



Charte de la Communication Responsable CDURABLE®

Une Communication Responsable labellisée CDURABLE
respecte les 5 principes suivants :

- 1 Responsabilité** au regard des principes du développement durable
- 2 Honnêteté** et fiabilité des informations
- 3 Adéquation** des expressions et visuels avec la réalité et l'ampleur des actions engagées
- 4 Respect** du droit de savoir et de participer des parties-prenantes
- 5 Légitimité** après validation par un tiers indépendant



Une fois ces 5 principes vérifiés :

➔ Identification et valorisation par le label
« **Communication Responsable Cdurable** »

Si C'est DURABLE, c'est : ✓ RESPONSABLE, ✓ VÉRIFIABLE, ✓ ACCEPTABLE

En ligne sur **CDURABLE** code **1234**
.net

Les 5 principes en détail :

1 Responsabilité au regard des principes du développement durable

Responsabilité du produit ou service promu, au regard des principes du développement durable :

- ↳ principe humain d'équité sociale,
- ↳ principe financier d'efficacité économique
- ↳ principe écologique de responsabilité environnementale

L'annonceur doit argumenter pour établir la pertinence de ses engagements responsables pour un développement durable de son produit et/ou service.

Démarche active et sincère de l'annonceur en termes de responsabilité globale (sociale et environnementale) :

L'annonceur doit présenter les actions mises en œuvre et en projet au sein de sa structure pour intégrer concrètement les principes du développement durable.

Incitation à des comportements responsables

Le message communiqué ne doit pas inciter à la surconsommation et doit valoriser des comportements de consommation responsables.

2 Honnêteté et fiabilité des informations

Les allégations doivent être fondées sur des informations honnêtes et vérifiables. Pour cela l'annonceur est invité à constituer un dossier de pièces justificatives.

3 Adéquation des expressions et visuels avec la réalité et l'ampleur des actions engagées

Les expressions doivent être justifiées afin de ne pas induire en erreur le consommateur et les visuels doivent être en adéquation avec le message transmis. L'annonceur peut pour cela légendrer ses photos avec des informations objectives afin de justifier le message et sentiment qu'elles transmettent.

4 Respect du droit de savoir et de participer des parties-prenantes

Le support de communication doit préciser les coordonnées d'une personne capable de répondre aux demandes d'information et aux questionnements des parties prenantes.

L'agence M&C analyse le support de communication au regard des principes de la Charte et indique à l'Annonceur les compléments d'informations à fournir pour garantir une Communication Responsable.

5 Validation par un tiers indépendant

Le support de communication Responsable vérifié par l'agence M&C est **soumis à un Comité Indépendant des Parties Prenantes (CIPP) pour validation**.

L'agence M&C et l'annonceur retravaillent le contenu du support de communication **jusqu'à validation par le CIPP**.

Le CIPP est constitué :

- ↳ de **4 membres de droit représentant les différentes parties prenantes d'un développement durable** :
 - représentant des droits sociaux (syndicats)
 - représentant de la protection de l'environnement (ONG)
 - représentant des enjeux économiques (groupement professionnels)
 - représentant de la gouvernance (services de l'état)
- ↳ d'**un membre expert** de la Communication Responsable

Le CIPP se donne pour mission :

- ↳ d'évaluer les supports de communication soumis à la labellisation Communication Responsable Cdurable
- ↳ de contribuer à l'amélioration du dispositif "Communication Responsable Cdurable" (réunion annuelle pour améliorer le référentiel, la communication, la participation)
- ↳ de promouvoir des pratiques de communication responsable au sein de leurs réseaux

Une fois ces principes vérifiés

Identification et Valorisation par le label «Communication Responsable Cdurable»

L'annonceur dispose du droit d'utiliser le label Communication Responsable Cdurable auprès des cibles de son choix.

La Communication labellisée est présentée dans un espace clairement identifiée par un cadre bleu intégrant :

- le logo du label associé à la mention « Espace de Communication Responsable »
- le code Cdurable de l'annonceur
- la mention : « La présence de ce label vous informe que cette communication est : Responsable, Acceptable, Vérifiable en tapant le code xxxx sur Cdurable.net »

Le **code Cdurable** permet de vérifier les engagements de l'annonceur sur <http://cdurable.net> en accédant à une **fiche de présentation spécifique** et au dossier de pièces justificatives. Les internautes ont aussi la possibilité de **participer** en prenant contact avec l'annonceur.

Le retour d'informations, les suggestions des consommateurs permettent ainsi à l'annonceur de consolider et d'améliorer sa démarche de développement durable.