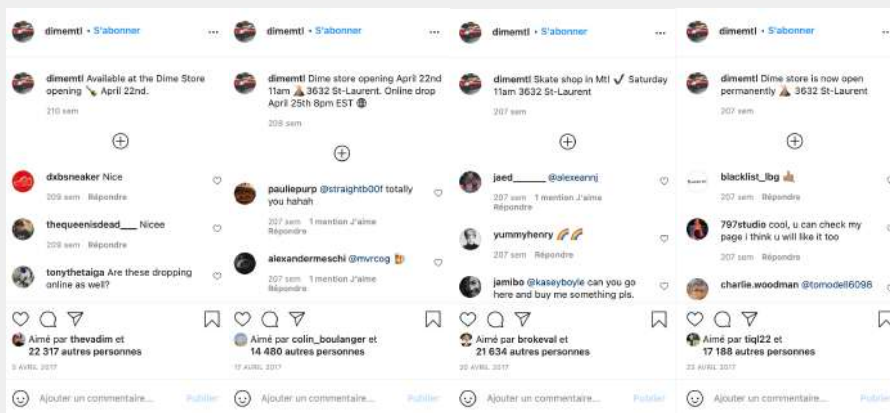


# Dime

## KAYTRANADA

o Julie Auger o Marilie Guérin-Forcade o Naomi Zongia Wakamb o Valeriia Pustova

Le 1<sup>er</sup> juin 2021, Dime Montréal ouvre un tout nouvel emplacement sur l'avenue Sainte-Catherine. Un magasin beaucoup plus grand avec des pièces vintage non disponibles en ligne ou dans leur boutique sur la rue Saint-Laurent. Pour s'assurer que le plus grand nombre possible de jeunes hommes et femmes assistent à la soirée d'ouverture, les propriétaires de Dime auront l'honneur d'inviter Kaytranada en tant qu'invité spécial pour mettre l'ambiance à la soirée.



### Première ouverture du magasin Dime, 22 avril 2017

Il y a 3 ans que Dime a ouvert ses portes, à la base permanente. Avant la compagnie pratiquait des "pop up stores", donc les magasins occasionnels, dont l'ouverture on mentionnait sur les réseaux sociaux, à peu près, une semaine à l'avance. Ce post serait suivi par un autre, mais 1 jour avant l'évènement afin de faire un rappel aux abonnés.

Par contre, quand la marque a finalement décidé d'ouvrir une boutique permanente en 2017, le nombre de publications annonçant l'ouverture a passé de 2 à 4 (3 posts avant l'évènement et 1 – après). Première mention était publiée 2,5 semaines avant l'ouverture du magasin et en s'approchant de la "date X" (22 avril 2017), on pouvait remarquer l'accroissement d'activité de la part des réseaux sociaux de Dime (2 posts dans la semaine précédant l'évènement). Finalement, le dernier post parlant de l'ouverture de la boutique a été publié le jour après pour en faire une conclusion.

À part d'être mentionnée seulement dans ses propres publications, l'ouverture du magasin Dime a aussi été aperçus dans les articles (ex.: Montreal Gazette\*).

Les principales stratégies de communication B2C utilisées sont le marketing interactif avec l'aide des réseaux sociaux de Dime car les clientèles cible de la marque sont les adolescents et jeunes adultes ainsi que l'utilisation de la géolocalisation via Instagram et Facebook afin de générer du trafic pour l'évènement et ainsi par la même occasion cibler de potentiels consommateurs dans un rayon de 25 km de la localisation de la nouvelle succursale.

Pour cela sur la plateforme de réseaux sociaux Instagram nous publierons des vidéos d'environ 2 minutes de behinds de scene afin de donner un suivi sur le déroulement de la préparation en vue de l'évènement. Ses vidéos seront publiés sous forme de IGTV suivit de l'hashtag *DimeMTLxKaytranada*. De plus sur Tik Tok une vidéo promotionnelle de la culture du skate utilisant la chanson You Are The One de notre artiste invité qui n'est d'autre que *Kaytranada*. Enfin sur Facebook, notre équipe de marketing se chargera de payer pour de la publicité en utilisant une image de notre artiste invité et de l'hashtag *DimeMTLxKaytranada*. La publication aura la date et le lieu de l'évènement.

Pour ce qui est des relations publiques 2 artistes montréalais : Dominique Fils-Aimé, connu sur Instagram sous le pseudonyme *@sing.with.mi* ainsi que Kevin Vincent mieux connu sous le nom de *Highklassified* sur Instagram nous ont donné leur accord afin de publier des stories une à deux fois par semaine de leurs opinions les plus sincères de Dime. Ces artistes sont connus auprès de notre équipe comme étant des personnes neutres mais qui apprécient déjà l'image que Dime reflète.

\*: <https://montrealgazette.com/news/local-news/montreal-skateboarding-brand-dime-mtl-opens-bricks-and-mortar-shop-on-st-laurent-blvd> (publié la veille de l'évènement).

