



blune
/ paris

Charte éditoriale 2022

Version du 02 11 2022

Objectifs de la Présente charte :

- Cette charte éditoriale est le **document de référence** pour l'ensemble des équipes de Blune dans le cadre de la **création de contenu**.
- Elle pose le cadre de la **communication éditoriale** et va déterminer les grandes règles de communication que devront suivre les équipes Marketing et communication dans le cadre de la **création de contenu**.
- Elle pourra être partagée en interne mais aussi en externe en fonction des besoins
- Elle est aussi vivante que la marque est **amenée à évoluer** en fonction de l'esprit de la marque et des besoins

Sommaire :

Introduction : Présentation de la marque.....	5
1. Thématiques et sous thématiques.....	6
1.1. Les collections de prêt à porter.....	7
1.1.1. Les soldes et braderies.....	8
1.2. Exprimer ses humeurs dans le quotidien par le « mooding » et le « poetic design ».....	9
1.2.1. Sous-thématique : une mode pop et graphique.....	10
1.3. Célébrer la tribu.....	12
1.3.1. Sous-Thématique : Woman Empowerment.....	13
2. Ton et style du discours.....	14
2.1. Le ton.....	15
2.2. Le style.....	16
2.3. Les visuels.....	17

3. Couleurs et typographie.....	19
3.1. Logo.....	20
3.2. Couleurs.....	21
3.2.1. Couleurs principales.....	22
3.2.2. Couleurs secondaires.....	23
3.3. Typographies.....	24
4. Canaux de communication.....	25
4.1. Facebook.....	26
4.2. Instagram.....	32
4.3. Pinterest.....	34
5. Types de communication.....	36
5.1 Jeux concours.....	37
5.2 Newsletter.....	38
5.3 Articles de Blog.....	39
6. Planning de communication détaillé sur un mois.....	40

Présentation de la marque : **Blond** + **Brune** = **blune** paris

Histoire

Blonde + Brune = Blune

Blune est une marque créée en **2011** par deux amies, **Laurence** (la brune) et **Eve** (la blonde) rejointes par la suite par Julie (brune également).

La marque s'adressait initialement aux **bébés, enfants et femmes**.

Aujourd'hui, la marque propose également quelques articles destinés aux hommes.

Produits

La marque fabrique ses produits au **Portugal** et dispose d'un **point de vente à Paris**. Elle distribue ses produits via un **réseau de partenaires** sur l'ensemble de la France et **dans le monde entier**. Blune dispose d'un site **e-commerce** et d'une présence sur **certains réseaux sociaux**.

Identité

La marque revisite des classiques de la mode en y ajoutant une touche de **légèreté**, de **poésie** et d'**humour**. Les créatrices définissent leur marque comme du « **Poetic Design** » pour les mamans et leurs enfants en leur donnant le sentiment d'appartenance à une tribu, à une de filles, de sœurs.

1.1. Les Collections de Prêt à Porter



Blune communique sur:

- Ses **nouvelles collections** au gré des saisons
- Ses **collections capsules**
- Ses diverses et nombreuses **collaborations**

La marque fait le focus et met en valeur :

- Certains **articles**
- les **couleurs**
- les **matières**
- Un joli **détail**
- les **coulisses** de la création
- les **tendances** actuelles
- Les façons d'**assortir** les vêtements

1.1.1. Les soldes, braderies et Ventes Privées



L'activité de Blune est rythmée par l'organisation et la communication autour :

- **Braderies**
- **Ventes flash**
- **Promotions**
- **Ventes privées**

Ces annonces ont lieu tout au long de l'année et permettent de communiquer sur les produits et les collections.

1.2. EXPrimer ses humeurs dans le Quotidien Par le « mooding » et le « Poetic design »



Blune est une ligne de vêtements qui annonce votre humeur par le « Mooding », un néologisme né de mood, humeur/envie + ing, action de.

Fashion mais aussi pratique, car vous n'êtes plus obligée de faire la moue ou d'exploser de joie à tout bout de champ : votre top vous remplace, **votre humeur vous habille**. Moins agressif qu'un message à texte, plus subtile et poétique, vous portez un message grâce au design.

Les différents articles de la marque présentent un éventail d'humeurs, imprimées et brodées, pour **enjoliver le quotidien** avec humour et poésie.

