



**congrès international**  
DE LA RSE

# **La Communication Responsable** **& comment éviter le** **Greenwashing**



congrès international  
DE LA RSE

Pourquoi la **communication  
responsable** devient-elle  
**indispensable ?**

Ere **Anthropocène**



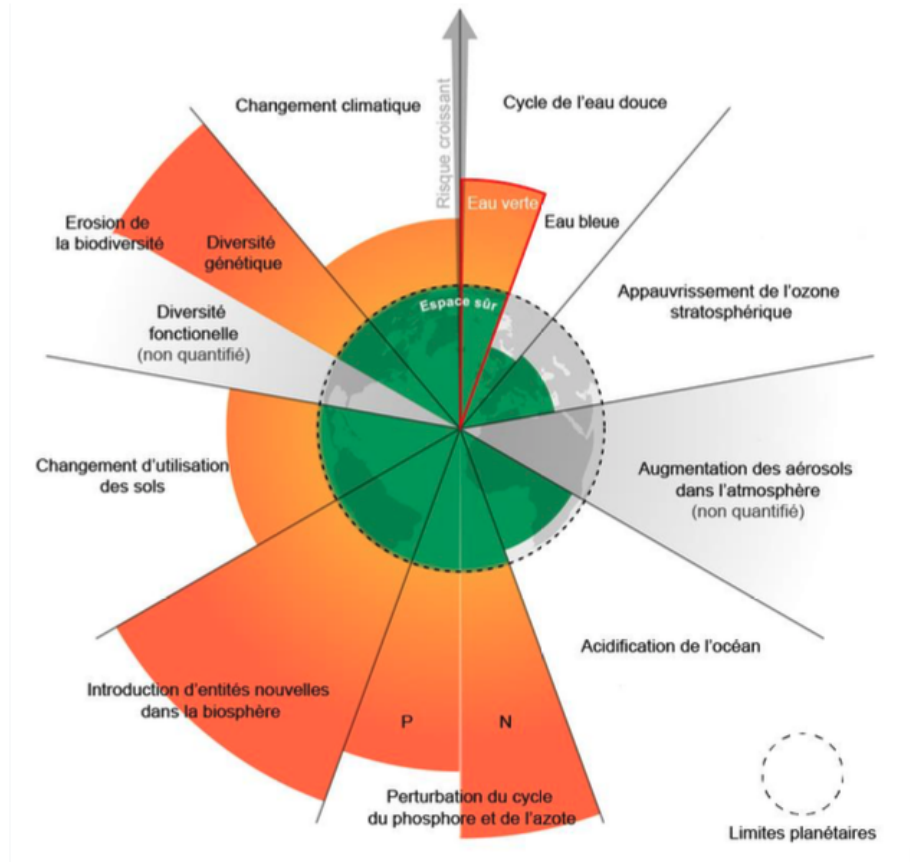


congrès international  
DE LA RSE

## Sur les 9 limites planétaires

9 grands processus indépendants qui conditionnent et régulent la vie sur Terre et fournissent les conditions d'existence de nos sociétés.

**6 sont dépassées !**



Crédit : Wang-Erlandsson et al. (2022)  
Stockholm Resilience Center  
Traduction : Sydney Thomas pour Bon Pote



congrès international  
DE LA RSE

# Une crise **systemique** ...

FT sets the agenda with new brand platform

SEPTEMBER 16, 2019

## CAPITALISM. TIME FOR A RESET.



THE NEW AGENDA

DIMANCHE 13 - LUNDI 14 OCTOBRE 2020  
2,80 € - FRANCE METROPOLITAINE  
WWW.LEMONDE.FR -  
FONDATEUR : HUBERT BLAISE-ALÉRY  
DIRECTEUR : JÉRÔME FENOLOGIO

# Le Monde

## LE CAPITALISME EST-IL FINI ?

► L'épuisement de la planète, la montée des inégalités, les crises financières à répétition mettent le capitalisme à rude épreuve. Est-ce la fin

► Les économistes sont divisés. Pour Branko Milanovic, le malaise vient du fait que les Occidentaux profitent moins de la mondialisation qu'avant. Pour les appelleur de leur rente

► Pour Jean-Paul Pollin, la gouvernance de la mondialisation est à revoir. La sociologue Isabelle Ferreras préconise de donner une voix accrue aux salariés dans l'entreprise

IDÉES - PAGES 26-27

inventonslemondedapres.org

AGENCE Tous les fichiers... Harmon Business... BETS MICHON Publisher Numbing... SED-Consult | Ad...

