



# ATYPIK

Misez sur la beauté de la nature.

# Salut ! Nous c'est **A**typik !



**Nos débuts:** Mars 2022



**Notre domaine:** Beauté et bien-être



**Après une décennie de R&D:** Nous pouvons finalement nous lancer!

A close-up photograph of a woman with long brown hair, smiling broadly. A large green leaf is placed over her left eye and part of her face. A dark green rectangular box is overlaid on the image, containing the text 'QUI NOUS SOMMES' in white capital letters.

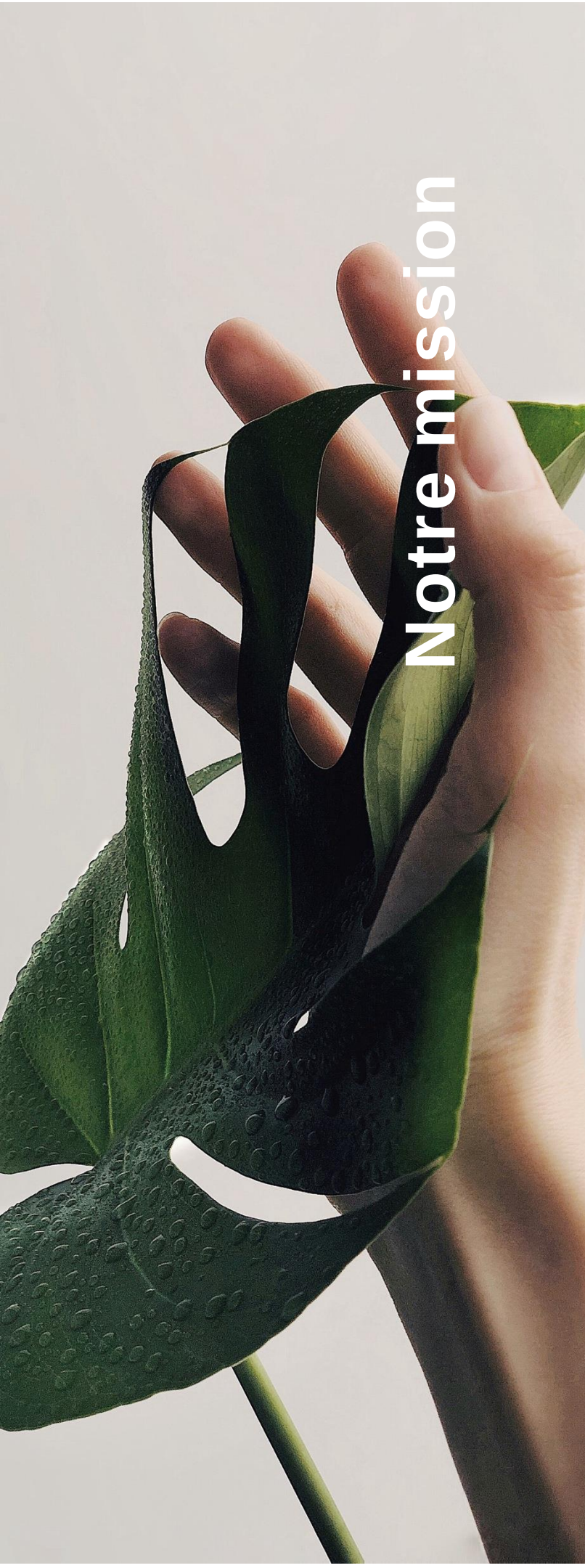
QUI NOUS  
SOMMES



Misez sur la beauté de la nature.

# Notre discussion aujourd'hui

|                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| Un peu sur nous                 | 4     |
| Notre engagement                | 5     |
| Portrait de l'industrie         | 6-7   |
| Notre cible                     | 8     |
| Nos produits                    | 9-11  |
| Notre stratégie                 | 12-15 |
| Nos choix et leur raison d'être | 16-22 |

A hand holding a large, green, perforated leaf with water droplets. The leaf has several holes and is covered in small water droplets. The hand is positioned on the left side of the image, with fingers wrapped around the leaf's stem.

