

● ● **camdieu**

# **Camaïeu : Une nouvelle ère pour la mode accessible**

Repositionnement stratégique de la marque pour une clientèle plus  
consciente et engagée

DELIENNE Eléa,  
étudiante en communication  
*Projet fictif*

# S ● M M A I R E

01. INTRODUCTION .....	P. 4
02. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE .....	P. 6
03. CIBLES ET MESSAGES CLÉS .....	P. 10
04. STRATÉGIE DE COMMUNICATION .....	P. 13
05. PARTENARIATS .....	P. 17
06. COORDONNÉES PRESSE .....	P. 19

A row of colorful clothing items, including shirts and sweaters, hanging on wooden hangers in a store. The items are arranged in a line, with colors ranging from light blue to dark blue. The background is slightly blurred, showing more clothing and store fixtures.

# 01. INTRODUCTION

# 01. INTRODUCTION

Camaïeu est une entreprise de distribution de **prêt-à-porter** créée en **1984** et a disparu en **2022**. Elle est alors focalisée sur le segment de la femme de 20 à 60 ans.

En **2022**, le tribunal de Lille prononce la **liquidation judiciaire** de l'entreprise en France, entraînant ainsi la fermeture d'environ 650 magasins et la suppression de 2 600 emplois. L'enseigne ferme définitivement le soir du 1er octobre 2022.

La marque est rachetée par **Celio** le **7 décembre 2022**.

En 2023, l'influenceuse **Léna Situations** annonce par le biais d'une vidéo postée sur sa chaîne YouTube, le retour de la marque Camaïeu pour le mois de septembre 2024.

Camaïeu, marque emblématique du prêt-à-porter féminin, entame donc un **nouveau chapitre** avec une campagne de repositionnement stratégique visant à redéfinir son image et à répondre aux attentes de ses clientes modernes, conscientes et éco-responsables.

A hand holding a red dart is positioned over a target on a laptop keyboard. The target is a circular board with concentric yellow and black rings. The background is a blurred laptop keyboard. The text '02. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE' is overlaid in white, bold, sans-serif font.

## 02. CONTEXTE ET OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

## 03. CONTEXTE

**Camaïeu** a longtemps été reconnue pour ses vêtements accessibles et tendances. Cependant, au fil des ans, le secteur de la mode a connu des **bouleversements** majeurs, notamment en raison de **l'évolution** des **attentes** des consommateurs.

Dans un monde où la **conscience environnementale** et **sociale** prend de plus en plus d'importance, les consommateurs ne se contentent plus de rechercher des produits à bas prix et à la mode. Ils sont désormais plus attentifs à la **provenance** des vêtements, à **l'impact** de leur production sur l'environnement, ainsi qu'à la **responsabilité** sociale des marques qu'ils soutiennent. Par ailleurs, l'essor de la fast fashion a amplifié la demande pour des produits toujours plus vite disponibles, mais a aussi mis en lumière les pratiques peu éthiques de certaines entreprises.

C'est dans ce contexte que Camaïeu a décidé de se **réinventer**. Consciente de ces nouveaux enjeux, la marque a entrepris une transformation profonde de son identité et de sa stratégie afin de répondre aux **exigences** d'une clientèle plus jeune, plus exigeante, et plus soucieuse de l'environnement. L'objectif est de faire **évoluer** l'image de Camaïeu tout en préservant son **ADN** : offrir une mode accessible, mais désormais avec une empreinte **éco-responsable** et une communication plus **moderne** et **inclusive**.

# 03. OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

## 1. RÉPONDRE AUX NOUVELLES ATTENTES DES CONSOMMATRICES

- **Introduction** de collections **durables** conçues à partir de **matériaux respectueux** de l'environnement (coton bio, fibres recyclées).
- **Accent** mis sur la **traçabilité** des produits, avec des informations claires sur les lieux et les conditions de fabrication.
- **Éducation** des clientes sur la mode **responsable** à travers des campagnes de **sensibilisation**, tant en ligne qu'en magasin.

