

Projet final - Création d'une marque éthique

1. Présentation de l'équipe
2. Présentation de la marque
3. La stratégie
4. Les codes éthiques



La transparente

La responsable



L'honnête

La respectueuse



L'intègre



The background features a series of overlapping, wavy, organic shapes in shades of orange and yellow, creating a layered, topographical effect. The top layer is a light peach color, followed by a darker orange layer, and a bright yellow layer at the bottom.

MOSA

Boissons alcoolisées au mimosa en cannettes

Mosa

La marque

Domaine de la marque : Industrie de l'alcool

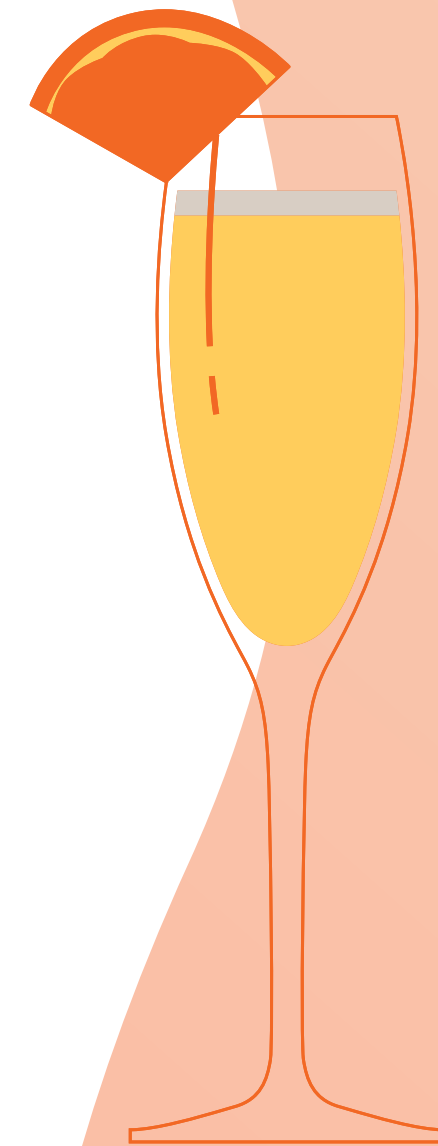
Depuis : Mars 2022

But : Devenir une bonne option à faible teneur d'alcool pour les jeunes adultes amateurs de brunchs du dimanche.

Son portefeuille de produits est présentement restreint à un seul et unique : la cannette de mimosa au pamplemousse. Mosa a des projets d'expansion, mais souhaite se concentrer sur son produit mimosa en premier.

LA MISSION

Mosa souhaite offrir des produits de qualité tout en s'assurant de garder la transparence au coeur de ses communications et de miser sur la consommation responsable d'alcool.



La marque Mosa

Éthique du personnel

Une petite équipe travaille fort pour offrir une expérience de marque unique aux consommateurs. Mosa priorise d'excellentes conditions de travail pour ses employés.

- Assurances collectives
- Avantages sociaux
- Horaire flexible
- Égalité des sexes et égalité salariale



La marque Mosa

La cible

Évidemment, le produit mimosa au pamplemousse de Mosa est un produit alcoolisé. Il est donc destiné uniquement aux personnes de 18 ans et plus (au Québec).

Cependant, nous souhaitons viser les jeunes adultes (18 à 35 ans environ) et particulièrement les universitaires, car nous croyons que ce serait la cible la plus intéressée par des produits de type "mimosa" et la plus propice à l'acheter.





F

FORCES

Qualité des ingrédients du produit

Transparence de la marque

Différenciation par le % d'alcool



F

FAIBLESSES

Faible notoriété, car c'est une nouvelle marque

Peu de variété de produits (un seul produit offert pour l'instant)



O

OPPORTUNITÉS

Popularité grandissante des brunchs auprès de notre cible

Faible concurrence sur le marché actuel pour ce produit

Popularité des produits de qualité et de marques éthiques et responsables



M

MENACES

Grande quantité de lois à respecter (produit alcoolisé)

Forte concurrence dans les prêts-à-boire (concurrence indirecte)

La marque Mosa

La concurrence



Bulles de nuit est le concurrent principal de notre marque Mosa.

Leur cannette de mimosa mousseux contient 6.9% d'alcool et elle est vendue dans la majorité des SAQ et épicereries du Québec, comme IGA, Provigo, Super C, etc. Elle se vend en format de 355 mL et est très populaire pour les jeunes adultes lors des brunchs entre amis.

- Excellente notoriété
- Une des seules marques à offrir ce type de produits
- Belle opportunité de pénétration de marché pour nous

Mosa au pamplemousse

Le produit

On a développé un produit frais, léger et rempli d'agrumes.