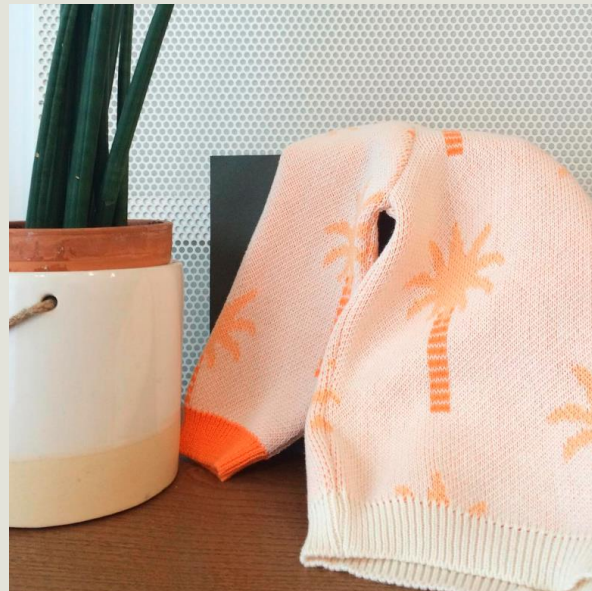
Blune véhicule ainsi un **univers ludique** teinté de raffinement dans lequel le produit devient moyen d'expression, chaque collection raconte une histoire et introduit dans le quotidien du **Poetic Design**. Elle introduit le merveilleux et la fantaisie du monde de l'enfance dans celui des adultes.

1.2.1. Sous-thématique : Une mode POP et graphique



Blune fait la part belle aux **motifs, couleurs** et **textures**. La **marque** partage également ses sources d'inspiration graphiques, ses coups de cœur déco et design, ses **imprimés textiles** et leurs déclinaisons en articles de mode, décorations pour la maison ou articles de papèterie.

Les **imprimés ludiques et graphiques** sont l'esprit de la marque et leur **variété et originalité** montre l'inspiration sans cesse renouvelée de ses créatrices.

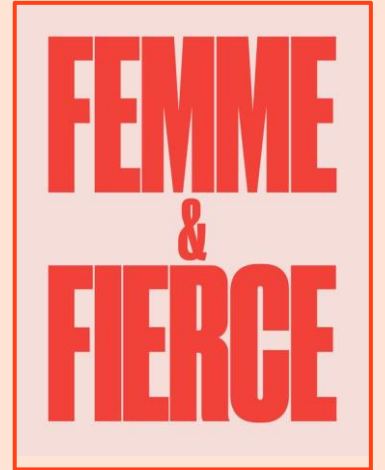


1.3.1 Sous-Thématique : Woman Empowerment



La femme Blune Prend le Pouvoir Par le design !

Blune célèbre la féminité mais aussi le **girl power**.
L'histoire de Blune est avant tout l'histoire de **femmes entrepreneuses** qui ont pris le pouvoir par le Design et qui ont eu l'**audace** de réaliser leur rêves et de vivre de leur passion : la féminité, la douceur et la poésie n'empêchent pas la force, la volonté et le dépassement de soi.
La marque célèbre l'inspiration créatives mais également les **femmes inspirantes**, les **super-héroïnes** du quotidien.
Go girl !





2 Ton et style du discours

2.1. Le ton

Le ton de voix est propre à la marque, il permet de la cerner et de la rendre identifiable. Le langage est le reflet de notre raison d'être et nos engagements : il est **chaleureux, positif, enjoué**, et nous rapproche des destinataires de nos messages : le ton doit communiquer de l'**enthousiasme**, de la **spontanéité**. Les textes de Blune doivent **faire sourire, diffuser de la bonne humeur**, transmettre **la légèreté et la fantaisie** de la marque.

- Le ton est **cordial, décontracté et enjoué, chaleureux et convivial**
- Le **vouvoiement** est utilisé pour s'adresser à la communauté.
- La marque utilise « **nous** » lorsqu'elle parle d'elle au nom de l'équipe qui la constitue. Avez-vous des emojis qui vous ressemblent et que vous souhaitez utiliser en priorité ?
- Références à la **Pop culture**



blune_paris ❤️ BAND OF SISTERS ❤️
Parce que nous sommes toutes des sœurs de cœur... T-shirt
femme et fille

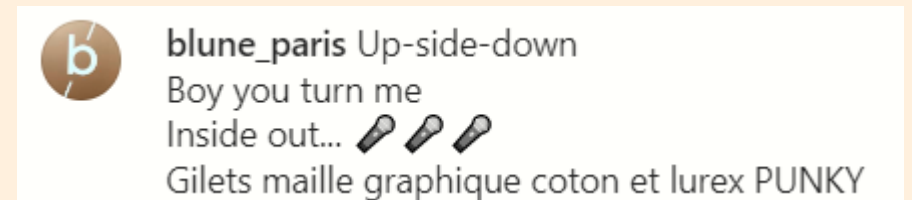


blune_paris Notre short d'amour pour cet été : le bien nommé
LOVE ME TENDER, en coton irisé cuivre et petit cordon tressé. 🍒
Pour femme et fille.

