



Alexia Fragnière

**Chargée de communication digitale
freelance**

spécialisée dans les métiers de savoir-
faire et l'univers de la food

Passez d'une communication produit
à une marque que l'on choisit
et que l'on retient.

PORTFOLIO 2026



Alexia Fragnière

CHARGÉE DE COMMUNICATION DIGITALE FREELANCE
Spécialisée dans les marques de savoir-faire

J'accompagne les artisans, commerçants, entreprises de services et marques indépendantes, notamment dans les métiers de savoir-faire et l'univers de la food. Mon rôle : clarifier leur positionnement, structurer leur communication et les aider à devenir le choix évident de leurs clients.

RÉSULTATS CONCRETS OBTENUS POUR MES CLIENTS

- x2,5 ventes sur un programme fidélité DECATHLON x Appetia
- +300 emails collectés en 1 mois (lead magnet)
- Articles positionnés en 1re page Google (top 1-3)
- Newsletter maintenue à 35 % d'ouverture moyenne

Contact



+336-82-74-23-13



alexia.fragniere@icloud.com



[linkedin.com/in/alexia-fragniere/](https://www.linkedin.com/in/alexia-fragniere/)



Privas et alentours / Télétravail



<https://alexia-fragniere-strategie-editoriale.notion.site/>

Compétences

- Stratégie éditoriale & positionnement de marque
- Structuration des messages & storytelling
- Optimisation des pages stratégiques et conversion
- SEO éditorial & performance organique
- Email marketing & parcours utilisateurs
- Pilotage de projets éditoriaux

Expérience Professionnelle

Stratégie éditoriale & structuration de l'écosystème digital – Appetia

Février 2021 – aujourd'hui

Application et écosystème digital dédiés à l'alimentation équilibrée.

- Pilotage éditorial global en lien direct avec la fondatrice
- Structuration des parcours utilisateurs (SEO, email, onboarding)
- Optimisation des pages clés orientées conversion
- Conception de séquences email et newsletters (≈ 35 % d'ouverture)
- Coordination des leviers marketing et des temps forts (AFDN)
- Transformation d'un écosystème de contenus en système structuré, orienté conversion et fidélisation

Chargée de communication digitale – Indépendante

Février 2021 – aujourd'hui

Accompagnement de marques food, e-commerce et entreprises de services.

- Audit & clarification de positionnement
- Structuration des messages et de la ligne éditoriale
- Refonte de pages stratégiques orientées conversion
- Articles SEO positionnés top 1-3 Google
- Lead magnet : +300 emails en 1 mois (Reminiscence Home)
- Accompagnement direct de dirigeants dans la structuration marketing

Fondatrice – Blog cuisine-facile-sans-gluten.com

- Création & structuration d'un média éditorial
- Ligne éditoriale orientée plaisir & transmission
- Vulgarisation de l'alimentation sans gluten

Professeure de lettres modernes certifiée – Éducation Nationale

2016 – 2021

- Transmission et vulgarisation de contenus complexes
- Structuration pédagogique
- Adaptation du discours à différents publics

Formations

MBA Stratégie digitale, communication numérique, médias et multimédia

Studi - Comnicia | Janvier 2025 - en cours

Community Management

La Tribu Digitale | Octobre 2021 - Janvier 2022

Rédaction web

FRW (Lucie Rondelet) | Juin 2021 - Décembre 2022

Master MEEF Lettres modernes - CAPES

Université Lumière Lyon 2 | Septembre 2015 - Juillet 2017

Qualités

- Rigueur & sens de la structure
- Esprit d'analyse
- Pédagogie & vulgarisation
- Écoute & communication claire

Outils

- WordPress
- Brevo
- Notion
- Canva
- SEO / ASO
- Anglais C1 / Espagnol B2

Intérêts

- Pâtisserie sans gluten
- Nature
- Photographie amateur

Sommaire

p4

Pourquoi je travaille avec des
marques de savoir-faire

p5

Ma méthode

p6

Articles SEO & contenus éditoriaux

p7

Étude de cas – Appetia

p9

Étude de cas – Reminiscence Home

p10

Étude de cas – Le Studio du Lundi

p11

Portfolio éditorial

p14

Travaillons ensemble

4

Pourquoi j'aime accompagner les métiers de savoir-faire

Je crois que le beau et le bon ont le pouvoir de rendre les gens heureux.