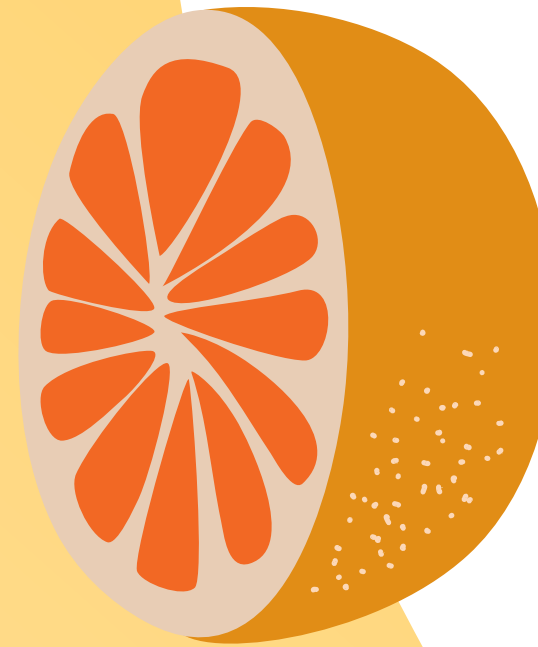
SA PRODUCTION

- Canettes qui se consigne
- Production locale

SA COMPOSITION

- Jus d'orange et de pamplemousse
- Mousseux
- Sirop de sucre de canne biologique
- 3,9% d'alcool

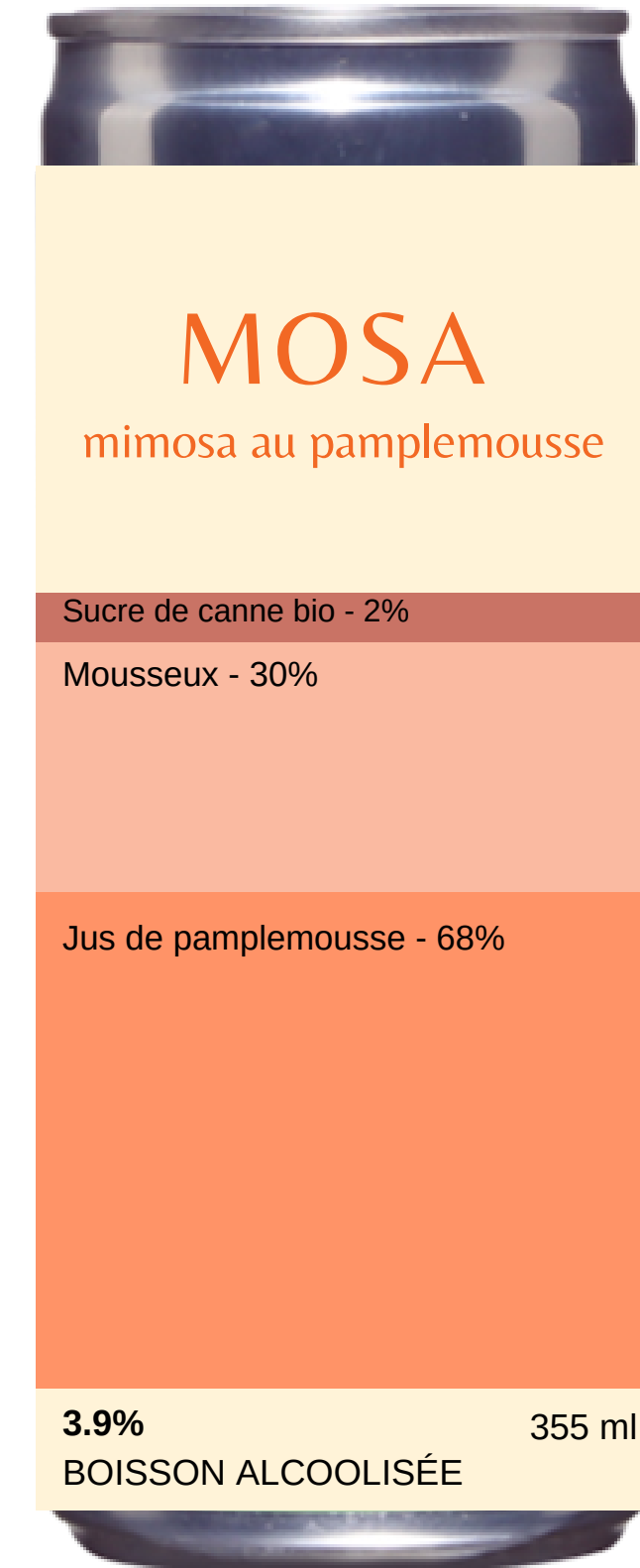
SA DISTRIBUTION : SAQ UNIQUEMENT!



Le Mosa au pamplemousse

Le branding

- Couleurs qui reflètent la marque et le produit
- Simplicité et minimalisme
- Mettre de l'avant l'aspect naturel du produit avec les ingrédients qu'il contient
- Souci de transparence avec le consommateur pour être encore plus éthique malgré que ce soit une boisson alcoolisée (% des ingrédients)



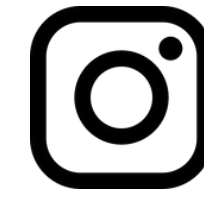
La stratégie derrière Mosa

Réseaux sociaux

- Contenu vidéo - utilisation de *stories* et de *reels*
- Gestion de communauté rigoureuse
- Fréquence des publications : 3 fois / semaine
- Facebook ADS

Axe de communication

Transparent, relationnel, amical, professionnel et esthétique.



Création d'un compte Instagram et Facebook



La stratégie derrière Mosa *Concours*

Brunch à l'estérel présenté par Mosa

**Gagne un week-end pour 2 adultes à l'Estérel
comprenant un brunch avec Mosa à volonté !**

*18 ans et +

*d'une valeur de 850\$

Sur les réseaux sociaux

- Like la publication
- Abonne-toi compte @mosa_co
- Identifie en commentaire la personne avec qui tu veux vivre cette expérience unique

Très important de valider l'âge du gagnant avant de l'annoncer et de mettre les règlements du concours à disposition des participants.



