





La France, ses citoyens et ses entreprises sont engagés dans la transition. Des feuilles de routes, des certifications, des labels, des politiques, souvent très volontaristes, sont mis en place et les pratiques évoluent.

Dans ce grand changement de société, la communication prend sa part. Le secteur est en mouvement et les communicants adaptent leur comportement, dans leurs vies professionnelles comme personnelles.

Afin de mieux appréhender au quotidien la Transition Écologique, le SRI propose ce Pense-pas-bête qui donne des clés de lecture pour permettre de connaître et comprendre toutes les terminologies incontournables.

Ce document pédagogique se veut l'acolyte des régies au quotidien, il a pour vocation de vous aider à déchiffrer les termes et concepts qui surgissent dans vos échanges en interne comme avec vos clients.



## SOMMAIRE

- 1** La **transition** du **monde** et des **sociétés**
- 2** La **transition** des **entreprises**
- 3** La **transition** du secteur de la **communication**



Comprendre les grandes notions liées à la transition socio-écologique de notre monde.

## LES CONCEPTS À CONNAÎTRE

### ■ Changement climatique

Le changement climatique est un phénomène mondial qui se caractérise par une augmentation à long terme de la température moyenne de la Terre. Il est principalement causé par l'augmentation des émissions de gaz à effet de serre, comme le dioxyde de carbone, provenant des activités humaines telles que la combustion des combustibles fossiles ou la déforestation. Ce réchauffement

entraîne des conséquences graves, telles que la fonte des glaciers, l'élévation du niveau de la mer, des événements météorologiques extrêmes plus fréquents et des perturbations dans les écosystèmes. Cela compromet grandement les conditions d'habitabilité de la planète pour les humains et espèces vivantes qui la peuplent.

### ■ Limites planétaires

C'est un concept scientifique établi en 2009 par le chercheur suédois Johan Rockström, du Stockholm Resilience Center. Pour 9 grands processus impliqués dans le fonctionnement du « système Terre » (climat, biodiversité, forêts, eau douce, acidification des océans, cycles de l'azote et du phosphate, pollutions chimiques, aérosols émis dans l'atmosphère, couche d'ozone), les scientifiques définissent

des limites qui sont les seuils que l'humanité ne devrait pas dépasser pour ne pas compromettre ses bonnes conditions de développement.

Aujourd'hui, 6 limites planétaires sont dépassées (climat, biodiversité, forêts, eau douce, cycles de l'azote et du phosphate, pollutions chimiques).

### ■ Théorie du donut

La théorie du donut est un modèle économique et environnemental proposé par l'économiste Kate Raworth présentant une approche novatrice de la durabilité. Le « donut » est une métaphore visuelle qui montre deux limites critiques :

- la limite intérieure représente les besoins de base de l'humanité que l'on pourrait nommer "les fondements sociaux" : la nourriture, l'eau, l'énergie, la santé, l'égalité des sexes, l'emploi, l'équité sociale, la résilience, la représentation politique, l'éducation et le revenu
- la limite extérieure symbolise les 9 limites

planétaires, telles que le changement climatique et la perte de biodiversité (cf définition ci-dessus).

L'objectif est de maintenir l'activité économique et la qualité de vie des individus à l'intérieur de ces deux limites et donc répondre aux besoins de tous au sein des limites de notre planète. La théorie du donut encourage une approche de développement durable qui prend en compte à la fois les besoins humains fondamentaux et la protection de la planète. Elle est devenue un outil utile pour repenser la croissance économique de manière plus équilibrée et respectueuse de l'environnement.

## ■ Épuisement des ressources

---

L'épuisement des ressources est le résultat de l'exploitation excessive et non durable des ressources naturelles de la planète, telles que les combustibles fossiles, l'eau douce, les minéraux ou la biodiversité.

Cela entraîne une diminution des quantités disponibles de ces ressources essentielles, ce qui peut avoir des conséquences graves,

notamment la dégradation de l'environnement, la raréfaction des matières premières, l'augmentation des coûts de production, et des impacts négatifs sur la qualité de vie humaine. L'épuisement des ressources est étroitement lié au changement climatique, à l'érosion de la biodiversité et à d'autres problèmes environnementaux.