Voici les standards graphiques de notre promotion événementielle : pour notre logo, nous avons utilisé pour le Dime la typographie Arapey, et pour le nom de Kaytranada, nous avons utilisé l'écriture Lato. Nous avons une ligne pointillée mauve foncé qui sépare le Dime et le Kaytranada; la ligne peut également être réalisée en bleu foncé, et pour finir nous avons ajouté une petite icône d'un gars qui fait du skate sur la ligne pointillée, il est possible de le mettre à gauche ou à droite. Le logo ne peut avoir aucune autre conception typographique, ne peut pas être en gras et la ligne pointillée ne peut pas être d'une autre couleur que celle spécifiée. Enfin, pour notre palette de couleurs, que ce soit pour une annonce ou une autre pièce promotionnelle, nous voulons que les couleurs soient éclatantes et se marient bien avec les couleurs de nos magasins et produits, nous sommes donc allés pour le noir, blanc, bleu marine et pâle, gris pâle, rose pâle, mauve foncé et jaune pâle. Et pour ce qui est de la typographie, ce sont les mêmes que pour le logo, sauf que vous pouvez aussi utiliser Arimo. Enfin, le type de visuel que nous souhaitons pour les publications sur les réseaux sociaux est assez simple ; nous voulons qu'il soit dans le même style que ceux de notre page @dimeintl.

## Charte de normes graphiques



### Normes graphique

#### Logo



Le mot dime ne peut pas être mis en caractère gras, et le Kaytranada non plus. On peut seulement mettre la ligne en mauve ou en bleu pas en d'autres couleurs.

#### Palette de couleurs



Ces couleurs peuvent être utilisées dans les publications ou sur des poster imprimés

#### Typographie

	Arapey	Arimo	Lato en gras
a b c d e	a b c d e	a b c d e	a b c d e
A B C D E	A B C D E	A B C D E	A B C D E
1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

Peut être utilisée pour les textes et les titres.

#### Visuels

Voici le genre de visuel que nous voulons pour nos pages.



# Dossier de presse

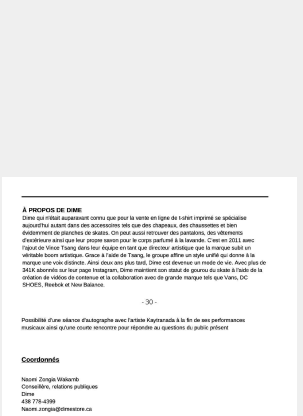
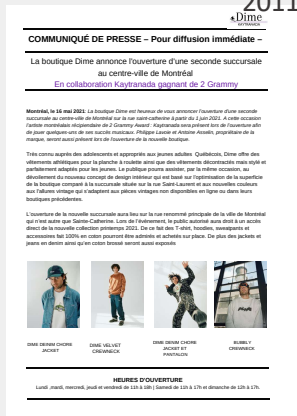
1. Le dossier de presse est présenté sous les couleurs jaunes et mauve. Des couleurs vibrantes et très présente dans le style vestimentaire des consommateurs de Dime. De ce fait la première page est constitué du logo, du titre et le d'adresse courriel général pour joindre notre équipe.

3. La troisième est dédiée à la couverture médiatique, comprend des podcasts traitant de l'évènement et de la culture du skate seront disponibles dans les sites Skate Canada Alumni et Player.fm dans la catégorie « Best Skate Canada Podcasts ». De plus un article dans le SBC Skateboard Magazine sera publié afin de faire la promotion de l'évènement et ainsi attirer des potentiels clients. De plus nous feront appel à des porte-paroles : Dominique Fils-Aimé et Kevin Vincent.

Voici notre communiqué de presse relate des informations simple, importantes et facile à retrouver pour les journaliste. Sur ses deux pages on y retrouve le logo, le nom de l'évènement (La Boutique Dime ouvre une nouvelle succursale au centre-ville), sa date qui est le 1<sup>er</sup> juin et la rue Sainte-Catherine au centre-ville de Montréal. Aussi, une courte description de l'évènement est présentée ainsi que des informations sur les produits exclusivement offerts par à la nouvelle succursale. Plus bas les heures d'ouverture de la boutique ainsi que des informations sur la marque tels que les produits offerts sur dans la boutique en ligne. À la fin du communiqué de presse, il est indiqué que l'artiste récipiendaire de 2 Grammy offrira une séance d'autographe au public présent lors de l'évènement pour leur remercié de leur déplacement ainsi que leur aide au succès de l'ouverture de la nouvelle succursale.

2. Dans la seconde page, l'explication de l'histoire et la biographie de Dime est présenté. De Antoine Asselin à Alex Lacroix, qui durant leur adolescence se sont lancé dans la publication de vidéos de contenu de la culture du skate. Ce qui suit le lancement d'un lot de 100 t-shirts imprimé et d'un second lot avec

l'abréviation « Dime ». Dans la quatrième page les informations sur la photographie ainsi que les invitations sont présentes: Afin d'avoir des belles photographies de l'évènement, le directeur artiste de la marque, blogueur canadien, gourou de la vente au détail et acteur, Vince Tsang, se chargera de capter tous les meilleurs moments de l'évènement. Son aide a d'ailleurs été une très bénéfique sur l'augmentation du commerce des ventes en



Les invitations seront envoyées par papier aux invités. On y trouvera l'heure d'arrivée, la date, le lieu. Elles seront aussi accompagnées d'un Hashtag (Mot-dièse) exclusif qui se retrouvera aussi dans la description de leur post *DimeMTLxKaytranada*. Les invitations seront envoyées 10 jours avant aux invitées. En plus, d'autres invitations seront envoyées électroniquement deux jours avant sur lesquelles sera écrit le message suivant : « *Kaytranada sera là dans deux jours pour célébrer avec vous la nouvelle succursale du Centre – ville* ».

# Proposition de commandite

1.

