



Charte de Food & Com

Nous nous engageons à respecter une charte éthique, qui n'est rien d'autre que la traduction de nos valeurs et de notre engagement. À travers elle, nous souhaitons vous **sensibiliser à l'impact de vos actions de communication et marketing** et vous faire envisager la transition écologique et humaine comme une véritable opportunité désirable.

Nous voulons faire évoluer les comportements de chacun et poussons à l'**implication citoyenne**. C'est pourquoi, nous partageons au maximum les actions positives, les initiatives qui tendent vers la résilience agricole et alimentaire.

Nous sommes en perpétuelle **remise en question** et proposons, en ce sens, des actions de communication et de marketing qui **minimisent leur impact** sur les écosystèmes vivants (humains et non-humains).

Nous souhaitons participer à l'**évolution des pratiques** de communication et de marketing qui, selon nous, doivent évoluer à la hauteur des enjeux de notre temps.



Stratégie marketing et communication

Mettre en place une stratégie marketing - communication responsable pour des produits et services durables, équitables et socialement responsables.

Sensibiliser votre cible au travers de la création de contenu et l'informer des enjeux de l'agriculture et de l'alimentation durables.

Choisir exclusivement des actions à faible impact sur l'environnement.

Identité visuelle

Limiter les impacts environnementaux de la création visuelle dès la phase de conception dans une logique de « juste nécessaire », de sobriété et rechercher la cohérence entre le support choisi et le message véhiculé.

Choisir exclusivement un imprimeur certifié Imprim'Vert et PEFC.

Concevoir le packaging de manière responsable : réduction des emballages à la source, amélioration de la recyclabilité et sensibilisation des consommateurs.

Photographies et vidéos

Privilégier les aliments en vrac avec le moins d'emballages possibles, le bio, les produits issus du commerce équitable, peu ou pas transformés, les gobelets, couverts et pailles en matière réutilisable, recyclable ou biodégradable.

Être rigoureux dans le choix des aliments et des quantités nécessaires à la production.

Éviter le gaspillage alimentaire. Tous les surplus alimentaires non utilisés sont redistribués.

Community management et consulting

Proposer des messages authentiques, transparents, positifs et engageants.

Limiter les dépenses publicitaires sur les réseaux sociaux.

Appréhender sa présence sur les réseaux sociaux comme un moyen et non comme une fin.

Communication digitale

Réduire l'impact global de la digitalisation : site internet, emailing, vidéo et contenu en ligne, etc.

Créer des sites internet accessibles pour tous et partout : responsive, optimisés pour l'accès au public mal-voyant.

Minimiser le poids des images et des fichiers afin de réduire leur impact sur les serveurs et donc sur la dépense énergétique.

Choisir un hébergeur, des technologies et outils Open Source ou libre de droits : site internet, formulaire d'inscription, etc.

Respecter une éthique dans la rédaction du contenu : véracité, proportionnalité, clarté et authenticité.

Évènementiel

Concevoir des événements responsables dans tout le processus de la création à la consécration : gaspillage alimentaire, covoiturage, zéro déchet, réduction d'énergie et des ressources, etc.



Co-construire, valoriser, essayer . .

Notre agence est détentrice de l'agrément **ESUS** (entreprise solidaire d'utilité sociale) et nous recherchons donc à travers les actions menées à avoir une utilité sociale et écologique.

Nous proposons des **prix adaptés** à votre projet. Il nous importe de vous aider à trouver les meilleures solutions pour la concrétisation de votre projet.

Nous revendiquons une **démarche de coconstruction**. Vous êtes nos partenaires et nous souhaitons incarner votre projet avec vous : proposition d'ateliers de créativité avant la conception de la stratégie de communication/marketing, transfert de compétences.

Nous souhaitons vous inciter à **entraîner dans cette aspiration tout votre écosystème** : client.e.s, fournisseurs.ses, collaborateur.rice.s, avec pédagogie et bienveillance.

Nous **mettons en lumière les actrices de l'alimentation et de l'agriculture durables** à travers la rédaction de contenus narratifs, inspirants et informatifs que nous publions sur notre blog, via notre newsletter, notre compte Instagram et notre podcast de rencontre de paysan.e.s.