Règlements du concours

-Titre du concours: Concours MOSA « Fin de semaine de rêve à Estérel avec Mosa!» (le « Concours ») - Règlement officiel

AUCUN ACHAT REQUIS POUR PARTICIPER AU CONCOURS OU GAGNER UN DES PRIX. UNE SEULE PARTICIPATION PAR PERSONNE SERA ACCEPTÉE. 18 ANS ET PLUS SEULEMENT.

Le Concours n'est d'aucune façon organisé, approuvé, commandité ou administré par ou en association avec Instagram. Vous comprenez que vous fournissez vos renseignements à l'Organisateur du Concours (défini ci-dessous) et non à Instagram. Les renseignements transmis seront utilisés uniquement aux fins de l'administration du Concours et en conformité avec la Politique sur la vie privée de l'Organisateur Concours. Instagram est libérée de toute responsabilité par chaque participant au Concours. Toute question, tout commentaire ou toute plainte concernant le Concours doivent être adressés à l'Organisateur du Concours et non à Instagram.

Organisateur du Concours:

Le Concours est organisé par Mosa Inc.(l'« Organisateur du Concours »).

Durée du Concours:

Le Concours commence à 9h00 heure de l'Est (« HE ») le 15 avril 2022 et se termine à 23h59 HE le 15 mai 2022 (la « Durée du Concours »). Toutes les participations reçues après l'expiration de la Durée du Concours ne seront pas éligibles aux fins du Concours. Le seul facteur déterminant de la validité d'une participation sera la date et heure de soumission sur le (ou les) serveur(s) utilisé(s) par l'Organisateur du Concours dans le cadre du Concours.

Admissibilité au Concours:

Le Concours n'est ouvert qu'aux résidents légaux de la province de Québec âgés de dix-huit (18) ans ou plus au moment de leur participation au Concours. Vous n'êtes pas éligible à participer au Concours si vous êtes (ou vivez sous le même toit qu') un employé, dirigeant, administrateur, représentant, mandataire, consultant ou fournisseur de prix de l'Organisateur du Concours ou de l'une ses sociétés affiliées, licenciées, franchisées ou filiales (collectivement les « Entités du Concours »). L'Organisateur du Concours se réserve le droit de vérifier l'admissibilité des éventuels gagnants. Vous devrez soumettre une preuve d'identité avant de pouvoir participer au concours.

Décharge et exclusion de responsabilité:

Les Entités du Concours ne sont pas responsables de quelque erreur, notamment typographique, dans l'offre ou l'administration du Concours, notamment, mais sans limitation, une erreur d'impression ou d'affichage de l'offre ou du règlement officiel, des tirages au sort et de l'annonce de tout gagnant, ou de la distribution de tout prix.

L'Organisateur du Concours se réserve le droit, sujet seulement à l'approbation de la Régie des alcools, des courses et des jeux du Québec (la « Régie »), d'annuler, de modifier ou de suspendre le Concours (ou d'amender le présent règlement officiel), de quelque façon que ce soit, en raison de toute d'erreur, tout problème technique, tout virus informatique, tout bogue, toute altération, toute intervention non autorisée, toute fraude, toute défaillance technique ou toute autre cause raisonnablement hors du contrôle de l'Organisateur du Concours compromettant la sécurité ou la bonne conduite du Concours conformément au présent règlement officiel. L'Organisateur du Concours, avec le consentement de la Régie (le cas échéant), se réserve également le droit d'annuler, de modifier ou de suspendre le Concours (ou d'amender le présent règlement officiel), sans avis ou obligation préalable, advenant un accident, une erreur d'impression, une erreur administrative ou toute autre erreur de quelque nature que ce soit, ou pour toute autre raison et ce, sans engager sa responsabilité envers quiconque incluant les participants au Concours.

En participant au Concours, chaque participant reconnaît que les Entités du Concours ne seront pas responsables de toute perte ou blessure, de quelque nature que ce soit, pouvant résulter de l'acceptation, de la possession et de l'usage ou du mauvais usage d'un des Prix attribué et chaque participant convient dès lors de tenir indemnes et à couvert et de libérer les Entités du Concours de même que leurs successeurs, ayants droit, mandataires, employés, représentants, dirigeants, administrateurs et actionnaires respectifs (collectivement les « Parties exonérées ») pour toute forme de réclamation, dommages ou responsabilité résultant en totalité ou en partie, directement ou indirectement, de sa participation au Concours et convient qu'il ne pourra prendre aucune action contre les Parties exonérées ou contre toute entité qui pourrait réclamer un dédommagement ou une indemnité des Entités du Concours résultant de sa participation au Concours, et dans le cas où ce participant serait déclaré gagnant du Concours, de son acceptation, possession et usage ou mauvais usage d'un des Prix.

Les Parties exonérées déclinent également toute responsabilité relativement à toute défaillance qui pourrait survenir sur l'Instagram ATM à tout problème ou défaut de

Règlements du concours

Dans l'éventualité d'un différend quant à l'identité de la personne ayant soumis une participation, celui-ci sera réputé avoir été soumis par le titulaire autorisé du compte Facebook, utilisé lors de la participation au Concours. Tout participant au Concours pourra être tenu de produire un document prouvant qu'il est le titulaire autorisé de compte associé à la participation soumise.