Notre mission

**DÉMOCRATISER  
L'ÉCORESPONSABILITÉ.**

**UN MONDE OÙ LES COMPROMIS  
NE SONT PAS NÉCESSAIRES  
ENTRE BEAUTÉ, PLAISIR,  
ÉTHIQUE ET EFFICACITÉ.**

Notre vision

# Notre Engagement Éthique



Département d'éthique indépendant.



Formations annuelles santé et sécurité.



Politique de harcèlement qui permet l'anonymat.



Modèle d'affaire participatif.



Concours d'idéation semi-annuel.



Activités de *team building* semestrielles sur l'écoresponsabilité.

**Nous respectons les  
codes ACM et NCP  
en matière d'éthique.**





## FORCES

- Brevet pour nos emballages biodégradables
- Sensorialité de nos produits
- Notre rapport à la communauté
- Notre autosuffisance



## DÉFIS

- Manque de notoriété
- Coûts de production plus élevés



## OPPORTUNITÉS

- Engouement pour l'écoresponsabilité
- Partenariats avec les forces agricoles au Québec
- Aucune ralentissement vu notre production locale



## MENACES

- Présences de nombreux compétiteurs sur le marché
- Pénurie de main-d'oeuvre
- Saisonnalité

# FDOM



# Nos concurrents

## MISTIK

Produits capillaires fabriqués à Montréal  
100% naturels.

## WISE

Produits locaux montréalais faits à partir  
de produits naturels.

## ATTITUDE

Gamme de produits ménagers et soins  
corporels écologiques.

# Notre cible

## Urbaine et informée



Environmentaliste



Habite à Montréal



Amoureuse des plantes



Aime cuisiner les aliments du jardins



Revenu moyen



Diplôme universitaire

ZOEY  
L'ÉCOLOGIQUE



# Nos produits



*Depuis 2015, plus de 6,9 milliards de tonnes de déchets plastique ont été produites. Environ 9 % ont été recyclés, 12 % ont été incinérés et 79 % ont été accumulés dans des décharges ou dans la nature.<sup>1</sup>*

# Nos produits

## UNE APPROCHE VERTE IN & OUT

- Nos emballages sont composés de plastique biodégradable à 100%.
- Chacun de nos produits contient des ingrédients locaux cultivés dans nos jardins communautaires.
- Aucun produit toxique.
- Sans cruauté animale.

### PLANTEZ VOTRE EMBALLAGE

Votre sac ATYPIK, est vide? Plantez-le dans votre jardin. Les engrais minéraux composant votre emballage favoriseront une meilleure récolte.





## BASILIC & CITRON

Idéal pour cheveux gras, clairs ou gris.



## LAVANDE & VINAIGRE DE CIDRE DE POMME

Idéal pour cuir chevelu déséquilibré. Problèmes capillaires.



## TOURNESOL & MIEL

Idéal pour cheveux secs, abîmés, frisés.



## BLEUET & CANNEBERGE

Idéal pour cheveux normaux. Fortifiant.

## INGRÉDIENTS LOCAUX

Nos ingrédients principaux sont cultivés dans nos serres et jardins communautaires. Nous encourageons les producteurs locaux.

ATYPIK: des produits pensés, cultivés, et créés ici.



15.99\$  
400ml

19.99\$  
400ml

# Communication Marketing

Des points de  
contacts qui  
rejoignent notre cible.



Création de contenu sur notre site web



Distribution dans les supermarchés Avril  
et détaillants locaux.



Sélection d'influenceurs sur Tiktok et  
Instagram.