## 2. MODERNISER L'IMAGE DE LA MARQUE POUR SÉDUIRE UNE CLIENTÈLE PLUS JEUNE ET ENGAGÉE

- **Nouvelle identité visuelle** : Un logo modernisé, une charte graphique plus épurée et des visuels inclusifs, reflétant la diversité et l'engagement de la marque.
- **Communication plus authentique** : En phase avec les valeurs de transparence et de durabilité, Camaïeu mettra en avant des campagnes publicitaires axées sur des messages authentiques et humains.
- **Présence digitale renforcée** : Investissement dans une stratégie de contenu sur les réseaux sociaux, avec des collaborations d'influenceuses éthiques.

## 3. CONSOLIDER LA PRÉSENCE DE CAMAÏEU SUR LES MARCHÉS FRANÇAIS ET INTERNATIONAUX

- Expansion de la **distribution internationale**, notamment via des partenariats avec des distributeurs en ligne spécialisés dans la **mode durable**.
- Ouverture de **points de vente** physiques dans des villes stratégiques, accompagnés de **campagnes de marketing** localisées qui mettent en avant les **engagements environnementaux** de la marque.
- Participation à des **salons internationaux** et **événements** de la mode éthique pour accroître la notoriété de Camaïeu en tant qu'acteur engagé.

## 03. OBJECTIFS DE LA CAMPAGNE

### 4. S'ENGAGER DANS UNE DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE ET DURABLE

- **Transition vers des matières durables** : Camaïeu s'engage à utiliser, d'ici 2025, 50 % de matières recyclées ou éthiques dans ses collections.
- **Réduction de l'empreinte carbone** : Des efforts sont faits pour réduire l'empreinte carbone de la chaîne d'approvisionnement, notamment par l'optimisation des processus de production et de distribution.
- **Programmes de recyclage** : En partenariat avec des associations, Camaïeu encouragera les clientes à rapporter leurs anciens vêtements pour qu'ils soient recyclés ou réutilisés.

### 5. RENFORCER LA PROXIMITÉ AVEC LES CLIENTES À TRAVERS DES ACTIONS LOCALES ET UN SERVICE PERSONNALISÉ

- **Organisation** de **pop-up stores** et d'**ateliers locaux** dans plusieurs villes pour permettre aux clientes de découvrir les nouvelles collections, de personnaliser leurs vêtements, et de rencontrer les équipes de la marque.
- **Lancement** d'un **programme de fidélité** renouvelé, avec des **avantages** basés sur l'engagement éco-responsable des clientes (recyclage, participation à des actions locales, etc.).
- **Mise en place** de services de **stylisme personnalisés** en ligne pour aider les clientes à trouver des vêtements adaptés à leurs styles et leurs valeurs.

# 03. CIBLES ET MESSAGES CLÉS

## 1. LES CIBLES DU REPOSITIONNEMENT DE CAMAÏEU

### Femmes âgées de 25 à 45 ans, sensibles à la mode éthique et durable

Cette première cible constitue le **cœur** de la **stratégie** de repositionnement. Il s'agit de **femmes engagées**, conscientes des enjeux environnementaux et attentives à l'impact de leurs choix de consommation.

- **Profil socioculturel** : Classe moyenne à supérieure, femmes actives, avec une affinité pour la mode, la consommation responsable, et le shopping en ligne.
- **Attentes** : Mode durable, vêtements de qualité, accessibilité des prix, transparence des pratiques de fabrication.

### Jeunes femmes de 18 à 25 ans, soucieuses de leur style et ouvertes à l'innovation

Cette deuxième cible comprend les consommatrices plus jeunes, souvent **étudiantes** ou **jeunes professionnelles**, qui recherchent des marques à la fois tendances et engagées. Elles sont très présentes sur les réseaux sociaux, en quête de produits à la mode qui reflètent leurs valeurs personnelles.

- **Profil socioculturel** : Jeunes urbaines, digital natives, influencées par les tendances mode et lifestyle sur Instagram, TikTok, etc.
- **Attentes** : Style tendance, inclusivité, valeurs éthiques, engagement social, produits à prix abordable.