2.2. Le style

Le style est à l'image de la marque : ne pas se prendre au sérieux, insuffler de la **légèreté** de l'**humour** et de la **gaité**.

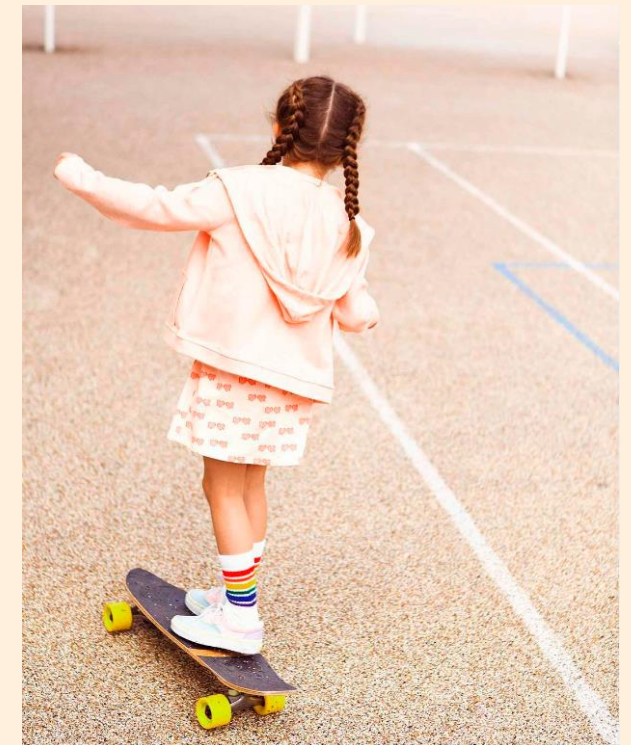
- Les **phrases** sont courtes, dynamiques.
- La langue principale est le **français** mais utilisation ponctuelle de mots **anglais**.
- Utilisation de **nombreux émojis** pour rendre le texte vivant et ludique, et pour illustrer l'humeur et les évènements . 🥰 😊 ❤️ 🎃 ⚡
- Utilisation de l'**humour**, de l'**auto-dérision**, de **jeux de mots** et de **poésie**.



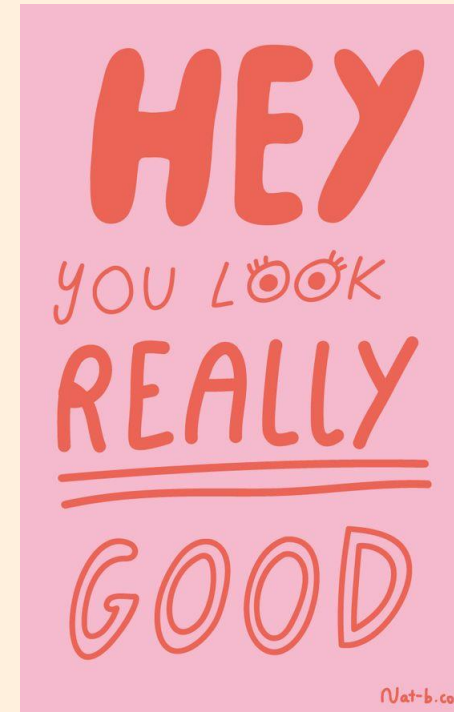
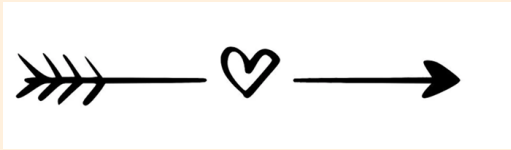
2.3. Les Visuels

Les **FORMATS VISUELS** à privilégier sont : la **PHOTO**, la **VIDEO** courte, l'**ILLUSTRATION**, le **GIF**.

- **Photos** : privilégier **les sujets en mouvements** et **les plans rapprochés** afin de zoomer sur les détails des tenues. Utiliser **des sujets seuls** et **des photos de groupe** afin d'illustrer l'esprit de communauté, en **intérieur** ou en **extérieur**.
- Les **couleurs** peuvent être **vives** ou/et **pastelles**.



- Les **illustrations** sont de type **crayonnées** afin d'évoquer des **illustrations enfantines**.
- Les **titres** peuvent être **encadrés** par un **contour de style crayonné**.
- **Utiliser** également des **illustrations pop et colorées**, « **rock n'roll girly** », d'inspiration **sixties et seventies**.