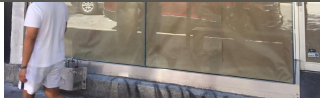
Sur la page d'accueil, les seules informations fournies sont la date, l'heure et le lieu de l'événement. Nous avons gardé les choses simples pour qu'il s'intègre dans le thème de Dime.

Dime

Plan de commandite



Ouverture du nouveau magasin



Soirée d'ouverture de notre nouvelle boutique

1 Juin 2021  
à 18h et 00h

Rue Saint- Catherine

Les propriétaires de la boutique Dime à Montréal vous invitent à une soirée d'ouverture de leur toute nouvelle boutique au centre-ville de Montréal. L'événement a pour but de rassembler le plus de jeunes hommes et femmes âgés entre 18 et 30 ans afin que la boutique est le plus de succès possible. Ce nouveau magasin va être beaucoup plus grand et il va y avoir des pièces vintage qui ne sont pas accessibles ni en ligne et ni à notre première boutique sur la rue Saint-Laurent. L'événement débutera dans la rue, donc à l'extérieur du magasin pour que dans la soirée nous puissions faire le dévoilement de la boutique.

La soirée se déroulera mardi le 1 Juin 2021 de 18h à 00h. Les propriétaires de Dime ont voulu faire ça en grand, car ils ont déjà beaucoup de succès depuis l'ouverture de leur première boutique et de leur site web. Comme je le mentionnais plus haut la nouvelle boutique va être deux fois plus grande, et on va y vendre des morceaux vintage de nos collections qui ne sont pas accessible à Montréal et ni sur le site web.

Dans la deuxième page, nous expliquons

2.

brièvement ce que l'événement implique et les types de personnes qui seront présents. Nous avons expliqué que la nouvelle boutique ne sera pas comme l'autre ; elle sera plus grande avec plus d'articles à vendre, donc c'est pour ça qu'on veut faire ça en grand.

3.

Dans la troisième page, nous expliquons les différents types de promotions que nous utiliserons pour promouvoir notre événement. Les différents droits de visibilité dont ils disposent s'ils acceptent d'être nos commanditaires sont alors mentionnés.

Nous allons faire de la promotion d'une durée de 8 semaines avant l'événement, d'environ 2 publications par semaine sur nos réseaux sociaux et celui d'influenceurs. On va sortir un cours vidéo promotionnel pour annoncer la soirée. Et nous allons offrir avec les invitations envoyées deux chandails de notre collection qui s'envient, pas encore disponible en magasin. Et pendant la soirée on va faire tirer des chandails et des accessoires parmi les invités.

**En tant que commanditaire vous bénéficierez d'une visibilité pendant et après l'événement**

- Visibilité sur notre page Instagram dimemtl, 341 000 abonnés.
- Visibilité sur notre page Facebook, 21 758 abonnés.
- Visibilité sur notre compte Instagram dimestorem1, 24 100 abonnés.
- Visibilité auprès d'une centaine de personne qui sera à l'événement.
- Projection de votre logo/nom sur toute nos publicités pour la soirée.
- Visibilité auprès de millier de personnes pendant la promotion de l'événement.
- Possibilité de collaborer pour designer des vêtements.
- Permission d'utiliser notre logo/nom de l'événement à des fins publicitaire, promotionnelles ou de relation publique.

	Hoodies 1 000\$	T-shirt 750\$	Tuque/casquette 500\$
30% des profits amassés par la vente de vos produits	✗		
Mentions de votre nom sur nos réseaux sociaux	✗	✗	✗
Dime vous habillera pour la soirée et vous donnera des cadeaux	✗	✗	
Place de stationnement gratuit	✗		
Cours vidéo promotionnel ou l'en vous mentionne	✗	✗	✗
Faire une collaboration pour designer des vêtements	4	2	1
Mentions publicitaire sur notre compte Facebook	3	2	1
Mentions publicitaire sur notre compte Insta	3	2	1

À la page quatre, nous avons créé

4.

un tableau pour les différents types de contrats que nous leur proposerions. Nous avons trois types de contrats différents : le premier concerne les hoodies au coût de 1000\$, le second concerne les t-shirts au coût de 750\$, et le troisième concerne les tuques/casquettes au coût de 500\$.

5.

Pour la cinquième page, c'est notre point d'entente. En échange de leur commandite on s'engage à leur fournir la visibilité mentionnée plus haut dans le plan. Et nous mentionnons aussi ce que la commandite peut nous offrir pour l'événement.

## Points d'entente

En échange de votre commandite, nous vous fournirons une visibilité en fonction du forfait que vous choisissez.

1. Choix de votre forfait:

Hoodies  T-shirt  Tuque/casquette

2. Définissez vos responsabilités:

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Nom du commanditaire:

Nom des organisateurs:

Agent:

Compagnie:

Date:

Date:

Signature:

Signature:

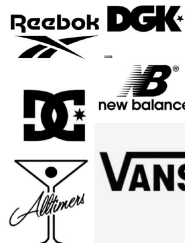
Les commanditaires peuvent offrir leur soutien par:

- Contributions financières
- Nous fournir de vos produits pour la soirée.
- Offre de services spécialisés.



Merci à nos généreux partenaires de nos événements

Au plaisir de vous compter parmi nous cette année



6.

