



UDA

« Renforcer l'information sur la communication responsable »

L'Union des annonceurs (UDA) a fêté les cinq ans de sa charte d'engagements des annonceurs pour une communication responsable. L'occasion de faire le point sur son évolution avec Dominique Candellier, directrice communication et développement durable de l'UDA.

Quels sont les grands principes de la charte ?

Nous avons défini cinq engagements à partir d'une étude, menée en 2007, sur les bonnes pratiques de 110 entreprises. La charte concerne toutes les responsabilités de l'entreprise – l'environnement, les aspects sociaux, la santé, les addictions, selon le secteur auquel appartient l'entreprise. Elle couvre toutes formes de communication. Les engagements portent sur les process à mettre en œuvre dans l'entreprise. Nous avons, à ce jour, 43 signataires, dont beaucoup de groupes comme L'Oréal et Nestlé.

Comment fonctionne-t-elle ?

Les signataires ont pour principale obligation de remplir, chaque année, une grille d'évaluation qui détaille leurs actions sur trois niveaux : les actions menées dans l'année, celles prévues l'année suivante et ce qui a déjà été réalisé. Quatre fois par an, nous organisons des ateliers sur le thème de la communication responsable. Enfin, nous avons mis en place une plateforme d'échange des bonnes pratiques, ouverte à d'autres organismes⁽¹⁾.

Comment son application a-t-elle évolué ?

Les outils de validation et de sensibilisation aux principes de la communication responsable se multiplient. Ce phénomène est lié à la montée en puissance de la communication numérique. Certains annonceurs mettent en place une charte spécifique pour les canaux digitaux. La diffusion des principes de communication responsable est désormais quasi systématique. En outre, la dématérialisation des outils de communication se confirme.



Dominique Candellier / UDA

Enfin, les annonceurs mettent l'accent sur l'éco-conception, principalement pour les documents print, la PLV et l'événementiel.

Quelles améliorations l'UDA va-t-elle mettre en place en 2013 ?

Nous allons renforcer l'information des annonceurs et organiser quatre nouveaux ateliers de formation ; La synthèse d'une session entre parties prenantes et annonceurs consacrée au rôle de la communication responsable dans la création de valeur sera diffusée. Nous projetons d'étoffer notre plateforme des bonnes pratiques et de diffuser les éléments pour un brief de communication responsable. Nous allons proposer un outil permettant aux signataires de s'auto-évaluer en matière de communication responsable. Enfin, nous allons réfléchir à la prise en compte de l'impact social de la communication responsable dans la charte.

Florence Guernalec

(1) L'Ademe, le Comité 21, Orée, DRSE, le club génération responsable, Entrepreneurs d'avenir et Winplanet

www.uda.fr