Publicité:

En participant au Concours, chacun des éventuels gagnants autorise l'Organisateur du Concours à diffuser son nom, sa ville de résidence, sa photographie, ressemblance, sobriquet et/ou sa voix dans toute publicité portant sur le Concours incluant, mais sans limitation, sur le Site et l'Instagram ATM, et ce, sans compensation additionnelle ni préavis.

Protection des renseignements personnels:

Les renseignements personnels fournis par les participants au Concours seront i) recueillis par l'Organisateur du Concours; ii) utilisés uniquement aux fins de l'administration du Concours, afin de communiquer avec les éventuels gagnants pour les informer qu'ils sont éligibles à gagner un des Prix et vérifier leur éligibilité au Concours et iii) accessibles uniquement par les employés, mandataires ou représentants de l'Organisateur du Concours directement associés au Concours et ne seront pas divulgués à d'autres personnes.

En participant au Concours, chaque participant consent à la collecte, l'utilisation, et la divulgation de ses renseignements personnels pour les fins et de la manière ci-dessus décrits. Vous pouvez également nous contacter afin de nous transmettre toute question au sujet de la protection de la vie privée par courriel au privacy@fglsports.com.

Conditions générales:

Le Concours est administré par l'Organisateur du Concours. Toute décision de l'Organisateur du Concours relative au Concours est finale, définitive et sans droit d'appel et [liera](#) les participants. Le Concours est assujéti aux lois et règlements de la province de Québec et des lois et règlements fédéraux et municipaux qui s'y appliquent. Comme condition pour participer au Concours, dans la mesure permise par la loi, chaque participant reconnaît et convient que tout litige ou recours découlant ou concernant le Concours seront réglés individuellement, sans recourir à quelque forme de recours collectif, et exclusivement par le tribunal compétent du district judiciaire de Montréal, Province de Québec à l'exclusion de toute autre juridiction et que le tribunal compétent appliquera le droit en vigueur dans la province de Québec sans égard aux règles ou dispositions en matière de compétence législative ou de conflit de loi. De plus, à l'exception des dépenses engagées par le participant pour participer au Concours, chaque participant renonce à tous droits de

Comment participer:

Aucun achat requis pour participer au Concours. Pour participer au Concours et courir la chance de gagner un des Prix (définis ci-dessous), vous devez pendant la Durée du Concours :

(1) Posséder un compte valide Instagram ;

(2) S'abonner au compte Instagram officiel de Mosa (@mosa) et identifier en commentaire une autre personne. Les deux personnes doivent être âgées de plus de 18 ans.

(3) Respecter les modalités d'utilisation d'Instagram.

Chaque participant atteste et déclare que tout commentaire qu'il pourrait soumettre dans le cadre du Concours respectera les critères de soumission suivants :

(i) Elle doit être en lien avec l'objet du Concours (voir paragraphe (2) de la rubrique « Comment participer ») ;

(ii) Elle n'enfreint aucune loi, aucun acte, aucune ordonnance, ni aucun règlement ; et

(iii) Elle n'est aucunement diffamatoire, commercialement diffamatoire, pornographique ou obscène, et en outre, ne contient, ne comprend, n'évoque et n'englobe nullement, sans aucune restriction, l'un ou l'autre de ce qui suit :

- obscénité;
- nudité
- activité sexuelle explicite, implicite, graphique ou excessive;
- langage cru, vulgaire ou offensant;
- représentations dérogatoires de tout groupe ethnique, racial, sexuel ou religieux;
- contenu qui approuve, tolère ou concerne toute activité, toute conduite ou tout comportement illégal, inapproprié ou hasardeux;
- renseignements personnels sur des individus, y compris, mais sans s'y limiter, des noms, adresses (postales ou électroniques), numéros de téléphone et de télécopieur

La stratégie derrière Mosa

Activation de marque



Activation de marque à Osheaga

- Aire de repos à l'image de Mosa
- Vente de la boisson (18+) et vérification des pièces d'identité!
- Distribution de fruits frais (santé, frais)
- Remplissage de bouteilles d'eau

Avantages

- Augmente la notoriété
- Favorise une image positive de la marque
- Rejoint une bonne partie de la cible





Espace Mosa

La stratégie derrière Mosa

Activation de marque

Dégustation du produit dans certaines succursales de la SAQ pendant l'été

- Dégustations offertes (vérification rigoureuse des pièces d'identité et étampes)
- DJ sur place
- Parasol et comptoir à l'image de la marque Mosa devant la SAQ (orange, rose, jaune)
- À l'achat du produit, le consommateur reçoit des flutes de mimosa écrit "Mosa" avec une police minimaliste
- Présentoir spécial et invitant dans le magasin (PLV)



La stratégie derrière Mosa

Événement de lancement

- Brunch de lancement avec des créateurs de contenu québécois
- Lancer le partenariat avec les créateurs de contenu
- Ambiance décontractée et branchée
- Distribution du produit de façon modérée - Mosa au pamplemousse
- Transmission efficace des valeurs et de la mission de la marque à la communauté

