

INFORMELLE

INFORMELLE

Le nom de la marque a été choisi afin de positionner l'entreprise comme fournisseur de sous-vêtements féminins qui ne sont pas destinés à une forme spécifique, mais à l'ensemble de la diversité corporelle.

Elle se veut inclusive et rejette toute forme de standards et d'idéaux physiques de la société contemporaine.



INFORMELLE

À PROPOS



MISSION

Notre mission est de rassembler et d'informer notre communauté autour de l'importance de l'acceptation et la saine image de soi en offrant des produits et du contenu qui correspond aux vrais portraits des femmes.

VISION

Nous croyons que tous les corps sont parfaitement imparfait et souhaitons que nos sous-vêtements puissent amener chaque personne à se sentir bien dans sa peau quelque soit sa forme. Tous les vêtements sont fabriqués de manière éthique et nous voulons inviter chaque client à s'engager dans la discussion avec nous pour applaudir la différence.

VALEURS

Ouverture d'esprit
Inclusion et diversité
Respect de l'environnement
Droits et liberté de la femme
Solidarité



NOTRE CODE DE DÉONTOLOGIE



L'entreprise Informelle, ses employés, sa direction et ses membres externes, doivent observer et respecter les dispositions du présent Code d'éthique et de déontologie.

DOCUMENTS COMPLÉMENTAIRES :

- Règles de comportement des employés d'Informelle
- Encadrements en lien avec l'éthique et la déontologie
- Code de conduite des fournisseurs
- Règlements, politiques et directives adoptés :
 - *Normes et pratiques publicitaires (NCP, ACM)*
 - *Santé et sécurité au travail*
 - *Respect de l'intégrité de la personne*
 - *Utilisation des données confidentielles*

Nous respectons toute personne pour ce qu'elle est, sans discrimination fondée sur la race, le sexe, l'âge, l'orientation sexuelle, la religion ou le handicap.

RESPECT, DIVERSITÉ ET ÉQUITÉ

- Nous favorisons un environnement de travail inclusif où l'on se traite avec respect et équité.
- Nous encourageons la diversité des membres, des points de vue et des expériences.
- Nous ne tolérons aucun harcèlement ou discrimination.
- Nous encourageons la responsabilité individuelle et comprenons l'incidence de nos actions.

NOTRE
CODE DE
DÉONTOLOGIE



Nous nous engageons à agir avec intégrité auprès de nos membres et de nos clients.

COMPORTEMENT

- Nous sommes transparents et honnêtes dans nos relations professionnelles.
- Nous gagnons et maintenons la confiance du public.
- Nous nous conformons aux normes professionnelles et publicitaires, aux lois et aux règlements applicables.

QUALITÉ

- Nous nous engageons à fournir des services de haute qualité
- Nous encourageons l'innovation pour hausser la valeur sociétales de nos services.
- Nous sommes sincères au sujet des services que nous fournissons.

CONFIDENTIALITÉ

- Nous protégeons les renseignements confidentiels et personnels selon nos politiques de gestion des données.
- Nous interdisons toute divulgation et utilisation de nos renseignements confidentiels.

RESPONSABILITÉ D'AFFAIRES

- Nous respectons nos concurrents avec des pratiques d'affaires équitables.
- Nous offrons des salaires à la valeur de nos services.
- Nous ne tolérons pas de comportements non-équitables ou non-éthiques de la part de nos fournisseurs et partenaires.

RESPONSABILITÉ SOCIALE

- Nous contribuons en soutenant des organismes qui partagent notre vision des enjeux sociaux.
- Nous favorisons le développement durable et respectons les normes des droits de la personne.
- Nous nous assurons de réduire l'impact de nos activités commerciales sur l'environnement.

NOTRE
CODE DE
DÉONTOLOGIE

Nous agissons en tant que
modèle d'entreprise afin de
créer un changement positif.



ENVIRONNEMENT

LES VISAGES DERRIÈRE

INFORMELLE



Maïa

DIRECTRICE
GÉNÉRALE



Audréanne

DIRECTRICE
DE CONTENU



Marie-Anne

COORDONNATRICE
MARKETING



Sarah

GESTIONNAIRE DE
COMMUNAUTÉ



Justine

RESPONSABLE DE
L'ÉTHIQUE



Laurie-Pier

REPRÉSENTANTE
DE VENTE

L'OFFRE

Gamme de sous-vêtements féminins de qualité adaptés à toutes les morphologies.



Faits à base de matériaux recyclés uniquement.

ex : une des collections est composée de 79% de plastique recyclé.



Tous les sous-vêtements sont fabriqués à Montréal.



L'OFFRE

Communauté forte, inclusive et engagée.

Création de contenu informatif sur la confiance en soi, l'ouverture d'esprit, l'inclusion, la diversité et la solidarité.