## ■ Le jour du dépassement

---

Le jour du dépassement correspond à la date à laquelle l'humanité a consommé l'ensemble des ressources que la Terre peut reconstituer en une année (biocapacité). Après cette date, l'humanité entame le capital naturel nécessaire au maintien de la vie sur Terre et vit en quelque sorte « à crédit ».

En 2023, au niveau mondial, cette date

était fixée au 2 août par le Global Footprint Network. C'est-à-dire que pour régénérer ce que l'humanité consomme aujourd'hui, il nous faudrait l'équivalent de "1,7 Terre" en termes de surface. Pour la France c'est encore plus tôt : le 5 mai. Si toute l'humanité consommait comme les Français, nous aurions besoin de 2,9 planètes.

## ■ Accord de Paris

---

L'Accord de Paris est un traité international, juridiquement contraignant, sur les changements climatiques adopté en 2015 lors de la Conférence des Nations Unies (COP21) à Paris.

Il vise à lutter contre le réchauffement climatique en limitant l'augmentation de la température mondiale à moins de 2 degrés Celsius par rapport aux niveaux préindustriels, avec un objectif idéal de 1,5 degré.

Les pays participants se sont engagés à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et à renforcer leurs efforts pour atténuer les effets du changement climatique. Pour limiter le réchauffement climatique à 1,5°C, les émissions de gaz à effet de serre doivent culminer avant 2025 au plus tard et diminuer de 43% d'ici 2030.

## ■ GES

---

Les gaz à effet de serre (GES) sont des composés chimiques présents dans l'atmosphère terrestre qui jouent un rôle crucial dans le phénomène de l'effet de serre. L'effet de serre est un processus naturel qui maintient la planète à une température adéquate à la vie. Il fonctionne de la manière suivante :

- l'énergie solaire provenant du soleil atteint la Terre sous forme de rayonnement électromagnétique, principalement sous forme de lumière visible ;
- une partie de cette lumière est réfléchie par la surface de la Terre et par les nuages, tandis que le reste est absorbé par la surface terrestre, chauffant ainsi la planète ;

- la Terre émet ensuite de la chaleur sous forme de rayonnement infrarouge (chaleur thermique) ;
- certains gaz présents dans l'atmosphère, appelés gaz à effet de serre, sont capables de piéger une partie de ce rayonnement infrarouge. Ils agissent comme une couverture invisible qui retient la chaleur, empêchant ainsi une grande partie de celle-ci de s'échapper dans l'espace ;
- cet emprisonnement de chaleur supplémentaire conduit à un réchauffement de la planète, créant un climat plus chaud qu'il ne le serait en l'absence de gaz à effet de serre ;

Les gaz à effet de serre les plus importants dans l'atmosphère terrestre sont la vapeur d'eau, le dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>), le méthane (CH<sub>4</sub>), l'oxyde nitreux (N<sub>2</sub>O) et l'ozone (O<sub>3</sub>). Ils jouent un rôle essentiel dans la régulation de la température de la Terre. Cependant, les activités humaines, telles que la combustion de combustibles fossiles, la déforestation et l'agriculture intensive, ont

augmenté la concentration de certains de ces gaz, en particulier le CO<sub>2</sub>, dans l'atmosphère. Cela a accru l'effet de serre, entraînant un réchauffement planétaire, un phénomène connu sous le nom de changement climatique ou réchauffement climatique, avec des conséquences potentiellement graves pour l'environnement, les écosystèmes et les sociétés humaines.

## ■ Planification écologique

---

La planification écologique doit être vue comme une stratégie, ou un outil de répartition des ressources et d'organisation des acteurs publics et privés afin d'atteindre des objectifs à moyen et long terme. Succinctement, la planification s'organise selon quatre axes majeurs :

1. La mise en place d'objectifs économiques, sociaux et environnementaux ;

2. Des grands travaux financés par l'État et des leviers d'aide à la transition pour le secteur privé ;

3. La facilitation d'un dialogue horizontal entre les différents acteurs (citoyens, collectivités, institutions, entreprises) ;

4. Le suivi et l'instauration de contraintes pour le respect des engagements pris.

[+ d'infos](#)

