

Les sacs à dos

REPACK

Meghan Alain
Alexandre Bouchard
Audrey Brunelle
Gabriela Carrillo Flores
Vincent Dumas
Pascale Lebel

PLAN DE PRÉSENTATION

1. Présentation de l'entreprise
2. Éthique et marque
3. Présentation du produit
4. Promotion du produit
5. Journal de bord

REPACK : UNE ENTREPRISE ÉCORESPONSABLE

Notre offre : Des sacs à dos de plein air faits à partir de matériaux 100% recyclés. Nous voulons donner une nouvelle vie aux produits en plastique et/ou en tissu, en les transformant en produits de qualité.

Notre mission : Réduire notre empreinte écologique en diminuant l'impact de notre production sur l'environnement pour ainsi être en mesure de préserver la faune et la flore (*marketing sociétal*).

QUE SIGNIFIE REPACK?

RE

Recyclage

PA
CK

Package



Responsabilité sociale

Inclusion

Conscience environnementale

Égalité

Respect

Responsabilité environnementale

N O S V A L E U R S

NOTRE ÉTHIQUE

Repack rejoint l'école de pensée éthique de l'authenticité de par son inclusivité au niveau de ses employés.



ÉTHIQUE & MARQUE DE L'ENTREPRISE

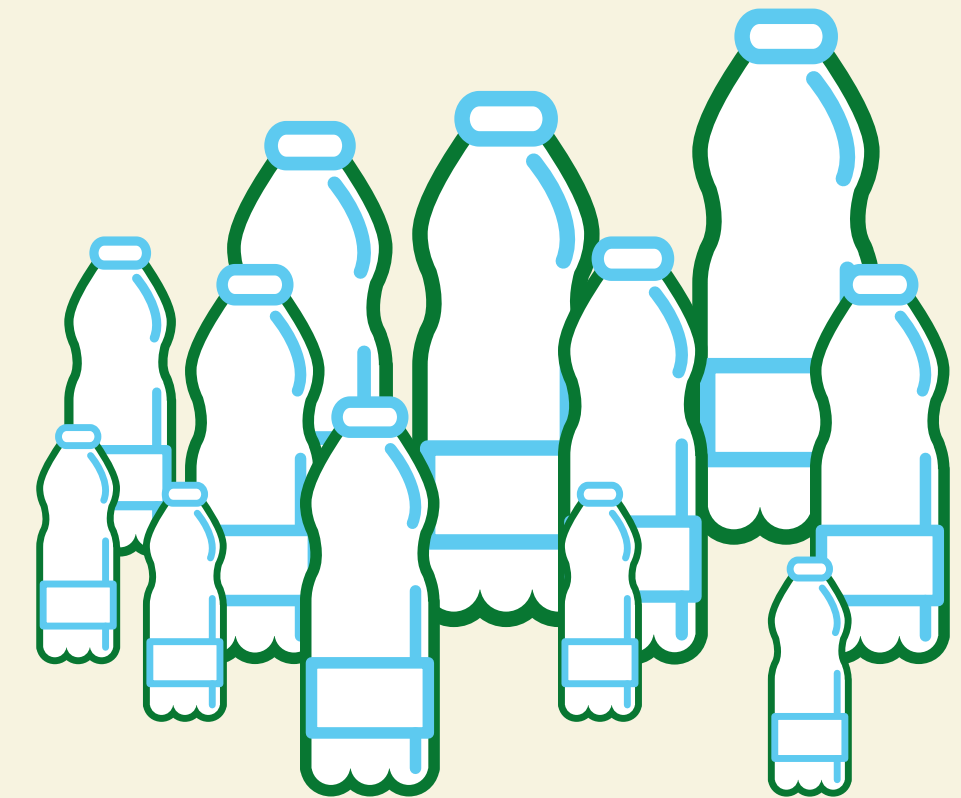
Faits saillants sur l'empreinte écologique reliée à la consommation

Temps de dégradation :

- Textiles entre 100 à 500 ans
- Sacs et bouteilles en plastique entre 400 et 450 ans*

Récupération du plastique :

- 35 % du plastique est récupéré dans les centre de tri au Québec **.



