



Notre équipe



Léo Harvey-Côté
Directeur marketing
HARL02109800



Xiaomin Caron
Directrice
administrative
CARX24599702



Sabrina Lelièvre-Vizioli
Directrice des relations
publiques
LELS12549605



Gabrielle Samson
Directrice des
communications
SAMG21559803



Maée Bouchard
Coordinatrice en
événementiel
BOUM26589702



Frédérique Jean
Design graphique
JEAFF10609505

Table des matières

01

Chop&Co

- Valeurs
- Mission/Vision
- Cible

02

Produits/Services

- Produits
- Marketing vert
- Services
- Marketing expérientiel

03

Promotions

- Publicité
- Concours
- Rabais client
- Partenariats

The image features a central white rectangular area with a torn, paper-like edge. This area is set against a light teal background. Stylized, dark teal leaves and branches are positioned around the white area, framing it from the top-left, top-right, bottom-left, and bottom-right. The word "ENTREPRISE" is written in a bold, orange-red, serif font, centered within the white area.

ENTREPRISE



01

Éthique de la finalité

Concevoir une entreprise dont les produits sont de qualité tout en étant dans le respect de l'environnement.

02

Éthique de l'authenticité

Des vêtements inclusifs pour tous (genres et tailles).

03

Éthique

Discours de l'entreprise qui a des valeurs.

Prôner la diversité, la durabilité et l'environnement.

04

Morale

En plus d'avoir un discours éthique, les actions entreprises par **Chop&Co** appuient ses valeurs.

Nos valeurs



01

L'équité

Les vêtements de qualité ne devraient pas être un privilège.

02

Durabilité

Pour préserver notre planète, il faut conserver nos vêtements.

03

Fierté

Fier d'être soi-même et de porter une marque qui partage les mêmes valeurs.

Éthique de l'authenticité

Notre mission



Des vêtements pour tous, sans exception.

Notre vision

Repenser les normes de la mode pour faire des vêtements ici, inclusifs et en toute conscience environnementale.



Éthique de la finalité

Pour la planète

Parce que nos vêtements sont faits à partir de matière recyclée ou de fibre biologique, en collaboration avec des entreprises locales, par des gens d'ici.



Éthique de la finalité

Pour nous

Parce que l'inclusion c'est d'offrir des vêtements pour toutes les tailles, pour tous les revenus, pour toutes les orientations et pour tous les genres.



Éthique de l'authenticité

Notre cible



PERSONA



CHARLIE RICHER

Âge : 32 ans

Langue : Français

Travail : Professeur de science

Statut : En couple

Ville : habite à Montréal

LOISIRS & AUTRES

- Soucieuse de l'environnement
- Épicurienne
- S'intéresse à la mode et aux nouvelles tendances
- Utilise Instagram pour partager des photos et vidéos
- Se déplace en vélo et transport en commun
- Pratique l'escalade dans ses temps libres
- Visite régulièrement des cafés/bistros écoresponsables



PRODUITS & SERVICES



Nos produits



- **Fleece**
- **Crewneck**
- T-shirt
- Casquette
- Sacs réutilisables
- Accessoires réutilisables
 - ◆ De couture
 - ◆ Pour les cheveux (élastiques, choux, pinces, etc.)
 - ◆ Ustensiles (paille, etc.)

****Emballage écoresponsable****



Nos produits sont...



- Fait au Québec
- Écoresponsables
- Durables
 - ◆ Couvert par une bonne garantie (possible d'échanger le produit s'il y a un défaut dans les 4 premières années)
 - ◆ Une fois la garantie expirée, nous offrons les réparations
- Accessibles à tous
- Inclusifs
 - ◆ Offert dans plusieurs tailles (xxxs à 4xl)
 - ◆ Unisexe



The background is a light teal color with a white, torn-paper-like shape in the center. Teal leaf patterns are visible in the corners, framing the central text area.