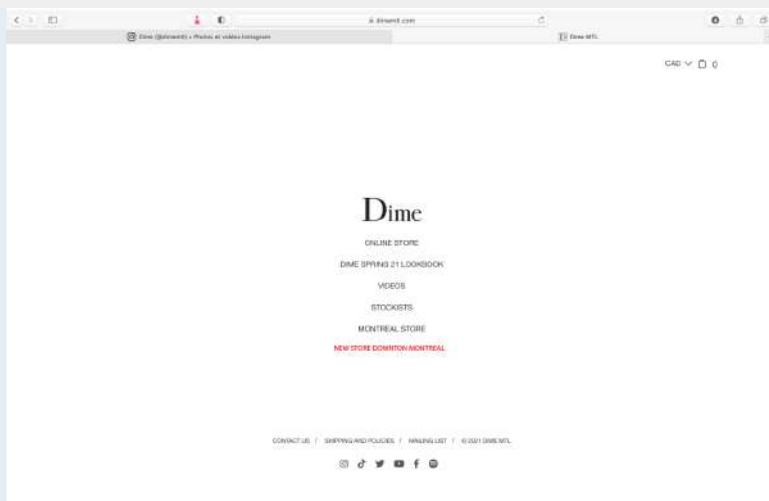
Enfin, sur la dernière page, nous avons les remerciements de nos anciens partenaires pour les événements que nous avons eu, ainsi que leur logo.



# Les stratégies medias sociaux

## Sites web :

dimentl.com aura une nouvelle section sur leur site web en rouge afin de mettre en évidence leur nouveau magasin Downtown Montréal. On aura, alors, l'option de cliquer sur "New store downtown montreal" on accéderait à une page avec la localisation exacte du nouveau magasin. C'est-à-dire, son adresse postale, comment s'y rendre, le métro le plus proche etc. On aurait aussi quelques photos du magasin avec quelques articles vendus spécifiquement qu'à ce magasin-là.



## Concours :

Il aura quelques concours la page Instagram sur des posts avec un concours qui permettrait à 25 personnes de venir à l'ouverture du magasin. Chaque personne aura le droit à un accompagnateur ainsi ils auront aussi un vêtement édition exclusivité.

Quand la publication(jour) + cout	Heure de publication	Quelles plateformes ?	Description sous le post	Exemple du post/photos postées
1 <sup>er</sup> post : 1 mai 2021  1 mois avant l'ouverture de magasin à 12h  100\$/par publication	On le retrouve la Publicité sur le feed des personnes étant abonnés à la marque ou qui sont en centre-ville : 1fois on retrouver à 10h  2ème fois à 12h  3ème fois à 17h	Instagram & Facebook	Une nouvelle boutique ouvre au centre-ville de Montréal le 1 Juin! Un lancement exclusif fait avec Kaytranada qui chamera lors de la soirée. L'ouverture du magasin se fera avec des invités spéciaux et de nombreuses surprises et des articles exclusifs.  #DimeMTLxKaytranada	
2 <sup>ème</sup> post : 14 mai 2021  2 semaines avant l'évènement 100\$/par publication, la publication est 3fois par jour  Total 300\$	On le retrouve la Publicité sur le feed des personnes étant abonnés à la marque ou qui sont en centre-ville : 1fois on retrouver à 10h  2ème fois à 12h  3ème fois à 17h	Instagram & Facebook	La nouvelle boutique au centre-ville de Montréal accueillera une collaboration exclusive avec Kaytranada. Nous retrouvons plusieurs pièces exclusives voici un premier aperçu ! Ce sera disponible à partir le 1er Juin 2021 ! Il y aura un stock limité de la collection en collaboration avec Kaytranada.  #DimeMTLxKaytranada	
3 <sup>ème</sup> post : 21 Mai 2021(11 jours avant l'évènement.) 100\$/par publication  Total 300\$	La publication sera sur les réseaux sociaux et aussi comme publicité sur le feed des personnes étant abonnés à la marque ou qui sont en centre-ville :  1fois on retrouver à 10h  2ème fois à 12h  3ème fois à 17h	Instagram & Facebook	La nouvelle boutique Dime qui ouvrira au centre-ville dans quelques jours, exactement le 1er juin 2021. Le nouveau magasin accueillera l'artiste Kaytranada pour le lancement du magasin, nous avons fait une collaboration avec lui, voici un aperçu d'un des chandails de la collection DimxKaytranada. Nous dévoilerons les prochains morceaux de la collection au lancement le 1er Juin.  #DimeMTLxKaytranada	
4 <sup>ème</sup> post : 30 Mai 2021(2 jours avant l'évènement) 100\$/par stories	Il y aura une stories avec un compte à rebours.  18h post du décompte	Instagram & Facebook	Compte à rebours dans leurs stories + à comme réponse :  vas-tu être présent à l'évènement ?  Yesss / Peut être  #DimeMTLxKaytranada	
5 <sup>ème</sup> post: 1 <sup>er</sup> Juin  100\$/publications  300\$/total	12h	Instagram & Facebook	Ce soir aura lieu à 18h le lancement de Dime x Kaytranada à leurs nouveaux magasins au centre-ville de Montréal. Dès maintenant nous pouvons retrouver les vêtements en collaboration en magasin uniquement à partir de ce soir 18h.  #DimeMTLxKaytranada	

# Vidéo promotionnelle

Skaters sont la clientèle primaire de Dime, pour cette raison on a décidé de les représenter dans la vidéo promotionnelle.



On a inséré des photos de produits qu'on peut retrouver sur le site web [dime.mtl.com](http://dime.mtl.com) et on mentionne ensuite le concours avec la possibilité de gagner des cadeaux.