3-Couleurs et TYPOgraphies

3.1.Logo

Le logo de Blune est **sobre**. Il indique que la marque, malgré ses touches de fantaisie est classique et sérieuse. Il comprend la localisation géographique de la marque, **Paris**, permettant d'associer la marque à la capitale de la mode et renforçant l'excellence dans ce domaine qui y est associée.



Logo initial



Logo site et page Facebook



Logo Instagram et Pinterest

3.2. Couleurs

L'univers de Blune est **doux** et **réconfortant**, les couleurs principalement utilisées pour le site sont douces, dans les tons **pastels**, évoquant l'univers de l'enfance.

3.2.1. Couleurs Principales



Harp

#e7f0e9

HEX

e7f0e9

RGB

231, 240, 233

HSL

133, 23, 92

HSV

133, 4, 94

CMYK

4, 0, 3, 6



Juniper

#6f8f8e

HEX

6f8f8e

RGB

111, 143, 142

HSL

178, 13, 50

HSV

178, 22, 56

CMYK

22, 0, 1, 44



Light Apricot

#ffd8af

HEX

ffd8af

RGB

255, 216, 175

HSL

31, 100, 84

HSV

31, 31, 100

CMYK

0, 15, 31, 0

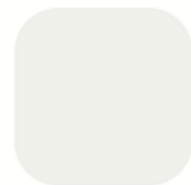
3.2.1 Couleurs Principales



Iceberg

#d7f5ed

HEX	RGB	HSL	HSV	CMYK
d7f5ed	215, 245, 237	164, 60, 90	164, 12, 96	12, 0, 3, 4



Seashell

#f1f1ef

HEX	RGB	HSL	HSV	CMYK
f1f1ef	241, 241, 239	60, 7, 94	60, 1, 95	0, 0, 1, 5



Serenade

#fff3eb

HEX	RGB	HSL	HSV	CMYK
fff3eb	255, 243, 235	24, 100, 96	24, 8, 100	0, 5, 8, 0

Une sélection de couleurs vives complètent épisodiquement la première gamme de couleur afin d’apporter un peu de **peps** et d’ajouter du **dynamisme** tout en renforçant la **fantaisie**.

3.2.2 Couleurs secondaires

	Cornflower Blue #5986f6	HEX 5986f6	RGB 89, 134, 246	HSL 223, 90, 66	HSV 223, 64, 96
	Cream Can #f6cc66	HEX f6cc66	RGB 246, 204, 102	HSL 43, 89, 68	HSV 43, 59, 96
	Geraldine #fe8886	HEX fe8886	RGB 254, 136, 134	HSL 1, 98, 76	HSV 1, 47, 100 CMYK 0, 46, 47, 0

3.3.TYPographies

Best School Outline :

Une police de contour de type manuscrite qui évoque le côté enjoué, informel et accessible de la marque, donnant une touche de désinvolture.

Best School

Calibri bold

Une police classique et sobre, facilitant la visibilité.

Calibri

Titres / Catégories

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#%

Sous-titres

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#%

Sous-titres

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#%

Corps de texte

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#%

4

Canaux de communication



4.1.Facebook



Il faut adapter le canal à l'objectif et à la cible marketing

Les publications suivent le rythme de la vie de Blune et sont fidèles par leur forme à l'esprit de la marque.

Traitement des phot, les hashtags sont à la fois génériques et s'adapte à la saison

Objet des Publications

- Annonces **braderies**, soldes, ventes flashes
- Annonce de la sortie des **collections**
- Présentation de **pièces**
- **Jeux concours**
- Création d'**évènements**
- Diffusion d'articles parus dans la **presses** et issus de **blogs**
- Célébration des **fêtes** et de différents évènements
- Diffusion d'**annonces** : recherche de stagiaires....etc

Types de Publications

- Photos
- Gif
- Vidéo
- Illustrations
- Affiches

Style des Publications

- Couleurs vives
- Mouvements
- Humoristiques
- Dynamiques

Rythme des Publications

- Entre **3 et 5 postes** par **semaine**

Contenu des Publications

- Enfants
- Femme
- Paysages

#Hashtag

#frenchdesign
#madeineurope
#labandedeblune
#blunette
#miniblune
#blonde #brune
#coolmum
#kids
#broderie
#graphic
#frenchdesign
#fashion
#specialparis
#editionlimitee
#sales #venteflash

Exemples de Postes Facebook



Evènements

Jeu concours



Soldes

blune BLUNE PARIS
27 juin 2018 · 🌐

C'EST LES SOLDES LES BLUNES !
Jusqu'à -50% sur l'e-shop et en boutique ! GO
[#soldes](#) [#beach](#) [#summer](#) [#frenchdesign](#) [#madeineurope](#) [#labandedeblune](#) [#wakemeup](#)



