

LONGTIME

COMMUNICATION DIGITALE



CHARTRE EDITORIALE

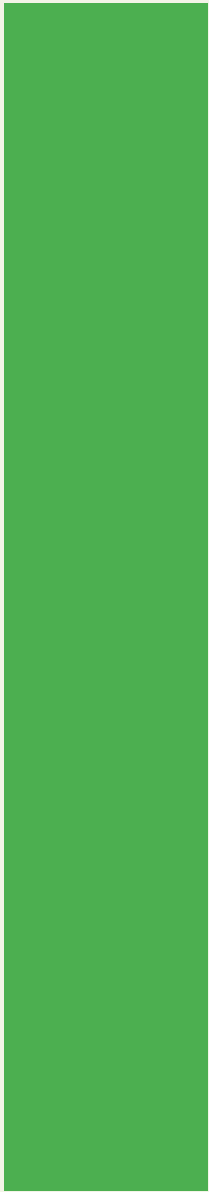
<u>Objectifs</u>	<u>Public cible</u>	<u>Thèmes clés</u>	<u>Ton et style</u>	<u>Fréquence de publication</u>	<u>Formats de contenu</u>
<ul style="list-style-type: none">Augmenter la notoriété du label LONGTIME®.Créer une communauté engagée.Promouvoir les produits labellisés.	<ul style="list-style-type: none">Consommateurs (familles, jeunes actifs).Entreprises engagées.Militants écologiques.	<ul style="list-style-type: none">Durabilité.Réparabilité.Astuces éco-responsables.	<ul style="list-style-type: none">Ton : Pédagogique, positif et engageant.Style : Clair, concis et informatif.Émotion : Inspirant et porteur d'espoir.	<ul style="list-style-type: none">Instagram : 3-4 posts/semaine + 2 stories/jour.Facebook : 2 posts/semaine + 1 événement/mois.Blog : 1 article/mois.	<ul style="list-style-type: none">Carrousels : Infographies éducatives.Reels : Tutoriels, interviews.Stories : Quiz, sondages.Visuels éducatifs : Statistiques percutantes.Articles de blog : Contenus approfondis.

AUTRES

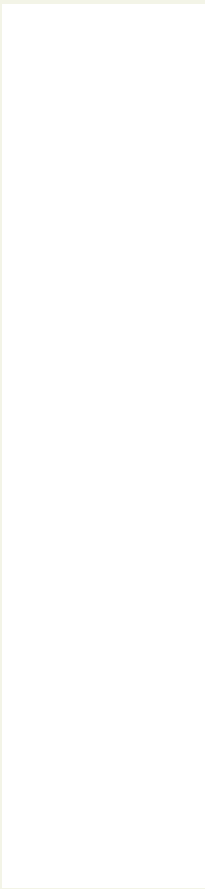
<ul style="list-style-type: none">Éduquer sur les avantages de la réparabilité et de la durabilité des produits.	<ul style="list-style-type: none">Militants écologiques : Personnes engagées dans la préservation de l'environnement et la consommation responsable.	<ul style="list-style-type: none">Témoignages utilisateurs : Expériences de consommateurs et entreprises labellisées LONGTIME®Actualités du label : Événements, collaborations et nouvelles certifications.	<ul style="list-style-type: none">Approche : Utilisation d'un langage simple et inclusif, éviter les termes trop techniques.	<ul style="list-style-type: none">LinkedIn : 2 posts/semaine + 1 article long toutes les 2 semaines.	<ul style="list-style-type: none">Newsletters : Récapitulatif des actualités LONGTIME® et tendances durables.
--	--	--	--	--	---

CHARTRE VISUELLE

NOS COULEURS DOMINANTES



VERT (#4CAF50) SYMBOLE
D'ÉCORESPONSABILITÉ ET
DE DURABILITÉ.



BLANC (#FFFFFF) : SIMPLICITÉ,
CLARTÉ, CONFIANCE.



BLEU (#68AEC0) :
ÉLÉGANCE ET MODERNITÉ.

