

# Charte de communication responsable

## Labeyrie Fine Foods

Il y a 75 ans, guidé par la conviction que le plaisir de partager des produits de très grande qualité est le sel de la vie, Robert Labeyrie invitait à nos tables des saveurs incomparables issues de terroirs et de savoir-faire précieux.

Aujourd'hui, nous sommes guidés par la même conviction mais notre monde change. Nous savons que les ressources de notre planète sont limitées. Que la qualité de notre alimentation est intimement liée à la qualité de notre environnement et indispensable à notre santé et notre bien-être.

Si nous voulons continuer d'éveiller les papilles des générations futures, il nous faut aussi éveiller les consciences, les nôtres comme celles de ceux qui nous entourent : c'est pourquoi, nous voulons, avec nos collaborateurs, nos partenaires et nos consommateurs redéfinir cette vision du plaisir dont nous avons héritée et qui nous anime. Et tous ensemble, partager un nouvel hédonisme, un hédonisme engagé : qui contribue sur chacune de nos filières à la PRESERVATION des écosystèmes avec lesquels nous interagissons, dans la MAITRISE de nos savoir-faire grâce à des pratiques vertueuses au quotidien et dans le RESPECT des hommes et des femmes qui produisent, transforment et consomment nos produits.

Notre mission : donner au plus grand nombre les clés d'une consommation plaisir responsable pour partager un hédonisme engagé





La charte de communication responsable regroupe l'ensemble des engagements pris par le groupe en matière de communication et a vocation à s'appliquer à l'ensemble des actions du groupe Labeyrie Fine Foods en France et à l'international.

Cette charte s'adresse :

- A toute personne au sein de Labeyrie Fine Foods en France et à l'international, intervenant dans l'élaboration d'une action de communication,
- A tous les prestataires, partenaires, fournisseurs mandatés par Labeyrie Fine Foods pour concevoir, développer et réaliser des actions de communication media et hors media,

Qui s'engagent à respecter les principes fondamentaux de cette dernière

Cette charte s'applique à toutes les actions de communication institutionnelle, commerciale et interne, quels que soient la forme et le format retenus, et/ou le support de diffusion utilisé.

### **La charte de communication responsable Labeyrie Fine Foods s'articule autour de 3 principes fondamentaux :**

1. **Maîtrise de nos impacts** : nous nous engageons à concevoir des communications en tenant compte de leur impact environnemental, social et sociétal, que ce soit pour des communications interne et externe, media comme hors media : digital, papier, audiovisuel, événementiel.
  - o Privilégier dans la mesure du possible des partenaires et fournisseurs engagés dans une démarche RSE
  - o Dans le cadre d'impressions papier/carton/PLV, stands, s'assurer que les supports et les encres utilisés sont respectueux de l'environnement (certifiés durable et/ou issus de recyclé)
  - o Dans le cadre de la production d'objets publicitaires, s'interroger sur la réelle nécessité de les produire, sur leur valeur d'usage et lorsque nous décidons de les produire, nous nous assurons qu'ils respectent l'environnement et qu'ils sont fabriqués avec éthique.
  - o Dans le cadre d'événement interne ou externe, adopter une démarche eco-responsable concernant le transport, le choix d'hébergement, la restauration, les activités
  - o Faire en sorte de produire nos communications audiovisuelles de façon éco responsable en ayant une attention particulière sur le transport, le lieu de tournage, la restauration, les éléments de décor et de stylisme, le recyclage des matériaux.

- Sensibiliser nos prestataires aux principes d'une utilisation du digital qui soit la plus eco-responsable possible, nous privilégions des supports et média dont l'impact environnemental est moindre, nous évitons les formats intrusifs ou énergivores et nous privilégions des formats respectant le confort d'utilisation des internautes
- Ne pas avoir recours à des dispositifs de communications qui ne soit pas conforme au code de l'environnement (ex : interdiction d'utiliser l'affichage sauvage ou libre)

## 2. **Transparence et pédagogie :**

### a. *Communication et transparence autour de nos engagements et de notre démarche de progrès*

- Contenu responsable de nos messages : une communication fiable et honnête n'utilisant que des arguments vérifiés. Nous veillerons à ne pas utiliser d'arguments détournés ou trompeurs
- Communication auprès de nos différents publics sur nos engagements en matière environnementale, sociétale et sociale ainsi que sur nos ambitions et sur nos démarches de progrès (sites internet, réseaux sociaux)

### b. Education à l'usage responsable de nos produits

- Nous évitons toute communication qui irait à l'encontre de la protection de l'environnement ou mettant en scène des comportements non éco-responsables
- Nous veillons à ne pas inciter à une consommation excessive de nos produits ou au gaspillage
- Nous promovons les bonnes pratiques (ex : communication sur la pêche responsable...)

## 3. **Respect :**

### a. Dans nos communications :

- Nous veillons à ne véhiculer aucun stéréotype de quelque nature que ce soit.
- Nous veillons à représenter la diversité de nos publics afin que chacun puisse s'y reconnaître.
- Nous veillons à ne pas diffuser de messages dénigrants envers qui que ce soit.
- Nous veillons au cadre de diffusion de nos communications et nous nous engageons à ne pas participer de façon directe ou indirecte au financement d'activités illégales par le biais de nos communications digitales

### b. Envers nos partenaires :

- Nous nous engageons à adopter des comportements courtois et responsables envers nos partenaires (éviter toute forme de pression : délai trop court, timings non adéquats, intimidation, etc...)

- Nous nous engageons à avoir une démarche transparente, juste et équilibrée dans le cadre notamment de compétitions (cf charte appels d'offre)