



# ELSE AGENCY

---

Réalisé par Audrey-Ann Hurtubise-Gauthier, Cassandra Gosselin, Daphnée Groulx, Houmame Mohamed Sidmou, Timothy Baldacchino et Vincent Gasparini

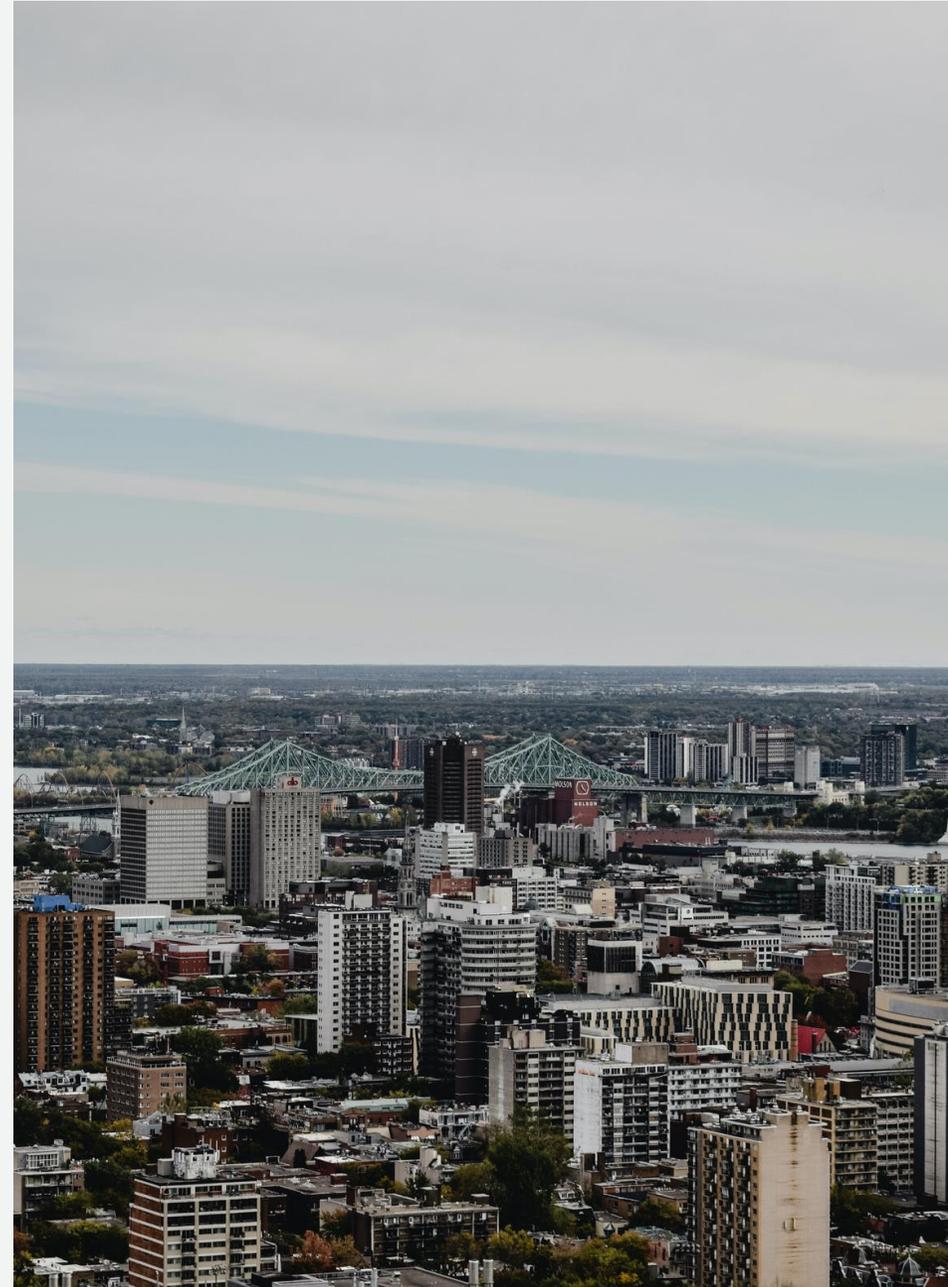
# Le commencement

---

Tout commence par l'ambition d'un groupe de nouveaux diplômés dans le domaine des communications marketing à appliquer leurs connaissances théoriques et de les faire bénéficier à leurs environnements.



