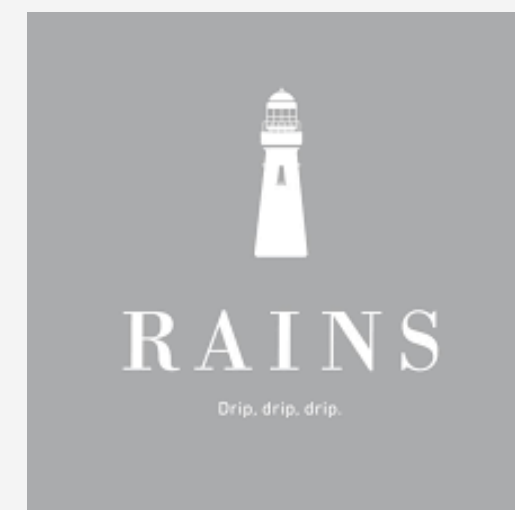
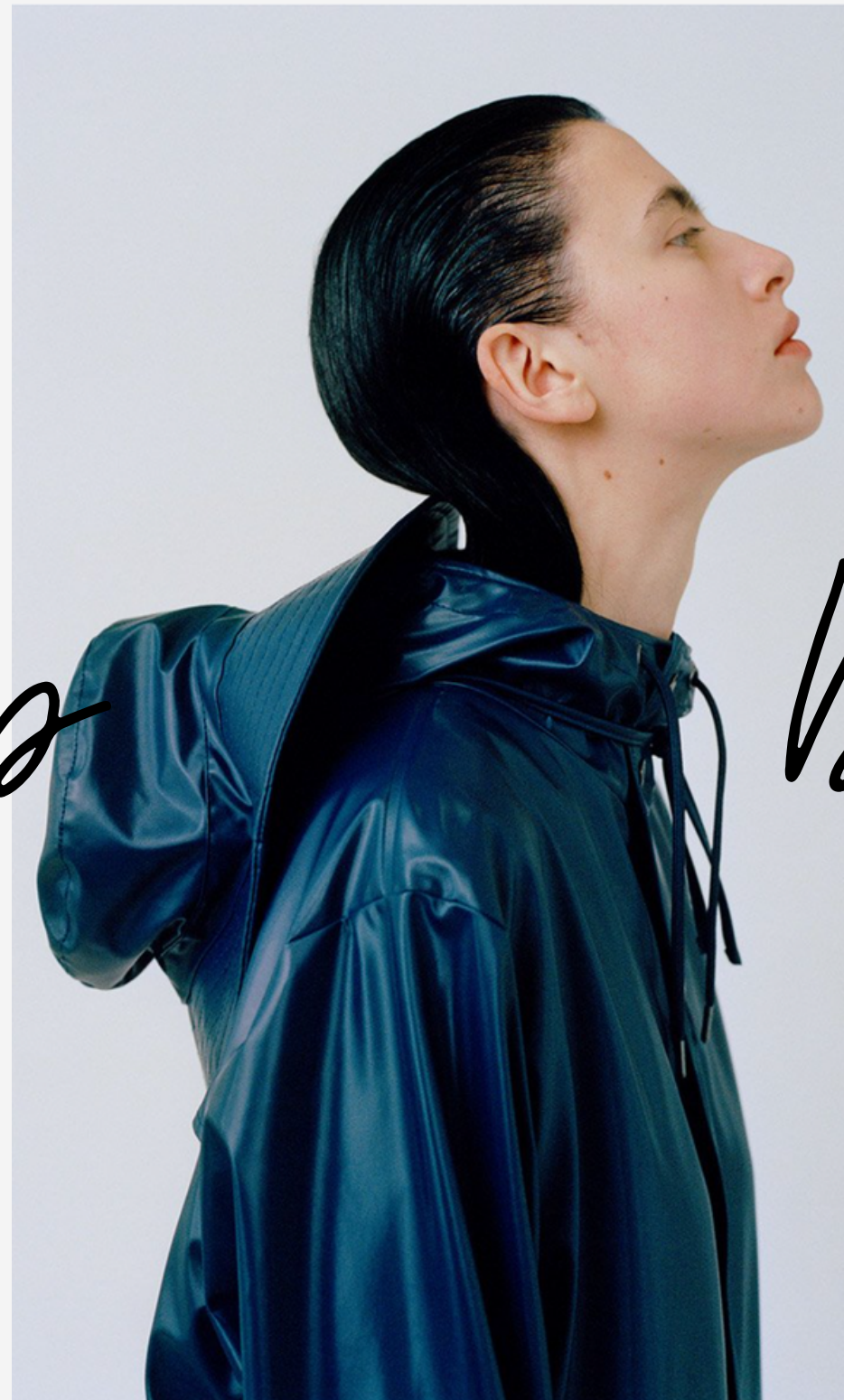