Derrière un bon produit, il y a des heures de travail, des savoir-faire transmis, des choix exigeants, des engagements souvent invisibles. Il y a une histoire, une intention, une vision. La qualité ne se résume pas à ce que l'on voit.



Pourtant, trop d'entreprises communiquent surtout sur leur offre : produits, services, caractéristiques... Elles expliquent ce qu'elles proposent, mais oublient de parler de ce qui les rend uniques.

Leur communication est soignée. Leur offre est de qualité. Mais au moment de passer à l'achat, certains clients hésitent, et choisissent la concurrence.

Et une impression persiste : leur site pourrait *presque* être celui d'une autre marque.

Et c'est là que se joue toute la différence.

Parce que ce n'est pas une question de qualité.
Ni une question de prix.

C'est une question de communication.

Une entreprise ne grandit pas uniquement grâce à la qualité de son offre.
Elle grandit lorsqu'elle devient identifiable... et choisie.

C'est précisément ce travail que je mène.

5

Ma méthode

Faire les choses dans le bon ordre,
pour passer d'une communication produit
à une marque choisie

Je travaille avec des dirigeants exigeants, attachés à la qualité de ce qu'ils produisent.
Mon rôle : traduire cette exigence en une communication impactante et différenciante.

La plupart des entreprises que j'accompagne partent d'une base solide... mais leur communication reste encore trop centrée sur le produit, leurs messages sont dispersés et leur positionnement reste implicite.

Pour transformer cette base en marque lisible, cohérente et choisie, mon accompagnement s'articule autour de quatre étapes.

1 – Clarifier

J'analyse votre positionnement, vos messages et vos supports existants pour faire émerger ce qui vous distingue réellement.

Ce qui était implicite devient lisible.
Les écarts avec vos concurrents apparaissent.

2 – Structurer

Je définis une ligne éditoriale claire et j'organise vos messages pour exprimer ce qui vous rend unique.

Votre communication gagne en lisibilité et en impact.

3 – Incarner

Je conçois et rédige vos pages stratégiques pour traduire votre exigence en un discours clair, incarné et désirable.

Votre site ne se contente plus d'expliquer. Il donne envie de vous choisir

4 – Amplifier

Une fois les fondations posées, les contenus, le SEO et l'email marketing viennent soutenir la dynamique.

Votre communication devient un levier de croissance. Elle s'inscrit dans la durée.

6

Sélection de contenus éditoriaux

Regards éditoriaux sur la cuisine, la transmission et la nutrition

Les contenus ne servent pas seulement à être lus. Ils structurent la visibilité, nourrissent le positionnement... et accompagnent la conversion.

Quand cuisiner au quotidien pour gagner du temps

Appetia – Article de blog

Un contenu conçu pour traiter une problématique concrète et récurrente : gagner du temps sans renoncer à l'équilibre

→ [Lire l'article](#)

Anticiper, c'est transformer sa façon de manger au quotidien. Fini le stress du « qu'est-ce qu'on mange ce soir ? »

Comment manger équilibré pendant les fêtes ?

DECATHLON Conseil Sport – Article invité (signé Appetia)

Un contenu conçu pour encourager à concilier plaisir et équilibre dans une période à forte charge alimentaire et émotionnelle

→ [Lire l'article](#)

Une alimentation équilibrée s'observe sur la durée, et non sur un seul repas.

Recettes de grossesse : guide de survie pour femme enceinte

Cuisinez pour Bébé – Article invité (signé Appetia)

Un contenu conçu pour rendre accessibles des recommandations nutritionnelles exigeantes dans un moment de forte vigilance

→ [Lire l'article](#)

Les futures mamans ont besoin de manger équilibré afin de fournir à leur bébé tous les nutriments nécessaires à sa croissance.

Autres publications

J'ai également rédigé de nombreux contenus sur des thématiques variées (digital learning, web, freelancing, parentalité), avant de me spécialiser dans la nutrition et l'alimentation.

→ Découvrir mon portfolio éditorial dans les pages 11 à 13

7

Étude de cas

Appetia – Application de cuisine équilibrée



**Transformer un écosystème de contenus
en levier de conversion**

2021 - Aujourd'hui

STRUCTURATION

- Audit stratégique
- Analyse concurrentielle
- Personae
- Charte éditoriale

PARCOURS

- Onboarding (6 emails)
- 4 articles piliers
- Supports pédagogiques
- Test 22 utilisateurs

CONVERSION

- Refonte pages clés
- Optimisation App Stores (ASO)
- x2,5 ventes (DECATHLON)
- ~35 % taux d'ouverture newsletter

Une collaboration durable

J'ai commencé à travailler avec Magali Jacquet en février 2021, après une première mission réalisée pour Cuisinez pour Bébé. Recommandée, j'interviens d'abord sur des missions opérationnelles (articles, newsletters, Instagram), afin de libérer du temps à la fondatrice et structurer progressivement la communication.

