

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

FoodChéri.

AVEC FOODCHÉRI ET BELLE
À BAS L'ANCIEN RÉGIME ALIMENTAIRE

FoodChéri.
ALTERFOODISTS

**À BAS L'ANCIEN
RÉGIME
ALIMENTAIRE**

Des plats de saison variés,
à 50% végétariens pour
une empreinte carbone limitée*.
Livraison tous les midis sur [foodcheri.com](https://www.foodcheri.com)

Fatafel bowl 7,50€

FoodChéri.
ALTERFOODISTS

**STOP AUX
LÉGUMES
MIGRATEURS**

Nous cuisinons nos plats à partir de légumes de saison en privilégiant l'approvisionnement en circuits courts. Livraison tous les midis sur [foodcheri.com](https://www.foodcheri.com)

FoodChéri.
ALTERFOODISTS

**L'ITALIE NOUS EN VEUT,
LA PLANÈTE
EN REDEMANDE**

Si on a remplacé le bœuf par du poulet dans notre bolognaise, c'est pour alléger notre empreinte carbone*. Livraison tous les midis sur [foodcheri.com](https://www.foodcheri.com)

Foodchéri, 1er acteur engagé de la Foodtech, révèle avec BELLE sa nouvelle campagne publicitaire. Une campagne qui porte haut et fort sa vision et ses engagements en faveur d'une nouvelle alimentation meilleure pour la santé et la planète.

Créé en 2015, FoodChéri souhaite initier et promouvoir une culture alimentaire positive pour la santé, la société et l'environnement.

Chaque semaine, elle livre à Paris, Lyon, Lille et Bordeaux 50 000 plats de saison, équilibrés, à l'empreinte carbone limitée. Cuisinée par ses chefs, sa carte est à 50% végétarienne et privilégie l'approvisionnement en circuit court, en priorité bio et labellisés. Fin 2020, la marque a également pris un engagement très fort en supprimant de ses recettes trois aliments stars, très consommés en France, le bœuf, l'avocat et le cabillaud, tous les trois symboles des dérives de notre système alimentaire mondial. Une décision osée dans une période déjà challengée par le Covid-19, puisque ces aliments représentaient 15% du chiffre d'affaires de la marque.

«L'urgence écologique ne peut pas attendre le temps politique. Les pouvoirs publics ne sont pas les seuls acteurs du changement. C'est à nous, entreprises privées et consommateurs, d'agir au quotidien sans attendre que le mouvement vienne de nos gouvernants », explique Julia Vernin, co-fondatrice de Foodchéri.

En septembre 2020, Foodchéri retient BELLE pour imaginer sa nouvelle campagne publicitaire. Une campagne qui porte sa vision singulière sur le marché de la livraison de repas et donne à voir ses engagements spécifiques, en matière de santé et d'environnement.

Conçue comme un véritable cri de ralliement, la nouvelle campagne sensibilise les citoyens sur le pouvoir de leurs assiettes et leur donne envie de s'engager aux côtés de Foodchéri. Elle propose à tous de mettre à bas un système alimentaire arrivé à expiration et démontre qu'on peut facilement réconcilier le Bon et le Bien en prônant une culture alimentaire responsable et vertueuse au quotidien.

Grâce à des codes puissants, inspirés des codes russes révolutionnaires, la campagne vise à marquer les esprits et joue sur la tension entre manger, un geste quotidien a priori banal, et l'ampleur de son impact.

« Avec Foodchéri, manger c'est militer. Militer contre un système alimentaire arrivé à expiration. Militer de manière quotidienne avec des gestes à portée de main. Militer en joignant l'utile à l'agréable. Mieux manger est notre premier levier d'action citoyenne puisque 25% de nos émissions de carbone proviennent de nos assiettes ! C'est une responsabilité immense non anodine que nous détenons tous », indiquent Solène Madec, co-fondatrice et CEO de BELLE et Pierre Duquesnoy, co-fondateur et Directeur de Création de BELLE.

La campagne se déploie à partir du 12 janvier 2021 au travers d'un dispositif global on et offline : Metro, Bus, digital et social media.

A propos de BELLE, the creative agency for brands driving change.

L'agence créative BELLE accompagne les marques qui osent changer les règles du jeu pour transformer leur modèle et repenser les usages, les marques qui ouvrent de nouvelles voies pour répondre aux aspirations d'une société à la recherche d'un monde meilleur.

Chez Belle, la créativité est clé pour accompagner ces changements. Pour aller vite et loin, elle fonctionne comme une start-up et mêle de manière fluide création de haut niveau, conseil marketing, publicité, digital et social.

BELLE est une agence de la Babel Family et compte notamment parmi ses clients : Eric Bompard, Lunchr, 3Suisses, MiiMOSA, Airbnb, lesfurets, Qonto, Salesforce, Matera, Foodchéri. Plus d'infos sur www.agencebelle.com

Contact : solene.madec@agencebelle.com

A propos de Foodchéri

Depuis 2015, FoodChéri, 1er acteur de l'alimentation engagée, livre des plats faits maison équilibrés, composés d'ingrédients de saison, en priorité bio et labellisés. Chaque semaine, ce sont 50 000 plats préparés par des chefs qui sont livrés à des travailleurs gourmands et pressés, qu'ils soient Parisiens, Lyonnais, Lillois ou Bordelais. Plus de 1 000 entreprises ont déjà choisi FoodChéri pour des pauses déjeuner saines et croient en cette solution innovante et incontournable de la FoodTech. Au total, ce sont 170 collaborateurs en interne qui participent à l'aventure FoodChéri.

Fiche technique

Agence : BELLE

Médias : Affichage Metro + Bus + Web + Social Media

FOODCHERI :

Co-Fondateurs : Julia Vernin et Patrick Asdaghi

Directrice marque et communication: Marine Ricklin

Responsable Acquisition : Estelle Schuster

BELLE

Co-fondateur, Directeur de la création : Pierre Duquesnoy

Co-fondatrices : Nathalie Alvès et Solène Madec

Directeur Artistique : Vincent Requillart

Concepteur Rédacteur : Niels Marqueyssat

Brand Manager : Coralie Barbarit

Planneur stratégique : Jonathan Kagane

SOLÈNE MADEC

CEO de BELLE

solene.madec@agencebelle.com

M + 06 84 12 21 66