Braderies

blune BLUNE PARIS
18 juillet 2018 · 🌐

⚡ Vente Flash ⚡
Braderie Exceptionnelle
Du 18 au 22 juillet inclus
Best deal in town! [#frenchdesign](#) [#madeineurope](#) [#labandedeblune](#) [#summertime](#) [#wakemeup](#)
[#80s](#) [#sales](#) [#venteflash](#)



Présentation des Collections :

blune BLUNE PARIS
29 novembre 2018 · 🌐

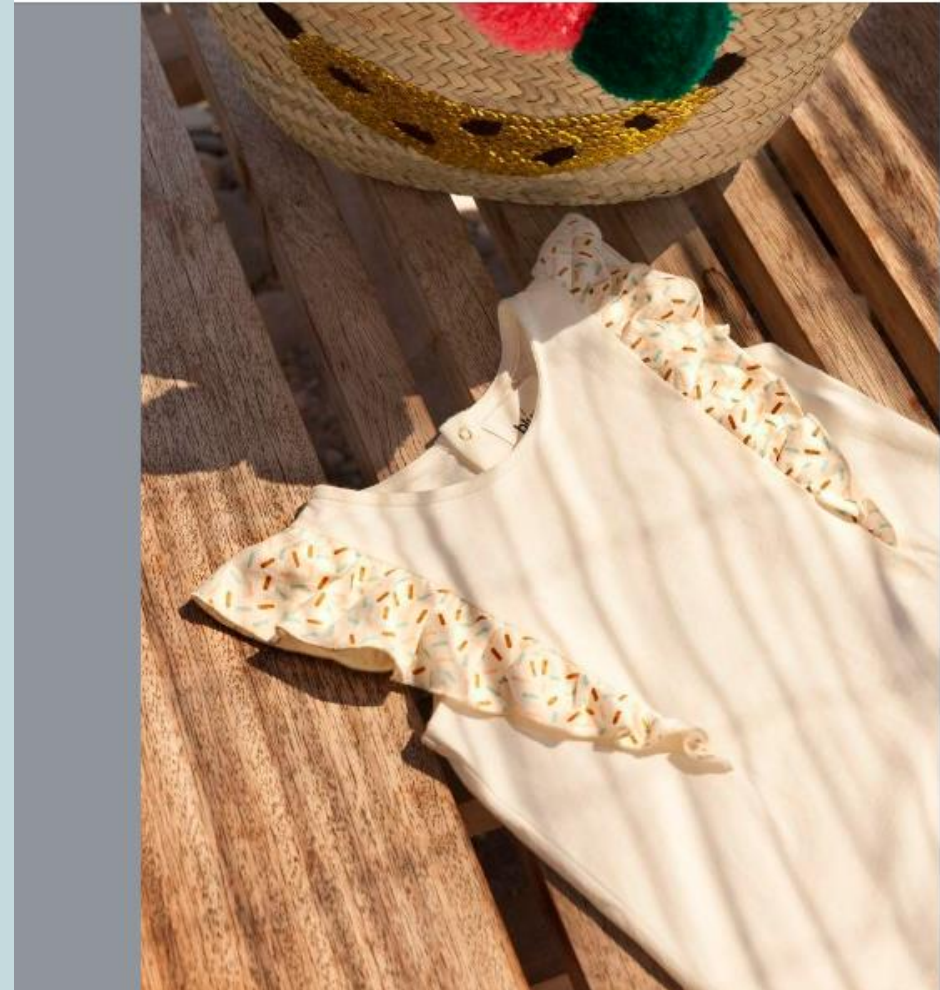
Nous sommes fières de vous présenter notre capsule de Noël by Alysson Paradis ❤️ Une mini collection pop et graphique aussi lumineuse que son égérie. Alysson porte un look imaginé pour elle en exclusivité : La salopette WIZARD x la chemise brodée FALL IN LOVE
A retrouver par là ... <https://www.blune.fr/fr/widuw01apl-ruby-gold.html> ✓