Au fil des mois (7 à 15 h / mois), la collaboration s'élargit. Aux côtés d'une fondatrice très investie et experte en nutrition, j'accompagne la structuration de l'écosystème digital et l'alignement des différents leviers marketing.

En septembre 2025, je rejoins Appetia pour un stage de six mois (30 h / semaine) dans le cadre de mon MBA, afin de piloter cette structuration à un niveau plus global.

Structurer un écosystème déjà solide

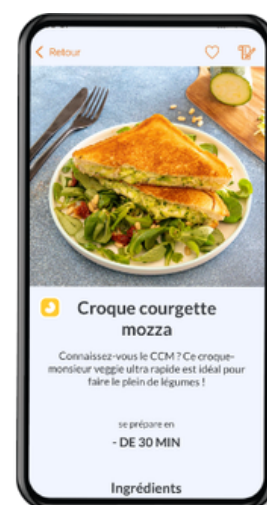
À l'issue des premières années de collaboration, Appetia disposait déjà :

- d'une expertise nutritionnelle reconnue ;
- d'une application bien positionnée dans les stores ;
- d'un catalogue riche de recettes.

Mais l'ensemble restait encore fragmenté. Les contenus existaient, sans véritable structuration ni positionnement clairement affirmé. L'enjeu n'était pas de produire davantage, mais d'aligner l'écosystème autour d'un positionnement plus affirmé.

J'ai piloté un audit stratégique complet : analyse concurrentielle, identification des forces différenciantes, définition des personae et formalisation d'une charte éditoriale.

Ce travail a permis de clarifier la proposition de valeur d'Appetia et d'engager un repositionnement stratégique structuré.





Transformer des contenus en accompagnement utilisateur structuré

J'ai structuré les contenus en un parcours progressif, conçu pour convertir et installer l'usage régulier de l'application.

Conception d'un onboarding complet (co-crétation) :

- séquence de 6 emails (bienvenue, coaching, conversion) ;
- rédaction de 4 articles piliers à forte valeur ajoutée ;
- création de supports pédagogiques (saisonnalité, liste de courses, menus) ;
- test auprès de 22 utilisateurs et analyse des retours.

Renforcer les leviers de conversion

En parallèle, j'ai piloté la consolidation des principaux leviers de conversion, pour rendre la valeur d'Appetia immédiatement lisible et faciliter le passage à l'achat :

- refonte stratégique de la page d'accueil / vente ;
- réécriture des textes ASO App Store & Google Play ;
- refonte des templates emailing ;
- évolution de la newsletter hebdomadaire B2C.

J'ai également refondu la fiche Appetia dans le catalogue fidélité DECATHLON :

➡ Résultat : x2,5 sur les ventes, sans modification du produit.

Déploiement & cohérence dans la durée

Sur la durée, j'ai accompagné le déploiement et la cohérence de l'écosystème éditorial, afin d'inscrire la communication dans une dynamique lisible et durable :

- production et optimisation de contenus SEO positionnés en 1re page Google ;
- structuration et animation de la newsletter (≈ 35 % d'ouverture) ;
- contribution à la cohérence globale des contenus (menus, recettes, notifications).

En parallèle :

- structuration des menus hebdomadaires et des contenus gratuits selon des critères nutritionnels précis ;
- gestion de partenariats et accompagnement des temps forts (AFDN) ;
- suivi opérationnel et coordination globale.

9

Étude de cas

Reminiscence Home – Porcelaine de Limoges

Faire émerger la valeur

d'une marque artisanale haut de gamme

Mars 2023 - Février 2024



VISIBILITÉ

- +3000 abonnés Instagram (croissance organique)
- Fiches produits et articles positionnés en 1re page Google

CONVERSION

- Lead magnet : 300 emails collectés en 1 mois
- Newsletters bilingues

STRUCTURATION

- Pages catégories optimisées SEO
- Univers lexical cohérent
- 42 h/mois d'accompagnement éditorial

Traduire un savoir-faire rare en discours

Reminiscence Home conçoit des objets en porcelaine de Limoges fabriqués artisanalement en France. Mais ce savoir-faire restait encore peu perceptible à travers la communication. L'enjeu était de le traduire en un discours cohérent, élégant et incarné.