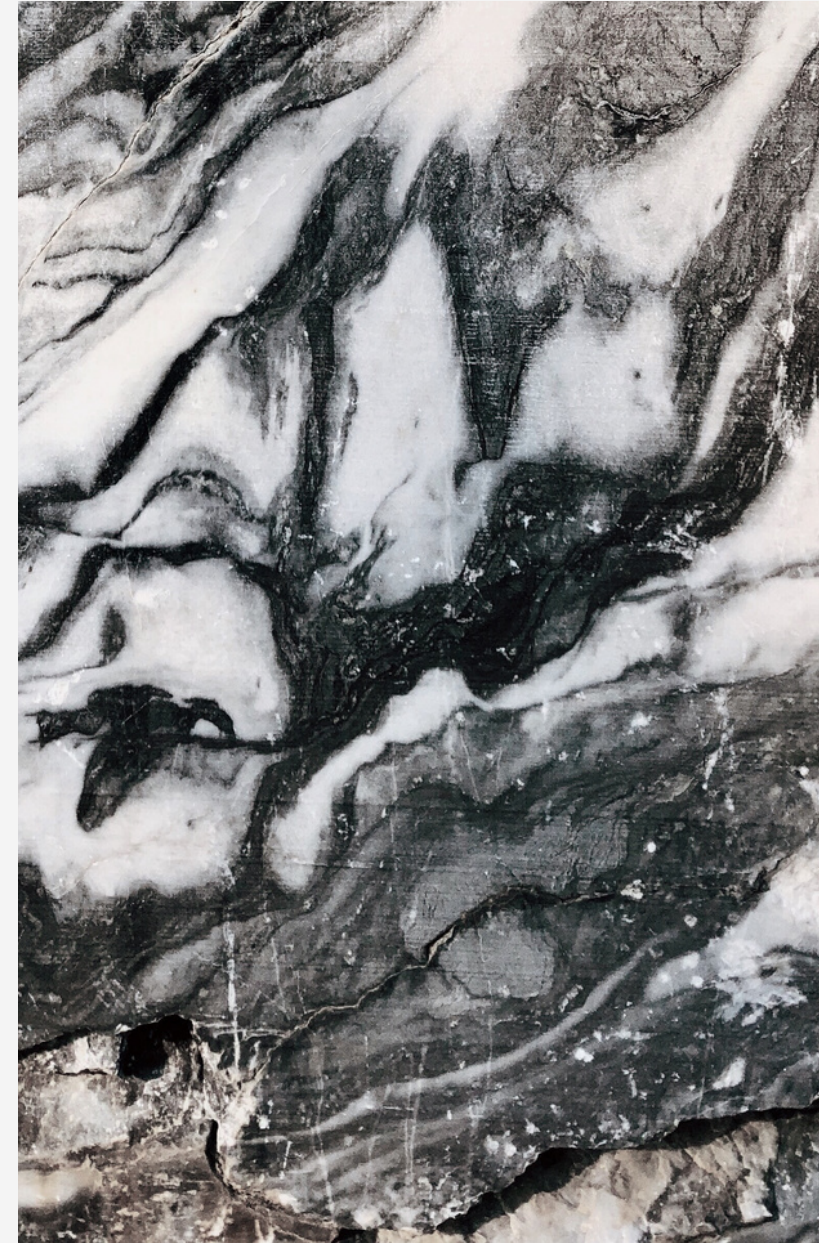