Présentation d'articles :

blune BLUNE PARIS
5 juillet 2018 · 🌐

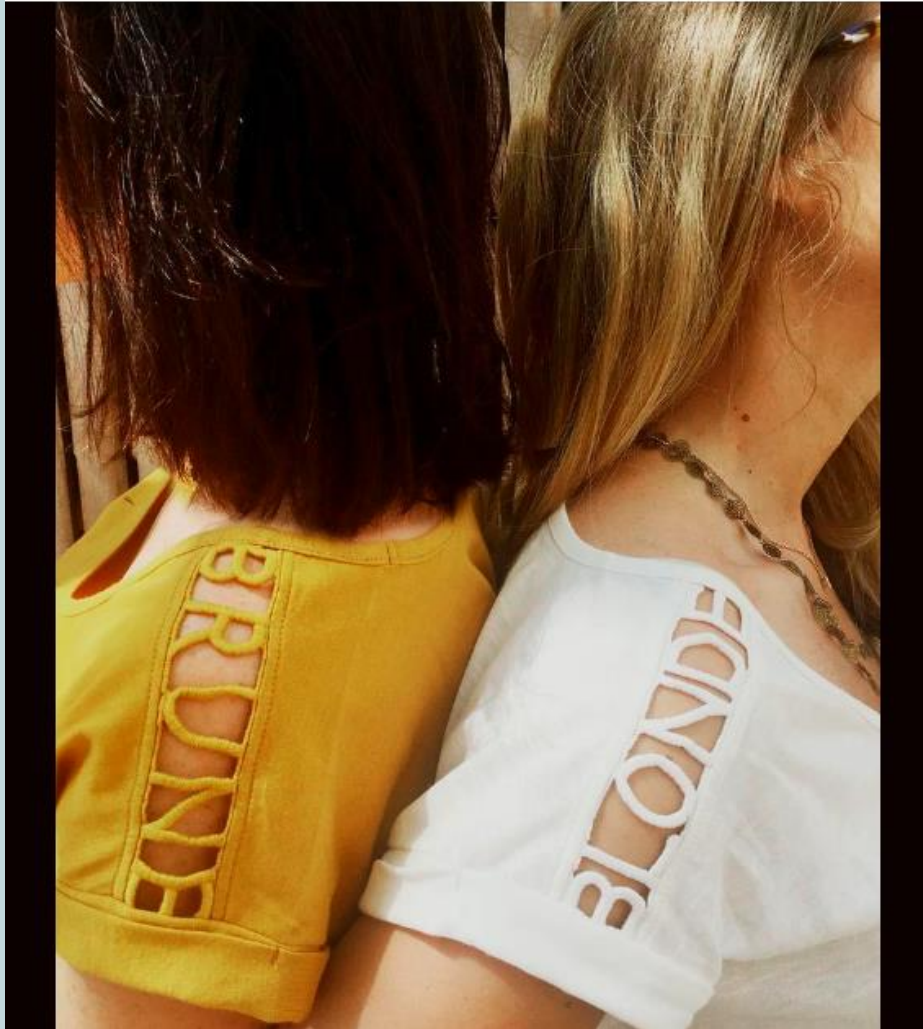
Banana, sun & confetti 🍌
Panier BANANA SPLIT
Top FRIZZY PAZZY #frenchdesign #madeineurope #labandedeblune #summertime#wakemeup
#80s #kids #blunette #panierosier #dailylook



Célébrations :

blune BLUNE PARIS
27 mai 2018 · 🌐

Bonne fête les mums ! ❤️
Les Blondes, les brunes et toutes les autres Happy Mother Day to all Mums! #blonde #brune #tee
#maman #editionlimitee #motherday #fetedesmeres #coolmum #broderie #graphic
#frenchdesign #madeineurope #wearblune #summeriscoming



Retransmissions d'articles de Presse :

blune BLUNE PARIS
5 avril 2018 · 🌐

Merci Aboudabibazar ❤️
Retrouvez le sweat brodé L'AMOUR À LA PLAGE
<https://bit.ly/2uNM4Sy> ✓



4.2. Instagram



Instagram permet d'interagir avec la communauté et de répondre aux questions des clients.

Il s'agit également d'un véritable vitrine pour les créations de la marque

Objet des Publications

- Annonce de la sortie des **collections**
- Présentation de **pièces**
- Annonces **braderies**, soldes, ventes flashes
- **Jeux concours**
- Célébration des **fêtes** et de différents événements

Types de Publications

- Photos
- Gif
- Vidéo
- Illustrations
- Affiches

Rythme des Publications

- Entre **3 et 5 postes** par **semaine**

Style des Publications

- Couleurs vives
- Sujets en mouvements

Contenu des Publications

- Enfants
- Femme
- Paysages
- Moments de vie

#Hashtag

#frenchdesign
#madeineurope
#labandedeblune
#blunette
#miniblune
#blonde #brune
#coolmum
#kids
#broderie
#graphic
#frenchdesign
#fashion
#specialparis
#editionlimitee
#sales #venteflash

Exemples de Postes Instagram



blune_paris Pullmania 🍃🍏🍷🌟
PALME D'OR coton et lurex, pomme ou bonbon, fabriqué avec amour au Portugal.
#knitter #pattern #toutcequibrille #springisintheair
#labandedeblune #bandofsisters #graphic #pullmania

blune_paris Nouveau lookbook -
🎵⚡❤️ BAND OF SISTERS ❤️⚡🎵
-
Cet été, la bande de Blune part en tournée ! On vous emmène ?
#bandofsisters #labandedeblune #newcollection #musiclovers
#summer #lookbook

blune_paris ⚡ZIGGY⚡
Le fanclub de ce pull Ziggy femme et fille, en coton lurex, made in Portugal, est officiellement ouvert !
#ziggystardust #bandofsisters #labandedeblune #knitter
#graphic #eclair

4.4. Pinterest



Pinterest sert de **Moodboard** à Blune.