*<https://www.conservation-nature.fr/ecologie/temps-de-degradation/>

**<https://www.ledevoir.com/societe/environnement/547267/des-jeunes-pousses-quebecoises-dans-le-peloton-de-tete-des-technologies-de-recyclage-du-plastique>

ÉTHIQUE & MARQUE DE L'ENTREPRISE

Repack joint la notion de l'écocivisme.

(Code ACM, Q Écovicisme. Q.1 Déclarations en matière d'environnement soient exactes et précises, fondées et vérifiables)

(Données sur l'entreprise disponibles sur demande)

- Repack a eu l'idée de réutiliser les matières qui prendrent beaucoup de temps à se dégrader.
- 20 % du plastique PET est réutilisé dans les produits de REPACK
- 10 % de moins des bouteilles de plastique au Québec, grâce à l'intervention de REPACK
- Repack utilise une technique pour dissoudre les polymères de polytéréphtalate d'éthylène (PET), à partir de plastiques post-consommation, sans eau ni chaleur.

(Marketing vert)

- Engagement de Repack et de ses partenaires pour réduire l'empreinte environnementale.

ÉTHIQUE & MARQUE DE L'ENTREPRISE

(Code ACM, Q Écovicisme. Q.2 Empreinte écologique)

- Pas de publicité imprimée.
- Emballages 100% compostables.
- Recyclage et compostage au travail.
- Initiatives auprès des employés : covoiturage et utilisation du transport en commun.

(Code ACM, H4 - Professionnalisme)

- Code d'éthique prônant l'égalité, l'équité et le respect.
- Aucune tolérance sur le harcèlement, les inconduites sexuelles, les actes de discrimination et d'intimidation, les actes à caractères violents, les menaces ou l'abus de pouvoir en milieu de travail.
- Le code gère les relations à l'intérieur et à l'extérieur de l'entreprise .

ÉTHIQUE DU PERSONNEL

LE PRODUIT

- Sac à dos conçu pour le plein air fait à partir de matériaux recyclés et de sacs usagés
- 100% recyclé grâce au principe d'économie circulaire
- Répondre à la demande verte qui est en constante croissance
- Notre éco-produit véhicule notre cause écologique (marketing sociétal.)
- Long terme: Plusieurs grandeurs/modèles de sacs seront éventuellement disponibles.

(Code ACM, H2 Véracité) - L'entreprise ne fait aucune fausse représentation de produit, les produits sont bel et bien des produits faits de matières recyclées.



N O T R E C I B L E

- Les adeptes de plein air.
- Toute personne qui se préoccupe de l'environnement et de l'impact de sa consommation sur la planète.
- Les étudiants, jeunes professionnels et parents qui souhaitent faire un achat responsable.

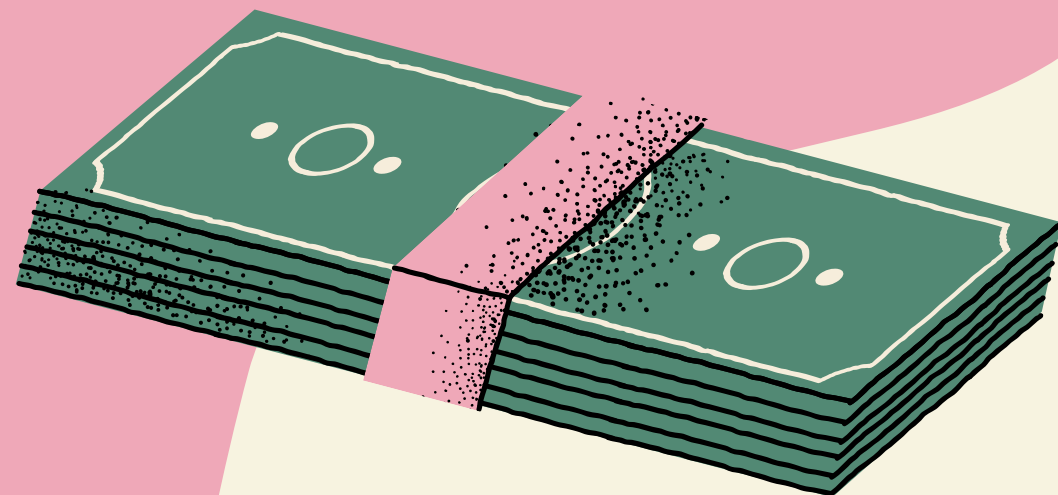


EMBALLAGE

(Code ACM, Q Écovicisme. Q.2 Empreinte écologique)