## ■ ODD

---

Les Objectifs de développement durable (ODD), au nombre de 17, sont la réponse des Nations Unies aux défis mondiaux, notamment ceux liés à la pauvreté, aux inégalités, au climat, à la dégradation de l'environnement, à la prospérité, à la paix et à la justice. Ces objectifs attestent que mettre fin à la pauvreté va de pair avec la mise en place de stratégies qui développent

la croissance économique et répondent à une série de besoins sociaux, notamment l'éducation, la santé, la protection sociale et les possibilités d'emploi, tout en luttant contre le changement climatique et la protection de l'environnement.

[+ d'infos](#)

## ■ La Fresque du Climat

---

Créée en 2018 par le français Cédric Ringenbach, La Fresque du Climat est un atelier scientifique, collaboratif, et créatif conçu pour sensibiliser de façon ludique au changement climatique. Avec rigueur et pédagogie, il permet en peu de temps de découvrir le fonctionnement du climat ainsi que les causes et conséquences de son

dérèglement. L'association du même nom repose sur un fonctionnement décentralisé et participatif, et a pour mission d'accélérer la diffusion de l'outil, de former et de faire monter en compétences des animateurs.

[+ d'infos](#)

## LES ACTEURS À CONNAÎTRE

---

### ■ Haut conseil pour le climat

---

Le Haut conseil pour le climat (HCC) est un organisme indépendant chargé d'évaluer l'action publique en matière de climat, et sa cohérence avec les engagements européens et internationaux de la France, en particulier l'Accord de Paris, l'atteinte de la neutralité carbone en 2050, et le respect des budgets carbone de la France. Présidé par Corinne Le Quéré, Le Haut conseil pour le climat est inscrit dans la loi relative à l'énergie et au climat de 2019 et a deux missions principales :

- La rédaction d'un rapport annuel sur le respect de la trajectoire de baisse des émissions de gaz à effet de serre.
- La formulation d'un avis, tous les 5 ans sur les projets de stratégie bas carbone et de budgets carbone, et la trajectoire de baisse des émissions de gaz à effet de serre sur laquelle s'engage la France.

[+ d'infos](#)

### ■ Shift Project

---

The Shift Project est un think tank qui œuvre en faveur d'une économie libérée de la contrainte carbone. Association loi 1901 d'intérêt général guidée par l'exigence de la rigueur scientifique, sa mission est d'éclairer et influencer le débat

sur la transition énergétique, en France et en Europe.

[+ d'infos](#)

### ■ ADEME

---

L'ADEME (=Agence De l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) surnommée "l'Agence de la Transition Écologique" est un établissement public à caractère industriel et commercial (ou EPIC) créé en 1991 et placé sous la tutelle des ministères de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation et de la Transition écologique et solidaire. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les

domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. Proposant son expertise aux entreprises, collectivités locales et pouvoirs publics, mais également au grand public, son objectif est de permettre à ces différents interlocuteurs de progresser dans leur démarche environnementale.

[+ d'infos](#)

### ■ GIEC

---

Le Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat (GIEC) a été créé en 1988 en vue de fournir des évaluations détaillées de l'état des connaissances scientifiques, techniques et socio-économiques sur les changements climatiques, leurs causes, leurs

répercussions potentielles et les stratégies de parade. Composé de trois groupes de travail et d'une équipe spéciale, le GIEC en est à son sixième cycle d'évaluation.

[+ d'infos](#)

### ■ RTE International

---

Filiale de RTE, le plus grand gestionnaire de réseau de transport d'électricité en Europe, RTE international est une société de conseil et d'ingénierie couvrant l'ensemble des métiers du transport d'électricité. Sa mission est

d'aider à développer des systèmes électriques fiables, compétitifs et qui relèvent les défis de la transition énergétique.

[+ d'infos](#)

## ■ Négawatt

---

Le négawatt est une unité théorique de puissance (exprimée en watts) mesurant une puissance économisée. Cette économie est le résultat de la sobriété énergétique (changement de comportement) ou d'une efficacité énergétique améliorée (changement de technologie).