Partenariats avec des compagnies éthiques qui partagent nos valeurs et qui ont déjà une communauté importante et diversifiée.



PERSONA

30-50 ans

Tamara (40 ans) est avocate dans un cabinet au centre ville de Montréal. Elle habite à Saint-Lambert avec son mari et ses deux adolescents, Léo et Marie.

Souhaitant être un modèle pour les femmes de son entourage, Tamara est forte, indépendante et confiante. Elle prône la diversité corporelle et l'importance d'être bien dans son corps. Elle est présente sur les réseaux sociaux et a bâtie une petite communauté au fil du temps de femmes qui se supportent et se respectent.

Ayant un revenu annuel de plus de 100 000\$, elle peut se permettre de se gâter de temps à autre pour se sentir belle et sexy au quotidien. Elle apprécie particulièrement la lingerie et les entreprises locales pour encourager les commerçants d'ici.

Cette femme est également soucieuse de l'environnement puisqu'elle souhaite une planète en santé pour ses enfants et petits-enfants. La mère de famille a un coeur en or, elle est dévouée pour les gens qu'elle aime et est très professionnelle lorsqu'elle rentre au travail.



OBJECTIFS DE LANCEMENT

INFORMELLE



Faire connaître la marque informelle auprès de 20% du groupe cible au cours de l'année 2022

Promouvoir la diversité corporelle et la culture de la marque auprès de toute personne qui s'identifie au sexe féminin

STRATÉGIE DE COMMUNICATION MARKETING



Créer une communauté de soutien et d'*empowerment* afin de collaborer à la définition *une relation saine* à la sexualité et à l'acceptation de soi.

Toutes nos tactiques et nos actions de communication marketing découlent directement de l'axe stratégique qui guide nos décisions chez Informelle. Nous souhaitons bâtir des relations profondes et sur le long terme avec notre communauté plutôt que de miser sur des points de contacts éphémères et promotionnels. Évidemment, l'ensemble de nos conduites avec les consommateur.rice.s seront guidés par les deux codes déontologiques éthiques : la NCP et l'AMC.

De plus, nous souhaitons mettre de l'avant notre communauté sous toutes ses formes afin de promouvoir une vraie image de la femme ou de toutes personnes s'identifiant à notre offre de produits et à la lingerie. C'est ainsi que nous ne discriminons pas notre clientèle par son genre, mais que nous invitons toutes personnes souhaitant faire partie de notre communauté et ainsi, prôner une vision inclusive de la diversité.

Positionner INFORMELLE comme la nouvelle marque de lingerie durable au Québec et comme vecteur de changement dans l'acceptation de soi.

Les consommateurs et consommatrices d'aujourd'hui veulent interagir avec des marques engagées socialement. Chez Informelle, notre mission découle de beaucoup plus loin qu'une simple optique de marketing relationnel. En effet, notre mission vise à changer la vision de soi, et ce, par un rapport à sexualité sain qui passe par l'acceptation. Et quoi de mieux que de célébrer tous les corps et toutes les formes, c'est à dire l'unicité de chacun.e, par la lingerie.

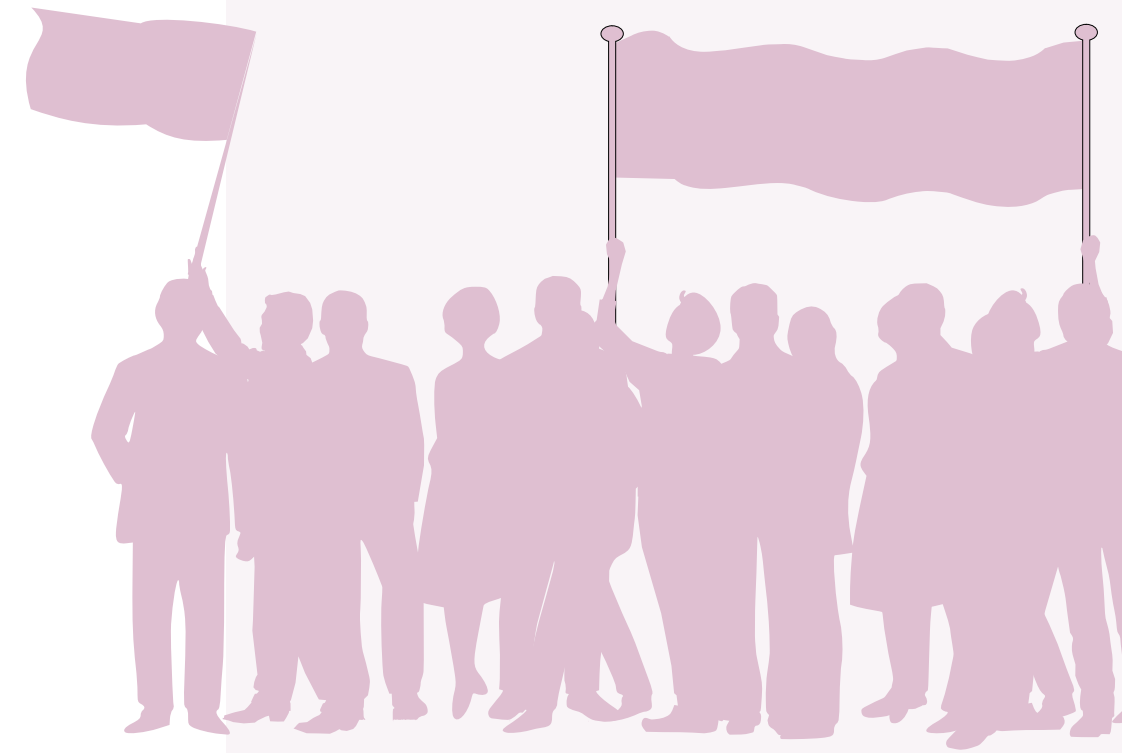
Nous visions à redéfinir l'image et la charge associées à l'industrie de la lingerie pour que notre image de nous-même soit plus douce et plus saine. Informelle se positionne alors réellement comme un vecteur de changement, en plus de mettre en place une culture d'entreprise et des normes de production axées sur la durabilité.