Pendant près d'un an (≈ 42 h / mois), en lien avec le référenceur, j'ai contribué à structurer l'ensemble de l'écosystème éditorial : pages catégories, fiches produits, articles de blog, newsletters bilingues (français-anglais), communiqués de presse et supports salons.

Chaque texte devait traduire la matière, le geste et l'histoire derrière l'objet, pour renforcer sa perception de valeur.

Installer des fondations éditoriales solides

J'ai structuré les supports éditoriaux clés de la marque, en collaboration avec le référenceur :

- rédaction et optimisation SEO des pages catégories (luminaires, arts de la table, décoration) ;
- conception de fiches produits premium (1re page de Google) ;
- production d'articles positionnés en 1re page Google
- structuration d'un univers lexical cohérent autour de la porcelaine de Limoges et du made in France

Activer les leviers de visibilité

En parallèle, j'ai activé les principaux leviers de visibilité de la marque :

- +3 000 abonnés Instagram acquis organiquement en un an ;
- gestion des partenariats influenceurs (dotations produits) ;
- conception et diffusion d'un lead magnet → 300 adresses email collectées en un mois ;
- rédaction et mise en page de communiqués de presse (Salons Maison & Objet, et Vivre Côté Sud).



POSITIONNEMENT

- Offre clarifiée
- Ancrage géographique
- Formation CE3P valorisée

PARCOURS PERSONNEL

- Récit sensible structuré
- Hiérarchisation des temps de vie
- Phrase pivot forte intégrée

STRUCTURATION DU DISCOURS

- Pages fondatrices rédigées
- Offre formalisée
- Discours aligné et professionnel

Clarifier un positionnement créatif

Clémence lançait son site de photographe culinaire et set designer. Son univers visuel était affirmé, mais son offre devait être formulée lisiblement.

Afin de transformer sa sensibilité artistique en positionnement clair et professionnel, j'ai clarifié les fondations de son offre :

- formalisation précise de ses prestations (photographie culinaire, produit, set design) ;
- affirmation de son ancrage géographique (Paris / Yvelines) ;
- mise en valeur de sa formation à la CE3P, École des techniques de l'image.

Donner une structure à un récit sensible

L'histoire personnelle de Clémence constitue le socle de son identité de marque. Il s'agissait de la transformer en un récit cohérent, capable de soutenir son positionnement.

J'ai structuré les temps de vie et fait émerger un pivot narratif :

La vie m'a donné des miettes... j'en ai fait un crumble.

Cette phrase devient un point d'équilibre : elle relie l'épreuve, la cuisine, la créativité et la naissance d'une vocation.

Asseoir une posture professionnelle

Au-delà du récit, l'enjeu était de structurer un discours capable de rassurer et de convaincre. J'ai rédigé les pages clés du site :

- la page d'accueil, orientée client ;
- la page « À propos », structurée autour d'une progression claire ;
- la page « Prestations », avec une offre formalisée.

Cuisiner, c'est aimer : la vie, les autres, la créativité.

Le chagrin reste, mais peu à peu, la lumière revient.

Le récit ne fragilise pas la posture professionnelle : il en devient le fondement.

11

Contenus éditoriaux

Articles et pages conçus pour structurer la visibilité, renforcer le positionnement et accompagner la décision.

Chaque contenu s'inscrit dans une logique stratégique : répondre à une problématique, clarifier un message et soutenir un objectif précis.

Appetia – Écosystème éditorial nutrition

- [Communiqué de presse 2025](#)
 - [Idées recettes végétariennes équilibrées : sélection, astuces et conseils](#)
 - [Idées recettes rapides : sélection, astuces et conseils](#)
 - [Quand cuisiner au quotidien pour gagner du temps](#)
 - [Comment manger équilibré pendant les fêtes ?](#) → Article invité pour DECATHLON Conseil Sport
 - [Recettes de grossesse : guide de survie pour femme enceinte](#) → Article invité pour Cuisinez pour Bébé
-

Cuisinez pour Bébé – Contenus SEO & nutrition infantile

- [Rédaction/complétion de l'ensemble des fiches ingrédients disponibles sur le site, avec optimisation SEO](#)
 - [Comment cuisiner pour bébé avec Appetia ?](#) → Article invité pour Appetia
 - [5 idées recettes pour varier les repas de bébé.](#) → Article invité pour Nutri-Momes
-