Pour encourager les gens à venir à l'ouverture du magasin Dime, on montre aussi le DJ Kaytranada qui serait y présent. D'abord c'est une de ses chansons qu'on a utilisées pour la musique de fond. On utilise aussi le hashtag pour que les gens puissent jeter un coup d'oeil sur les posts reliés avec l'évènement.



Rappel de la rue St. Catherine où l'évènement va prendre place.

Rappel de la date (1er juin 2021) quand l'évènement va avoir lieu.



Logo inventé par notre équipe spécialement pour l'ouverture du magasin. Dans la vidéo il va apparaître au début et à la fin, comme un petit rappel.

# Budget

Quantité	Coûts	Descriptions des coûts
	1 500\$	Photoshoot durée de 5 heures
42 copie	2 100\$ (50\$/unités)	Imprimerie des affiches dans les métros
50 copies	75\$ (1.5\$/unités)	Imprimerie des invitations
	1 200\$ (300/semaine)	Emplacement pendant 4 semaines des affiches dans le métro de Montréal
	350\$	Montage du clips vidéo
11 publications	1 100\$	Publications sponsorisées sur Facebook et Insta
<b>Total</b>	<b>5 225 \$</b>	

Nous retrouvons dans le budget fait, les coûts associés aux aspects de communication de notre événement, comme le photoshoot, les coûts d'imprimerie des affiches, invitations et le montage du clip vidéo.

Type d'activités	Actions	Juin			
		Semaine 1	Semaine 2	Semaine 3	Semaine 4
Relations publiques	Liste des invités				
	Développement des invitations				
	Développer un dossier de presse				
	Rédiger un brouillon d'information générale				
	Rédiger une fiche d'information				
	Rédiger un brouillon de biographie				
	Demande de commanditaire				
	Approuver				
	Envoyer les dossiers de presse				
	Envoyer les invitations aux invités				
	Ouverture du magasin				

## Charte de Gantt

Nous retrouvons dans le chart de Gantt, les activités qui sont prévues dans notre campagne d'ouverture de magasin. On retrouve donc les actions par rapport aux relations publiques et aux médias comme la liste des invités, le développement des invitations, les rédactions d'informations général etc.. Jusqu'à l'action finale qui est l'ouverture du magasin.

# Conclusion

Pour conclure, un événement d'une telle ampleur telle que l'ouverture d'un nouveau magasin Dime, amélioré et agrandi, ne laissera aucun fan de skates indifférent. L'engagement de DJ mondialement connu – Kaytranada, jouera aussi un grand rôle dans la promotion de l'évènement et donc, l'attraction vers la boutique des acheteurs, des spectateurs ainsi que des commanditaires. Pour intéresser ces derniers, on a aussi établi une proposition de commandite, dans laquelle on mentionne le déroulement de la soirée, le tirage des produits Dime et, bien sûr, la visibilité bénéficiaire (réseaux sociaux; publicités etc.) sur laquelle les sponsors peuvent compter.

En ce qu'il y en a pour des réseaux sociaux, on planifie de lancer l'annonce de l'ouverture du magasin sur Facebook et sur Instagram 1 mois d'avance et ensuite partager de plus en plus de publicités quand on se rapprochera de la date de l'évènement. Un concours permettant de gagner une invitation spéciale (pour le vainqueur et son accompagnateur) sera aussi proposé aux abonnés.

On a aussi nommé nos porte-parole: Dominique Fils-Aimé et Kevin Vincent, qui ont beaucoup de jeunes *followers* sur Instagram et Facebook, ce qui pourrait aider à promouvoir l'évènement à notre publique cible. Dans le dossier de presse on mentionne aussi l'article de SBC Skateboard Magazine ainsi que des podcasts où on va apparaître.

**Alors, venez nous voir! vous ne le regretterez pas,  
on vous en assure!"**







---

# BOUTIQUE DIME

---

Une compagnie de skateboard avanguardiste de niveau international qui célèbre la culture du skate

# BOUTIQUE DIME

438 778-4399 • +514 555-4377 • INFO@DIMESTORE.COM

*Dime*, autrement connu sous le nom de « *Dimestore Crew* », fait ses débuts en 2005. À l'époque, sept adolescents passionnés de *skateboard*, Antoine Asselin, Philippe Lavoie, Bob LaSalle, Hugo Balek, Charles Rivard, Eric Riedl et Alexis Lacroix commencent la publication de vidéos de *skate* amusantes et hors du commun. Ils utilisent un fond sonore de *hip-hop* qui commémorait la culture musicale des années 90. De là leur ascension sur la scène canadienne a augmenté d'année en année. Le groupe d'adolescent se transforme, ensuite, en entrepreneuriat hors pairs. Le lancement de la première collection de t-shirt contenait alors 100 *t-shirts*, avec leur logo, imprimés et fabriqués dans une petite imprimerie locale de Montréal. Peu de temps après, la vente à succès de leur première série de *t-shirt*, ils décident de commander un deuxième lot de t-shirt, mais avec le nom abrégé « *Dime* ». Cette abréviation vient renforcer leur statut sur la scène local du skate au Canada. À ce jour, Antoine Asselin et Philippe Lavoie associés à Guillaume Thibault et Vincent Tsang sont les propriétaires de *Dime*.