### Femmes de 45 à 60 ans, recherchant qualité et confort

Cette cible regroupe les consommatrices plus **mûres**, souvent fidèles à Camaïeu depuis des années, qui souhaitent acheter des vêtements à la fois élégants et durables.

- **Profil socioculturel** : Femmes **actives** ou **semi-retraitées**, à la recherche de vêtements confortables et pratiques, tout en restant soucieuses de la qualité et de la durabilité.
- **Attentes** : Confort, durabilité des vêtements, simplicité, et mode accessible.

## 2. LES MÉDIAS SPÉCIALISÉS ET INFLUENCEURS MODE

Au-delà des consommatrices, il est essentiel pour Camaïeu de toucher des **relais d'opinion**, notamment les **médias** spécialisés dans la **mode** et la **consommation responsable**, ainsi que les **influenceurs** sur les réseaux sociaux.

- **Profil** : Journalistes de la presse **mode**, journalistes **lifestyle**, influenceurs **écoresponsables**, et créateurs de contenu **engagés**.
- **Attentes** : Contenus **innovants**, engagements clairs, produits tendance et responsables, transparence sur les pratiques éthiques

Les messages clés de la campagne de repositionnement de Camaïeu sont construits autour de **trois piliers stratégiques** : la **modernisation**, la **durabilité**, et **l'inclusivité**.

### Modernisation de l'image

*"Camaïeu, une nouvelle identité pour une mode accessible et responsable."*

### Engagement pour la mode durable

*"Choisissez la mode qui fait du bien à la planète."*

### Inclusivité et diversité

*"Camaïeu : la mode inclusive et responsable pour toutes."*

A blurred background image of a business meeting. Several people are gathered around a table, looking at documents and charts. One person's hand is pointing at a chart, and another is holding a white marker. The overall scene is professional and collaborative.

# 04. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

# 06. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## 1. CAMPAGNE DIGITALE

La **transformation numérique** est au cœur de la stratégie de communication de Camaïeu. La campagne digitale déployée sur les **réseaux sociaux** a pour but **d'accroître** la **visibilité** de la nouvelle identité de la marque et de toucher un **public jeune, engagé et sensible**.

### Réseaux sociaux

- **Présence active sur les principales plateformes** : Camaïeu investit massivement sur **Instagram, TikTok, Facebook** et **Pinterest** pour atteindre une large audience. Chaque réseau social est exploité de manière stratégique, avec des contenus adaptés à ses spécificités.
- **Contenus immersifs** : La marque crée des **vidéos immersives** et **interactives** pour raconter l'histoire de son repositionnement et mettre en avant ses engagements écoresponsables. Des **stories Instagram** présentant les coulisses de la production des nouvelles collections ou des vidéos courtes sur TikTok expliquant les avantages des matières durables sont régulièrement publiées.

### Collaborations avec des influenceuses engagées

- **Partenariats avec des influenceuses éthiques** : Camaïeu collabore avec des **influenceuses spécialisées** dans la **mode écoresponsable** et le lifestyle durable. Ces partenariats visent à générer du contenu authentique et à inspirer une audience qui cherche des alternatives responsables dans la mode.
- **Influenceuses variées et inclusives** : Camaïeu choisit des influenceuses représentant différentes **morphologies, origines** et **tranches d'âge**, en cohérence avec ses valeurs d'inclusivité. Ces collaborations permettent à la marque de toucher une clientèle diversifiée et de promouvoir une image positive de la mode.

# 06. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## Événements interactifs en ligne

- **Live shopping** : Camaïeu propose des sessions de **live shopping** sur ses plateformes sociales, permettant aux consommatrices de découvrir en direct les nouveaux produits. Ce format immersif engage davantage les clientes, tout en créant un lien direct entre la marque et son public.
- **Concours et challenges** : La marque lance également des **concours** et **challenges** en ligne. Par exemple, un challenge sur TikTok invite les consommatrices à **partager** leurs tenues préférées à partir de vêtements écoresponsables, avec à la clé la possibilité de **gagner** des pièces de la nouvelle collection.