Ainsi vient l'idée de la création d'une agence de communication marketing spécialisée dans le domaine de la mode et des entreprises de mode québécoise.



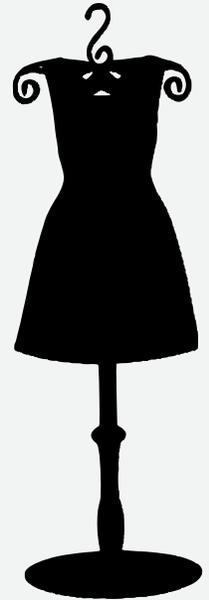
# Définition de l'objectif

## Les faiblesses de l'industrie

- 1- Peu d'entreprises de mode québécoises
- 2- Elle n'ont pas beaucoup de support et ne sont pas connu
- 3- L'économie des entreprises locales est très peu supportée
- 4- Il est difficile de concilier les pratiques éthiques et le chiffre d'affaire

## Objectif

**Faire briller les entreprises québécoises dans le domaine de la mode de manière éthique.**





## DESCRIPTION DE L'AGENCE

L'agence ELSE est une agence de communication marketing spécialisée dans les entreprises de mode locales.

Elle offre une gamme de services spécialisés 360 degrés avec une tarification encourageante pour les petites entreprises québécoises dans le domaine de la mode. Situés au cœur du Plateau Mont-Royal, nous offrons une politique de porte ouverte pour ceux qui veulent bénéficier d'un vrai coup de pouce dans le développement de leurs projets.

Nous avons des aires de travail ouvertes et un horaire libre pour les 8 employés de l'agence qui sont, avant tout, de jeunes passionnés dans ce domaine et qui partagent des valeurs communes.



# Mission

---

Prouver qu'avec les **bons outils** et le **bon support**, on peut performer et faire du bénéfice tout en étant **éthiquement correct** et tout en étant une petite start-up dans un environnement très **concurrentiel**.



## Les valeurs applicables pour toutes les parties prenantes de l'agence ELSE



**Entraide** envers les employés et envers les entreprises



Les pratiques **écologiques** et **environnementales**



L'**éthique** dans l'environnement de travail interne et externe



L'**encouragement** des entreprises locales et de l'entrepreneuriat



La **liberté créative**



# Nos clients

---

MARQUES LOCALES ÉTABLIES  
& START-UPS

**NEW  
REGIME**

**PONY**



Little Yogi

HOAKA SWIMWEAR

# POURQUOI L'AGENCE ELSE EST-ELLE ÉTHIQUE ?

---

- Elle se dote de **valeurs** éthiques.
- Elle comporte un **code éthique** qui régit les pratiques et normes au sein de l'entreprise.
- Elle **favorise des clients**/entreprises ayant des valeurs qui leur ressemblent.
- Toutes leurs pratiques **respectent les codes déontologiques canadiens**.



# QUELQUES EXEMPLES D'ACTION CONCRÈTES RÉALISÉES PAR L'AGENCE :

## Planter un arbre

Après chaque contrat signé avec l'un de nos clients, l'agence ELSE s'engage à planter un arbre pour le bien-être de l'environnement.



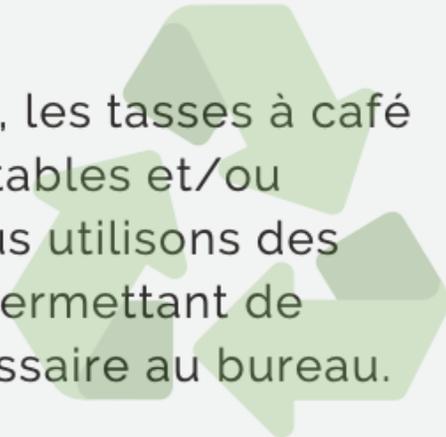
## Conférence sur l'éthique d'entreprise

Chaque année, l'agence offre quelques conférences sur l'éthique en entreprise couvrant différents sujets pertinents. Celles-ci sont gratuites et disponibles pour tous.