Le concept de négawatt est, en France, promu par l'association Négawatt, créée en 2001, qui s'appuie sur le triptyque formé par la

sobriété énergétique, l'efficacité énergétique, et les énergies renouvelables.

Elle publie, tous les cinq ans, un « scénario négawatt » qui détaille une transition énergétique permettant de se passer de l'énergie nucléaire et presque totalement des énergies fossiles à l'horizon 2050.

[+ d'infos](#)

## ■ SGPE

---

Afin de garantir une plus grande efficacité, la coordination de la planification écologique est confiée au Secrétariat général de la planification écologique (SGPE), il a pour mission d'assurer la cohérence et le suivi des politiques à visée écologique, d'initier

et de cadrer la mobilisation des ministères et parties prenantes, de coordonner toutes les négociations et enfin de mesurer la performance des actions menées.

[+ d'infos](#)

## ■ CGDD

---

Mis en place en 2008, le commissariat général au développement durable (CGDD) - acteur interministériel et direction transversale du ministère en charge de l'environnement - éclaire et alimente, par la production de

données et d'analyses, l'action du ministère. Il propose une vision d'ensemble des enjeux environnementaux.

[+ d'infos](#)

## ■ CESE

---

Troisième assemblée constitutionnelle de la République, le Conseil économique, social et environnemental (CESE) est un rouage essentiel de notre démocratie. Il conseille le Gouvernement et le Parlement et participe à l'élaboration et à l'évaluation des politiques publiques dans ses

champs de compétences. Le CESE regroupe 175 membres, femmes et hommes de terrain, désignés par les corps intermédiaires. Thierry Beaudet en est le Président.

[+ d'infos](#)

## 2 • LA TRANSITION DES ENTREPRISES

Comprendre comment les entreprises adressent cette transition : responsabilité & leviers d'actions dans les organisations.

### LES CONCEPTS À CONNAÎTRE

#### ■ Démarche RSE

Mettre en place une démarche RSE consiste à établir un plan d'action, en vue de répondre aux enjeux du développement durable. Il s'agit de définir les leviers par l'intermédiaire desquels l'entreprise agira en faveur des trois

pilliers de la RSE : Économique, Social, et Environnemental.

[+ d'infos](#)

#### ■ ACV

L'Analyse de cycle de vie (ACV) est une méthode d'évaluation visant à quantifier les impacts environnementaux d'un produit ou d'un service, dans un objectif d'éco-conception ou pour choisir parmi plusieurs produits ou services le plus performant. Tous les impacts potentiels sur l'environnement

et les consommations de ressources sont étudiés, depuis l'extraction des matières premières jusqu'au traitement des déchets.

[+ d'infos](#)

#### ■ Mesure d'impact

La mesure d'impact revient à quantifier les effets générés, positifs ou négatifs, pour une structure dans sa globalité ou pour un programme en particulier. Il peut s'agir des effets intentionnels ou non, directs ou indirects, des parties prenantes internes, externes et sur l'ensemble de la société. Cette

mesure permet de vérifier que l'action menée produit les effets souhaités et envisagés. Elle peut ainsi constituer un indicateur essentiel pour notamment adapter son business et améliorer son action.

[+ d'infos](#)

#### ■ Mesure du risque

La mesure du risque est la combinaison entre la probabilité de survenance d'un événement et son impact. La formule de calcul est simple ( $R=P \times I$ ). Par contre, il est plus difficile d'en déterminer les composantes que sont la probabilité et l'impact. Les risques environnementaux peuvent être définis

comme des situations ou des éléments qui, au niveau de la planète ou du système écologique en général, sont susceptibles de causer des dommages aux hommes et à leurs biens.

[+ d'infos](#)



## ■ Analyse de matérialité

---

De l'anglais materiality, terme issu du registre de l'audit financier, la matérialité se caractérise à l'origine par le choix d'indicateurs comptables permettant de mesurer le niveau de performance et de fiabilité d'une entreprise. Transposée dans l'univers de la RSE et de la GRI (Global Reporting Initiative), l'analyse de matérialité vise à établir une hiérarchie

pertinente des enjeux d'une stratégie de développement durable, en regard des priorités d'une entreprise ou autre type d'organisation ainsi que des attentes des diverses parties prenantes.