## 2. PUBLICITÉ PRINT ET AUDIOVISUELLE

### Spots TV et publicité audiovisuelle

- **Publicité digitale** : La marque diffuse des **publicités** sur YouTube et sur les **plateformes** de **streaming**. Ces spots sont dynamiques, avec un format court et percutant, pour attirer l'attention des jeunes consommatrices adeptes du numérique.
- **Storytelling inspirant** : Les publicités mettent en avant des **témoignages** de femmes portant la nouvelle collection et expliquant pourquoi elles ont choisi Camaïeu pour ses engagements éthiques. Cela permet à la marque de **renforcer son image** en capitalisant sur des récits authentiques et inspirants.

# 06. STRATÉGIE DE COMMUNICATION

## Publicité print

- **Affiches dans les grandes villes** : Des affiches et **panneaux publicitaires** sont placés dans des **lieux stratégiques** (métros, arrêts de bus, centres commerciaux) dans les grandes villes. .
- **Magazines** : Camaïeu investit également dans des publicités print dans des **magazines de mode** et de **lifestyle**, ciblant un lectorat intéressé par la consommation éthique.

## 3. ÉVÉNEMENTS LOCAUX

### Pop-up stores

- **Boutiques éphémères** : Camaïeu met en place des **pop-up stores** dans des lieux stratégiques, tels que des **centres commerciaux** où les consommatrices peuvent découvrir en exclusivité les nouvelles collections.
- **Expériences interactives** : Les pop-up stores intègrent des **éléments interactifs**, comme des ateliers de personnalisation de vêtements, des **bornes explicatives** sur les matières durables utilisées par la marque, et des espaces pour partager son expérience sur les réseaux sociaux via des selfies ou des vidéos courtes.

### Événements dans les magasins physiques

- **Lancements en magasin** : Camaïeu organise des **événements de lancement** dans ses magasins phares à travers la France, où les consommatrices peuvent venir découvrir les nouvelles collections en avant-première, bénéficier d'offres exclusives et participer à des ateliers interactifs.
- **Espaces pédagogiques** : Dans chaque magasin, des **espaces** dédiés sont **aménagés** pour **informer les consommatrices** sur les matières écoresponsables, les pratiques éthiques de la marque, et l'impact environnemental de la mode.

# 05. PARTENARIATS



# 08. PARTENARIATS

## 1. PARTENAIRES CLÉS

### Fournisseurs éthiques

- **Sélection rigoureuse des fournisseurs** : Camaïeu travaille exclusivement avec des **fournisseurs** ayant obtenu des certifications reconnues pour leurs **pratiques écoresponsables**. Ces fournisseurs s'engagent à respecter des **normes sociales** et **environnementales** strictes.

### Organisations environnementales

- **Collaborations** avec des **ONG** et des **experts en durabilité** : Pour affiner ses stratégies environnementales, Camaïeu collabore avec des organisations qui aident la marque à **améliorer** son empreinte écologique et à sensibiliser le public aux enjeux de la mode durable.

### Partenariat avec Léna Situations

- Pour incarner ses nouvelles valeurs et toucher une audience jeune et engagée, Camaïeu a choisi de s'associer à **Léna Situations**, une influenceuse française reconnue pour son **authenticité** et son **engagement** envers des causes sociales et environnementales. Avec ses millions d'abonnés sur Instagram et YouTube, Léna est une **voix puissante** pour promouvoir la mode durable auprès des jeunes générations.
- **Campagnes collaboratives** : À travers des vidéos et des stories sur Instagram, Léna a montré comment **intégrer** ces vêtements dans des looks modernes tout en soulignant l'importance de choisir des marques **engagées**.

Message inspirant de Léna : Dans l'une de ses interviews pour la campagne, Léna a déclaré : *“Je suis vraiment heureuse de voir une marque accessible comme Camaïeu prendre un virage si important vers la durabilité. En tant que consommatrice, c'est quelque chose qui compte énormément pour moi, et je suis fière de pouvoir encourager ma communauté à faire des choix de mode plus responsables.”*



# 06. COORDONNÉES PRESSE

DELIENNE Eléa  
deliennelea@gmail.com  
0645651940