MARKETING VERT

PRATIQUE MORALE

Marketing vert

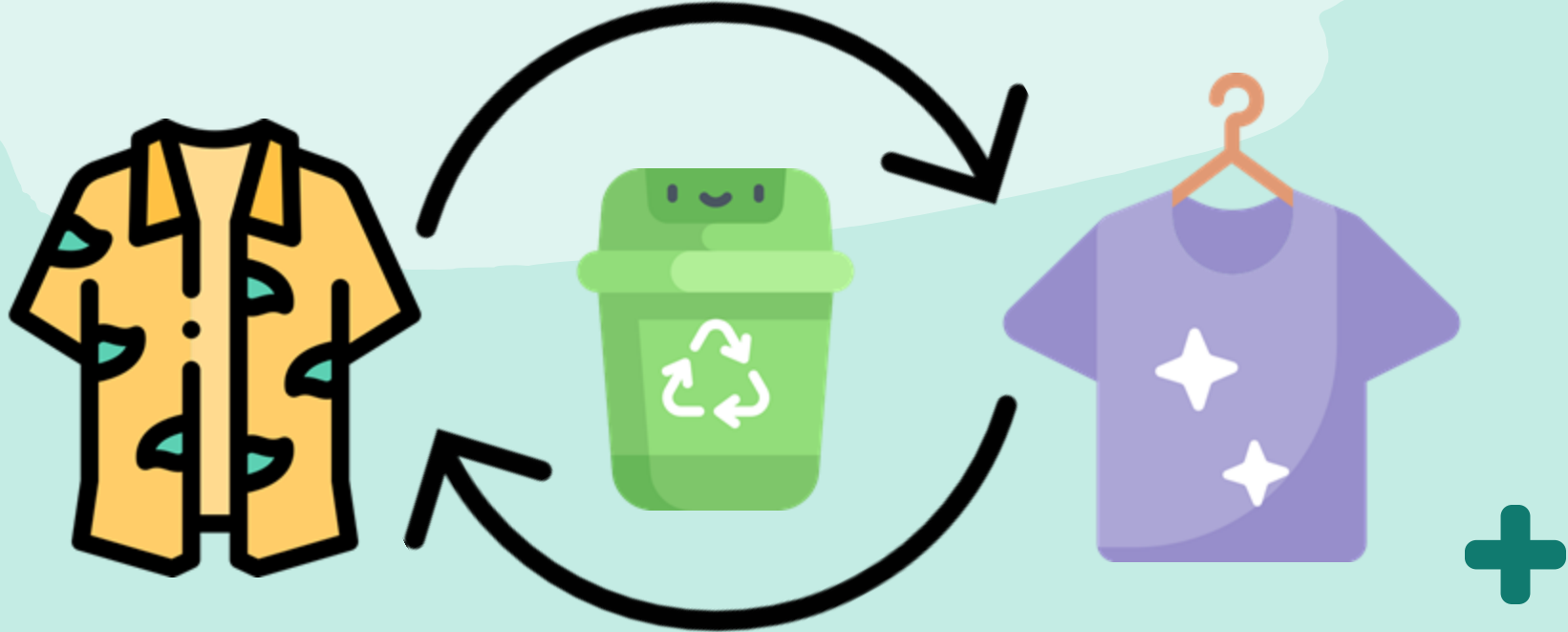
Nos produits répondent à la demande « verte » recherchée par les consommateurs lors de leur processus de consommation, et ce depuis la montée de l'écologisme.

- Sélection de vêtements faite à base de fibre de plastique.
- Sélection de vêtements faite à partir des vêtements recyclés qui sont apportés par les clients.
- Facture seulement offerte en version électronique.
- Sac réutilisable vendu, sinon nous offrons des sacs biodégradables.