*Drips, drips Drips.*



# Charte éditoriale





# 7 étapes-clés

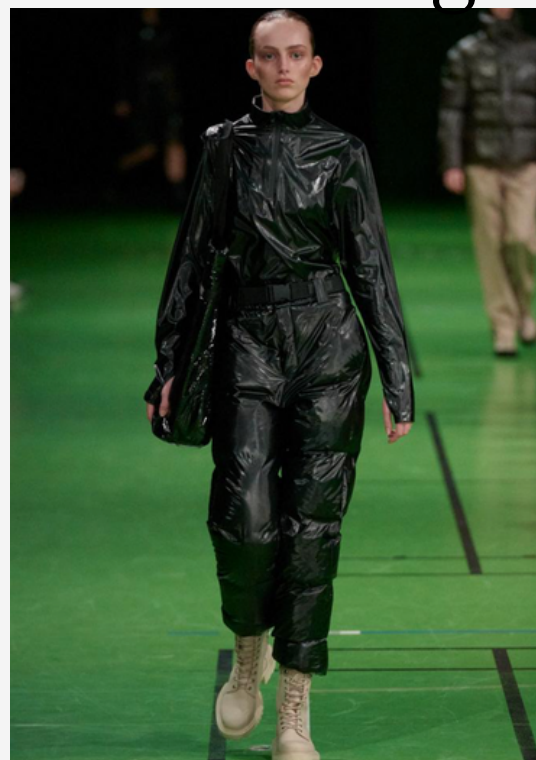
Présentation: DNA



01

Présentation/Rappel  
du contexte de  
l'entreprise

Stratégie



02

Présentation de la  
stratégie de  
communication

Territoirs d'expression



03

Définir les territoires  
d'expression

Langage



04

Les éléments de  
langage

## Ligne éditoriale



05

---

Déclinaison de la ligne éditoriale en fonction de supports

## Charte iconographique



06

## SEO



07

---

Mots-clés stratégiques et SEO





1. Rappel du  
contexte de  
l'entreprise

Entreprise danoise fondée en 2012 et  
spécialisée dans les vêtements de pluie. La  
marque c'est fait connaître grâce à ...



# 01

Concept Stores

---

# 02

Vêtements

---

# 03

Défilés

---

# 04

Reputation éthique

---



## 2. Stratégie de communication





# 01 Cible

Bien que jouant sur une image très codée et chic, l'entreprise RAINS grâce à ses prix "milieu de gamme" vise une large clientèle (de classe moyenne) avisée et sensible aux causes environnementales.

# 02 Support de communication

**MEDIAS - HORS MEDIAS**  
(Réseaux sociaux et publicité versus lieux de vente et communication événementielle)

Les SdC employés sont ceux des médias avec une offre publicitaire diffusée en grande partie sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook, Pinterest et LinkedIn) mais également hors médias avec les points de vente et lors de défilés.

# 03 Traffic priorisé

**Organique;**

**Social** (réseaux sociaux);

**Direct** (utilisateurs se rendant directement sur le site );

**Paid:** en dernier, car RAINS mise surtout sur son image et sa réputation plutôt que sur des campagnes payantes.

# 04 Positionnement

Se fait par la place qu'occupe l'entreprise dans l'esprit des consommateurs (entreprise éthique et soucieuse de l'environnement par ses procédés de fabrication européens pour des tarifs accessibles).