Reminiscence Home – Marque artisanale et discours premium

- [Pages de catégories](#)
 - [Pourquoi nos luminaires sont fabriqués en France : une histoire d'amour](#)
 - [Abat-jour en porcelaine blanche Made in France](#)
 - [Ebook "20 idées pour décorer sa table au fil des saisons"](#)
 - [Communiqué de presse 2023 : Salon Vivre Côté Sud](#)
 - [Communiqué de presse 2024 : Maison & Objet](#)
-

Le Studio du Lundi par Clémence Durollet – Positionnement & récit de marque

- [Page d'accueil](#)
 - [Page "à propos"](#)
 - [Page prestations](#)
-

À Savoir Égal – Contenus pédagogique & formation Social RH

- [Agence de digital learning spécialiste des questions social RH](#)
 - [Création de formations en ligne social RH](#)
 - [Découvrez nos réalisations de contenus e-learning social RH](#)
 - [Création de learning experiences social RH](#)
 - [Consultantes digital learning expertes des questions social RH](#)
-

Wild King Attitude – Marque textile & identité engagée

- [Le tissu madras : une histoire de liberté au-delà des époques et des frontières](#)
- [Fiches produits](#)

Contenus éditoriaux

Articles et pages conçus pour structurer la visibilité, renforcer le positionnement et accompagner la décision.

Chaque contenu s'inscrit dans une logique stratégique : répondre à une problématique, clarifier un message et soutenir un objectif précis.

Le Guide du Portage – Contenus SEO freelance

- [Autoformation en freelance : 7 clés pour développer durablement son activité](#)
- [Travail en freelance et vie de famille : 7 clés pour créer un équilibre durable](#)
- [Comment trouver des clients en freelance : 7 conseils durables](#)
- [Comment prendre des vacances en freelance : 12 conseils pour réellement en profiter](#)
- [10 podcasts pour freelance à écouter sans modération](#)
- [Comment optimiser son profil LinkedIn de freelance](#)
- [Comment calculer son TJM de freelance : 5 étapes à suivre](#)
- [Comment fidéliser ses clients en freelance : 5 principes à suivre](#)
- [S'organiser en freelance : 5 conseils pour gérer son activité](#)
- [10 comptes LinkedIn à suivre pour progresser en freelance](#)
- [Comment augmenter son chiffre d'affaires de freelance : 5 leviers à activer](#)
- [Choisir le meilleur statut après auto-entrepreneur : le guide complet](#)
- [Quand et comment se séparer d'un client en freelance : 7 conseils pratiques](#)
- [Travailleur Indépendant Handicapé : 7 questions pour comprendre ce statut](#)
- [Préparer son congé maternité de travailleur indépendant : quels sont vos droits ?](#)
- [Anticiper son congé maternité de travailleur indépendant : les conseils du Guide](#)
- [Congé maternité de travailleur indépendant : Comment préparer son retour ?](#)
- [Comment devenir digital nomade : 7 étapes pour réussir votre projet](#)
- [Comment créer un portfolio de freelance performant : le guide complet](#)
- [Comment se démarquer de la concurrence en freelance : le guide complet en 10 étapes](#)
- [Syndrome de l'imposteur en freelance : tout comprendre pour le surmonter](#)
- [Comment gérer son stress de freelance : 10 conseils concrets](#)
- [Dépenses en freelance : tout savoir pour les gérer au mieux](#)
- [Comment télétravailler avec ses enfants à la maison : guide de survie](#)
- [Salariat ou freelancing : comment choisir ?](#)

Sènan – Communication associative & contenus engagés

- [Sènan met en place un groupe de soutien en ligne pour une reconstruction et une restauration durables](#)
- [L'association Sènan organise une collecte solidaire](#)
- [Permanences](#)
- [Gilets Roses : Sensibilisation, Information, Accompagnement](#)
- [8 Mars 2022 L'égalité des sexes pour un avenir Durable](#)
- [Journée mondiale du bénévolat](#)
- [La CSW65, l'association Sènan participe aux réunions virtuelles du 15 au 26 Mars 2021](#)
- [8 mars 2021 : La journée internationale des droits des femmes](#)
- [Communiqué de presse : Collecte Solidaire 2021](#)
- [Communiqué de presse : Ouverture d'une permanence 2021](#)
- [Communiqué de presse : Journées Portes Ouvertes 2022](#)

13

Contenus éditoriaux

Articles et pages conçus pour structurer la visibilité, renforcer le positionnement et accompagner la décision.