INVENTONS LE MONDE D'APRÈS MANIFESTE JE M'INSPIRE LA CONSULTATION CONTACT

## LE MONDE D'APRÈS

Top sites de la consultation

Début avril, en pleine crise du Covid-19, nous - la Croix-Rouge française, la WWF France, Make.org, le Groupe SOS, MOUVEMENT UP et Uni-Cité - avons lancé une consultation citoyenne ouverte "Inventons le monde d'après" afin d'appeler les citoyens à se projeter dans l'après-crise et à imaginer les priorités pour "l'après". Les citoyens ont répondu présent : plus de 20 000 propositions en quelques semaines - un record absolu ! - avec 1,7 million de votes et 165 000 participants.

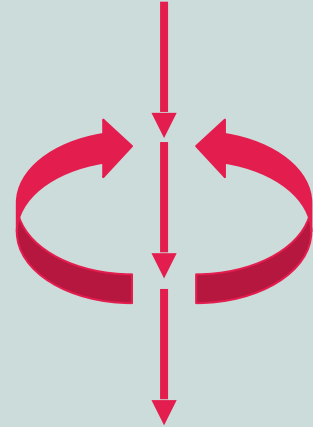
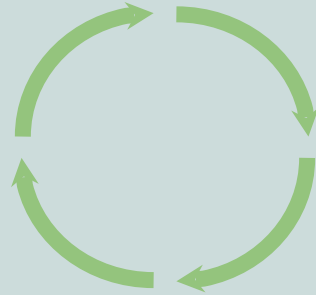


CITÉ DE LA RSE  
ET DE L'IMPACT

SGrseconseil  
CONSEIL À IMPACT POSITIF



... qui impose de changer nos **modèles d'affaires !**



**LINÉAIRE**

~~**RSE**~~

**DURABLE**

**RSE 1.0**

**REGENERATIVE**

**RSE 2.0**



... avec des enjeux de **communication** forts !

Un modèle de  
**(sur)consommation**  
en bout de course

**76% des français** disent changer  
leur pratiques au quotidien pour  
réduire l'impact de leur  
consommation \*

**1 français sur 2** estime qu'il faut  
revoir notre système économique  
et sortir de la croissance infinie\*



**congrès international**  
DE LA RSE

# La Com Responsable

**C'est quoi  
pour vous?**



**congrès international**  
DE LA RSE

**Faire émerger le **récit collectif** d'une  
société ajustée aux **contraintes**  
**planétaires, solidaire et responsable !****

