



KIMONO BELGE

J'aime la vie

KIMONO BELGE, LA PLUS RÉCENTE MARQUE DE MODE 100 % BELGE

La Gantoise Sara Van Steenkiste réalise son rêve d'entrepreneure avec l'aide de Woman Up by Contrex®

Une toute nouvelle marque de mode vient de voir le jour : elle s'appelle Kimono Belge. Sa fondatrice Sara Van Steenkiste réalise ainsi un rêve d'enfance. C'est une collection d'élégants kimonos selon le modèle nippon, à porter comme robe, petite veste ou robe de chambre. Pour que chaque pièce soit unique, tous les articles de la collection sont entièrement conçus et fabriqués en Belgique en tirage limité au moyen de tissus de qualité. Kimono Belge est le tout premier projet d'une entrepreneure soutenu durant sa phase de lancement par la campagne de financement participatif d'Ulule et par le savoir-faire, la communication et l'appui financier de Woman Up by Contrex®, l'action qui œuvre à plus d'égalité entre hommes et femmes qui désirent entreprendre.

"Kimono belge veut relancer l'emploi du kimono authentique dans notre culture occidentale. Nous voulons faire de chaque pièce un article précieux, que l'on choisit et porte avec grand soin et que l'on se transmet de mère en fille, comme c'est le cas au Japon. J'ai souvent regretté de ne pas pouvoir porter les vêtements de ma maman. Ne trouvez-vous pas que ce serait génial qu'une femme puisse un jour donner son Kimono Belge à sa fille ?", explique Sara Van Steenkiste.

INVESTIR DANS LA COLLECTION ET L'ATELIER

La nouvelle marque belge de mode en est encore à ses balbutiements. Sara s'active pour financer de nouveaux équipements, des tissus et son atelier. À cet effet, Kimono Belge peut compter sur le soutien de l'action Woman Up by Contrex®, qui en plus d'une aide financière de 2000 €, lui octroie une campagne de financement participatif et assiste Sara Van Steenkiste par un grand savoir-faire et une communication professionnelle pour implanter durablement la marque.

CONTACT DE PRESSE:

Sara Van Steenkiste

0473/12 94 63

sara@kimonobelge.be

PLUS D'INFORMATIONS:

Kimono Belge

www.kimonobelge.be

www.facebook.com/kimonobelge

www.ulule.com/kimono-belge

Woman Up by Contrex®

<https://www.contrex.be/fr/woman-up-by-contrex>





KIMONO BELGE

J'aime la vie



À PROPOS DE WOMAN UP BY CONTREX®

Avec l'action **Woman Up by Contrex®**, **Contrex®** et la plate-forme de financement participatif **Ulule** visent à aider les femmes à réaliser leur projet personnel ou professionnel. L'initiative met à leur disposition des moyens, des conseils et un encadrement en vue de se lancer. L'action vise à les encourager et leur montrer que rien ne peut entraver leur projet.

Woman Up by Contrex® veut réaliser 6 projets de femmes. Elles bénéficieront d'une campagne de financement participatif au terme de laquelle le budget collecté sera doublé, plafonné à 2000 € par dossier. Chacun d'entre eux bénéficiera d'un film de promotion et d'une présentation à la presse, sans oublier les conseils avisés des experts d'Ulule durant un an.

www.contrex.be/nl/woman-up-by-contrex



À PROPOS DE CONTREX®

L'eau de Contrex® est une eau minérale naturelle, naturellement riche en calcium et magnésium. C'est ce qui explique que, depuis le début, Contrex® se positionne du côté des femmes : ce sont elles qui manquent principalement de ces minéraux. En Belgique, plus d'une femme sur trois a des apports calciques insuffisants et le chiffre monte à plus d'une femme sur deux en ce qui concerne les apports en magnésium. Ainsi, 1L de Contrex® permet de couvrir 58% des apports de référence en calcium et 19% des apports de référence en magnésium.

La saga publicitaire de Contrex® a permis d'affirmer son positionnement différenciant d'eau minérale naturelle pour les femmes. Elle a permis de construire la notoriété de la marque et de fidéliser ses consommatrices. Contrex® accompagne les femmes depuis plus de 40 ans, la marque a évolué avec elles, leurs nouvelles attentes et le changement de leur perception vis-à-vis de leur corps.

Si à l'époque, la minceur était un sujet clé pour les femmes, aujourd'hui : (résultats du sondage France IFOP)

- 90% des femmes pensent qu'être bien dans son corps ce n'est pas être mince, c'est s'accepter tel que l'on est.
- 90% des femmes ne se fixent que peu ou pas de limites à ce qu'elles peuvent accomplir
- 95% des femmes estiment qu'elles sont limitées dans leurs activités quand leur condition physique est altérée.

Les femmes attendent de la marque qu'elle leur parle différemment. Elles ne veulent plus être reconnues pour ce à quoi elles ressemblent, elles veulent être reconnues pour ce qu'elles font. En conséquence, elles ne veulent plus simplement qu'on leur parle de leur apparence, elles veulent qu'on les soutienne, qu'on les valorise, qu'on les motive.

Notre nouvelle campagne « Nous sommes Invincibles » a voulu accompagner les femmes dans cette reconnaissance. La campagne rappelle l'importance du corps. Il ne suffit pas de vouloir, pour pouvoir. Il faut aussi que le corps soit capable de suivre. Et c'est là qu'intervient Contrex® : Contrex® recharge le corps en minéraux, pour qu'il ne manque de rien. C'est le sens de la nouvelle signature de marque : « Contrex, votre corps est pour ».

Si Nestlé Waters a toujours eu pour vocation de construire des marques et à travers elles, de créer de la valeur pour ses actionnaires, elle a aujourd'hui une volonté marquée de créer également de la valeur pour la société et de donner à ses marques un rôle social. C'est donc tout naturellement que Contrex® qui accompagne les femmes depuis si longtemps, nous a semblé être la marque qui devait aider les femmes à réaliser leur projet. C'est cette engagement sociétal, crucial pour Nestlé, qui a fait naître le projet Woman Up by Contrex®.

www.contrex.be



À PROPOS D'ULULE

Ulule est depuis 2010 une plate-forme de financement participatif internationale reconnue visant à proposer aux entrepreneurs, starters et créatifs un levier et une assistance pour se lancer. Plus de 21 000 projets ont déjà été financés grâce à Ulule, pour un total de 100 millions d'euros de fonds collectés chez plus de 1,8 million de donateurs dans le monde.

Les particuliers, entreprises et associations peuvent lancer un projet sur Ulule après avoir fixé une cible financière réaliste, un délai déterminé et des retours exclusifs et non pécuniaires à offrir aux participants en échange de leur contribution budgétaire. Si l'objectif est atteint ou dépassé, l'initiateur du projet reçoit le montant collecté, son projet est réalisé et les participants récompensés par les retours promis. Si l'objectif n'est pas atteint, les donateurs ayant financé le projet sont remboursés gratuitement.

www.ulule.com