

PITCH

- *Problématiser* : De plus en plus de problèmes écologiques (incendies, inondations, sécheresses, etc.) → écologie=enjeu majeur, axe majeur des décisions entreprises/gouvernement + notre G très concernée par ça

L'impact écologique qu'une personne lambda peut avoir ne commence pas forcément avec sa mobilité (transports) mais dans son assiette !

(Question : lorsque vous faites vos courses, est-ce que vous vous intéressez à son impact ?)

« **Carbon'Eat** » application pensée ; scanner aliments pour juger l'impact carbone,

But : favoriser circuit court, réduire la pollution liée à l'importation/exportation

- *Points Forts/ arguments* :
 1. L'entreprise se présente comme une solution pour aider le consommateur à faire des choix plus responsables.
 2. L'application a aussi une meilleure précision. En effet, lorsqu'il est noté « Oranges du Maroc » sur un panneau à l'étalage, cela est vague et n'apporte pas de chiffres. L'utilisateur se fait la réflexion que c'est loin d'un point de vue géographique mais sans être réellement impacté. Poser des chiffres (taux de carbone rejetés et distance parcourue) et une échelle sur ces produits choquent davantage et nous fait nous rendre compte plus facilement de l'importance de favoriser les circuits courts.
 3. Enfin, l'application est facile d'accès et limite la perte de temps. Il suffit de se saisir de son téléphone, d'ouvrir l'appli et de scanner en quelques secondes.
- *Stratégie de communication, Comment faire connaître l'application ?* Nous voulons nous servir des réseaux sociaux → Nouvelle G,

Ajd, il existe bcp de comptes liés à l'alimentation et à l'environnement

Idée→faire appel à des influenceurs (forte communauté et impacté par l'écologie) pour toucher le plus de personnes possibles + publicités sur téléphones et panneaux numériques

Eviter les imprimés et flyers