LANCEMENT DE LA MARQUE

Le lancement **d'Informelle** aura lieu le 8 mars 2022, soit la **journée internationale des femmes**.

Dans le but de lancer notre marque dans un contexte de **marketing social**, Informelle s'engage, en effectuant son lancement le 8 mars, à lutter pour les femmes (droits, représentation, inclusion...) Cette prise de position établie les valeurs de la marque d'entrée de jeux. Nos produits deviennent véhicules de cause. En poussant encore son concept par le **marketing sociétal**, Informelle organisera une démonstration de ses produits lors de la marche annuelle pour les droits des femmes. Ainsi, des centaines de femmes de toutes origines et diversités corporelles porteront fièrement les produits de la collection lors de la manifestation.



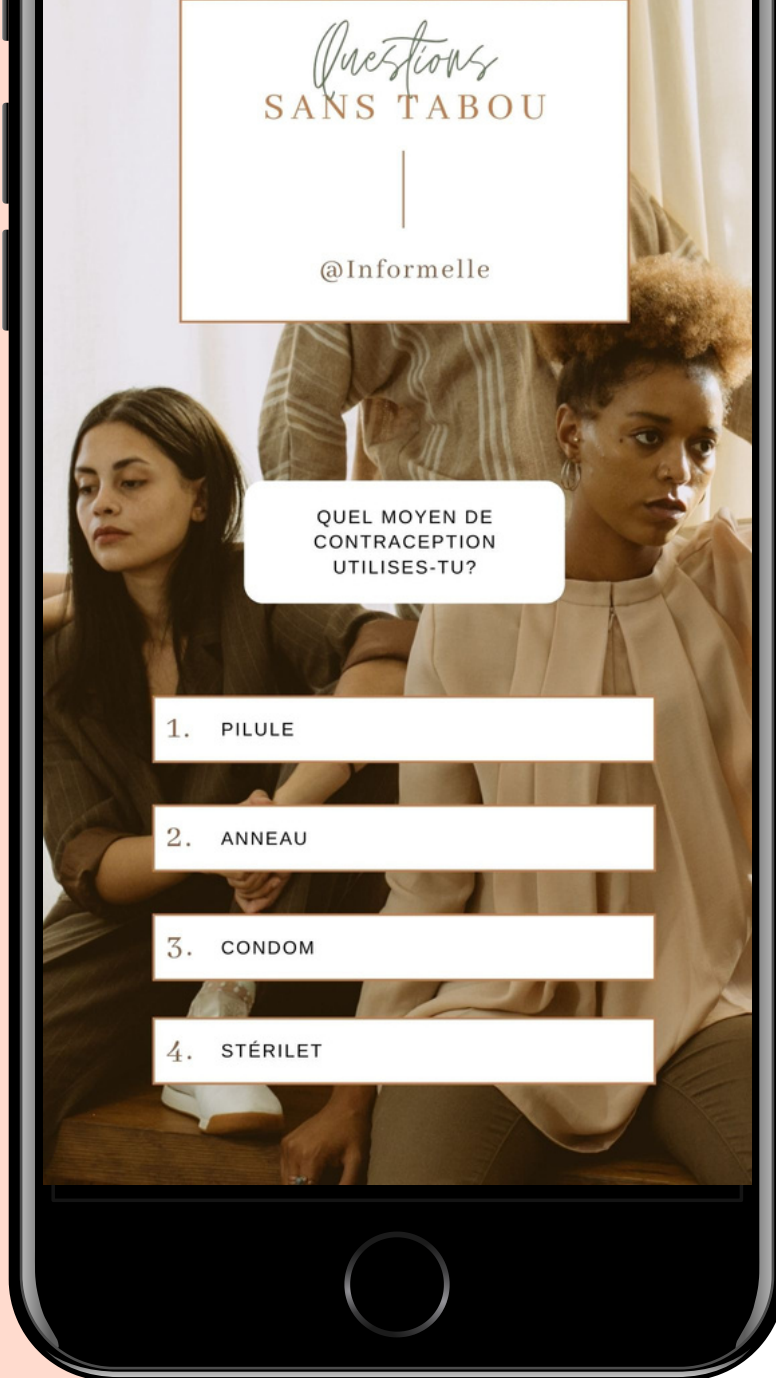
COLLECTIF 8 MARS | Journée internationale des droits des femmes 2021