#





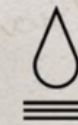
*Territoires  
d'expression*

## GLACIAL

### TECH SHEET

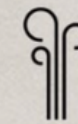
#### Waterproof

6000 mm/cm<sup>2</sup> water column pressure



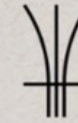
#### Windproof

0.02 cmm air permeability



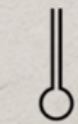
#### Breathable

2000 g/m<sup>2</sup> water vapor transmission



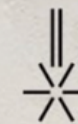
#### Insulated

100% featherless padding



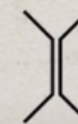
#### Taped Seams

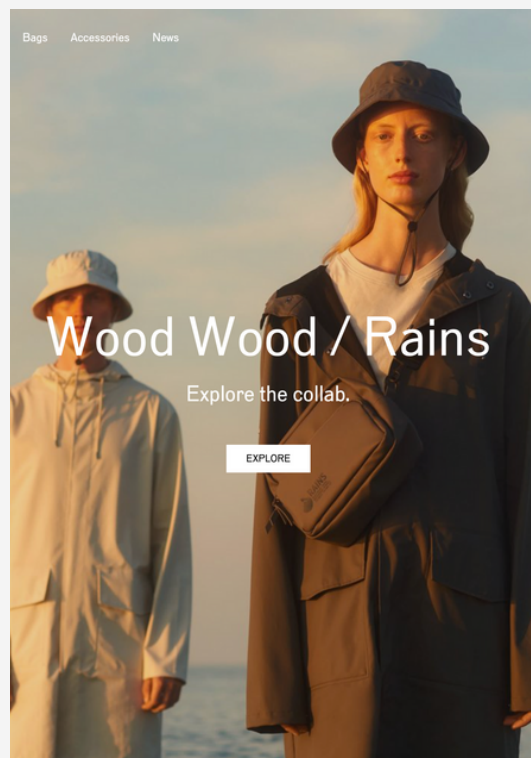
Waterproof heat-sealed seams



#### Weather-resistant hardware

Durable zips, pulls and cords





01

---

Fournir une expression respectant les codes du haut-de-gamme afin de garantir la qualité des produits proposés.

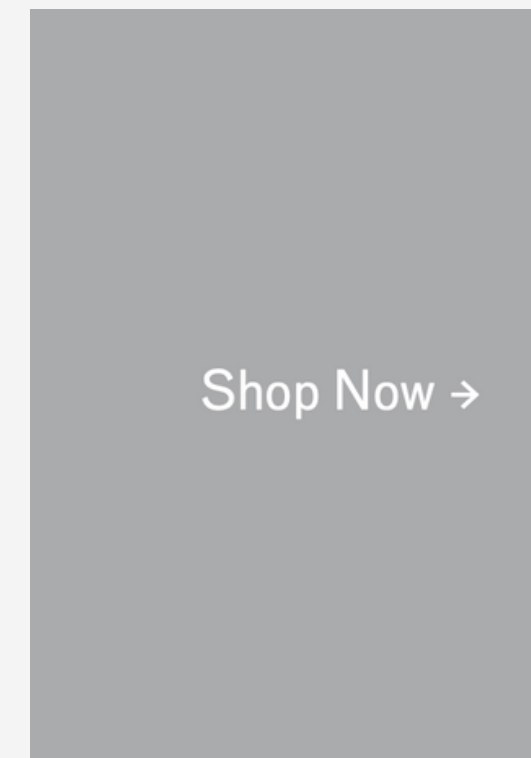
**Ton plutôt froid et distant.**



02

---

Vocabulaire soutenu privilégié.



03

---

Prise de parole: avant achat.



04

---

Angles d'attaque:  
perception de la  
marque.



05

---

Identité: éthique,  
simple, efficace,  
minimaliste et épurée.



06

---

Légitimé: entreprise  
Eco-responsable  
reconnue pour ses  
engagements  
durables.