Il permet également de présenter les collections et de faire le lien avec l'**e-shop**

Objet des Publications

- Exposer les **sources d'inspirations** de Blune
- Créations de **moodboards**
- Présentation des **collections**

Types de Publications

- Photos
- Illustrations
- Dessins

Rythme des Publications

- Entre **3 et 5 postes** par semaine

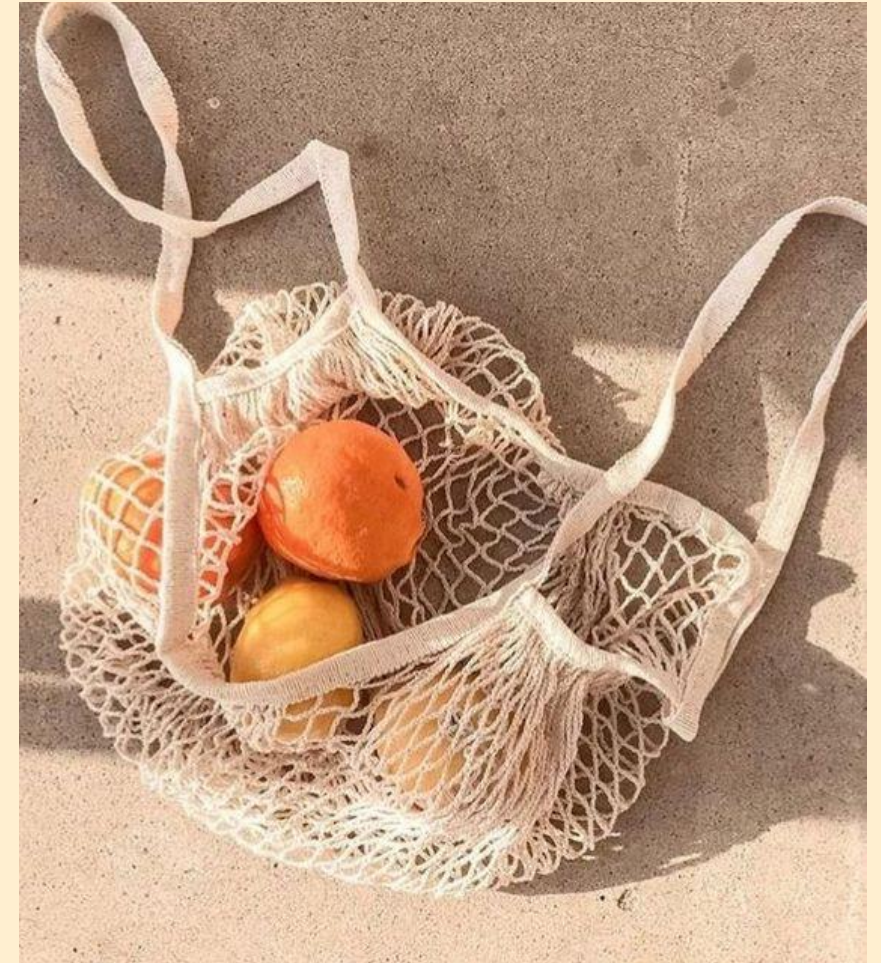
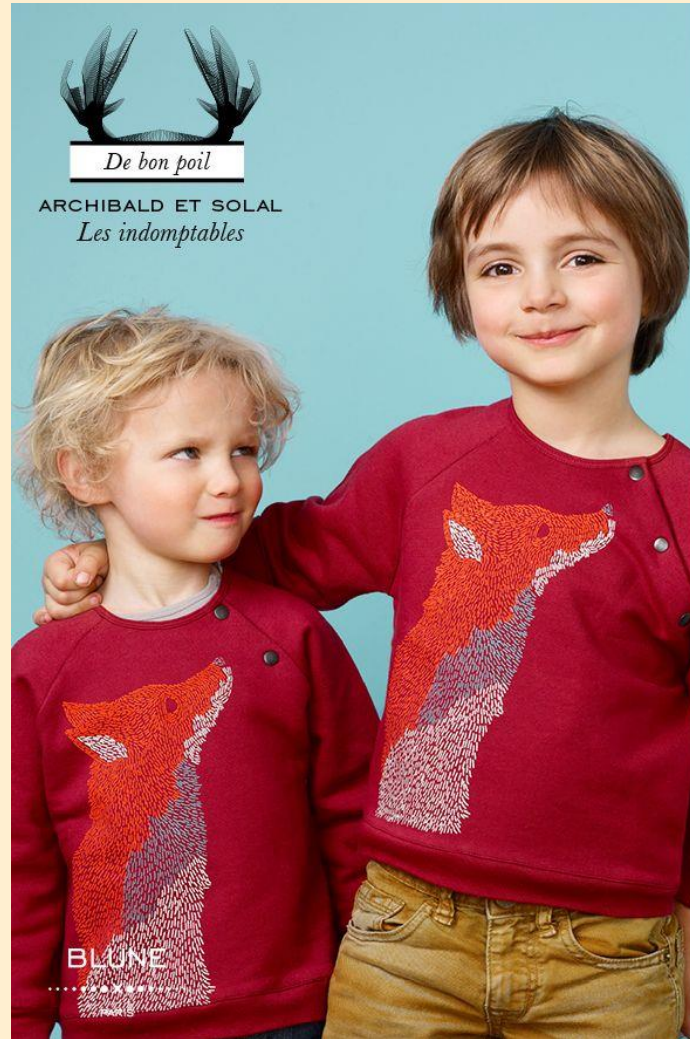
Style des Publications