- Emballer nos produits dans des sacs compostables afin de poursuivre dans la lignée d'une économie circulaire.
- L'utilisation d'emballages verts.
- Pour les commandes plus grandes, nous placerons les produits dans des boîtes de cartons biodégradables qui pourront être amenées à des centres de déchets spécialisés en composte industriel.





- Le prix doit refléter notre vision.
- Les sacs à dos, formats réguliers, le prix est 110\$ CAN + taxes.

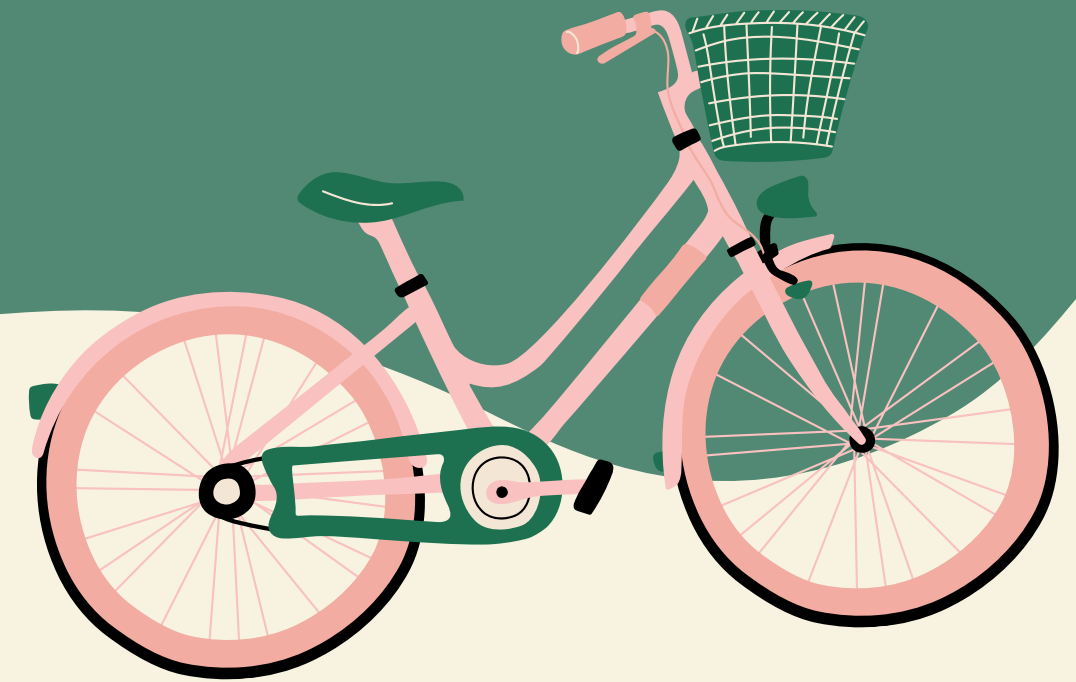
**Tel qu'indiqué à l'article 11 des pratiques de marketing universelles du code ACM, tous nos prix sont affichés en dollars canadiens.*

LE PRIX

POLITIQUE DE RETOUR

- Possibilité de remboursement ou de crédit pour sacs.
- Initiative sociale pour sacs usagés : retour de produit en échange d'un coupon rabais
 - Sacs revendus à prix réduit afin de rendre le produit vert disponible à tous, peu importe le revenu disponible.
- *Pratiques de marketing universelles de l'ACM. Article 15 Pratique d'exécution*

ACHAT & LIVRAISON



- Livraison à domicile ou ramassage à l'entrepôt.
- Livraison à vélo pour les commandes dans un radius de 10 km.
- Affiliation à une compagnie de livraison certifiée équitable : véhicules hybrides, conditions de travail éthiques, pratiques sociales et vertes au sein de la compagnie.

