

Outils pour une communication responsable

I. Copy stratégie responsable

4 piliers et 3 principes

L'objectif de la publicité responsable est de trouver de nouveaux moyens de communication qui concilient l'intérêt de l'annonceur et celui de son environnement au sens large. Elle repose sur 4 piliers et 3 principes.

I. Copy stratégie responsable

L'imaginaire vrai[©]

La publicité doit s'appuyer sur les spécificités réelles du produit, du service ou de l'entreprise.

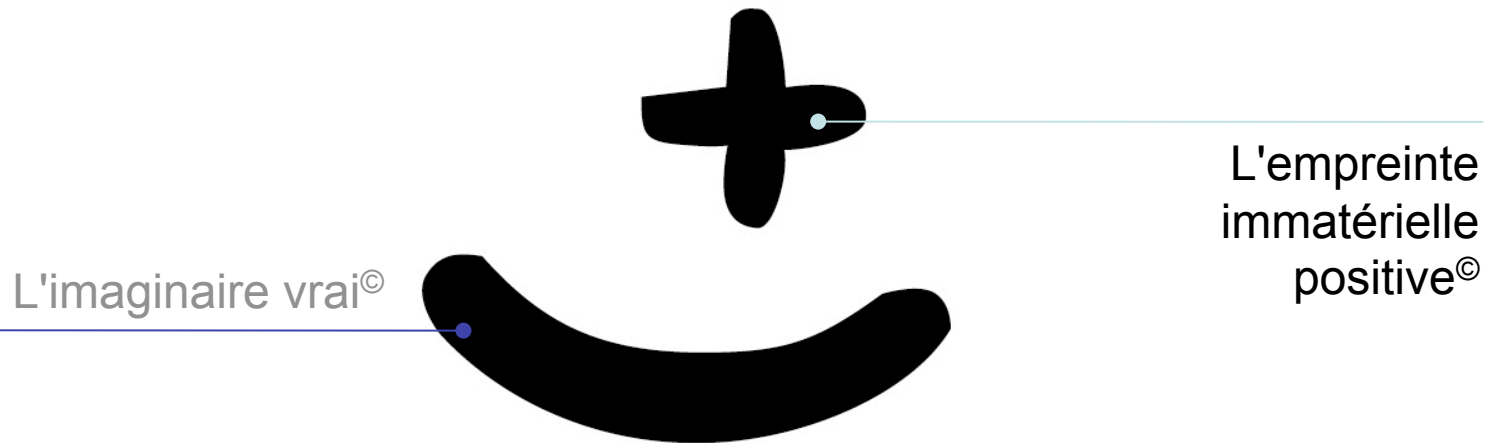
L'imaginaire vrai[©]



I. Copy stratégie responsable

L'empreinte immatérielle positive[©]

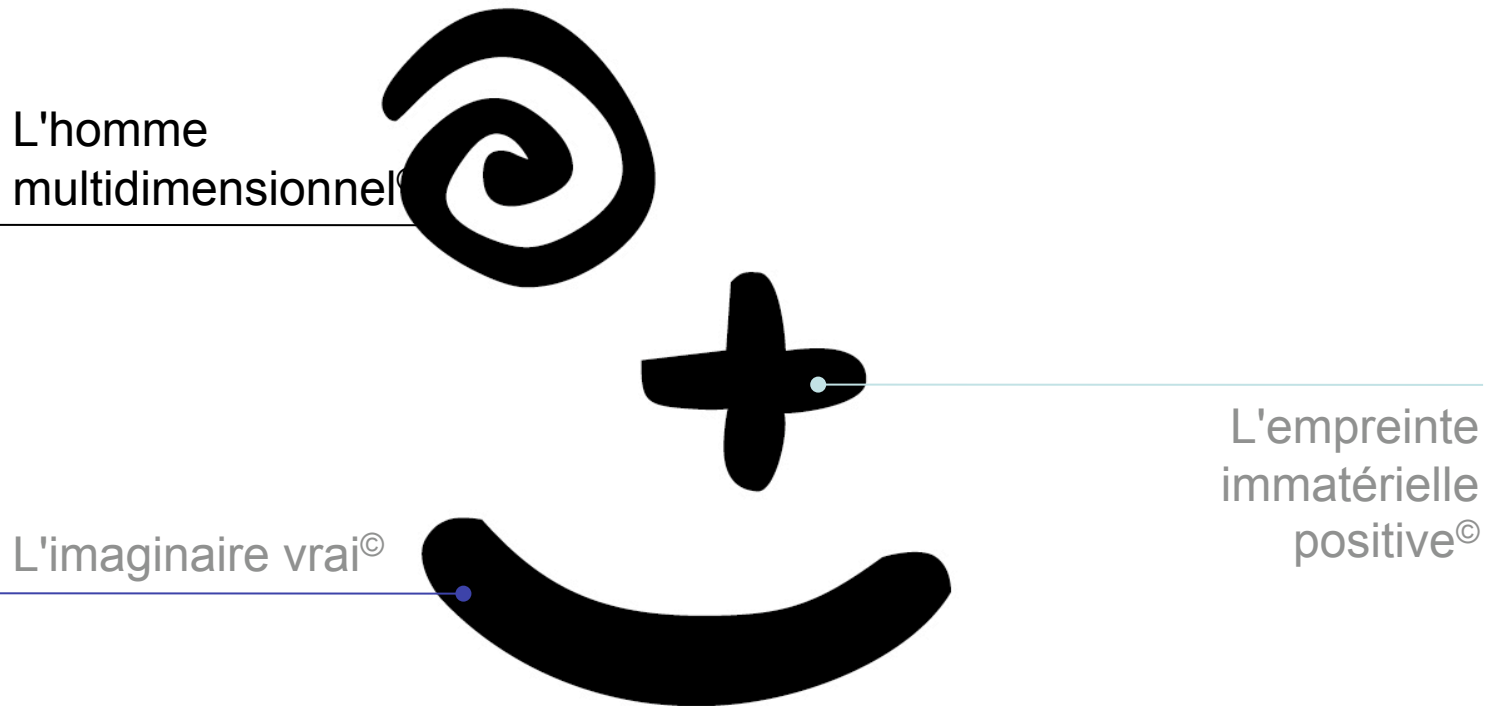
Encourager la marque à mettre en scène des idées, des valeurs, des territoires qui font évoluer positivement les mentalités et les pratiques liées à l'environnement, la diversité, les droits humains, le bien-être.