- Couleurs vives et pasteltes
- Mouvements
- Univers pop et graphique

Contenu des Publications

- Enfants
- Femme
- Graphisme
- Peintures
- Objets design

Exemples de Postes Pinterest



The background of the slide is a repeating pattern of stylized lightning bolts. The bolts are in various colors including yellow, cyan, pink, blue, and grey, and are scattered across the entire page. They have a 3D effect with a hatched pattern on their sides.

5 Type de Communication

5.1. Newsletter

News from Blune



→ Objectifs de la Newsletter

- **Rester en contact** avec les **prospects** et **clients**.
- **Informer** des dernières nouvelles, leur donner des conseils ou des mises à jour concernant votre produit ou votre entreprise.
- **Animer** la communauté avec des **conseils amusants**, des **articles utiles**.
- **Rester en contact** avec votre audience (prospects, clients actuels et anciens, les lecteurs de votre blog).
- **Créez du trafic** entrant vers le site Internet :

→ Sujets abordés

- les sorties de **collections**, les **collaborations**, les **événements**
- **Soldes** et des **promotions**
- La célébration des **fêtes annuelles**

→ Fréquence : bimensuelle

5.2. Articles de blog



1 JUL 2016
ARTICLES
Little / la relève Blonde

Exemple d'article de parution presse

Le Journal de Blune :

Le blog, intitulé « **journal de Blune** » permet de faire le lien entre les réseaux sociaux et le site internet sur lequel il se situe.

Il regroupe des publications diverses dont les sujets sont :

- Les **coulisses** de la marque
- Les « **News** » et les **événements** organisés par Blune
- La **revue de presse** des différentes publications au sujet de la Marque
- Des articles dédiés au « **Mooding** » via la présentation d'articles.
- Des articles liés aux **sources d'inspirations** des créations de Blune : art, design, stylistes etc...
- Des portraits de **femmes inspirantes, ambassadrices** de Blune

La parution des articles est **bimensuelle**.

5.3. Jeux concours



Exemple de jeu concours pour l'occasion de la fête des pères

Les **jeux concours** permettent de :

- **Créer du trafic** en suscitant l'intérêt via le jeu concours.
- Gagner en **visibilité** et en notoriété.
- Booster le **répertoire** de contacts.
- **Fidéliser** vos clients.
- Produire du **lien** avec les clients.
- Faire **découvrir** les produits et les nouveautés.
- **Améliorer** les campagnes de communication.



6

Planning de Communication
détaillé sur un mois

Calendrier social média

L	M	M	J	V	S	D
 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 08h Photo, vidéo ou illustration	 18h Photo, vidéo ou illustration
 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 08h Photo, vidéo ou illustration	 18h Newsletter
 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 15h Article de Blog	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 08h Photo, vidéo ou illustration	 18h Photo, vidéo ou illustration
 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 08h Photo, vidéo ou illustration	 18h Newsletter
 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 15h Article de Blog	 12h Photo, vidéo ou illustration	 12h Photo, vidéo ou illustration	 08h Photo, vidéo ou illustration	 18h Photo, vidéo ou illustration