RETARD ET ANNULATION D'UNE COMMANDE

- Satisfaction et fidélité de la clientèle = coupon rabais utilisable en boutique en cas de retard et/ou annulation.
- Remboursement pour annulation du client dans un délai de 24h.



G A R A N T I E

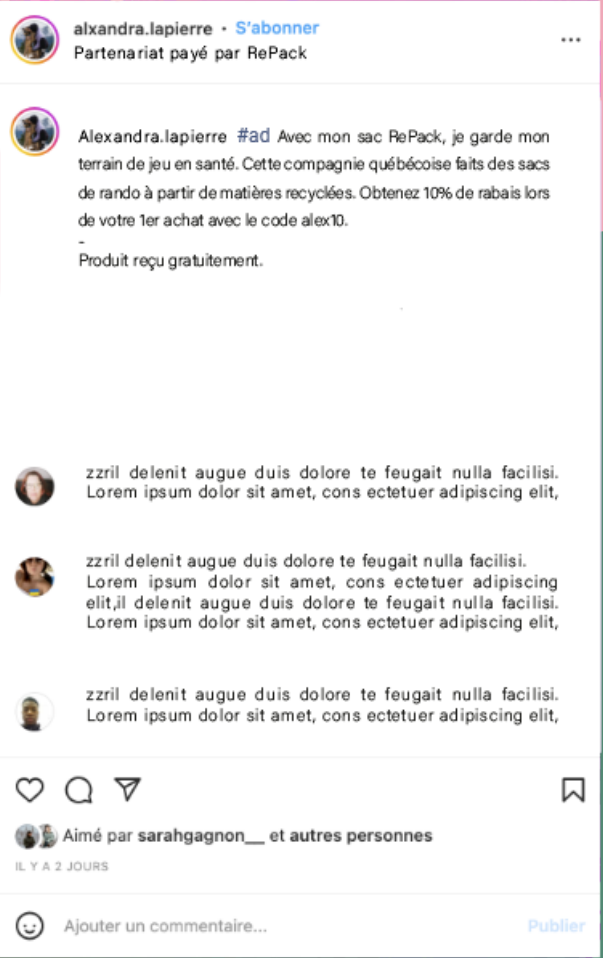
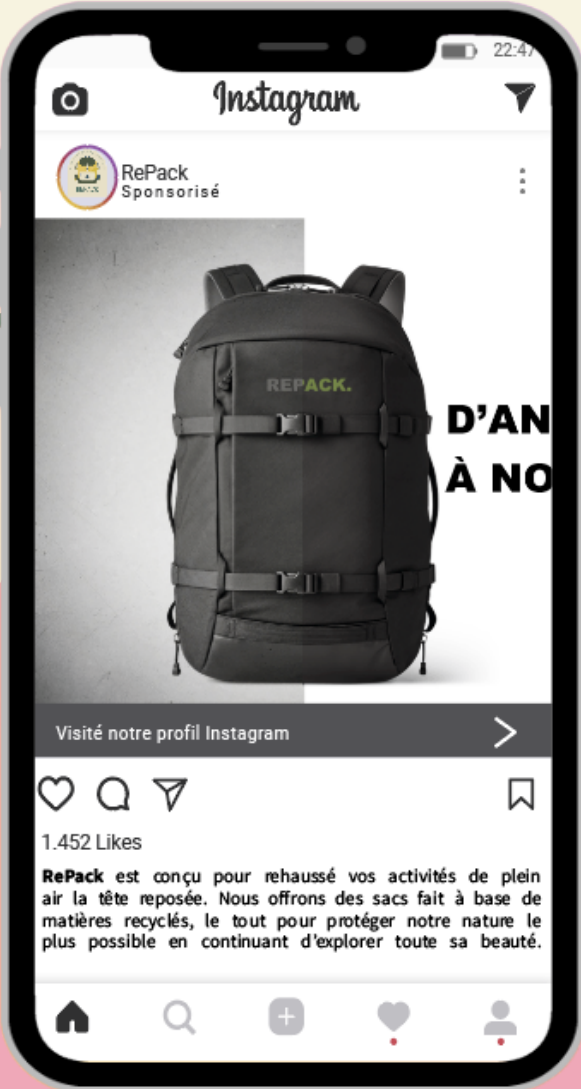
- Une garantie de 1 an est disponible en cas de bris de fabrication.
- Remplacement de sac à dos si celui-ci est déchiré, anormalement usé ou s'il se brise de manière prématurée.
- Les sacs à dos défectueux seront réutilisés pour la fabrication de nouveaux afin de continuer d'encourager l'économie circulaire.