## Pratiques environnementales au bureau

Tous les outils de cuisine, les tasses à café et le papier sont compostables et/ou réutilisables. De plus, nous utilisons des panneaux solaires nous permettant de générer l'électricité nécessaire au bureau.



## Dons à des organismes

À chaque mois, nous remettons un montant à un organisme éthique qui nous tient à cœur à travers ses valeurs et les causes qu'il défend.



# Code éthique de l'Agence ELSE

DOCUMENT DÉONTOLOGIQUE QUI RÉGIT LES PRATIQUES ET  
NORMES AU SEIN DE L'ENTREPRISE

---

Section 1 : Normes à  
respecter chez les  
**employés**

Section 2 : Normes  
à respecter chez  
nos **clients**

Section 3 : Pratiques  
à respecter au sein  
de notre **travail**

# 1. Normes à respecter chez les employés



Chaque employé doit respecter les normes suivantes :



Être **ouvert d'esprit**



Faire preuve de **respect**



Ne pas porter de **jugements** défavorables ou discriminatoires envers ses collègues



Respecter les pratiques de la **section 3** du code



Faire preuve d'**égalité** des genres, des nationalités, des religions, des croyances, et bien plus



Respecter la loi sur les **normes du travail**



## 2. Normes à respecter chez nos clients



### Chaque client doit répondre aux critères suivants :

- Être **éco-responsable** : Favoriser les entreprises soucieuses de l'environnement dans leurs pratiques
  - Favoriser l'**éthique** dans leurs décisions entrepreneuriales
  - Avoir des **valeurs éthiques** et semblables aux nôtres : antidiscriminatoire, ouvert d'esprit, diversité culturelle, éco-responsable, etc.
  - Désir d'un **changement social et environnemental** à l'aide de gestes concrets ou d'aspirations futures
-

Toutes les pratiques et actions prises par l'agence, que ce soit dans les publicités, sur les réseaux sociaux, la gestion du site web et la création de photos et vidéos, doivent en tout temps **suivre les normes des deux codes** déontologiques suivants.

### **CODE NCP**

Code canadien des normes de la publicité

### **CODE ACM**

Association canadienne marketing



## **3. Pratiques à respecter au sein de notre travail**

# Sous-objectif

---

## AUGMENTER LA NOTORIÉTÉ DE L'AGENCE ELSE AUPRÈS DES ENTREPRISES QUÉBÉCOISES

- Respect des trois sections du Code éthique de l'agence
- Deux stratégies
- Six tactiques





