

Dossier de presse

Lancement de l'expertise





SOMMAIRE

Fiche n°1

Présentation de l'expertise éco...m[®]

Fiche n°2

Pourquoi créer une expertise ?

Fichier n°3

La formation éco...m[®]

Fiche n°4

Sensibilisation et implication

Fiche n°5

Présentation de l'agence

Annexe

Charte de bonne conduite en éco-communication

Contact

Fiche n°1 : Présentation de l'expertise

L'expertise éco...m®

L'expertise éco...m® est une expertise d'éco-communication, de l'agence de communication Corazon Communications.



Qu'est-ce que l'éco-communication ?

Selon l'**ADEME**, l'éco-communication consiste, entre autres, à penser un processus de communication compatible avec le développement durable, c'est-à-dire :

- Choisir un imprimeur qui tient compte de l'environnement
- Choisir un papier écologique
- Eco-concevoir des manifestations
- Tenir compte du cycle de vie des produits...

Pour **Corazon Communications**, c'est aussi :

- Connaître les différents types de supports et leur durée de vie,
- Limiter les déchets en choisissant des supports et formats adaptés, dès le plan marketing, jusqu'à la distribution du support de communication
- Favoriser le numérique, s'il est conçu de manière à limiter la consommation d'énergie
- Et surtout sensibiliser, former, informer ses clients, fournisseurs, collaborateurs pour être un maillon de la chaîne éco-citoyenne.

Fiche n°2 : Pourquoi une expertise ?

Plusieurs enquêtes ont été menées sur la question de l'**écologie** et du **développement durable**.

Une enquête a d'ailleurs été menée par SOFRES pour l'ADEME, en 2006. Cette enquête démontre l'impact du développement durable sur les entreprises et à terme sur les consommateurs finaux.

En parcourant le compte-rendu, on peut constater que :

86 %	Des entreprises se sentent très concernées par la protection de l'environnement
96 %	Des entreprises estiment avoir mis en place au moins une action en faveur de l'environnement.
50 %	Des dirigeants déplorent être mal formés sur les types d'actions à mettre en place en faveur de l'environnement
69 %	Des consommateurs déclarent « souvent » tenir compte des engagements citoyens des entreprises lors de leurs achats (tout secteurs confondus)

C'est donc dans cette optique, que nous avons mis en place une expertise pour tous : du fabricant au distributeur en passant par le communicant.

De ce fait les consommateurs, les distributeurs... Tous les maillons de la chaîne de « consommation » s'y retrouvent.

À terme, ils peuvent choisir de traiter seulement avec les entreprises qui ont bénéficié de l'expertise éco...m[®] et donc adhéré à la charte de bonne conduite, grâce à l'annuaire des entreprises ayant bénéficié de l'expertise.

Fiche n°3 : La Formation

Public :

Tout collaborateur d'une entreprise, membre d'une association, d'une collectivité locale ou un travailleur indépendant peut prétendre bénéficier de l'expertise **éco..m®** pour, à terme, être en totale autonomie dans cette démarche.

Les principaux objectifs :

- Découverte de principaux éléments d'**éco-communication**.
- Connaître :
 - Les différentes étapes de la communication (interne, externe, Internet, intranet...) de l'entreprise pour être capable de prendre des décisions qui respectent l'environnement et rentrent dans le cadre du développement durable.
 - Les différents labels existants liés au développement durable ; pour ensuite, distinguer les vrais faux label et faire le bon choix en fonction de ses attentes et besoins.
- Prendre conscience :
 - Que chaque geste effectué dans le cadre du **respect de l'environnement** peut être pris en compte dans la démarche **éco...m®**.
 - Que s'inscrire dans une telle démarche vous apporte : Confiance, Fidélisation, Notoriété, et Nouvelle Clientèle.

Durée de la formation : 1 jour

Formation assurée en groupe (6-12 personnes).