STRATÉGIE NUMÉRIQUE

Création d'un site web écoresponsable

- Diminution du poids afin de réduire la consommation d'électricité.
- Présentation des produits, des valeurs et des femmes derrière la marque.
- Mise de l'avant des partenariats et des organismes soutenus.



STRATÉGIE NUMÉRIQUE

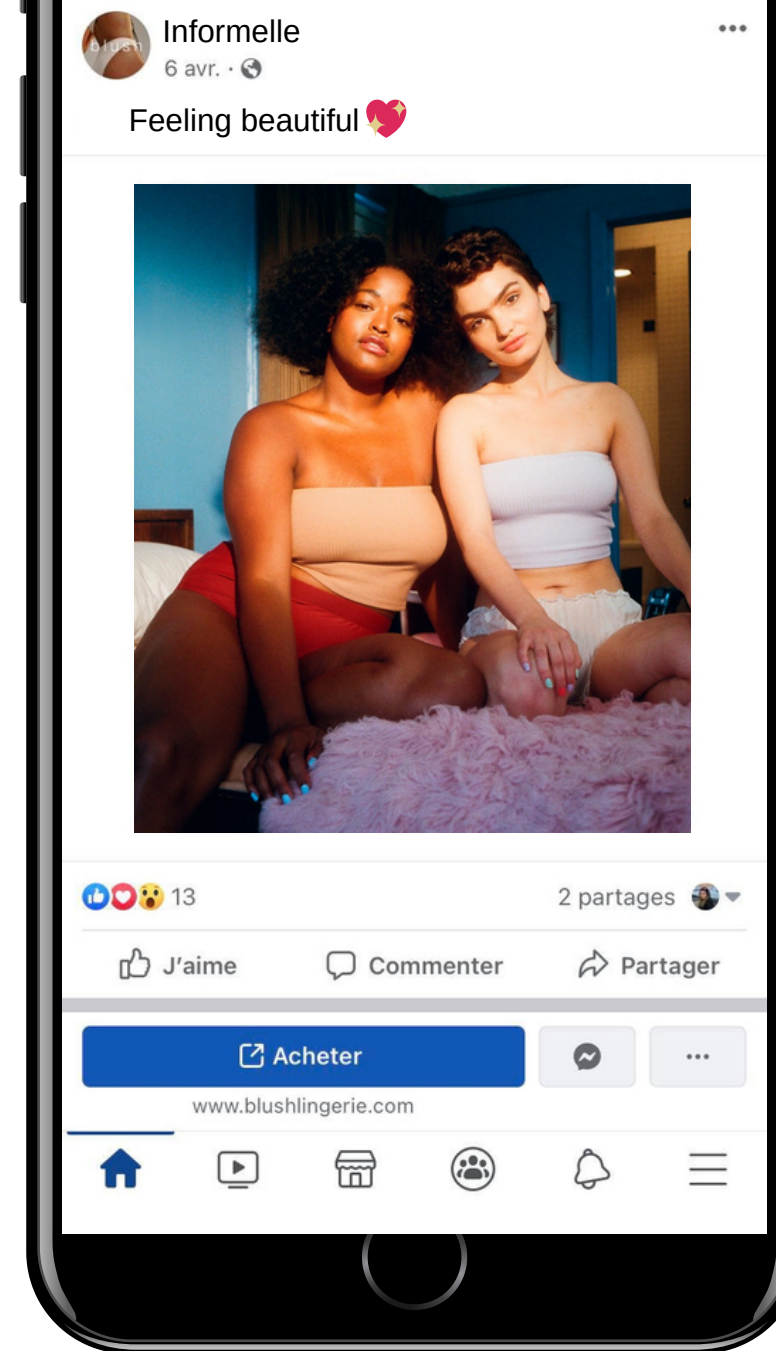
Instagram

- Contenu éducatif sur les femmes, pour les femmes (histoire, conseils, dénonciations, etc.)
- Conversation avec la communauté (QCM, vidéo *live*)
- Contenu axé sur le bien-être et non sur la consommation.
- Possibilité d'acheter à partir de la plateforme.