## STATISTIQUE

JANVIER 2021 - MARS 2021

364K

ABONNÉS SUR  
LES RÉSEAUX  
SOCIAUX

50K

BUDGET  
TOTAL

30

NOMBRE  
D'INVITÉ  
PRÉVU

*Dime*, qui était auparavant n'était connu que pour la vente en ligne de t-shirt imprimé, se spécialise aujourd'hui autant dans des accessoires tels que des chapeaux, des chaussettes et bien évidemment de planches de skates. On peut aussi retrouver des pantalons, des vêtements d'extérieure ainsi que leur propre savon pour le corps parfumé à la lavande. C'est en 2011, avec l'ajout de Vince Tsang dans leur équipe en tant que directeur artistique, que la marque subit un véritable boom artiste. Grace à l'aide de Tsang, le groupe affine un style unifié qui donne à la marque une voix distincte. Ainsi, deux ans plus tard, *Dime* est devenue un mode de vie. Avec plus de 34.000 abonnés sur leur page Instagram, la marque *Dime* maintient son statut de gourou du skate à l'aide de la création de vidéos de contenu et la collaboration avec de grande marque tels que *Vans*, *DC SHOES*, *Reebok* et *New Balance*.

# COUVERTURE MÉDIATIQUE

## Relations publiques

### Porte-parole



Dominique Fils-Aimé qui est une artiste montréalaise, On peut la retrouver sur Instagram @sing.with.mi. Une fois par semaine elle se porte volontaire pour faire des revues à connotation positive de sa perception de Dime. Ayant près de 10K d'abonné sur Instagram, elle permettra à Dime d'augmenter sa visibilité et le trafic sur l'évènement



Le producteur de musique originaire de la ville de Laval : Kevin Vincent que l'on peut retrouver sur Facebook et Instagram au nom de @highklassified. Comme Dominique Fils-Aimé, lui aussi se chargera de faire stories et live de revus personnels mais à connotation positif à propos de Dime.



Des podcasts traitant de l'évènement et de la culture du skate seront disponibles dans les sites de *Press.sactivewear*, *Skate Canada Alumni* et *Player.fm* dans la catégorie « Best Skate Canada Podcasts ».

## SBC Skateboard

Un article dans le *SBC Skateboard Magazine* sera publié afin de faire la promotion de l'évènement et ainsi attirer des potentiels clients

# Photographie

Afin d'avoir des belles photographies de l'évènement, le directeur artiste de la marque, le blogueur canadien, gourou de la vente au détail et acteur, *Vince Tsang*, se chargera de capturer tous les meilleurs moments de l'évènement. Son aide a d'ailleurs été une très bénéfique sur l'augmentation du commerce des ventes en 2011. Sa renommée internationale n'est aujourd'hui plus à discuter.

## Invitations

Les invitations seront envoyées par papier aux invités. Elles seront constituées de l'heure d'arrivée attendue, du jour, de l'emplacement ainsi que d'un court message de bienvenue. Elle sera aussi accompagnée d'un *hashtag* exclusif retrouver aussi dans la description de leur post: *DimeMTLxKaytrannada*.

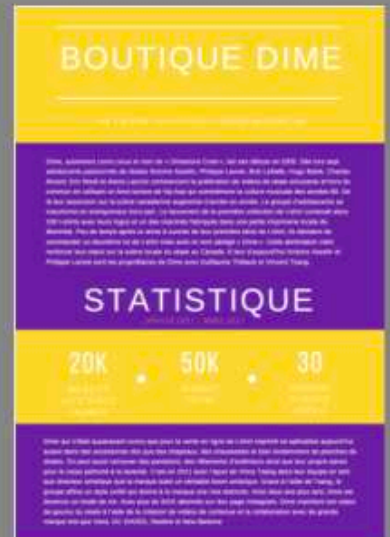
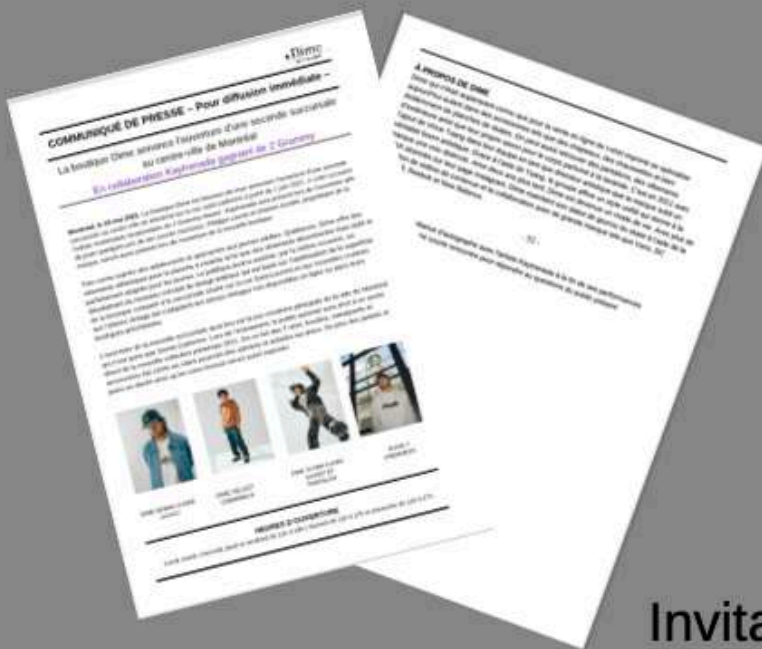
Les invitations seront envoyées 10 jours avant aux invités. En plus, d'autres invitations seront envoyées électroniquement deux jours avant sur lesquelles sera écrit le message suivant : « *Kaytrannada sera là dans deux jours pour célébrer avec vous la nouvelle succursale du Centre – ville* ».