Fiche n°4 : Sensibilisation et implication

Participation au développement de l'éco-communication

De même manière que le travail collaboratif amène un logiciel libre à se développer ; nous lançons l'idée que chacun des maillons de la chaîne éco...m® :

- Apporte son savoir en éco-communication au reste des participants.
- Partage ses trucs et astuces en terme d'éco-communication.
- Collabore au développement de l'expertise éco...m®.
- Communique les dernières innovations, améliorations, testées en matière d'éco-communication.

Développer la chaîne éco-citoyenne :

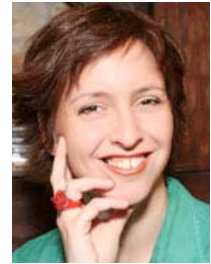
Nous invitons les acteurs de la démarche éco...m® à :

- Organiser des groupes de formation dans leur ville.
- Former tous les collaborateurs en interne.

Fiche n°5 : Présentation de l'agence

Corazon Communications est une agence de communication qui favorise **l'écoute** et la **confiance** tout en offrant flexibilité et réactivité.

Cora Martineau, fondatrice de l'agence, répond aux besoins de son département en matière de communication, de proximité et globalement participe au dynamisme économique régional.



Ayant suivi une formation en Arts appliqués et Marketing à l'École Estienne de Paris, elle a acquis une solide expérience professionnelle en maison d'édition, en agence de communication et en studio intégré de franchise.

En 2006, elle décide de mettre son savoir-faire au service de sa propre agence et crée **Corazon Communications**.

Notre engagement

Nous accordons une très grande importance au **respect de l'environnement** et à celui de l'éthique. Nous mettons donc en pratique au quotidien ces valeurs au sein de notre entreprise et dans notre travail.

Nous efforçons donc de trouver les meilleures solutions pour une **éco-communication responsable** et respectueuse des autres. La création de l'expertise **éco...m**[®] est donc apparue comme une évidence.

Elle permet aux entreprises, collectivités locales et associations de montrer aux adhérents, collaborateurs et clients leurs démarches positives **ET** exemplaires en faveur du développement durable, sans tomber dans l'écologisme publicitaire.

Annexe : Charte de bonne conduite en éco-communication

Pour les acteurs de la démarche éco...m®

Je représente une entreprise éco-responsable et éco-citoyenne, investie dans une volonté de développement durable.

Je m'engage au nom de mon entreprise à respecter tous les points de la « Charte de bonne conduite en éco-communication ». À cet effet :

1. Je n'ai pas d'obligations de résultats mais une obligation de moyens.
2. J'utilise le bon support de communication à bon escient en établissant un plan de communication qui sait allier la mise en avant et la promotion de mes produits à l'économie de déchets et au recyclage (en tenant compte de la durée de vie des produits), aussi bien en communication interne qu'externe.
3. Je suis un maillon de la chaîne éco-citoyenne en choisissant des fournisseurs respectueux de l'environnement et en sensibilisant les autres fournisseurs à le devenir.
4. Je choisis des procédés d'impression respectueux de l'environnement.
5. J'optimise mon site internet et mes supports numériques pour un accès rapide à l'information afin de limiter la consommation d'énergie.
6. Je limite les déplacements et les transports en privilégiant les envois dématérialisés et en choisissant des prestataires et fournisseurs locaux.
7. Je montre l'exemple : je fais savoir à mes clients que je suis dans une démarche d'éco-communication pour eux-mêmes les sensibiliser.
8. Je met à disposition de mes fournisseurs et clients différents outils d'information sur l'éco-communication.
9. Je ne pratique pas de « Mise au Vert » de ma communication (appelé « Greenwashing » en anglais, ce procédé consiste à avoir un message publicitaire écologique sans en avoir les pratiques réelles...).
10. Je suis à l'écoute de tout nouveau procédé de communication allant vers une démarche éco-citoyenne.

Dans cet objectif et dans le cadre de la démarche éco...m®, mon agence de communication m'aide à trouver les bonnes solutions et m'accompagne au quotidien.

Contact

Chloé LAFARGUE
chloe-lafargue@corazon.fr
Tél. : 05 53 51 84 67
Port : 06 23 09 28 53

<http://www.corazon.fr>
<http://www.eco-m.fr>