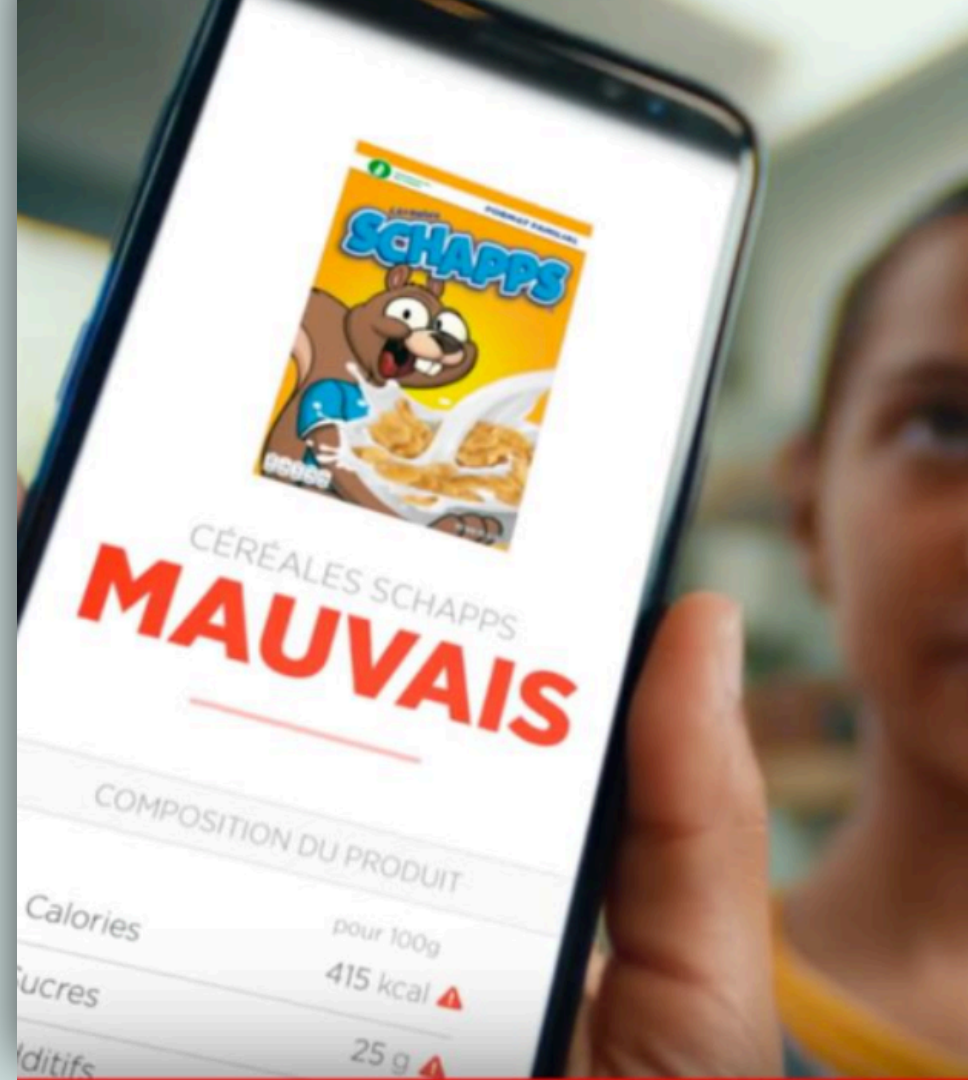




congrès international  
DE LA RSE

## Comment faire ?

1. **Accompagner les marques** vers des modes de production moins énergivore pour répondre aux attentes des « consom'acteurs »
2. **Changer les imaginaires, écrire de nouveaux récits** pour que la transformation écologique soit sexy, fun, enviable !
3. **Accompagner les consommateurs**, faire de la pédagogie et **réduire la dissonance cognitive**





**Communiquer responsable c'est:**

**Dire** ce que l'on va faire !

**Faire** ce que l'on a dit !

**Communiquer sur les preuves** de ce que l'on a fait !

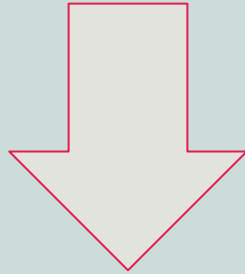
**GREENWASHING !**



congrès international  
DE LA RSE

Facteur clé de **succès** ?

Com° produit **cohérente** avec Com° corporate



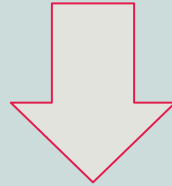
Faire d'un **pilier RSE** ... un **plus produit** !





congrès international  
DE LA RSE

**Réduire les impact environnementaux, sociaux**  
et **sociétaux** liés à l'activité de communication!



Cela concerne l'**ensemble de la production de**  
**supports de communication**



## Fiches pratiques **ademe**

<https://communication-responsable.ademe.fr>

### L' ESSENTIEL ÉCOCONCEVOIR UN PROJET AUDIOVISUEL

**LIEUX DE TOURNAGE**

- Accessibilité en transports ?
- Mix en place de nouvelles ?
- Coordination des tournées ?
- Parking ?
- Adapté(s) aux contraintes techniques ?

