

COLLECTIF
Eco-communication : Synopsis

Ce document est un document de travail destiné aux personnes souhaitant entrer dans le collectif. Cette note d'intention est une étape préalable à la création effective du Collectif. L'objectif étant de recueillir commentaires, vos questions, vos idées, etc....

1) [id-pop]

[id-pop] est une jeune Agence de Communication nantaise. Nous intégrons dans notre approche professionnelle un certain nombre de valeurs : le partage, l'ouverture d'esprit, l'indépendance, le respect et la protection de l'environnement.

Ainsi, notre sensibilité écologique nous a incités :

- à suivre en interne un certain nombre de règles
- à proposer des prestations suivant cette démarche
- à privilégier des prestataires partageant cette logique
- à mettre en place des partenariats permettant de proposer des solutions globales autour de ce thème.

Aujourd'hui, nous souhaitons aller plus loin et développer cette idée dans la Région « Pays de la Loire », comme cela a été fait en Aquitaine au sein de « Com'Avenir ».

2) Eco-Communication

a. Qu'est-ce que l'Eco-Communication ?

L'Eco-communication, aussi appelée Communication Responsable, consiste à travailler en prenant en considération l'environnement et à suivre une démarche développement durable.

Ainsi, on peut définir deux axes principaux dans une démarche d'Eco-communication :

- **Actions internes** : Création d'une charte interne définissant le fonctionnement de l'entreprise. Celle-ci regroupe toutes les décisions prises et les démarches en cours allant dans le sens du développement durable tels que : Utilisation des consommables, Choix énergétiques, politique achats, mode de communication interne et externe, politique Ressources Humaines, Rapports humains, etc....
- **Actions externes** : Création d'une charte d'Eco-conception d'outils de Communication regroupant l'ensemble des idées permettant une communication plus responsable, que ce soit pour Internet, pour le Print ou pour l'organisation d'événements (salons, expositions, etc....).

b. Pourquoi ce choix de l'Eco-communication ?

Ne soyons pas alarmistes. Il est vrai qu'aucun produit n'a zéro impact et que la protection de l'environnement ressemble à la lutte contre le vieillissement.

Néanmoins, par une sensibilisation et une perspective de développement durable, nous pouvons ralentir l'impact néfaste d'un grand nombre de nos actions sur l'environnement.

Nous souhaitons, à notre échelle prendre des choix allant dans le bon sens. Bien que, par la taille de notre entreprise et notre métier, nous ne soyons pas de gros pollueurs, notre rôle de communicant nous confère une position de conseil.

Et les décisions prises sur certains postes peuvent avoir une résonance sur d'autres services. Une entreprise qui prendra des choix environnementaux dans sa communication, devra par la force des choses s'ouvrir à de nouvelles réflexions concernant ses process. Nous pouvons ainsi accompagner l'entreprise dans une réflexion plus globale.

Il est en effet important d'intégrer cette réflexion sur l'ensemble des étapes du process : extraction des matières premières et de l'énergie, achat, fabrication, distribution, utilisation, tri et fin de vie.

Au niveau de la communication, l'impact d'une telle action se trouve principalement sur :

- La consommation de ressources naturelles (énergie, papiers, emballages...)
- L'utilisation de produits dangereux (encres, solvants...)
- La production de déchets
- La pollution liée aux transports

Cette action se couple à une démarche sociale. En effet, comment respecter la nature si on ne se respecte pas nous-mêmes. Ainsi, nous pouvons faire des choix allant dans ce sens que ce soit au niveau de l'organisation du travail (ex : télétravail) ou de l'humain (lutte contre toute forme de discrimination).

NB : Arrêtons les préjugés ! Une solution écologique n'est pas toujours plus chère ni moins performante.

3) Le Collectif

a. Objectifs ?

Les objectifs sont simples : regrouper, échanger, former et promouvoir. Bien entendu, l'objectif économique lié à ce positionnement ne doit pas être éludé. Néanmoins, il ne constitue pas l'élément central de cette démarche.

Regrouper autour de valeurs communes

Nous souhaitons, à travers ce collectif, regrouper des compétences complémentaires autour de valeurs communes. Nous sommes nombreux à avoir une sensibilité écologique, néanmoins, nous ne pouvons porter nos valeurs seuls.

Actions : création d'une base de données à l'attention des donneurs d'ordre en fonction de leurs besoins. Mise en place d'une Charte interne commune. Celle-ci regrouperait un certain nombre de points. La diversité des métiers nous empêchant de respecter toutes les règles pouvant être définies, nous proposons que chaque entreprise, dès la première année, mette en place une partie de ces points. L'objectif étant, au fur et à mesure de s'améliorer. Un certain nombre d'actions seraient obligatoires et d'autres facultatives.

Echanger

Ce collectif sera avant tout un espace d'échange. Nous travaillerons sur deux axes :

- des thèmes prédéfinis :
 - o Présentés par des intervenants spécialistes dans leur domaine (conseiller développement durable, éco-conception, etc. ...) permettant de présenter les enjeux.
 - o Présentés par des groupes de travail (ex de thème : veille technologiques)
- des problématiques personnelles : des entreprises « traditionnelles » seront conviées à participer aux réunions pour exposer leurs problématiques au brainstorming général.