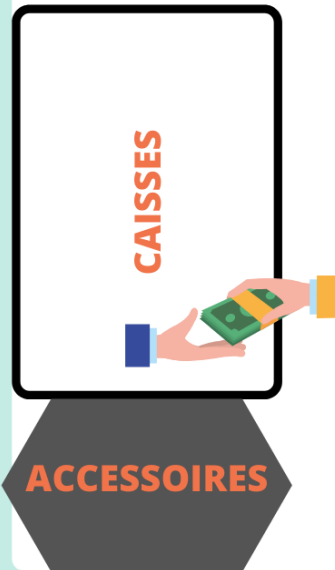
Services

- Production de vêtements visible à l'arrière du magasin
- Atelier : 1 fois par semaine/mois – Astuces pour réparer les vêtements
- 15% de rabais à l'achat, lorsqu'on rapporte un lot de vêtements qui peut être réutilisés
- Expérience de création d'une broderie sur l'achat d'un vêtement de **Chop&Co**



PLAN DU MAGASIN

LA CHOP



1. Participation à la confection de votre chandail **Chop&Co** de style broderie
2. Atelier de couture

VÊTEMENTS

Échanger vos vêtements recyclés pour un rabais de 15% en retour à l'achat d'un vêtement de **Chop&Co**

BAC VÊTEMENTS
RECYCLÉS

ENTRÉE/SORTIE

VÊTEMENTS



MARKETING EXPÉRIENTIEL



Nous avons pour but de procurer aux consommateurs une expérience inoubliable associée à la marque et aux produits ou services de **Chop&Co**. L'expérience est vécue en temps réel afin d'être remémorée par le consommateur.

Pour nous, l'expérience marketing chez **Chop&Co** est **l'immense fenêtre** qui sépare le magasin de l'atelier, celle-ci attire les clients qui ont la chance de voir le processus de production du vêtement. Les clients peuvent aussi contribuer à améliorer l'environnement en **apportant un lot de vêtements qui peut être réutilisé en échange d'un rabais de 15% sur leur prochaine facture**. Ils ont aussi la possibilité de **participer** soit par la confection d'une broderie sur un de nos produits achetés ou tout simplement en suivant **un atelier de couture** avec nous !

Marketing sensoriel



Ce marketing sollicite un ou plusieurs sens de la part du consommateur afin d'accroître l'influence sur son comportement d'achat.



Pour **Chop&Co**

4 sens sont développés :

1. **Subliminale visuelle** : Notre joli magasin à un décor épuré en plus de la vitrine sur l'atelier qui apporte une touche visuelle différente des autres lieux de ventes.
2. **Subliminales auditifs** : En rentrant dans le magasin, on peut entendre une fine musique d'ambiance de détente.
3. **Subliminal olfactif** : En pénétrant dans le lieu, il y a une odeur qui nous transporte en pleine nature qui est transmise par un diffuseur d'odeur caché dans le magasin.
4. **Subliminal tactiles** : Étant un magasin de vêtements, il y a une expérience avec le toucher, c'est un sens qui permet d'obtenir des informations non perceptibles par d'autres sens. Comme la texture d'un vêtement est seulement perçue par ce sens.

PROMOTION





FAITES PARTIE DE LA FAMILLE Chop&Co

SOYEZ LE PREMIER À METTRE LA MAIN SUR DES
OFFRES SPÉCIALE ET À PARTICIPER À DES
CONCOURS EXCLUSIFS!

email@example.com

S'ABONNER



SOYEZ LE PREMIER À METTRE LA MAIN SUR DES
OFFRES SPÉCIALE ET À PARTICIPER À DES
CONCOURS EXCLUSIFS!

Une collection d'inspiration pour votre
prochain voyage d'été, réalisée avec
des matières éco-responsables, d'inspiration
naturelle pour vos vêtements. Une
collection d'inspiration pour votre
prochain voyage d'été, réalisée avec
des matières éco-responsables, d'inspiration
naturelle pour vos vêtements.

Désabonnement réussi

Vous ne recevrez plus de marketing par email dans cette liste.