I. Copy stratégie responsable

L'homme multidimensionnel[©]

La publicité verte et éthique s'adresse à l'homme dans toutes ses dimensions : l'individu, le citoyen, le consommateur, l'actionnaire, le salarié... Cela implique de veiller à ménager les victimes collatérales potentielles de la communication (minorités stigmatisées, travailleurs exploités, sensibilités bafouées...) en impliquant par exemple les ONG dans l'élaboration des campagnes.



I. Copy stratégie responsable

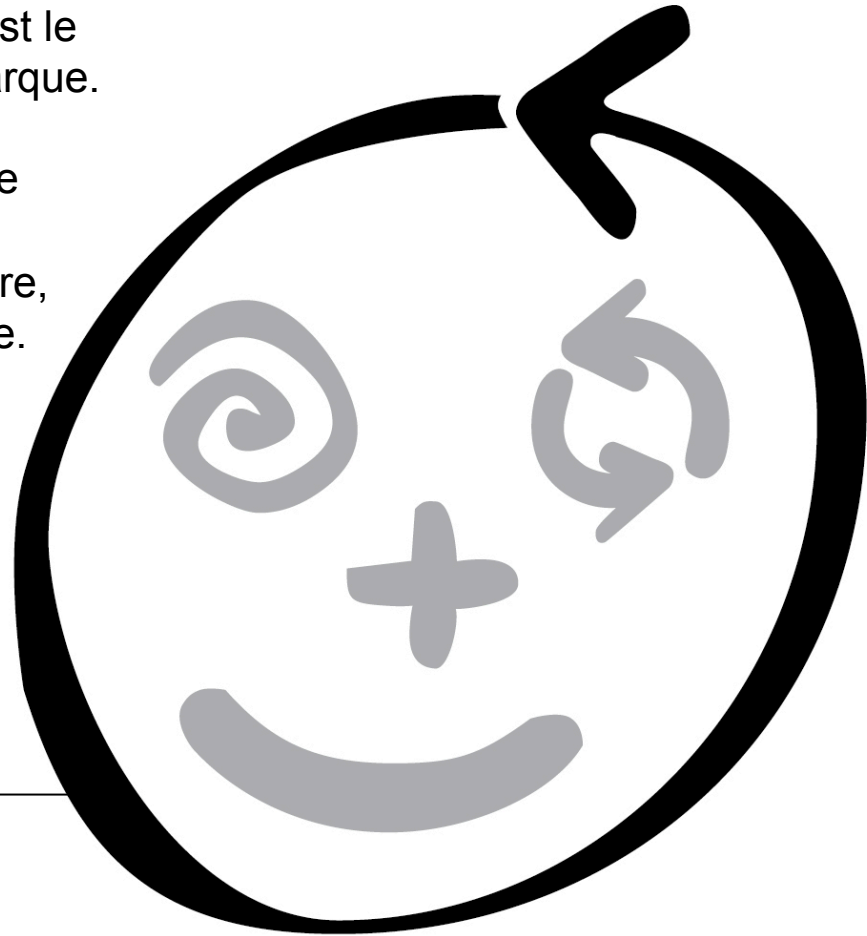
L'éco-conception systématique de la communication[©]

Les campagnes doivent être systématiquement éco-conçues (en terme de prise de vue, d'impression, d'achat d'espace...) pour un impact environnemental le plus léger possible.



Ces 4 piliers s'accompagnent de 3 principes :

1. La cohérence, entre le message de la campagne, le produit, les pratiques de l'entreprise et celle de l'agence.
2. La conscience : le publicitaire est le "directeur de conscience" de la marque.
3. Le bon sens : face à l'importance des enjeux et à la complexité des bonnes pratiques à mettre en œuvre, il faut rester pragmatique et réaliste. Il faut parfois savoir arbitrer entre publicité verte et éthique, maturité de l'annonceur et maturité du marché.



La conscience
La cohérence
Le bon sens