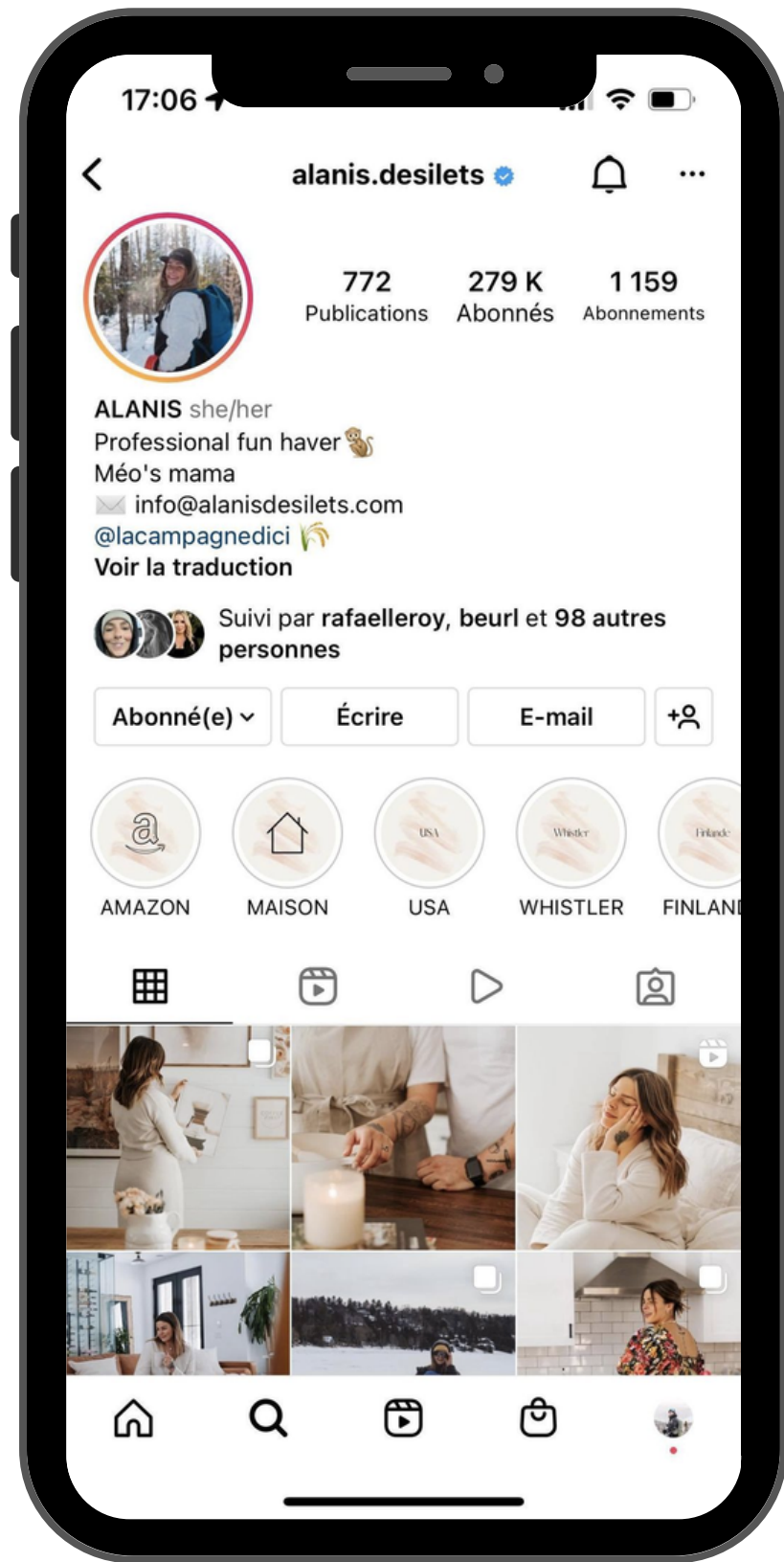