Trucs et astuces cheveux et jardinage sur  
pinterest



# *Pour rejoindre les écoresponsables*



Présentation des produits



Échantillons offerts

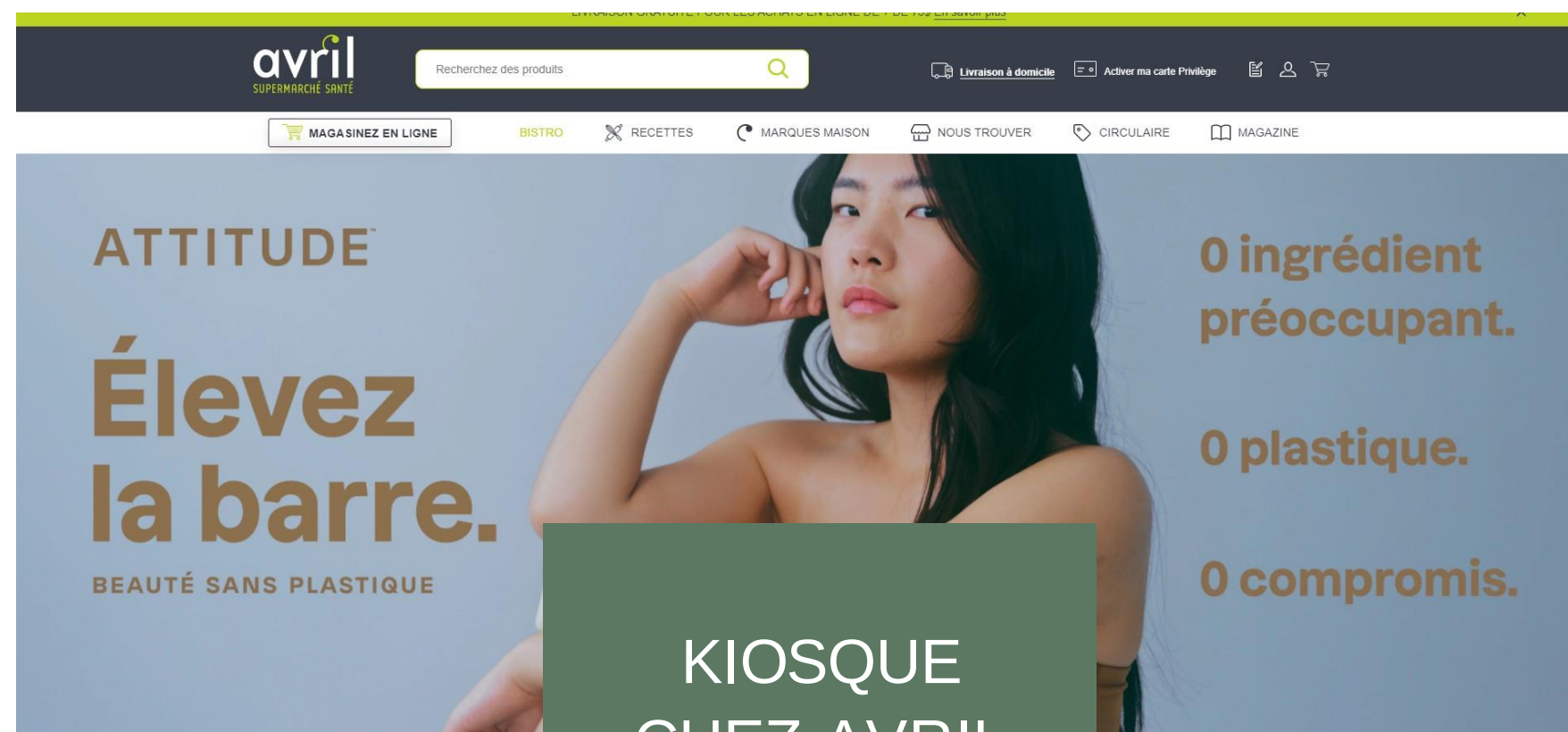


Distribution de coupons rabais



KIOSQUE  
CHEZ AVRIL  
MARCHÉ  
SANTÉ





## Un lieu éthique



Succursales conçues pour l'économie d'énergie



Assortiment de produits équitables, locaux, bio, écologiques.