**RESTAURATION**

- Rédaction d'un cahier des charges précis ?
- Choix d'un ESFT ?
- Échanges avec le restaurateur à toutes les étapes ?
- Choix des produits locaux, de saison ?

**PRODUCTION & POSTPROD**

- Éco-gestes professionnels pour bien gérer :
  - Le papier (→ cf. Édition)
  - Les données numériques (→ cf. Numérique)
  - Les déchets
  - Les achats, notamment le matériel informatique
  - Le poids des fichiers

**DECOR, MAQUILLAGE & COSTUMES**

- Écoconception (anticipation, fabrication, achats responsables, fin de vie...) ?
- Produits écolabellés ?
- Occasion ?

**BILAN**

- Sensibilisation des publics et des équipes ?
- Suivi des indicateurs ?
- Pistes d'amélioration ?
- Difficultés ?
- Valorisation de façon responsable ?

### L' ESSENTIEL ÉCOCONCEVOIR UN PROJET ÉDITORIAL

**FORMAT**

- Limitation de la consommation de papier ?
- Grammage adapté ?
- Formats classiques pour faciliter la diffusion ?
- Formats impression pour la version digitale ?
- Choix graphiques ? (Éviter les aglets, limiter la nombre de couleurs, pelliculages, adaptation de la version en ligne)

**FAB**

- Choix d'un imprimeur engagé ? (démarche environnementale)
- Échanges avec l'imprimeur sur les choix de papiers, lab

### L' ESSENTIEL ÉCOCONCEVOIR UN ÉVÉNEMENT

**LEU**

- Le lieu est-il adapté aux besoins ?
- Le lieu est-il accessible pour tous les participants et la logistique ?
- Le lieu est-il géré de façon responsable (Énergie, eau, déchets, connexion internet...)

**ND**

- Stand modulable ?
- Réutilisable ?
- Écoconçu ?
- Fichet ou Location ?
- Matériel et équipements écoresponsables ?

**IM & MO**

- Ma promotion est-elle bien adaptée aux besoins ?
- La diffusion des documents imprimés est-elle raisonnée ?
- Choix de supports numériques d'affichage ?

**TAU-ION**

- Rédaction d'un cahier des charges précis ?
- Choix d'un ESFT ?
- Échanges avec le restaurateur à toutes les étapes ?
- Choix de produits locaux, de saison ?

**AN**

- Sensibilisation des publics et des équipes ?
- Suivi des indicateurs ?
- Pistes d'amélioration ?
- Difficultés ?
- Valorisation de façon responsable ?

### L' ESSENTIEL ÉCOCONCEVOIR UN PROJET DIGITAL

**ENTIELS DES**

- Mobile first ?
- Déclenchement automatique des vidéos ?
- Publicités digitales ?

**STURE ADAPTÉE ?**

- Améliorée inutile ?

**IT, RESPONSABLES, FIABLES ET UTILES ?**

- 

**RSITÉ ET DE LA MIXITÉ DES PUBLICS ?**

- Intéressés ?

**UX DE DIFFUSION RESPONSABLES ET ÉTHIQUES ?**

- 

**ISTATE DU CARACTÈRE**

- Permettreur du

**DES COURRIERS ?**

- 

**PUBLICS ET DES ÉQUIPES ?**

- 

**ON ?**

- 

**CON RESPONSABLE ?**

-



# La communication responsable c'est **4 piliers** !

**Messages** responsables

**Eco-socio-conception**

Dialogue avec **parties prenantes**

**Efficacité** et **éthique** des campagnes



**congrès international**  
DE LA RSE

# Questions ?