# KIT DE MÉDIAS



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

## Informations techniques



## Invitations





## BOUTIQUE DIME

LE MARDI 1 JUIN DE 17 H 00 À 00 H 00

RUE ST - CATHERINE , MONTRÉAL , CANADA

RSVP D'ICI LE 15 MAI AUPRÈS DE NAOMI ZONGIA WAKAWB  
À [NAOMI.ZONGIA@DIMESTORE.CA](mailto:NAOMI.ZONGIA@DIMESTORE.CA)

RUE STE - CATHERINE  
MONTRÉAL , CANADA.  
1 JUIN 2021.

CHÈRES FIDÈLES CLIENTS :

DEPUIS TRÈS LONGTEMPS VOUS ÊTES UN CLIENT TRÈS FIDÈLE. NOUS  
AIMERIONS VOUS REMERCIER POUR VOTRE FIDÉLITÉ EN VOUS  
INVITANT À NOTRE OUVERTURE DE NOTRE NOUVEAU MAGASIN DIME  
AU CENTRE-VILLE DE MONTRÉAL EN COLLABORATION AVEC  
KAYTRANADA QUI SE TIENDRA LE 1ER JUIN 2021 SUR LA RUE ST -  
CATHERINE. UNE COLLECTION EXCLUSIVE SERAS LANCÉE CE JOUR-LÀ.  
NOS PORTES S'OUVRIRONT EXCLUSIVEMENT POUR NOS CLIENTS  
PRIVÉS.

NOUS SOMMES IMPATIENTS DE VOUS VOIR LE 1 JUIN VOTRE NOM  
SERAS SUR LA LISTE DES INVITÉS ET UN DE NOS EMPLOYÉS SERAS LÀ  
POUR VOUS ACCUEILLIR.

GROUPE DIME



## BOUTIQUE DIME

---

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE – Pour diffusion immédiate –

---

La boutique Dime annonce l'ouverture d'une seconde succursale  
au centre-ville de Montréal

En collaboration Kaytranada gagnant de 2 Grammy

---

**Montréal, le 16 mai 2021:** La boutique Dime est heureux de vous annoncer l'ouverture d'une seconde succursale au centre-ville de Montréal sur la rue saint-catherine à partir du 1 juin 2021. A cette occasion l'artiste montréalais récipiendaire de 2 Grammy Award : Kaytranada sera présent lors de l'ouverture afin de jouer quelques-uns de ses succès musicaux. Philippe Lavoie et Antoine Asselin, propriétaire de la marque, seront aussi présent lors de l'ouverture de la nouvelle boutique.

Très connu auprès des adolescents et appropriés aux jeunes adultes Québécois, Dime offre des vêtements athlétiques pour la planche à roulette ainsi que des vêtements décontractés mais stylé et parfaitement adaptés pour les jeunes. Le public pourra assister, par la même occasion, au dévoilement du nouveau concept de design intérieur qui est basé sur l'optimisation de la superficie de la boutique comparé à la succursale située sur la rue Saint-Laurent et aux nouvelles couleurs aux l'allures vintage qui s'adaptent aux pièces vintages non disponibles en ligne ou dans leurs boutiques précédentes.

L'ouverture de la nouvelle succursale aura lieu sur la rue renommé principale de la ville de Montréal qui n'est autre que Sainte-Catherine. Lors de l'évènement, le public autorisé aura droit à un accès direct de la nouvelle collection printemps 2021. De ce fait des T-shirt, hoodies, sweatpants et accessoires fait 100% en coton pourront être admirés et achetés sur place. De plus des jackets et jeans en denim ainsi qu'en coton brossé seront aussi exposés



DIME DENIM CHORE  
JACKET



DIME VELVET  
CREWNECK



DIME DENIM CHORE  
JACKET ET  
PANTALON



BUBBLY  
CREWNECK

---

### HEURES D'OUVERTURE

Lundi ,mardi, mercredi, jeudi et vendredi de 11h à 18h | Samedi de 11h à 17h et dimanche de 12h à 17h.

---

---

## **À PROPOS DE DIME**

Dime qui n'était auparavant connu que pour la vente en ligne de t-shirt imprimé se spécialise aujourd'hui autant dans des accessoires tels que des chapeaux, des chaussettes et bien évidemment de planches de skates. On peut aussi retrouver des pantalons, des vêtements d'extérieure ainsi que leur propre savon pour le corps parfumé à la lavande. C'est en 2011 avec l'ajout de Vince Tsang dans leur équipe en tant que directeur artistique que la marque subit un véritable boom artistique. Grâce à l'aide de Tsang, le groupe affine un style unifié qui donne à la marque une voix distincte. Ainsi deux ans plus tard, Dime est devenue un mode de vie. Avec plus de 341K abonnés sur leur page Instagram, Dime maintient son statut de gourou du skate à l'aide de la création de vidéos de contenu et la collaboration avec de grande marque tels que Vans, DC SHOES, Reebok et New Balance.