STRATÉGIE NUMÉRIQUE

Facebook

- Création d'un groupe Facebook axé sur le partage de connaissances;
- Contenu éducatif sur les femmes et pour les femmes (histoire, conseils, dénonciations, etc.)
- Miser sur la qualité des publications, plutôt que la quantité.



LE DÉPLOIEMENT DE LA STRATÉGIE NUMÉRIQUE AURA LIEU DANS LE RESPECT DES CODES SUIVANTS :



Selon le code ACM:

- E. Responsabilité envers la communication marketing;
- H2. Véracité;
- I7. Information à jour;
- J. Protection des renseignements personnels



Selon le code NCP:

- 1. Véracité, clarté, exactitude
- 2. Techniques publicitaires déguisées
- 14. Descriptions et représentations inacceptables
 - a. Ne pas tolérer quelque forme de discrimination personnelle
 - b. Ne pas donner l'impression d'exploiter, de tolérer ou d'inciter à la violence
 - c. Ne pas déprécier, discréditer ou dénigrer une ou des personnes

INVESTISSEMENTS MÉDIAS

GAFAM (25%)



Publications sponsorisées Facebook et Instagram (pas de publications incitants à acheter);

Prioriser le contenu organique par rapport au contenu sponsorisé.

Médias traditionnels d'ici (75%)



Prioriser les médias d'ici par rapport à GAFAM

En suivant le Manifeste pour des pratiques médias responsables lancé par l'A2C et le Conseil des producteurs médias du Québec (CDMQ).



« En moyenne, seulement 14 % des placements numériques des annonceurs québécois vont aux médias d'ici »

LE DÉPLOIEMENT DE NOS CHOIX MÉDIAS AURA LIEU DANS LE RESPECT DES CODES SUIVANTS :



Selon le code ACM:

N. Normes de pratique spécifiques à certains médias



Selon le code NCP:

1. Véracité, clarté, exactitude
2. Techniques publicitaires déguisées

DONATION À UN OBNL

INFORMELLE s'engage à remettre 3\$ par sous-vêtement vendu à **l'Association d'entraide Le Chaînon** qui accueille sans jugement et de manière inconditionnelle les femmes en difficulté depuis maintenant 1932.

qui NOUS TIENT À COEUR.

LE DÉPLOIEMENT DES DONATIONS AURA LIEU DANS LE RESPECT DES CODES SUIVANTS :



Selon le code ACM:

H.2. Véracité



Selon le code NCP:

1. Véracité, clarté, exactitude (cette initiative de donation n'omettra aucune information pertinente)
2. Techniques publicitaires déguisées (les dons iront réellement et directement à l'Association d'entraide Le Chaînon)

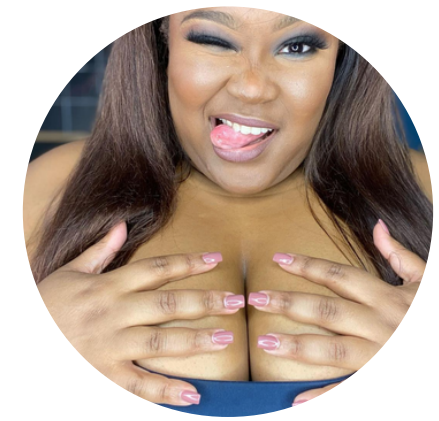
PARTENARIATS D'INFLUENCE

RÉSEAUX SOCIAUX (FACEBOOK,
INSTAGRAM ET TIKTOK)

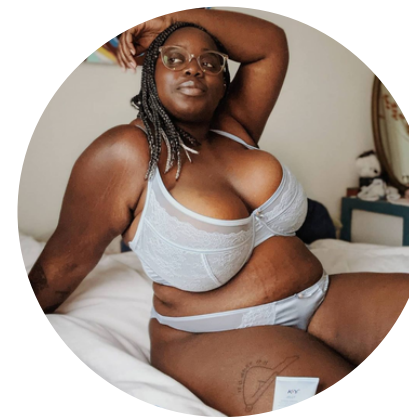
Afin d'inciter notre clientèle à rejoindre notre communauté et de faire briller des personnes engagées dans le cheminement vers l'acceptation de soi, nous déployons plusieurs partenariats d'influence à travers les médias sociaux. Pour Informelle, il est essentiel qu'un partenariats de la sorte soit pertinent, authentique et naturel, et c'est pourquoi nous avons choisi les personnes suivantes pour représenter notre marque au sein de leur communauté respective.