Si vous avez un moment, veuillez nous faire savoir pourquoi vous vous êtes désabonné :

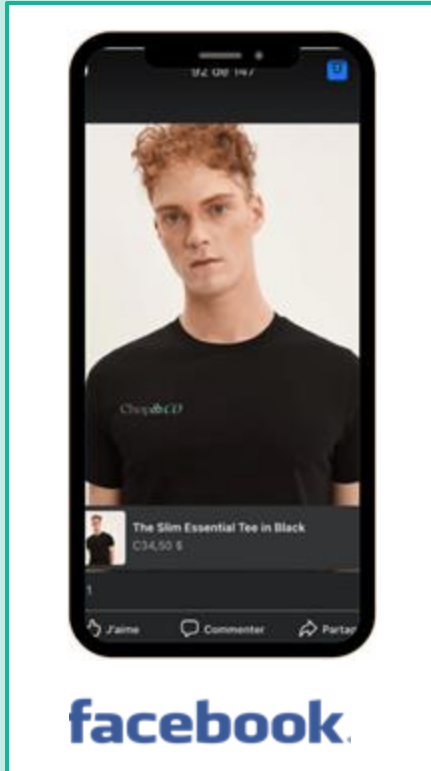
- ☐ Je ne veux plus recevoir ces e-mails
- ☐ Je ne me suis jamais abonné à cette liste de diffusion
- ☐ Les e-mails sont inappropriés
- ☐ Les e-mails sont des spams et doivent être signalés
- ☐ Autre (précisez la raison ci-dessous)

Envoyer

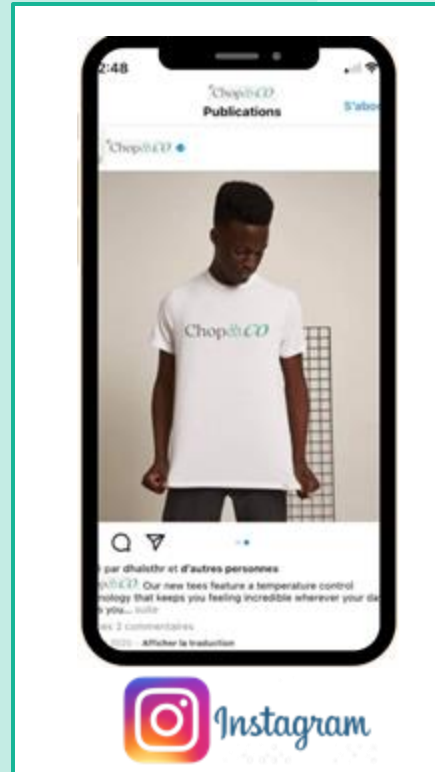
[revenir à notre](#)



Publicité réseaux sociaux et site web



Mobile et interne
Marketing direct
Descriptions et représentations inacceptables



Limites d'une campagne
Pratiques de marketing universelles



Concours



Concours de Lancement



VISITEZ NOTRE SITE WEB
WWW.CHOP&CO.COM

Participation au concours

:

- S'abonner à la page Facebook et le compte Instagram de **Chop&Co**
- Identifier un(e) ami(e) avec qui tu aimerais gagner le concours
- Partager la publication sur ton mur Facebook



CHOP&CO



CHOP&CO



WWW.CHOP&CO.COM

Code ACM

Section 6B : Loterie et concours

Rabais client



RETOUR

D'un morceau de linge/lot de vêtements



15% SUR UN NOUVEL
ACHAT

- Marketing sociétal

Partenariats



Stratégie : Sponsoring / Commandites



ZÉRO GRAVITÉ



4519 AVENUE PAPINEAU,
MONTREAL, QC H2H 1V4



CAFÉ BLOC



1209-1211 ST LAURENT
BLVD, MONTREAL, QUEBEC
H2X 2S6



Merci pour votre écoute !