TYPOGRAPHIES



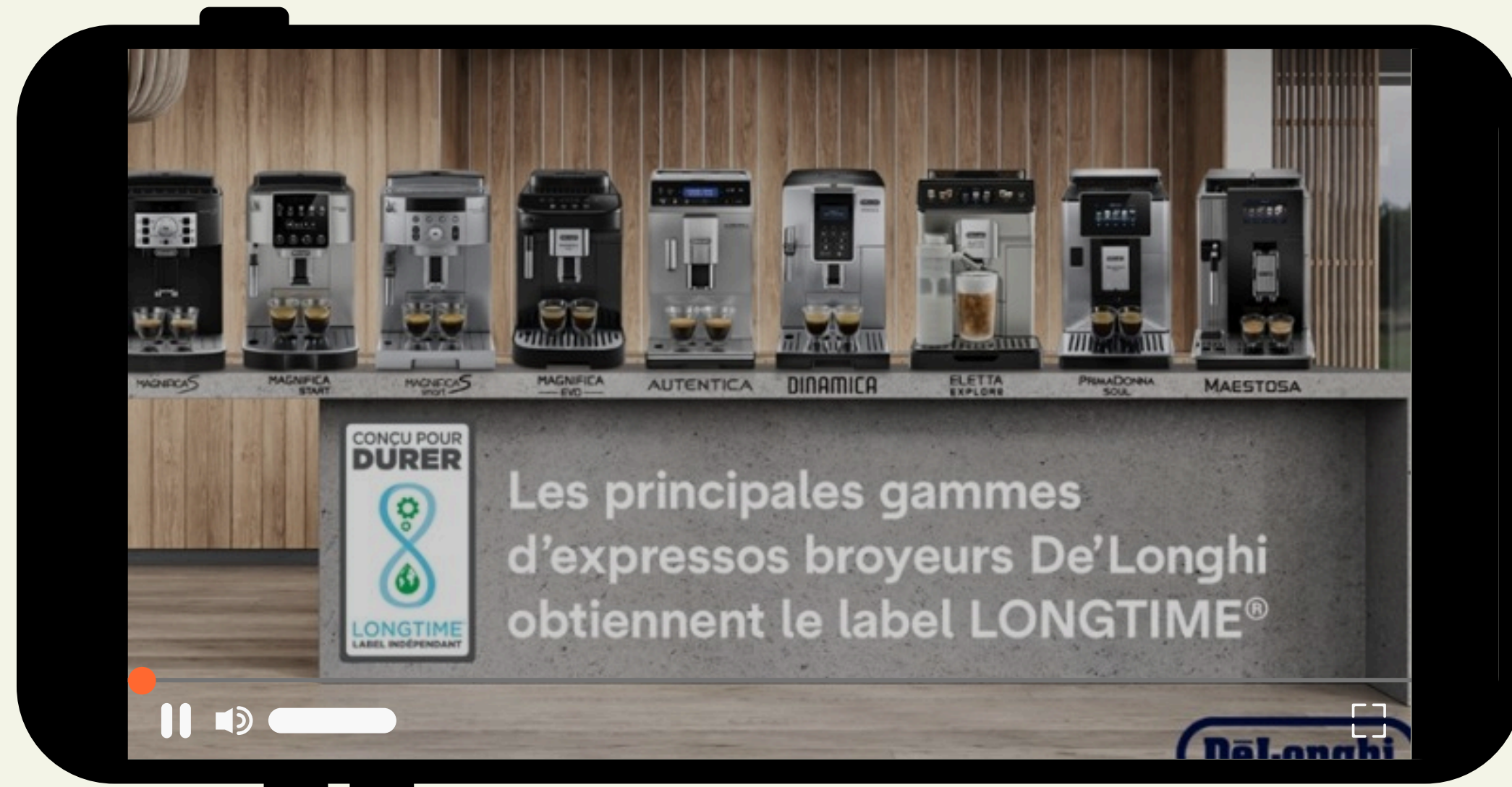
BROWN SUGAR
A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z



HELVETICA WORLD
A B C D E F G H I
J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z