PROMOTION DU PRODUIT

Description de la campagne :

- Sur les réseaux sociaux.
- Publications intègres et éthiques sur Facebook et Instagram.
- Influenceurs et partenariats pour la promotion du produit.





ÉLÉMENTS ÉTHIQUES DE LA CAMPAGNE

1. Aucune imitation (9 NCP)

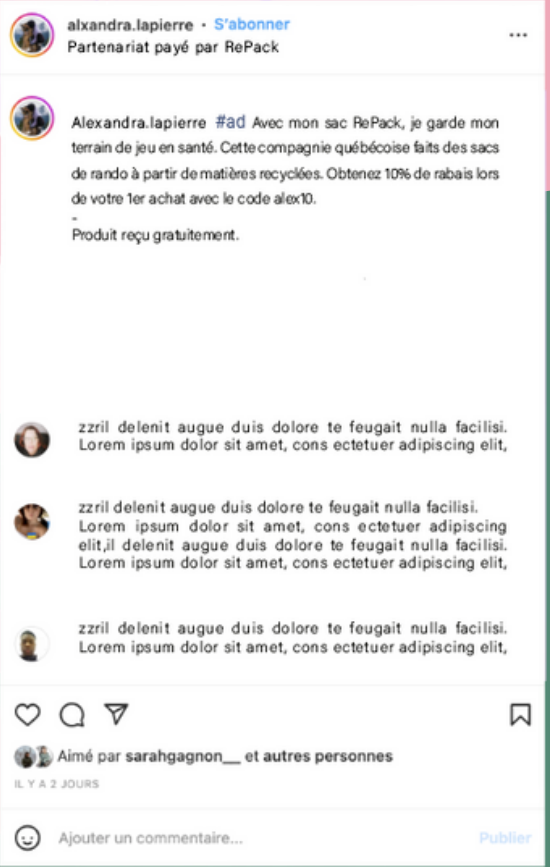
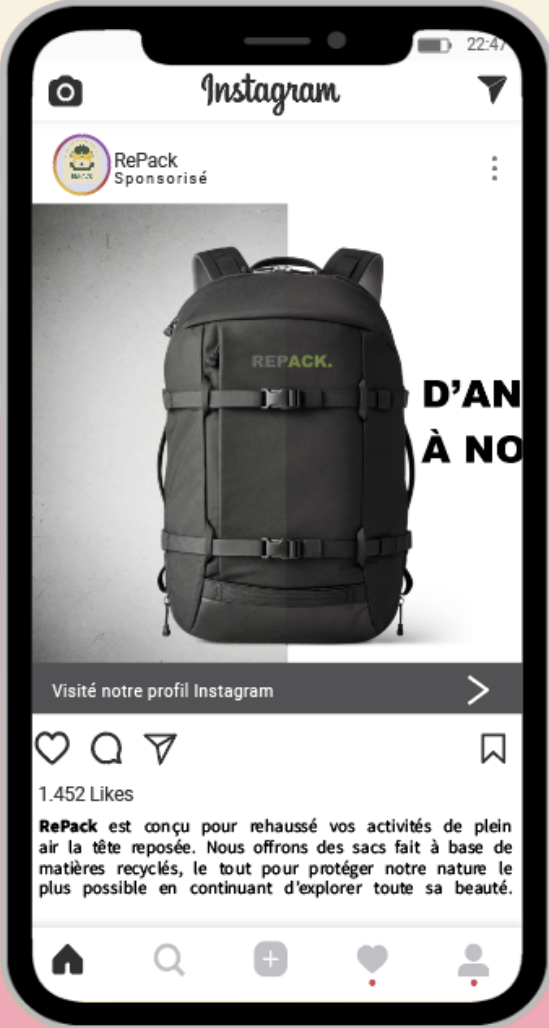
- a. Slogan unique
- b. Illustrations unique
- c. Texte unique

