



Communiqué de presse - Paris, le 10 novembre 2021

## The Good Company révèle le pouvoir du chanvre pour WHAT THE HEMP!

WHAT THE HEMP!, nouvelle marque d'encas à base de chanvre, confie sa communication à l'agence créative et engagée The Good Company. A partir du 10 novembre 2021, WHAT THE HEMP! fait son grand lancement public avec l'agence. Dans un esprit pop et décomplexé, elle déploie une campagne presse et digitale pour révéler toutes les vertus nutritionnelles et écologiques du chanvre.



Alors que la crise sanitaire n'a fait qu'accélérer la **prise de conscience sur l'urgence de se tourner vers une alimentation durable - 69% des Français estiment qu'il est nécessaire d'aller vers les achats plus responsables** (OpinionWay pour Max Havelaar, 2020) - WHAT THE HEMP! souhaite émerger comme l'acteur référent sur le marché des produits à base de chanvre alors qu'il vient d'être référencé dans 825 points de ventes (notamment chez Monoprix, Casino ou encore Nature et Découvertes).

**Plante au bilan carbone négatif, le chanvre offre de nombreux bienfaits pour la santé tout en préservant notre planète.** Contenant 8 acides aminés essentiels pour l'homme, et source importante de vitamines, minéraux et fibres, le chanvre est aussi une source de protéines complètes 100% végétales. Non seulement la plante restructure le sol sans besoin d'eau pour pousser, mais elle capte aussi plus de CO2 qu'un arbre. Tous ces bénéfices pour notre corps et pour l'environnement font du chanvre un véritable "super-aliment".

**Alors que la marque s'engage aussi à reverser 1% de son chiffre d'affaires à des associations de défense de l'environnement, c'est naturellement que WHAT THE HEMP! s'est tournée vers l'agence créative et engagée The Good Company pour orchestrer son lancement public.**

Pour sensibiliser le public autour des bénéfices multiples du chanvre et mettre en valeur les engagements de la marque, The Good Company a imaginé une campagne qui invite les consommateurs à agir. **Avec la signature "THE POWER IS IN YOUR HEMP" (\*Le pouvoir du chanvre est entre vos mains) la campagne vient rappeler que c'est en consommant mieux que nous avons le pouvoir d'agir et de changer les choses.** Les trois visuels clés de la campagne mettent en avant les trois produits phares de la marque : la pâte à tartiner, l'infusion et l'huile.

Dans un ton irrévérencieux et un traité illustratif WHAT THE HEMP! entend marquer sa différence, grâce à The Good Company, dans un style inimitable sur le marché du snacking.

*"Nutritionnels, écologiques, environnementaux, sociétaux,... le chanvre possède plein de super pouvoirs que nous avons décidé de transmettre dans des produits prêts à (mieux) manger. Avec What The Hemp, nous nous adressons en particulier aux jeunes actifs qui souhaitent se tourner vers une alimentation plus saine et plus durable en leur offrant une pause de détente, une parenthèse dans leur rythme effréné du quotidien. Déguster nos produits végétaux et naturels offre une reconnexion à la nature, comme un retour aux sources. Cette campagne traduit notre volonté de casser les codes et les idées reçues autour du chanvre avec un ton qui se veut décalé et respectueux".* François-Xavier Nottin, Président de Green Leaf Company/What The Hemp!.

*"C'est important de sensibiliser les consommateurs aux nouvelles solutions alimentaires qui sont plus respectueuses de l'environnement. Grâce à ses nombreuses vertus, le chanvre a un énorme pouvoir de changer notre alimentation "for good" "* conclue Nina Kurose, planneur stratégique chez The Good Company.

**La campagne sera diffusée à partir du 10 novembre en presse, en digital et sur les réseaux sociaux.**

**Fiche technique :**

Responsables annonceur : François-Xavier Nottin, Président de Green Leaf Company/What The Hemp! et Aurélien Delecroix CEO Green Leaf

Responsable agence : Luc Wise, Président The Good Company

Planneur Stratégique: Nina Kurose

Direction de Création : Fabien Gailleul, Hadi Hassan-Helou, Philippe Lesesvre

Direction Artistique : Etienne Dahoumane

Conception Rédaction : Santiago Bobeff

### **A PROPOS DE WHAT THE HEMP!**

Créée en 2020, [What The Hemp](#) a une double ambition : faire découvrir le chanvre aux consommateurs, mais aussi dynamiser la filière française du chanvre alimentaire. Pour relever le défi, la marque mise sur des ingrédients sains, une composition vegan, et sur le goût avec des saveurs infiniment craquantes pour convaincre les palais les plus exigeants. Vendue en exclusivité chez Monoprix en 2020, [What The Hemp](#) est aujourd'hui distribuée dans plus de 800 points de vente des enseignes Monoprix, Casino, Leader Price ou encore Nature et Découvertes.

[What The Hemp](#) est avec l'une des 2 marques développées par la Foodtech française [Green Leaf Company](#) créée en 2017 par Aurélien Delecroix. Entreprise militante et engagée pour une alimentation saine et durable, sa vocation est de redonner au chanvre toute sa place dans la société, l'économie et l'environnement, en prenant des mesures concrètes. [Green Leaf Company](#) élabore et distribue des gammes de produits alimentaires et bien-être à base de graines de chanvre et CBD : huile de chanvre, protéine de chanvre, graines décortiquées, infusions, granolas, cookies. La société a également créé la marque [Hello Joya](#) destinée au réseau de magasins bio français.

Pour en savoir plus : <https://www.wth.bio>

#### **Contact presse What The Hemp / Green Leaf Company**

Anne-Laure Dray – French Cancans PR – [anne-laure@frenchcancans.com](mailto:anne-laure@frenchcancans.com) – 06 60 72 33 16

### **A PROPOS DE THE GOOD COMPANY**

Née en janvier 2019, The Good Company est une agence créative et responsable de naissance qui s'adresse aux marques qui souhaitent développer une communication plus responsable. Parce que la communication des marques aujourd'hui relève autant des actes que de la parole, l'offre de The Good Company est structurée autour de deux piliers : le Conseil et la Création. Agence citoyenne et engagée, The Good Company est en cours de certification B-Corp et également membre de 1% for The Planet. Les salariés détiennent 20% du capital de l'agence, quel que soit leur niveau hiérarchique. Convaincue que la créativité peut être un levier puissant du changement, The Good Company entend concilier une forte exigence créative et stratégique avec une forte exigence sociétale et environnementale.

Pour en savoir plus : [www.thegoodco.fr](http://www.thegoodco.fr)

#### **Contact presse The Good Company**

Pauline Germain - 40 hertz - [pauline.germain@40hertz.fr](mailto:pauline.germain@40hertz.fr) - 06 07 54 69 72