EXEMPLE DE VISUELLE

VIDÉO COMPARATIVE BLOG



EXEMPLE DE VISUELLE

POST INSTAGRAM



EXEMPLE DE VISUELLE

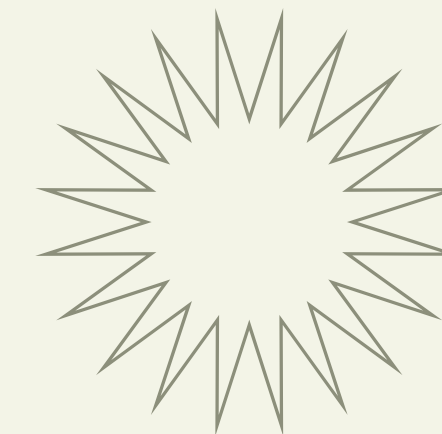
INSTAGRAM RÉELS



CALENDRIER EDITORIAL DETAILLE SUR 3 MOIS

DATE	PLATEFORME	TYPE DE CONTENU	DETAIL
MONDAY	INSTAGRAM	POST CARROUSEL	"5 ASTUCES POUR PROLONGER LA VIE DE VOS OBJETS"
TUESDAY	FACEBOOK	TÉMOIGNAGE UTILISATEUR	"MON ÉLECTROMÉNAGER LONGTIME® APRÈS 5 ANS"
WEDNESDAY	TIKTOK	VIDEO	"COMMENT RÉPARER UNE BOUILLOIRE EN 5 MIN ?"
THURSDAY	LINKEDIN	ARTICLE	"POURQUOI LA RÉPARABILITÉ DOIT DEVENIR UN STANDARD ?"
FRIDAY	INSTAGRAM	REEL	"DÉMONTAGE ET RÉPARATION EN DIRECT D'UN APPAREIL LABELLISÉ"
SAMEDI	STORIES INSTAGRAM	QUIZ INTERACTIF	"TESTEZ VOS CONNAISSANCES SUR L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE"
AUTRE:	BLOG	ARTICLE	"LES MARQUES ENGAGÉES DANS LA RÉPARABILITÉ"

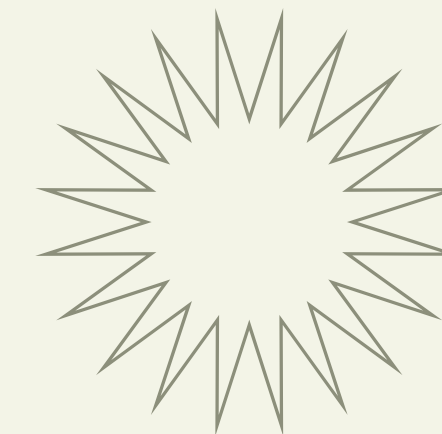
PROPOSITION DE CAMPAGNES SPÉCIFIQUES



DÉFI COMMUNAUTAIRE : "RÉPARER PLUTÔT QUE JETER"

- Objectif : Promouvoir la réparabilité via une participation active de la communauté.
- Mécanisme :
 - Chaque participant partage une vidéo ou une photo avant/après d'un objet réparé avec le hashtag #RéparéAvecLONGTIME.
 - Les publications les plus inspirantes seront mises en avant sur nos réseaux.
 - Tirage au sort pour gagner un kit de réparation premium.
 - Mise en place d'un fil de discussion Facebook pour échanger des conseils.

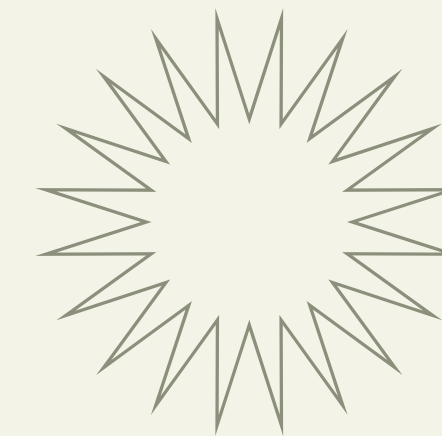
PROPOSITION DE CAMPAGNES SPÉCIFIQUES



CONCOURS PHOTO : "VOTRE PRODUIT LONGTIME® PRÉFÉRÉ EN ACTION"

- Objectif : Valoriser les produits labellisés et créer du contenu généré par les utilisateurs.
- Mécanisme :
 - Postez une photo de votre produit LONGTIME® en utilisation.
 - Les votes du public déterminent le gagnant.
 - Prix : Bon d'achat chez une marque partenaire durable.

PROPOSITION DE CAMPAGNES SPÉCIFIQUES



CAMPAGNE INFLUENCEURS ET AMBASSADEURS

- Objectif : Faire rayonner LONGTIME® à travers des créateurs de contenu engagés.
- Mécanisme :
 - Collaboration avec 5 influenceurs spécialisés en consommation responsable.
 - Série de vidéos "Unboxing & Test" de produits certifiés LONGTIME®.
 - Organisation d'un live Instagram avec un expert en réparation.
 - Défi TikTok : "Devine l'âge de cet objet réparé !" avec participation de la communauté.