2. Témoignages (Influenceurs) (7 NCP)

- a. Influenceurs vont réellement tester le produit et donner leur véritable opinion

3. Techniques publicitaires déguisées (2 NCP)

- a. Lors de partenariats influenceurs s'assurer d'indiquer que c'est un AD + Produit gratuit.





4. Descriptions et représentations inacceptables (14 NCP)

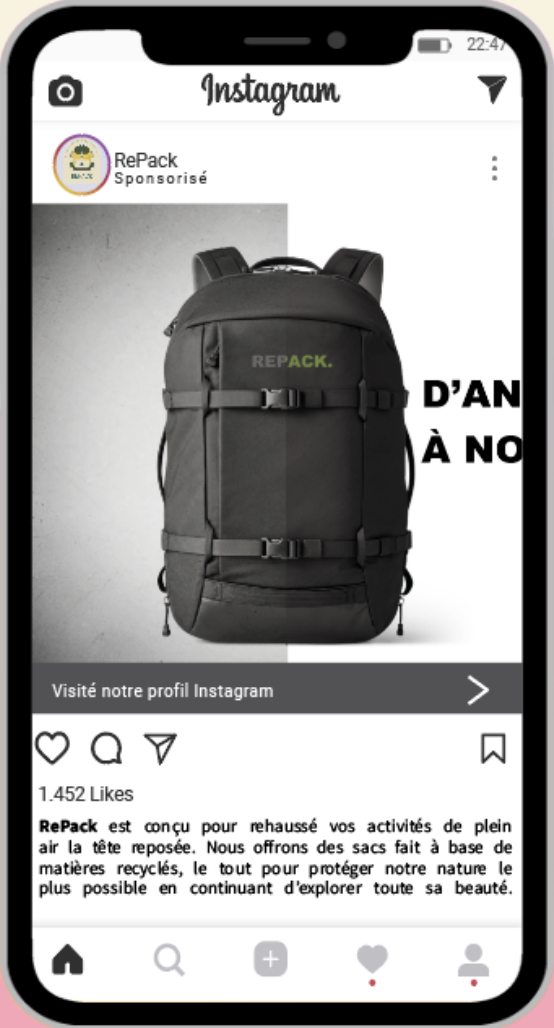
a. Aucune discrimination dans nos communications

5. Véracité (*ACM II*) Exactitudes des représentations

a. Aucune publicité mensongère. Tout les faits présentés seront véridiques.