# Stratégie 1



**CRÉER DU MARKETING DE  
CONTENU POUR CONSTRUIRE  
UNE COMMUNAUTÉ AUTOUR  
DE L'AGENCE**

Doit refléter les valeurs de l'agence

---

# Tactique 1

---

Créer une **vidéo informationnelle** de l'agence ELSE

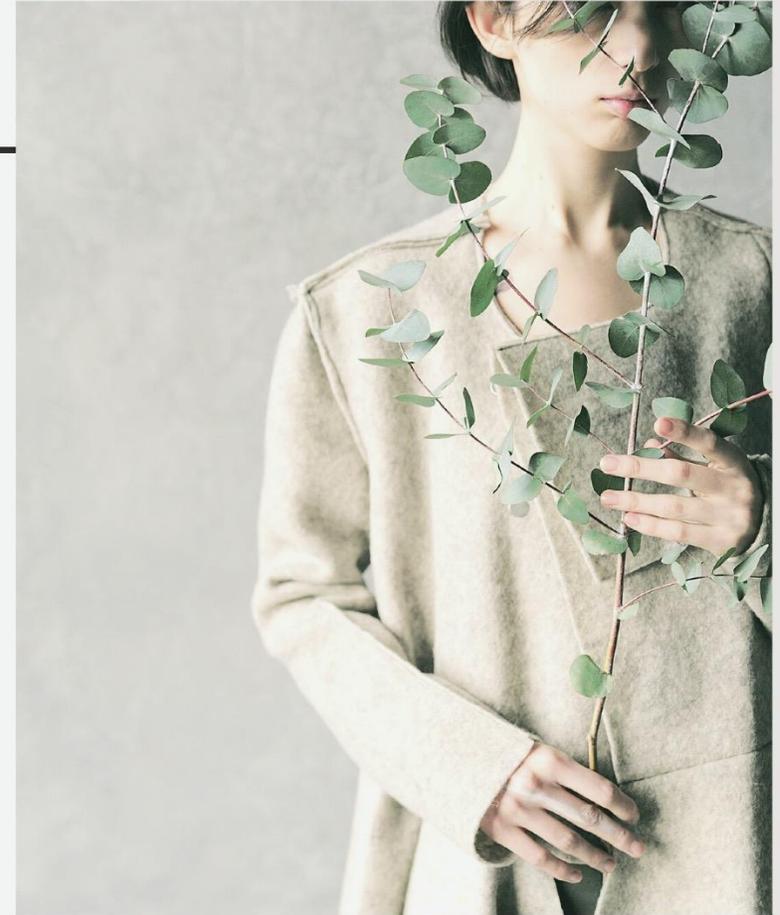
Respect des articles du **Code NCP**, dont :

- **l'article 1** Véracité, clarté, exactitude,
- **l'article 6** Publicité comparative,
- **l'article 7** Témoignages,
- etc.



Respect des sections du **Code éthique de l'agence** et des sections du **Code ACM**, dont :

- **la sous-section i.1** Exactitude de la présentation,
- etc.



# Tactique 2

Créer **un blogue** sur le site Web et publier régulièrement sur ce dernier



Respect des sections du **Code éthique** de l'agence et du **Code ACM**, dont :

- **la section H** Principes déontologiques prédominants,
- etc.



# Tactique 3

Publier régulièrement sur les réseaux sociaux des **publications pour sensibiliser les gens** à être plus éthiques dans leurs actions

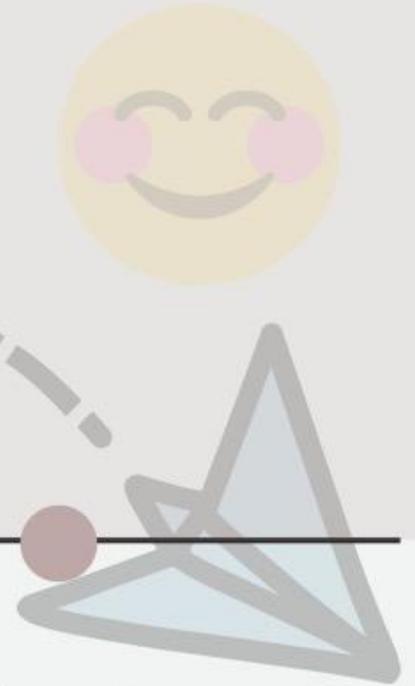


Respect des sections du **Code éthique** de l'agence et du **Code ACM**, dont :

- **la section N** Normes de pratiques spécifiques à certains médias,
- **la section Q** Écocivisme (Q1 et Q2),
- etc.



# Stratégie 2



## Marketing direct

Utilisation éthique et efficace du marketing direct

## Objectif

Accroître la notoriété en misant sur la satisfaction des clients (bouche-à-oreille)

## Exécution

Seulement rejoindre les personnes qui ont manifesté de l'intérêt

# Tactique 4

---

## MARKETING DE TERRAIN



Photobooth &  
Kiosques



Photos de qualité +  
Pamphlets



Code ACM

J1.4 : Limite de la collecte des données  
I15.1 : Livraison ou prestation  
N4.3 : Consentement pour recevoir des courriels