Éléments de



language

Instagram

Rechercher

**rains** S'abonner

1 936 publications 231k abonnés 776 abonnements

**Rains**  
Drip, drip, drip  
Explore the Wood Wood / Rains collab ↓  
[bit.ly/35WwXHT](http://bit.ly/35WwXHT)

Abonnés : uceliranashraf, adrianotruscello, colette et 4 autres

GLACIAL Show Excl... PUFFERS

Instagram

Melbourne

Page boutique

Shop 230, Level 2  
Melbourne Central  
Melbourne VIC 3000  
Australia

Phone: (+61) 3 9650 1464  
Email: melbournecentral@rains.com

Monday to Sunday 11am-6pm

Map

Wednesday 23/9  
Partly Cloudy, 12 °C

Thursday 24/9  
Mostly Cloudy, 13 °C


Friday 25/9  
Showers, 8 °C

Saturday 26/9  
Showers, 11 °C

Sunday 27/9  
Mostly Cloudy, 12 °C



Facebook


 **RAINS**  
21 août · 🌐

**Waterproof Headwear**  
A category featuring designs for head-to-toe wet-weather outfitting. The Headwear category features two signature silhouettes for Autumn/Winter:

**Bucket Hat**  
The Rains Bucket Hat is a waterproof take on the classic silhouette designed for fisherman in the early 1900s. Constructed from our waterproof PU, the hat features a slightly angled brim, a Rains flag label and is lined for comfort.

**Boonie Hat**  
The Rains Boonie Hat is inspired from wide-brimmed military headwear used in wet, tropical climates. Boonie Hat is constructed from waterproof fabric and includes PU strings for a chin strap closure and an inner lining for comfort.

Explore all Headwear → [bit.ly/2E2G7Xk](https://bit.ly/2E2G7Xk)





# 01

## Site internet

---

Rédaction littéraire, beaucoup d'informations et de renseignements. Permet de faire voyager le client, de le faire rêver.

# 02

## Facebook

---

Interaction avec les clients en "call to action". Voix plus active.

# 03

## Instagram

---


Voix passif. Aucune interaction(sauf "call to action" en hyper lien. Pas de questionnement. Structure codé semblable eu haut-de-gamme.

Instagram



rains  • [S'abonner](#)



rains  Glacial for Autumn & Winter 2020

-

The Glacial outerwear series utilises a thick and durable twill fabric, waxed in waterproof PU. Each piece from the category is heavily padded with a featherless insulation and constructed in sturdy, workwear-inspired silhouettes.

6 h



pete2shoes Which shirt and jeans/pants can I see?



4 h Répondre

— [Afficher les réponses \(2\)](#)



1 312 J'aime

IL Y A 6 HEURES

Ajouter un commentaire...

[Publier](#)

04  
*LinkedIn*

---

Seulement quelques renseignements apportés sur la société, ses campagnes et sa structure.

05  
*Pinterest*

---

Canal de commerce redirigeant vers les articles vendus mais également tableaux d'inspiration des différents articles de la marque pouvant inspirer de nouveaux styles.

---

**DANS L'ENSEMBLE** pour les réseaux sociaux, pas de hashtag ni d'emoji. Pas d'interactive, sauf pour Facebook.

**MOTS INTERDITS:** deep, hot, trendy, together, enjoy, joy, happiness ...

**MOTS CLES UTILISES:** iconic, ice, glacial, nature, designed, traditional, inspired, innovative, collection, outdoor, rain, waterproof, fashion, ..



Déclinaison de la  
ligne éditoriale en  
fonction des  
supports



#

*Site internet*

---

*Réseaux  
sociaux*

---

Facebook  
Instagram  
LinkedIn  
Pinterest

---

**THEMATIQUES ABORDEES:**

collections, engagement  
environnemental.

**FREQUENCE DE  
PUBLICATION:**

Quotidiennement à tous les 2  
jours.

**POINTS DE VIGILANCE:**

uniquement la langue anglaise  
est utilisée sur les différents  
supports de communication,  
manque d'interactivité avec la  
clientèle, humanisation du  
produit.



*Charte  
iconographique*





01

---

Suivent: Absence de la  
personne.



02

---

Objet au centre et  
abandonné.



03

---

Neutralité et  
minimalisme.



Mots-clés stratégiques et SEO

# 01

Responsabilité, engagement,  
durabilité, tradition=futur, éco-  
responsabilité, nature.

# 02

CTA (call to action) = pour la  
newsletter actuellement "s'inscrire",  
privilégier "Je m'inscris" ou  
"Rejoignez la famille RAINS" pour  
favoriser l'engagement.

