="list-style-type: none">- 54% des utilisateurs sont des femmes (france)- Réseau le + populaire chez la GenZ Source : Statista
Newsletter	<ul style="list-style-type: none">- 42,2 millions d'utilisateurs utilisent l'email en France (<i>chiffre Médiamétrie de 2020</i>)- 68 millions de messageries sont actives en France (<i>chiffre ContactLab</i>)- 60 % des femmes s'abonnent à des newsletters, tous âges confondus Source : Agence blueBoat



Annexes n°3 : idée de campagne de lancement à j-21

La campagne de lancement serait conçue pour promouvoir nos valeurs d'écoresponsabilité auprès de jeunes femmes actives, en les engageant à travers une série de défis axés sur la mode durable. Elle inciterait les participantes à adopter des pratiques responsables telles que le tri, la sélection d'essentiels et l'entretien de leurs vêtements, tout en renforçant leur lien avec Capsule. En partageant leurs looks et conseils sous #MonEssentielCapsule, elles contribueraient à créer une communauté inspirante, engagée autour d'une mode plus consciente et durable.

Semaine	Date	Action / Défi	Description	Canal
Pré - campagne	5 février	Lancement du Quiz : "Déterminez votre Style Capsule"	Quiz pour découvrir le style Capsule correspondant et sensibiliser aux valeurs de la marque	Site web, Instagram
Semaine 1	8 février	Défi 1 : "Sélectionnez vos essentiels"	Partager une photo de leur essentiel mode avec le hashtag	Instagram
	11 février	Partage des meilleures publications du défi	Capsule met en avant les posts les plus inspirants, créant un effet de communauté	Instagram Stories
Semaine 2	15 février	Défi 2 : "Le grand tri écoresponsable"	Encouragement à trier la garde-robe, donner les vêtements inutilisés et partager l'expérience	Instagram Stories
	18 février	Publication de conseils pour trier sa garde-robe durablement	Post de conseils pratiques pour organiser une garde-robe écoresponsable	Instagram
Semaine 3	22 février	Défi 3 : "Mix & Match durable"	Créer et partager trois tenues avec cinq pièces uniquement, pour illustrer la polyvalence	Instagram, Pinterest
	26 février	Partage des tenues Capsule préférées des participantes	Capsule met en avant les meilleures tenues composées par les participantes	Instagram Stories
Clôture	29 février	Fin de campagne et annonce des gagnants et création du Broadcast channel (insta)	BroadcastChannel en invitant les gagnant.es ayant complété les défis, avec les récompenses finales → Les autres abonnés pourront également rejoindre le Broadcast sans difficultés.	Instagram, Broadcast Channel

Récompense finale : Les participantes ayant complété tous les défis ou ayant partagé le plus de publications inspirantes entreront dans un tirage au sort pour remporter une Capsule complète (collection de pièces essentielles) ou un bon d'achat significatif pour composer leur propre garde-robe Capsule.

 **Annexe n°4 : exemples visuels posts**