É L É M E N T S É T H I Q U E S D E
L A C A M P A G N E





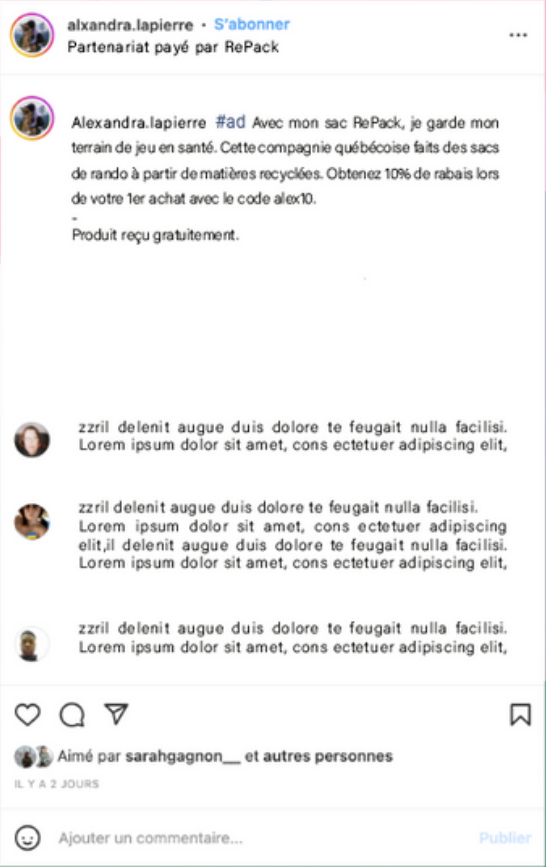
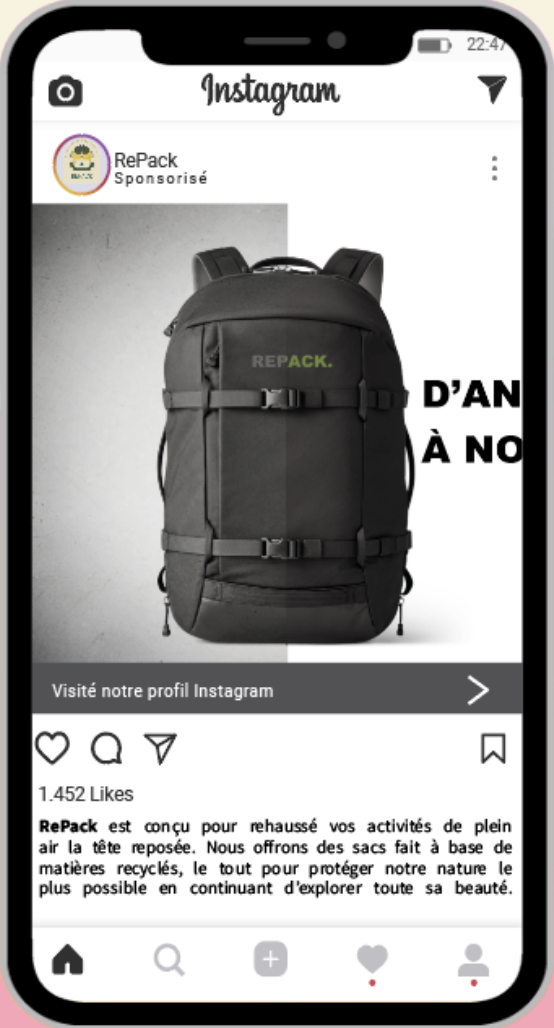
ÉLÉMENTS ÉTHIQUES DE LA CAMPAGNE

6. Écocivisme (Q2) (ACM)

a. « *Footprint* » environnemental.

7. Respect des normes de pratique spécifiques à certains médias (N4) - **Mobile et internet (4.3 et 4.5)**

a. Respect des règles concernant les infolettres.



REPACK
M E R C I

Meghan Alain
Alexandre Bouchard
Audrey Brunelle
Gabriela Carrillo Flores
Vincent Dumas
Pascale Lebel

JOURNAL DE BORD

Liste détaillée des rencontres d'équipe :

- **23 Mars 2022** - Première rencontre, brainstorming ainsi que création de la marque et des produits Repacks.
- **30 Mars 2022** - Répartition des parties à chaque membre par groupe de 2 .
- **5 Avril 2022** - Vérification des parties de chacun des sous-groupes afin d'apporter des changements . Répartition du temps de parole de chacun des membres pour l'exposé.
- **10 Avril 2022** - Pratique de l'exposé oral avec le power point.
- **12 Avril 2022** - Pratique de l'exposé en matinée ainsi que rendu du travail en après midi.

Tâches assumées du document de présentation :

Audrey Brunelle : Présentation de l'entreprise , éthique et marque.

Gabriela Carrillo Flores : Présentation de l'entreprise , éthique et marque.

Meghan Alain : Présentation du produit , Visuel produit ainsi que le Power point.

Vincent Dumas : Présentation du produit , Visuel produit ainsi que le Power point.

Alexandre Bouchard : Promotion du produit ainsi que le visuel de notre campagne.

Pascale Lebel : Promotion du produit ainsi que le visuel de notre campagne.