

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/1ere-Charte-eco-responsable-pour-les-agences-de-communication,959.html>

Média, Communication et Développement Durable

1ère Charte éco-responsable pour les agences de communication

- Développement Durable en action -



Date de mise en ligne : dimanche 13 avril 2008

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous
droits réservés

Parce qu'elles contribuent à forger les valeurs et les représentations au sein de notre société, la communication et la publicité exercent une influence significative sur les modes de vie.

Face à l'urgence du changement climatique, aux autres désordres écologiques et à la persistance des inégalités sociales, les agences de communication ont une responsabilité particulière pour promouvoir des comportements plus compatibles avec un développement durable de nos sociétés.

Cette exigence impose une profonde rupture culturelle par rapport aux pratiques en vigueur dans la profession. fondées sur l'exacerbation des envies de consommation et sur la promotion d'un mode de croissance par fois déconnecté de ses conséquences sociales et environnementales, celles-ci montrent aujourd'hui leurs limites.

Dans ce contexte, **la charte ci-dessous invite les agences de communication à la mise en oeuvre de pratiques plus responsables au travers de 10 principes clés.**

En s'engageant à les respecter, les agences de communication signataires marquent leur volonté de concrétiser une meilleure prise en compte tant de l'impact environnemental et social de leur activité que de l'empreinte intellectuelle de leurs créations.

Il s'agit d'engager les agences de communication dans une démarche de progrès. Cette charte est conçue pour durer et permettre aux signataires de s'améliorer individuellement et collectivement.

En proposant un cadre de référence, cette charte se donne également l'ambition de sensibiliser l'ensemble des acteurs de la chaîne de valeur de la communication (annonceurs, imprimeurs, médias...) aux enjeux d'une communication plus responsable.

COM'AVENIR
VERS UNE COMMUNICATION RESPONSABLE

Les 10 engagements d'une agence de communication responsable

▶ **Innover pour dépasser les contradictions**

Les valeurs et les principes de développement durable et de la publicité peuvent paraître à maints égards contradictoires. Faire primer l'information sur la séduction, le besoin sur le désir, l'utile sur le superflu, la valorisation de l'être sur l'avoir... sont autant de défis lancés aux publicitaires.

En recherche constante d'exemplarité et d'innovation, une agence de communication responsable s'emploie à dépasser ses codes et ses habitudes pour faire rimer créativité et responsabilité. Elle s'inscrit dans une démarche d'amélioration et d'apprentissage continue, qui contribue à l'amélioration des connaissances et promeut les bonnes pratiques dans son secteur.

▶ **Montrer l'exemple**

Vouloir mettre en oeuvre une communication responsable commence par s'appliquer à soi-même ces principes.

C'est d'abord en interne qu'une agence de communication responsable commence par s'appliquer les principes de développement durable, elle veille à développer une politique de responsabilité sociétale d'entreprise (RSE) qui intègre simultanément les dimensions économique, sociale et environnementale de son activité. Elle met en oeuvre les moyens nécessaires pour atteindre les objectifs définis dans sa politique RSE.

Cette démarche peut se décliner selon des modalités variées et graduelles dans une optique de progrès continu ; code de déontologie, promotion de la diversité, charte d'accueil des stagiaires, encouragement des éco-gestes, plan de déplacement, politique d'achats responsables, système de management environnemental...

▶ **Minimiser l'impact environnemental de ses productions**

Les activités de communication, à travers la réalisation et la diffusion de publications (brochures, plaquettes, rapports, guides...papier ou électroniques) ou à travers la réalisation de manifestations (colloques, conférences, salons...) contribuent de manière significative à divers impacts environnementaux.

- ▶ Consommation de ressources naturelles (énergie, papiers, emballages...),
- ▶ Utilisation de produits dangereux (encres, solvants...),
- ▶ Production de déchets,
- ▶ Pollutions liées aux transports...

Une agence de communication responsable place l'éco-conception au coeur de ses pratiques. Elle évalue les impacts environnementaux de ses actions et met en place les moyens nécessaires pour les limiter, en fonction de ses objectifs, de l'état de l'art et des connaissances.

▶ **Inciter et convaincre**

La démarche de conseil est l'un des fondamentaux du métier d'une agence de communication.

De même qu'elle décline ses recommandations sur son expertise métier, l'agence de communication responsable doit exercer son pouvoir de conviction en faveur de pratiques plus compatibles avec le développement durable.