Charte de développement durable



Alice Morel Michaud  
Jessica Prudencio  
Rosalie Lessard  
Émile Bilodeau

# Influenceurs

*Pour rejoindre la génération Z et les milléniaux*

Représentent nos produits par leur



Conscience sociale



Engagement



Portée



Écoresponsabilité



# Nos choix éthiques et leur raison d'être





# Notre processus de recrutement

## FORMULAIRE D'APPLICATION ANONYME

Il est important pour nous de ne faire preuve d'aucune discrimination dans notre processus de recrutement, c'est pourquoi nous avons un formulaire d'application sans nom ni photo, notre seul point de contact constitue le numéro de téléphone. De cette façon, lors de la première ronde de sélection, nous nous assurons de nous baser uniquement sur les qualifications de l'applicant, en mettant de côté tous les biais inconscients que nous aurions pu avoir à la vue du nom du candidat, par exemple par rapport à son genre ou son ethnie.

A stylized illustration on the left side of the page features the silhouettes and profiles of several people of various ethnicities and ages. The colors used are muted greens, oranges, and pinks. A dark green rectangular box is overlaid on the middle of this illustration, containing the text 'Représentation de la diversité' in white.

# Représentation de la diversité

## NOS PUBLICITÉS

Comme nous prônons la diversité, nous nous assurons aussi de représenter des personnes de tous genres, de toutes origines et de tous âges dans nos publicités. Le shampoing est un produit universel, c'est pourquoi il est primordial pour nous d'aller chercher des consommateurs selon leurs besoins et leurs valeurs, et non selon un profil démographique typique. Toute notre publicité est aussi très transparente et ne vise aucunement à passer des messages subliminaux : nous mettons de l'avant les valeurs qui sont réellement les nôtres et n'essayons pas du tout de manipuler notre audience.



# Programme de réinsertion sociale & dons

## NOS EMPLOYÉS

Nous avons un programme de réinsertion sociale, c'est-à-dire que nous donnons une chance à des personnes sortant de la rue ou de maisons de correction. Ils s'occupent du volet production de nos produits, et il s'agit d'une réelle chance pour eux de se sortir de leur misère et de se remettre sur le droit chemin, avec encadrement.

## NOS DONS

De plus, nous redonnons 5% de nos profits à différents organismes d'aide aux personnes en situation d'itinérance tel que l'Accueil Bono et Mission Old Brewery.



# Protection de l'environnement

## NOS ACTIONS

Évidemment, l'environnement est au cœur de nos décisions. Nos emballages sont 100% biodégradables et peuvent être utilisés comme engrais afin de leur donner une seconde vie. Il est important pour nous de souligner qu'il ne s'agit pas uniquement de marketing « vert » : ces causes nous tiennent réellement à cœur et nous n'en parlons pas pour mousser nos ventes mais bien pour réellement sensibiliser les gens.

A photograph of a community garden with various green plants in wooden raised beds. In the background, there is a light blue building with a grey roof and a tree with green leaves.

# Communauté & économie locale

## NOS ACTIONS

Enfin, tous les produits inclus dans notre chaîne de distribution sont de provenance locale puisque nous trouvons primordial de contribuer à l'économie locale. Nous sommes aussi énormément impliqués dans les jardins communautaires afin de contribuer à la naturalisation des quartiers de Montréal.



# Notre impact sociétal

## NOS ACTIONS

Ainsi, par la commercialisation de nos produits, nous faisons du marketing sociétal, sensibilisant notre audience à différentes causes qui nous tiennent à cœur, notamment la protection de l'environnement, l'économie locale, la diversité et la réinsertion sociale.

# ATYPIK

Misez sur la beauté de la nature.