Nous devons obtenir des résultats concrets et d'apporter des solutions opérationnelles.

La communication est le fondement de ce collectif, néanmoins la démarche de communication est un premier pas que des entreprises peuvent faire avant d'aller plus loin. Ainsi, il est important d'avoir au sein de ce collectif une vision plus globale et intégrer des spécialistes du développement durable.

Actions : organisation de réunions trimestrielles et de groupes de travail sur des sujets précis.

Former

Mise en place de formations afin :

- De faire prendre conscience des enjeux du développement durable
- d'accompagner dans leur démarche écologique des professionnels de la communication.
- d'aider la création d'entreprises allant dans le sens du développement durable.

Promouvoir

Il est primordial de sensibiliser les donneurs d'ordre. Nous devons créer le Buzz autour de cette démarche.

Un plan de communication sera mis en place afin de promouvoir:

- le principe de l'Eco-communication
- le collectif
- les actions menées par celui-ci

Cette promotion se fera essentiellement par des éléments dématérialisés et en utilisant toutes les facettes de l'Eco-communication.

Actions : Création et envois de mailings. L'organisation d'événements permettrait de créer le lien avec un maximum de personnes (privées et public). Nous pourrions par exemple organiser la « journée de la com responsable », des conférences, etc....

b. Intérêt

Intérêt économique

C'est une voie nouvelle de travail que nous proposons. Elle va dans le sens de l'optimisation des ressources naturelles sans négliger la performance des entreprises ; bien au contraire elle la stimule car elle fédère des clients autour d'un concept fort.

Intérêt moral et intellectuel

Du simple fait de partager des valeurs ou de s'ouvrir à de nouvelles manières de penser et d'agir, ce collectif sera une source d'épanouissement. Par ailleurs, à travers nos actions et nos engagements, nous renforcerons l'image responsable de nos entreprises vis-à-vis de nos clients mais aussi de nos confrères.

Intérêt social

La démarche développement durable comporte par nature un aspect social. Il ne faut pas oublier que l'homme est au cœur de l'entreprise et que sans une démarche sociale, aucun développement durable n'est possible. Ainsi, ce positionnement profitera non seulement à l'entreprise en tant qu'entité mais aussi à ses salariés.

Intérêt environnemental

Grace à notre action, à la fois au sein de nos sociétés mais aussi à travers nos prestations écologiques, nos actions auront un impact moins important sur l'environnement. De plus, notre rôle de conseiller permettra à d'autres entreprises d'évoluer vers des process plus responsables de l'environnement et de l'humain.

c. Participants

Les publics visés sont relativement larges. Ainsi ce collectif pourrait regrouper à différents niveaux (participants, auditeurs, intervenants extérieurs, ...) :

- Agence conseil environnement
 - o Organisation
 - o Gestion
 - o Spécifique métier
- Agence Eco-conception
 - o Production
- Eco-communication
 - o Agence de Communication globale, Webagency, Événementiel, RP
 - o Graphistes
 - o Concepteur rédacteur
 - o Photographe

- o Imprimeurs
- o Etc....
- Entreprises liées au développement durable
 - o Bio
 - o Fournitures
 - o Energie
 - o Déchets
- Entreprises traditionnelles
 - o Responsable environnement
 - o Responsable communication
 - o Directeur entreprise
- Collectivités
 - o Responsable environnement
 - o Responsable communication
 - o Directeur
- Etudiants :
 - o Développement durable
 - o Communication
- Les Associations

d. Statut et Conditions de participation

Le statut de ce collectif est à définir. Nous pensons fonctionner sous la forme d'une association loi 1901 pour un maximum de souplesse.

Les personnes souhaitant participer à ce collectif doivent avoir une démarche écologique en interne, en externe, des idées, des besoins et l'envie de partager avec d'autres personnes.

Pour être intégré en tant que membre, il faut :

- Adhérer à la Charte Interne et prendre des engagements.
- Participer financièrement aux frais de fonctionnement. Les conditions sont à définir car nous pensons qu'une implication financière, même minime incite à une réelle implication. Néanmoins, nous ne souhaitons pas que l'aspect financier soit un frein à la participation de petites entités.

NB: Ce collectif peut regrouper plusieurs entreprises de mêmes activités.

e. Déroulement

La première réunion consistera à :

- présenter les tenants et les aboutissants du Collectif
- connaître les actions et les attentes de chacun
- Définir les statuts
- Décider l'ordre du jour des prochaines réunions

Celle-ci aurait lieu courant Janvier 2008.

Merci d'avoir pris le temps de lire cette note d'intention et de me faire parvenir vos commentaires, questions, idées. Je reste à votre disposition pour toutes questions.

Alexandre Legendre
[id-pop]
2, rue des Carmélites
44000 Nantes

Tél : 02 40 89 10 90
Email : a.legendre@id-pop.com