# Tactique 5 - Marketing par courriel

---

## **Suivis très personnalisés**

Rejoindre les gens de manière plus personnelle

## **Entamer une discussion**

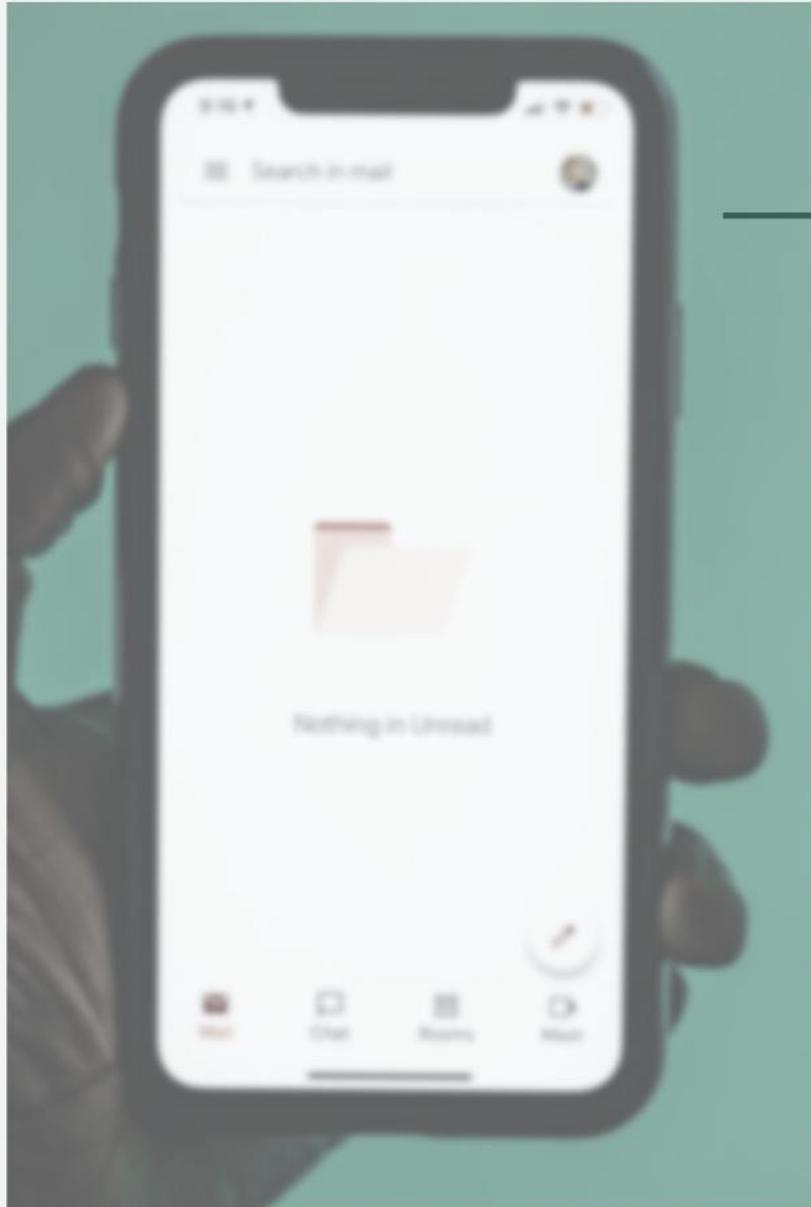
Offrir un rabais de 20% pour le premier service

## **On ne veut pas harceler nos clients**

Loi canadienne anti-pourriel

N4.7 : se désabonner à tout moment

N4.8 : doit refléter le but de la communication  
(objet, contenu)



# Tactique 6 - Appels téléphoniques

---

## De réelles discussion

Côté humain

## Contact maximum 2 fois par année

Proactifs, tout en restant respectueux

## ACM

N3.1 : Heures d'appel (9h - 21h30 la semaine,  
10h - 18h le samedi et dimanche)

N3.3 : Liste interne d'interruption de sollicitation

N3.4 : Appels sur les appareils mobiles

N3.5 : Confidentialité des numéros, pas d'appels  
si le numéro n'a pas été donné par le client





L'équipe  
**ELSE** vous  
remercie!