Chaque contenu s'inscrit dans une logique stratégique : répondre à une problématique, clarifier un message et soutenir un objectif précis.

WP Trigone – Contenus SEO WordPress & technique

- [Tarif maintenance site WordPress](#)
- [Hébergement WordPress](#)
- [Maintenance WordPress](#)
- [Maintenance WooCommerce](#)
- [Hébergement WordPress avec maintenance](#)
- [Hébergement WooCommerce avec maintenance](#)
- [Serveur dédié WordPress VPS](#)
- [Hébergement WordPress infogéré](#)
- [Sécurité WordPress](#)
- [Support dédié WordPress : bénéficiez d'un véritable service client](#)
- [Urgence dépannage WordPress / WooCommerce](#)
- [Comment changer d'hébergeur web pour son site WordPress ?](#)
- [Comment créer mon site boutique e-Commerce avec WooCommerce ?](#)
- [Comment créer une page de maintenance sur WordPress ?](#)
- [Comment augmenter la vitesse de votre site WordPress ?](#)
- [Erreur 502 site WordPress : comment résoudre ce problème ?](#)
- [Core Web Vitals : comprendre les indicateurs de performance pris en compte par Google](#)
- [SEO sur WordPress : Comment le CMS va devenir encore plus performant pour répondre aux exigences du référencement naturel ?](#)
- [Maintenance WordPress : Quelles sont les opérations de maintenance incontournables ?](#)
- [WooCommerce vs Prestashop : quel CMS choisir pour mon site e-commerce ?](#)
- [WooCommerce vs Shopify : quelle solution choisir pour mon site eCommerce ?](#)
- [Se protéger des attaques DDoS et protéger son site WordPress](#)
- [Comment passer son site WordPress de HTTP en HTTPS pour le sécuriser](#)
- [Attribuer le bon rôle à vos comptes WordPress : pourquoi et comment ?](#)
- [Changer l'URL de connexion de votre administrateur WordPress : pourquoi et comment ?](#)
- [Désactiver la fonction XML-RPC sur WordPress : pourquoi et comment ?](#)
- [Sécuriser et déplacer votre fichier « wp-config.php » : pourquoi et comment ?](#)
- [Changer les permissions CHMOD des dossiers et des fichiers sur WordPress : pourquoi et comment ?](#)
- [Installer une double authentification \(2FA\) pour se connecter à son site WordPress](#)
- [Créer un mot de passe sécurisé pour son site WordPress : pourquoi et comment ?](#)
- [Choisir un \(très bon\) login de connexion pour son site WordPress](#)
- [Installer un reCaptcha pour se connecter à WordPress : pourquoi et comment ?](#)
- [Combien de comptes Administrateur pour son site WordPress ?](#)
- [Supprimer le compte administrateur WordPress : une fausse bonne idée ?](#)
- [Comment dupliquer une page dans WordPress ?](#)
- [Comment vider le cache de WordPress simplement et rapidement ?](#)
- [Pourquoi et comment faire du Multisite avec WordPress : le Guide complet](#)

14

Passez d'une communication produit à une marque incarnée qui donne envie d'acheter et de revenir

Vous reconnaissez-vous dans ces situations ?

Vous listez des caractéristiques,
vous détaillez votre offre,
vous expliquez ce que vous faites,
vous essayez de faire comme vos concurrents, parce que « ça fonctionne ».



Et au final, votre marque ressemble surtout à une autre.

Le problème n'est **pas** votre produit. Vous savez qu'il est excellent. Et ce n'est pas une question de prix.

Le **vrai** problème, c'est que votre communication ne montre qu'une partie de ce qui vous distingue vraiment.

Vous vendez. Mais une partie de vos clients hésite... et va voir ailleurs.

Votre travail est exigeant. Votre produit est solide.
Votre communication reste encore trop générique.

Si ces lignes résonnent, c'est qu'il y a un décalage :
votre communication est en-dessous de ce que votre produit mérite.

Et c'est précisément ce que je vous aide à corriger.

Alexia Fragnière

Chargée de communication digitale spécialisée dans les métiers de savoir-faire et l'univers de la food

✉ alexia.fragniere@icloud.com

in [linkedin.com/in/alexia-fragniere/](https://www.linkedin.com/in/alexia-fragniere/)



Présentez-moi votre marque ou votre projet.

Je vous dirai si (et comment) je peux vous accompagner.