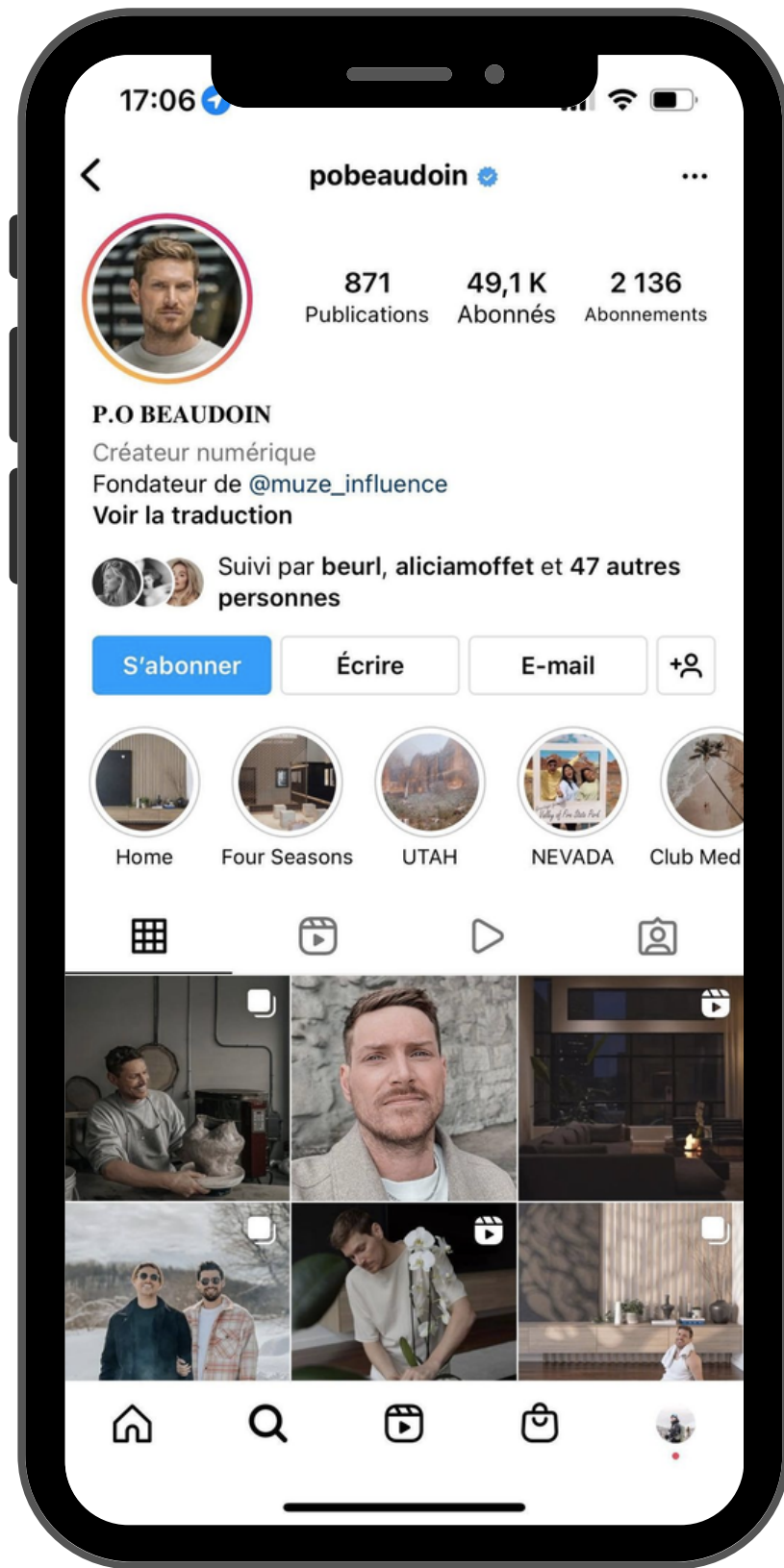
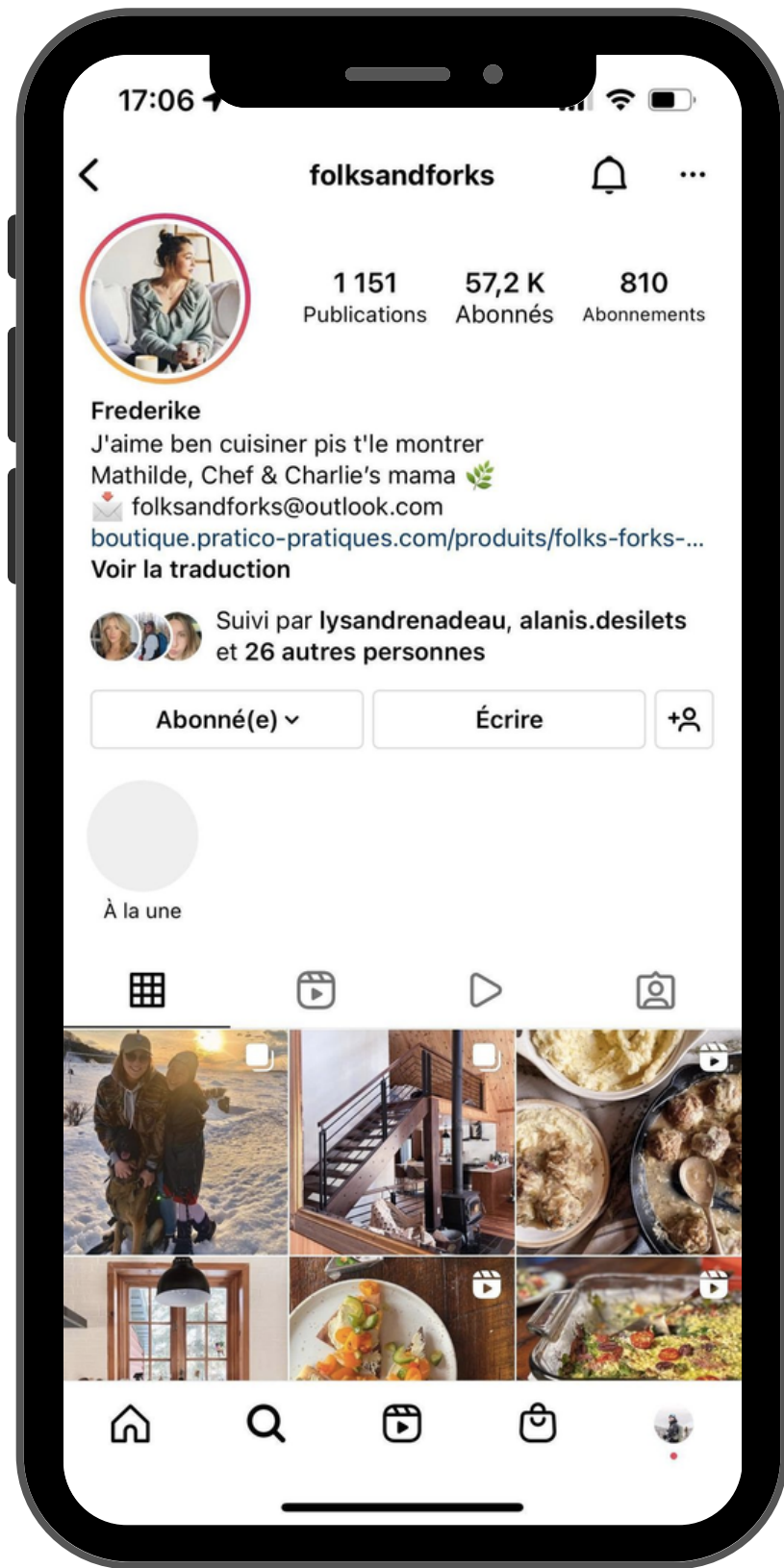