JESSIE NADEAU
contenu informatif sur le
cheminement sexuel et
communauté LGBTQ+



**NAÏLA @lagrossequifaitdes
vidéos**
Militant antiracisme et
acceptation de soi (body
positivity)



JESSICA PRUDENCIO
Féministe, fat positivity, anti-
raciste et anti-diète



VIVIANNE LACHAPELLE
Entrepreneure indépendante
qui vise à créer une image plus
douce et saine de la diversité
des corps



@sheivann
Féministe, body positivity,
militante #stopasianhate



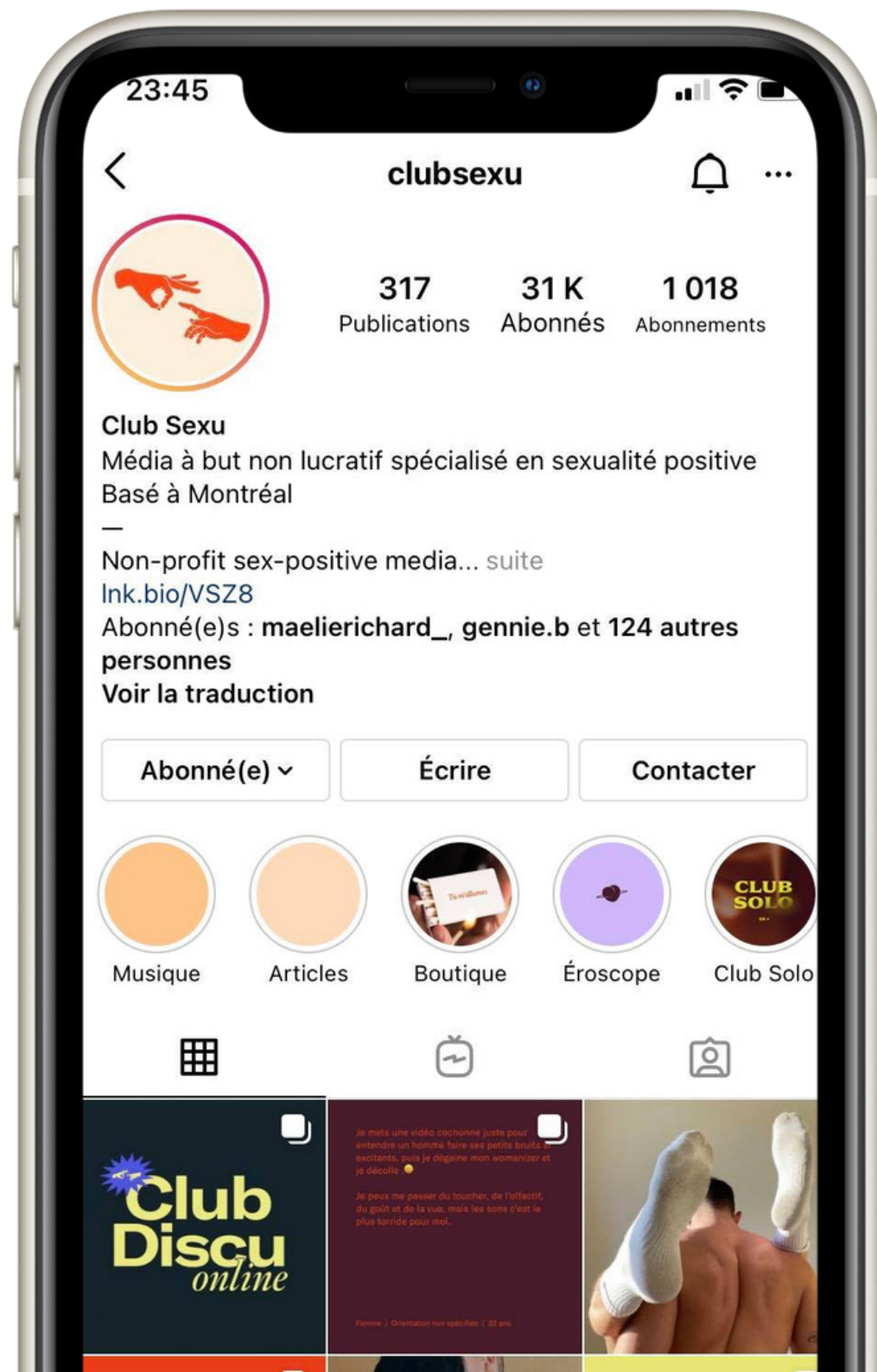
GENEVIÈVE BERGERON
Co-fondatrice du Club Sexu,
participation active à la
construction d'une sexualité
saine

LE CLUB
sexu

INFORMELLE
X

INFORMELLE s'associe à : Club sexu

Média à but non lucratif qui a pour mission de présenter une image plus ludique, positive et inclusive de la sexualité.