- 30 -

Possibilité d'une séance d'autographe avec l'artiste Kaytranada à la fin de ses performances musicaux ainsi qu'une courte rencontre pour répondre aux questions du public présent

## **Coordonnés**

Naomi Zongia Wakamb  
Conseillère, relations publiques  
Dime  
438 778-4399  
Naomi.zongia@dimestore.ca



# Dime

Plan de commandite



## Ouverture du nouveau magasin



Soirée d'ouverture de notre nouvelle boutique

---

1 Juin 2021  
à 18h et 00h

Rue Saint - Catherine

Les propriétaires de la boutique Dime à Montréal vous invitent à une soirée d'ouverture de leur toute nouvelle boutique au centre-ville de Montréal. L'événement a pour but de rassembler le plus de jeunes hommes et femmes âgés entre 18 et 30 ans afin que la boutique est le plus de succès possible. Ce nouveau magasin va être beaucoup plus grand et il va y avoir des pièces vintages qui ne sont pas accessibles ni en ligne et ni à notre première boutique sur la rue Saint-Laurent. L'événement débutera dans la rue, donc à l'extérieur du magasin pour que dans la soirée nous puissions faire le dévoilement de la boutique.

La soirée se déroulera mardi le 1 Juin 2021 de 18h à 00h. Les propriétaires de Dime ont voulu faire ça en grand, car ils ont déjà beaucoup de succès depuis l'ouverture de leur première boutique et de leur site web. Comme je le mentionnais plus haut la nouvelle boutique va être deux fois plus grande, et on va y vendre des morceaux vintage de nos collections qui ne sont pas accessible à Montréal et ni sur le site web.

Nous allons faire de la promotion d'une durée de 8 semaines avant l'événement, d'environ 2 publications par semaine sur nos réseaux sociaux et celui d'influenceurs. On va sortir un cours vidéo promotionnel pour annoncer la soirée. Et nous allons offrir avec les invitations envoyées deux chandails de notre collection qui s'envient, pas encore disponible en magasin. Et pendant la soirée on va faire tirer des chandails et des accessoires parmi les invités.

## **En tant que commanditaire vous bénéficierez d'une visibilité pendant et après l'évènement**

- Visibilité sur notre page Instagram dimemtl, 341 000 abonnés.
- Visibilité sur notre page Facebook, 21 758 abonnés.
- Visibilité sur notre compte Instagram dimestorem, 24 100 abonnés.
- Visibilité auprès d'une centaine de personnes qui sera à l'évènement.
- Projection de votre logo/nom sur toutes nos publicités pour la soirée.
- Visibilité auprès de milliers de personnes pendant la promotion de l'évènement.
- Possibilité de collaborer pour designer des vêtements.
- Permission d'utiliser notre logo/nom de l'évènement à des fins publicitaire, promotionnelles ou de relation publique.

	Hoodies 1 000\$	T-shirt 750\$	Tuque/casquette 500\$
30% des profits amassé par la vende de vos produits	X		
Mentions de votre nom sur nos réseaux sociaux	X	X	X
Dime vous habillera pour la soirée et vous donnera des cadeaux	X	X	
Place de stationnement gratuit	X		
Cours vidéo promotionnel ou l'on vous mentionne	X	X	X
Faire une collaboration pour designer des vêtements	4	2	1
Mentions publicitaire sur notre compte Facebook	3	2	1
Mentions publicitaire sur notre compte Insta	3	2	1

# Points d'entente

En échange de votre commandite, nous vous fournirons une visibilité en fonction du forfait que vous choisirez.

1. Choix de votre forfait:

Hoodies  T-shirt  Tuque/casquette

2. Définissez vos responsabilités:

---

---

---

Nom du commanditaire:

---

Agent:

---

Date:

---

Signature:

---

Nom des organisateurs:

---

Compagnie:

---

Date:

---

Signature:

---

Les commanditaires peuvent offrir leur soutien par:

- Contributions financières
- Nous fournir de vos produits pour la soirée.
- Offre de services spécialisés.



Merci à nos  
généreux  
partenaires de nos  
événements

Au plaisir de vous  
compter parmi nous  
cette année





dimemtl



# Dime

KAYTRANADA



dimemtl

Une nouvelle boutique ouvre au centre-ville de Montréal le 1 Juin! Un lancement exclusif fait avec Kaytranada qui chantera lors de la soirée. L'ouverture du magasin se fera avec des invités spéciaux et de nombreuses surprises et des articles exclusifs.

#DimeMTLxKaytranada



dimemtl



dimemtl Une nouvelle boutique ouvre au centre-ville de Montréal le 1 Juin! Un lancement exclusif fait avec Kaytranada qui chantera lors de la soirée. L'ouverture du magasin se fera avec des invités spéciaux et de nombreuses surprises et des articles exclusifs.

#DimeMTLxKaytranada





dimemtl



dimemtl

La nouvelles boutique Dime qui ouvriras au centre-ville dans quelques jours, exactement le 1er juin 2021. Le nouveau magasin accueillera l'artiste Kaytranda pour le lancement du magasin, nous avons fait une collaboration avec lui, voici un aperçu d'un des chandails de la collection DimxKaytranada. Nous dévoilerons les prochains morceaux de la collection au lancement le 1er Juin.

#DimeMTLxKaytranada



DIME X KAYTRANADA



0 2 : 0 0 : 0 0

jours

heures

minutes



dimemtl



**dimemtl** Ce soir auras lieux à 18h le lancement de Dime x Kaytranada à leurs nouveaux magasins au centre-ville de Montréal. Dès maintenant nous pouvons retrouver les vêtements en collaboration en magasin uniquement à partir de ce soir 18h.

#DimeMTLxKaytranada