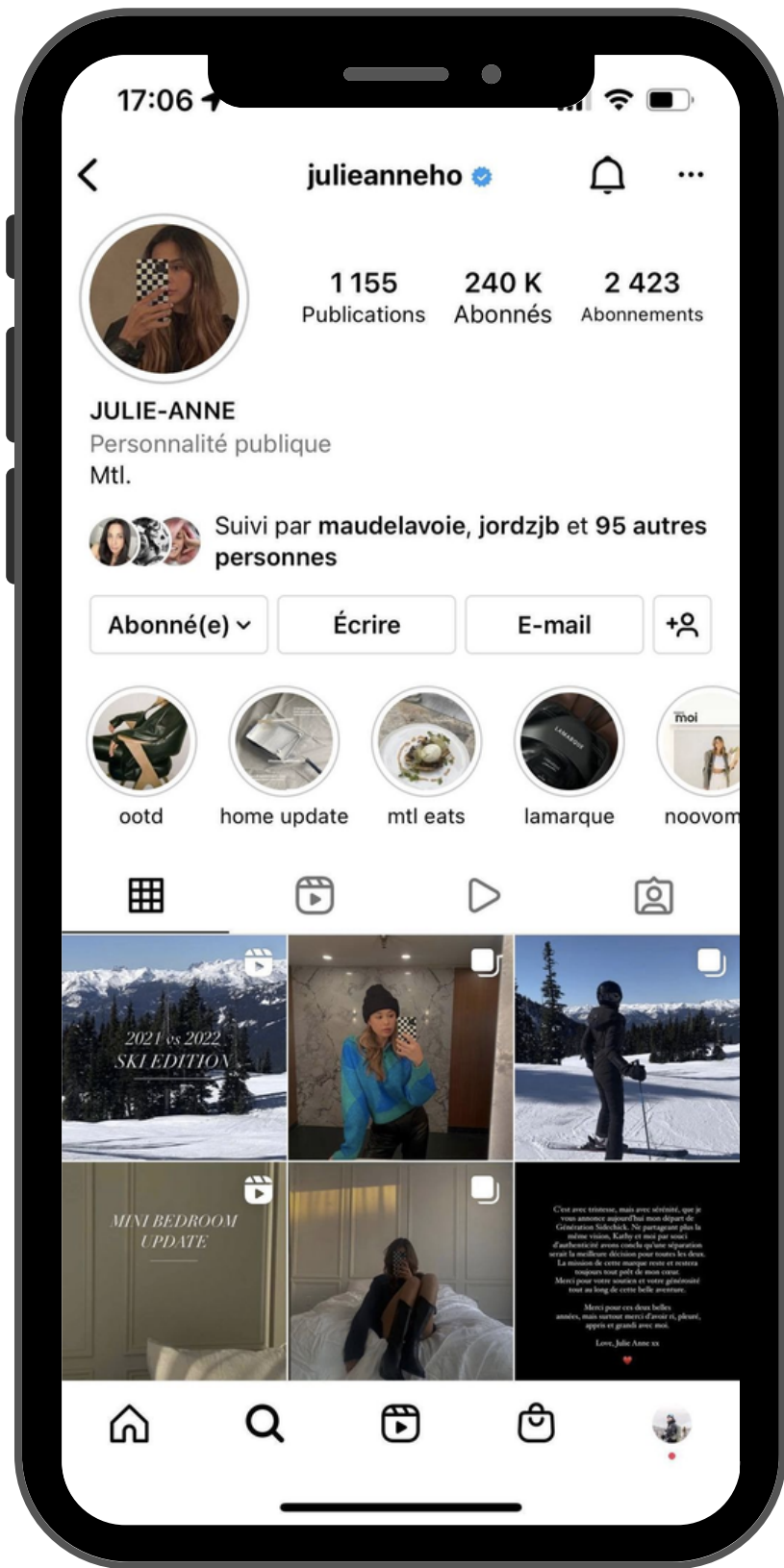