Ce partenariat donnera lieu à des conférences, des webinaires et des *lives* sur, entre autres, la confiance et l'acceptation de soi, au quotidien et entre les draps. On vise à ce que les femmes se sentent belles et fortes, même en sous-vêtements. Le Club Sexu crée actuellement «des occasions de partage et d'échanges sur la sexualité». Notre démarche s'imbrique donc naturellement dans leurs actions et leur vision.

LE DÉPLOIEMENT DES PARTENARIATS AURA LIEU DANS LE RESPECT DES CODES SUIVANTS :



Selon le code ACM :

H2 Véracité

I7 Informations à jour



Selon le code NCP :

2. Techniques publicitaires déguisées (les influenceurs doivent dire qu'il s'agit d'une publicité)

14. Descriptions et représentations inacceptables

CLUB INFORMELLE

Une plateforme en ligne qui nécessite une connexion, à laquelle peuvent adhérer gratuitement les adeptes d'Informelle.

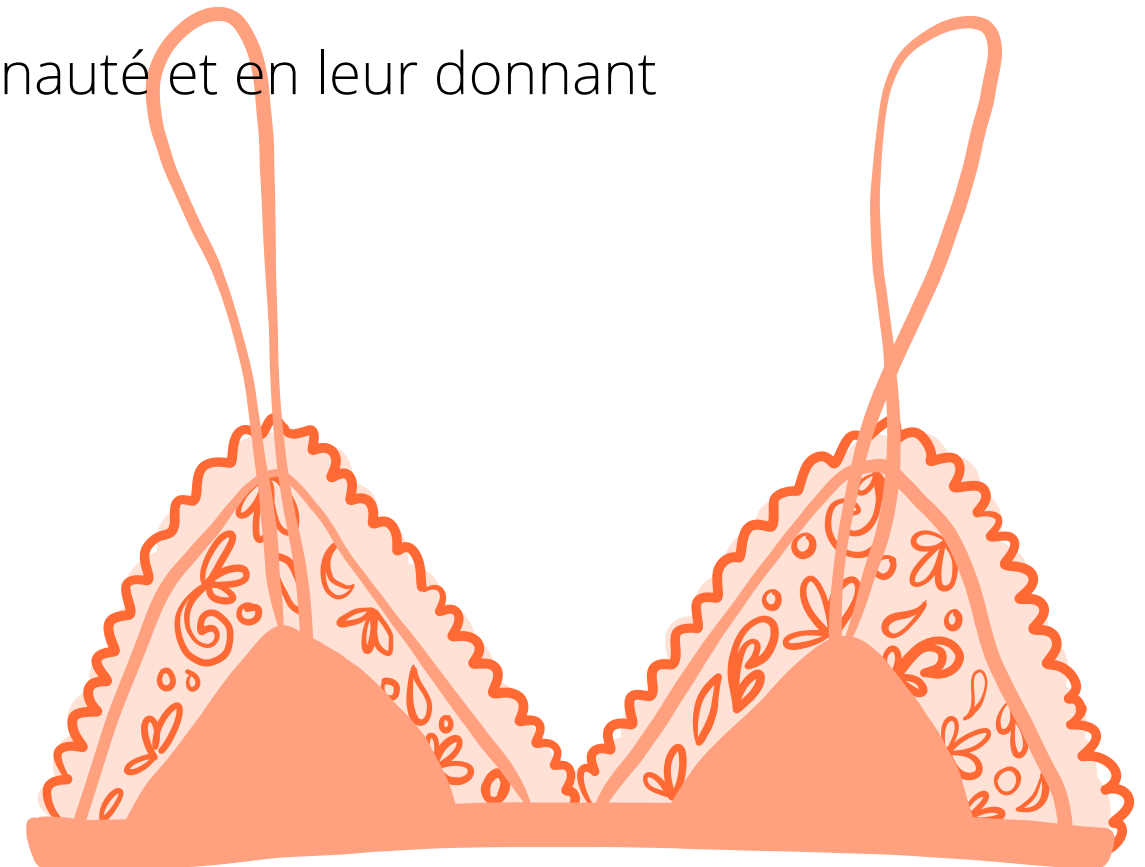
La plateforme vise l'éducation à divers sujets. Il s'agit aussi d'un lieu de rassemblement et de partage. c'est une communauté inclusive qui vise le partage sans jugements (*No shame*)



Encourager le marketing sociétal en donnant une voix à la communauté et en leur donnant un lieu pour se rassembler et échanger.



Donner à l'entreprise une mission d'éducation à travers le blogue.



Club INFORMELLE



Voici la maquette de notre club Informelle. Le but ? Encourager la diversité.

Qui sommes nous ?

Un entreprise montréalaise de sous-vêtements féminins ayant comme mission d'encourager la cause des femmes en misant sur l'inclusion et la diversité.

Le club Informelle est une plateforme d'éducation, de partage et d'inclusion *no shame*, parce qu'être femme, ça se célèbre.

