



agences

La responsabilité sociétale, nouveau défi à relever

Le collectif Adviser publie *La Communication responsable*, un ouvrage dont l'ambition est d'aider les agences de communication à mettre en pratique une culture du développement durable.

Passéiste, contraignant, idéologique... Le développement durable n'a pas toujours bonne presse dans le secteur de la communication, encore en retrait en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE). Mais s'il était plutôt une source d'innovation, de créativité et, in fine, de richesse? C'est le credo d'une poignée de professionnels réunis au sein du collectif Adviser (lire l'encadré), qui cherchent à réconcilier communication et développement durable sans tomber pour autant dans la «dictature écolo bien-pensante».

Mardi 10 février, trois d'entre eux présentaient la somme de leurs expertises, discussions et expériences dans *La Communication responsable* (éditions Eyrolles, 239 pages, 24 euros): Alice Audouin et Anne Courtois, respectivement responsable et directrice-conseil du développement durable d'Havas Media France, et Agnès Rambaud-Paquin, directrice associée du cabinet Des Enjeux et des hommes.

Passage à l'action

L'objet de cet ouvrage, résume Alice Audouin, est de «donner aux agences une boîte à outils la plus complète possible pour qu'elles intègrent et développent une culture RSE». En effet, poursuit-elle, «avant de lancer des offres commerciales pour leurs clients, il est bon qu'elles s'interrogent sur leurs pratiques, leur organisation, leurs enjeux. Ce livre veut les aider à se poser les bonnes questions.»

Pédagogique et complet, émaillé d'exemples et de points de vue d'experts, le livre rappelle les fondamen-



Dans leur ouvrage, Agnès Rambaud-Paquin, Anne Courtois et Alice Audouin (de g. à dr.) rappellent les fondamentaux du développement durable et donnent les outils pour les mettre en œuvre.

taux du développement durable (définition, historique, repères, etc.). Il dresse aussi un état des lieux de l'engagement des entreprises et des agences en la matière, soulignant qu'il est, dans les deux cas, insuffisant au regard des enjeux. Mais sans omettre les dernières initiatives encourageantes prises par les organismes professionnels (Union des annonceurs, Autorité de régulation professionnelle de la publicité, Association des agences-conseils en communication).

Un chapitre est consacré aux impacts de l'activité la profession, balayant ainsi le spectre des sujets concernés. Des impacts environnementaux et sociaux liés au fonctionnement des entreprises (consommation de papier, embauche de personnes handicapées, etc.), à la fabrication des différentes actions de communication (gestion des déchets d'un événement, transport, etc.), aux effets «collatéraux» des messages (promotion d'un produit polluant, incitation à dégrader l'environnement,

utilisation du porno chic, racisme «par omission» des minorités visibles, etc.).

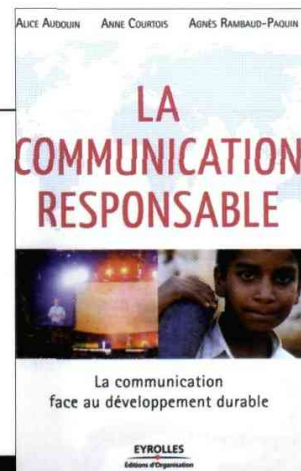
Les auteurs ont également analysé les parties prenantes du secteur de la communication. Annonceurs, salariés, fournisseurs, actionnaires, consommateurs, pouvoirs publics et associations sont passés en revue et analysés avec, pour chacun d'eux, le degré de pression exercé sur le secteur, actuel et à venir. «Aujourd'hui, seuls les pouvoirs publics et les associations de consommateurs ont le pouvoir de faire baisser les ventes d'un produit», commente Alice Audouin.

Enfin, pour tous ceux qui voudraient passer à l'action, *La Communication responsable* fournit les clés d'une mise en œuvre opérationnelle. Avec la certitude, chez ses auteurs, qu'à l'horizon 2020, les agences seront davantage responsables. Ne serait-ce que pour répondre aux demandes de leurs clients.

Delphine Masson

Adviser gonfle ses troupes

Depuis 2007, Adviser réunit de manière informelle des professionnels de la communication et du développement durable. Ils misent sur l'ouverture et l'échange d'expertises pour servir l'intérêt collectif, sensibiliser les agences et accompagner leur évolution. Parmi les derniers à rejoindre le groupe, Pierre Siquier, président de Ligaris, Anne Chanon, adjointe à la direction générale de l'ARPP (ex-BVP), ou encore Loïc Fel, responsable du développement durable de BETC Euro RSCG. La nomination de ce dernier à un tel poste, en septembre 2008, dans l'une des premières agences françaises, est le signe que le secteur bouge. Lentement mais sûrement. ●



En savoir +
> www.blog-adviser.com