La stratégie derrière Mosa

Influenceurs

- Continuité et suivi avec les influenceurs présents à l'événement
- Boîte brunch pour 2 personnes, boissons Mosa et flûtes à l'effigie de la marque
- Petite carte incluant une description de l'entreprise et des règles à suivre pour la campagne d'influence (ex : produit reçu, partenariat rémunéré, etc.)
- Une publication ou un *reel* + des *stories*





La stratégie derrière Mosa

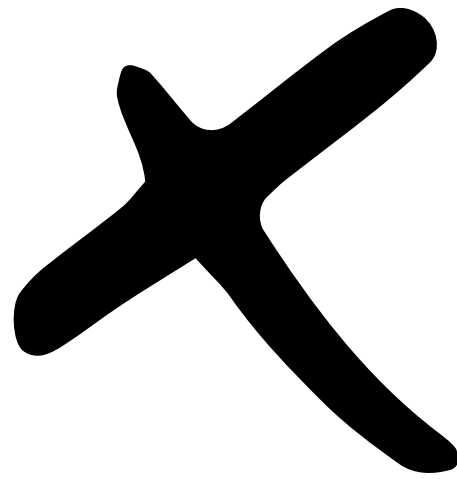
Placement de produit

- Placement de produit dans un segment cuisine à l'émission Salut Bonjour Week-end
- Brunch cuisiné à la télévision (donne envie)
- Mention claire des points de vente et mettre de l'avant l'aspect naturel du produit
- Mention claire que le produit s'adresse uniquement aux 18+ (affiche dans le bas)



L'éthique derrière Mosa

Les codes



L'éthique derrière Mosa

Les codes

- Ingrédients et % d'alcool mis de l'avant sur la canette
- Section de sensibilisation sur le site internet sur les dangers de la surconsommation
- Mis au clair que le produit s'adresse aux 18+ sur la canette, le site internet, les réseaux sociaux et les événements



Vient répondre aux codes suivants

1. Véracité, clarté et exactitude (NCP)
2. Véracité (H2) (ACM)
3. Exactitude de la représentation (I1) (ACM)
4. Clarté (I2) (ACM)
5. Appât et substitution (NCP)
6. Divulgence (I14) (ACM)
7. Dissimulation (I5) (ACM)

L'éthique derrière Mosa

Les codes

Témoignages (NCP et ACM)

- Inclure des personnalités publiques de l'environnement québécois avec une bonne crédibilité et une influence positive
- Respecter le marketing d'influence et la loi sur la concurrence

Sécurité (NCP) et avis de non responsabilité (ACM)

- Sécurité est un point crucial lorsqu'on parle de consommation d'alcool
- On ne veut pas être associés à des marques de surconsommation (Four Loko)
- Consommation responsable apposée sur toutes nos communications
- Faible pourcentage d'alcool (3,9%) mis particulièrement en valeur afin de rendre le produit récréatif et décontracté

Publicité destinée aux mineurs (NCP) et aux adolescents (ACM - section K et L)

- Priorité lors de nos événements
- Pour cette raison que le concours vise une cible adulte (Hôtel Estérel)
- Activations de marque dans des endroits surveillés (SAQ, restaurant, festival) et personnes en charge de cartier les participants pour s'assurer de leur légalité

L'éthique derrière Mosa

Les codes

J. Renseignements personnels (ACM)

- Puisque nous organisons un concours et que nous récoltons des informations personnelles, il faut respecter de nombreux principes.
- Nous nous sommes assurés de préparer un **document de consentement complet** lorsque le participant s'inscrit au concours. En effet, étant donné qu'il doit fournir sa date de naissance, son adresse et son courriel, nous avons clairement établi les limites de notre campagne ainsi que les limites de communication, de sorte qu'il n'y aura pas de sollicitation n'ayant pas rapport à notre campagne.

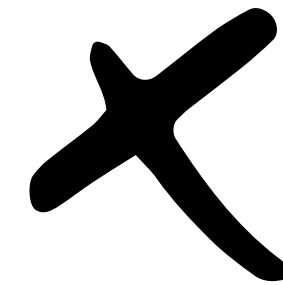
- Les règlements du concours sont aussi concoctés avec une optique de transparence.
- Utilisation de système permettant de numériser une pièce d'identité valide afin de valider l'âge.
- Vérification en présentiel de l'âge du gagnant ou de la gagnante avant de l'annoncer sur les réseaux sociaux et de remettre le prix.
- Respect de la clause M2.1 concernant la rédaction d'un document incluant les conditions du concours.

L'éthique derrière Mosa

Les codes

Q . Écocivisme (ACM)

- Nous voulons lutter contre les changements climatiques et faire une vraie différence.
- Toutes les canettes sont recyclables.
- Dans chaque évènement où nous sommes présents, nous distribuons soit directement en canette ou avec des verres réutilisables afin de ne pas gaspiller.
- Nous nous sommes également assurés de faire le moins de publicité papier possible afin de profiter de l'environnement technologique et diminuer notre empreinte écologique.



Merci!

Rencontres et tâches de l'équipe

Amélie Paquette

- Création du canevas de présentation
- Section sur l'entreprise
- Soutien aux autres parties

Magalie Turcotte

- Section sur les codes et notions du cours

Olivier Rochon

- Section sur les codes et notions du cours

Charline Saint-Denis

- Visuel de la canette
- Section sur la stratégie marketing

Rose Cochrane

- Section sur la stratégie marketing

Une rencontre par semaine à 19h

16 mars 2022 : Séparation des tâches, choix d'un domaine

23 mars 2022: Mise en commun des idées et choix d'une marque. Plan pour les stratégies marketing.

30 mars 2022: Suivi de l'avancement.

5 avril 2022: Vérifications finales et pratique

Bibliographie

NCP : <https://adstandards.ca/fr/code-canadien/code-en-ligne/>

ACM : <https://www.acm.org/code-of-ethics>

Marketing d'influence et loi sur la concurrence:

<https://www.bureaudelaconcurrence.gc.ca/eic/site/cb-bc.nsf/fra/04512.html>

Régie des alcools, des courses et des jeux :

<https://www.racj.gouv.qc.ca/accueil.html>

Règlementation Facebook (méta) : <https://www.facebook.com/policies/ads/>