Être une femme, c'est beau.



Énoncer clairement la mission de notre plateforme.

Nouvelles Informelles



L'inclusion, c'est quoi?

Parce que l'inclusion c'est un terme large, l'équipe vous démystifie ce que ça veut dire, concrètement, dans le day to day.



L'estime de soi - un mythe ?

NON ! On entend souvent parler de la fameuse estime de soi. Mais comment y arriver ? Et qu'est-ce que ça veut dire ?



10 choses à savoir sur la journée de la femme.

Parce que c'est une célébration, mais c'est aussi une lutte et une commémoration.

Partager de manière informelle



Forum de questions/réponses



Histoires partagées



Chat

Rédiger plusieurs articles de blogue pour informer la communauté Informelle sur les valeurs de la marque : diversité, inclusion, image de soi, droits et libertés de la femme...

Donner un espace pour échanger sur des inquiétudes et des histoires, sans préjugés. Permettre de poser des questions auxquelles la communauté pourra répondre, toujours avec l'équipe d'Informelle qui agit comme médiateur dans les échanges, pour assurer une harmonie parfaite.

LE DÉPLOIEMENT DU CLUB INFORMELLE AURA LIEU DANS LE RESPECT DES CODES SUIVANTS :



Selon le code ACM :

H1. Honoré la promesse de confidentialité, notamment dans les témoignages
J7. Respect de la vie privée



Selon le code NCP :

8. Déclarations de professionnels ou de scientifiques
(Les allégations publicitaires ne doivent pas laisser entendre qu'elles ont un
fondement scientifique lorsque ce n'est pas le cas.)

CRÉATION DE CONVERSATIONS

SUR CLUB HOUSE

Chez Informelle, on se positionne comme un vecteur de changement vers une acceptation de soi et un rapport sain à la sexualité et à son corps. Ainsi, nous organisons des conversations avec des personnes impliquées comme nous dans le changement régulièrement sur l'application Club House.

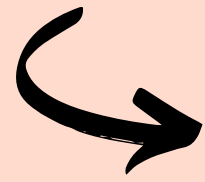
Nous visons à engendrer une conversation globale et sociétale sur les enjeux que nous défendons afin d'inclure le plus grand nombre dans notre cheminement.



LE DÉPLOIEMENT DE L'INTÉGRATION SUR CLUBHOUSE

AURA LIEU DANS LE RESPECT DES CODES SUIVANTS :

Selon le code ACM :



H1. Pratiques en matière de renseignements personnels (les conversations sont orchestrées dans une optique de parler et de récolter de l'information qualitative et non des données personnelles quantitatives).

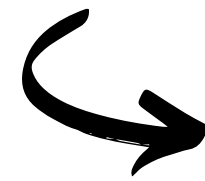
Selon le code NCP :



2. Techniques publicitaires déguisées (les conversations agissent en tant qu'activité informative et non promotionnelle)

14. Descriptions et représentations inacceptables (les sujets des conversations seront à buts pédagogiques et enrichissants)

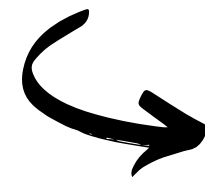
LES EMPLOYÉS D'INFORMELLE



Sont rémunérés bien au-delà du salaire moyen de l'industrie (parce qu'on croit que chaque employé contribue activement au succès de l'entreprise !)



Sont un groupe inclusif (tout le monde est bienvenu dans l'équipe d'Informelle ! On recherche simplement des gens qui partagent et s'identifient à nos valeurs !)



Ont la chance d'avoir un programme d'intégration des personnes avec déficiences !



Sont encouragés à poursuivre leurs rêves, à partager leurs idées et projets (On aime que nos employés soient des personnes à part entière, et non de simples exécuteurs de tâches !)
- Notamment en ligne avec la clause 3.5 du code ACM (créer des opportunités pour les membres de l'organisation)



Sont encouragés à prendre des congés lorsque nécessaire ! Informelle croit aux semaines de congés et aux longs week-end bien mérités !



Ont des conditions favorables pour fonder une famille : horaires flexibles, congés de maternité/paternité étendus,...



FINALEMENT

Le phénomène des réseaux sociaux a amené depuis plusieurs années l'hyper sexualisation du corps de la femme, mais également l'accès à une infinité de profils représentant des corps et des styles de vie soi-disant parfaits. Ce faisant, la société est continuellement exposée à un idéal de beauté inaccessible qui va à l'encontre de la diversité corporelle. Nous sommes d'avis que la beauté n'a pas de forme et qu'elle passe par l'acceptation de soi qui découle d'un changement de mentalité commun. Considérant notre mission et l'influence positive que nous souhaitons incarner, il va de soi qu'Informelle choisit de poser des actions responsables en appliquant des stratégies marketing éthiques.



INFORMELLE