Ce souci d'influence doit s'exercer envers toutes les parties prenantes de l'entreprise : ses actionnaires, salariés, fournisseurs, partenaires...et bien entendu ses clients.

▶ **Respecter une déontologie exigeante**

Une agence de communication a un devoir de conseil.

Lorsque les arguments écologiques ou sociétaux avancés par l'annonceur ne sont pas justifiés, faussent la perception du bénéfice du produit ou du service et peuvent induire en erreur, une agence de communication responsable a le devoir d'inciter son client à changer de stratégie ou à tout le moins, à ne pas diffuser de messages erronés.

▶ **Promouvoir des modes de diffusion plus responsables**

L'évaluation de l'impact écologique d'un média qui se fonde sur une prise en compte du cycle de vie d'une campagne permet à une agence de communication responsable d'arbitrer en faveur de modes de diffusion moins énergivores ou polluants.

Mais au-delà de la question environnementale dans la diffusion d'un message se pose également celle de la nature des moyens employés pour valoriser une marque, une opinion ou un produit à efficacité constante.

La sophistication des techniques de communication conduit en effet à des démarches parfois ambiguës (publi-rédactionnel, marketing viral...) ou intrusives (spam, mailings sans indication précise de l'origine de l'adresse collectée et sans possibilité de désabonnement, revente de fichiers d'adresses sans accord ou avertissement préalable...).

▶ **Une agence de communication responsable s'interroge** systématiquement sur les conséquences sociales de ces démarches et préfère leur substituer des approches plus respectueuses des libertés individuelles.

▶ **Etre vigilant sur l'impact sociétal de ses messages**

Outre les dispositions législatives, réglementaires et déontologiques en vigueur, toute publicité sous quelque forme que ce soit, doit respecter les principes généraux de sécurité et de loyauté.

Une agence de communication responsable ne trompe pas le public sur la réalité des actions de l'annonceur, ni sur les propriétés de ses produits et services. Elle veille à ce que les arguments développés soient proportionnés au bénéfice mis en avant et garantit l'utilisation d'expressions en adéquation.

Ces principes s'appliquent tout particulièrement lorsqu'il s'agit de vanter les qualités écologiques ou sociales d'un produit, d'un service ou une démarche de développement durable. L'expression d'une promesse juste doit passer par la consultation des parties prenantes externes, la validation de l'engagement réel de l'annonceur et l'analyse des risques et opportunités en matière sociale et environnementale.

▶ **Induire des comportements responsables**

L'avenir de notre société est tributaire de l'adoption de modes de vie durables, équitables et responsables. Les agences de communication ont une contribution très significative sur l'émergence des représentations collectives, les modes de pensée et les moeurs.

A son échelle, une agence de communication responsable, entend jouer un rôle moteur dans la prévention et l'éducation aux grands principes du développement durable.

▶ **Agir en transparence**

Vouloir être exemplaire suppose de rendre des comptes, de communiquer sur la démarche mise en place et de travailler en toute transparence avec ses clients et ses fournisseurs.

Une agence de communication responsable établit annuellement un rapport dans lequel elle détaille les actions

menées et les principaux résultats obtenus par rapport aux objectifs.

Les indicateurs retenus doivent permettre une appréciation juste et représentative des activités de l'agence.

▶ **Conclure de nouveaux partenariats**

Pour être compatible avec le développement durable, une démarche de communication suppose de prendre en compte des points de vue et des intérêts nouveaux.

Il ne suffit pas plus aujourd'hui de s'adresser au seul consommateur mais aussi au citoyen et au contribuable qu'il est également, de plus en plus conscient de l'impact de ses choix pour les générations futures.

Une agence de communication responsable consulte voire associe dans sa réflexion et des modes de production les différentes parties prenantes concernées par l'impact de ses décisions, et notamment les représentants de la société civile : citoyens, ONG, organismes publics, associations de consommateurs...

Conditions d'adhésion à la charte et principe de fonctionnement

- ▶ Participation à la formation éco-communication de l'ADEME
- ▶ Visite préalable dans les bureaux de l'entreprise (audit initial et assistance pour la définition d'un plan de progrès).
- ▶ La charte doit être partagée en interne par l'ensemble des collaborateurs de l'agence.
- ▶ L'entreprise doit démontrer son engagement, a la fois dans son fonctionnement interne mais également dans les actions de communication. Aucun objectif de résultat n'est exigé, seuls les moyens mis en oeuvre pour les atteindre doivent être vérifiables.
- ▶ Cotisation annuelle.
- ▶ Participation à l'élaboration de bonnes pratiques sectorielles.