[+ d'infos](#)

## ■ Décarbonation

---

Derrière le mot décarbonation, on retrouve l'ensemble des mesures permettant à un secteur d'économie, une entité (Etat, entreprise...) de réduire son empreinte carbone, c'est-à-dire ses émissions de gaz à effet de

serre, dioxyde de carbone (CO2) et méthane (CH4) principalement, afin de limiter son impact sur le climat.

[+ d'infos](#)

## ■ Bilan carbone

---

Le Bilan Carbone® est un outil développé par l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie) dont la gestion est assurée depuis 2011 par l'ABC (Association Bilan Carbone). Il permet de comptabiliser les émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre, selon une méthode dont les règles sont publiques et officiellement reconnues. La loi Grenelle II de juillet 2010 impose un bilan dit Bilan GES Réglementaire à un certain nombre de structures et entités, qu'elles soient publiques ou privées. Ce sont :

- Les entreprises de droit privé dont les effectifs dépassent 500 personnes (250 en outre-mer)
- Les établissements de droit public dont les effectifs dépassent 250 personnes
- Les collectivités (communautés urbaines, départements, régions...) dépassant 50 000 habitants
- L'État.

[+ d'infos](#)

## ■ Scopes 1, 2 & 3

---

Le Bilan Carbone est composé de 3 scopes :

- Le scope 1 regroupe les émissions de gaz à effet de serre directement liées à la fabrication du produit (émissions directes).
- Le scope 2 regroupe les émissions de gaz à effet de serre liées aux consommations d'énergie nécessaires à la fabrication du produit (émissions indirectes liées aux consommations énergétiques).

- le scope 3 regroupe quant à lui toutes les autres émissions de gaz à effet de serre qui ne sont pas liées directement à la fabrication du produit, mais à d'autres étapes du cycle de vie du produit (autres émissions indirectes).

[+ d'infos](#)

## ■ Crédit carbone

---

Les porteurs de projets de réduction ou de séquestration d'émissions de GES, lorsque ces projets respectent des critères précis, peuvent se voir délivrer ce que l'on appelle des "crédits carbone".

Un crédit carbone est une unité équivalente à une tonne de CO<sub>2</sub> évitée ou séquestrée. Par exemple, un projet de plantation d'arbres qui

permettrait de séquestrer 10 000 tonnes de CO<sub>2</sub> pourrait donner lieu à l'attribution de 10 000 crédits carbone s'il respecte les 5 critères nécessaires : Additionnalité, Mesurabilité, Vérifiabilité, Permanence, Unicité.

[+ d'infos](#)

## ■ Empreinte carbone

---

L'empreinte carbone est un indicateur qui vise à mesurer l'impact d'une activité sur l'environnement, et plus particulièrement les émissions de gaz à effet de serre liées à cette activité. Elle peut s'appliquer à une personne

(selon son mode de vie), à des ménages, à une entreprise (selon ses activités), un territoire, ou encore à des produits.

[+ d'infos](#)

## ■ Neutralité carbone

---

On parle de neutralité carbone lorsque les émissions de GES émises sont égales à l'absorption des émissions de gaz à effet de

serre par des puits de carbone.

[+ d'infos](#)

## ■ Compensation Carbone

---

La compensation carbone, c'est le financement de manière volontaire d'un ou plusieurs projets écologiques dont l'activité permet d'éviter tout ou partie de ses émissions de

gaz à effet de serre (GES), le plus souvent avec l'achat de crédits carbone.

[+ d'infos](#)

## ■ Équivalent tonne de CO<sup>2</sup>

---

Le terme "CO<sub>2</sub> équivalent" (parfois abrégé en  $\text{eq.CO}_2$ ) est une unité de mesure créée par le GIEC (Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Évolution du Climat). Cet indicateur sert à quantifier l'impact des différents gaz à effet de serre (méthane, protoxyde d'azote...) sur l'environnement, en prenant comme

référence le dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>), qui est le principal gaz à effet de serre. Cet indice se révèle désormais incontournable, à l'heure de la lutte contre le réchauffement climatique.

[+ d'infos](#)

## ■ SBTi

---

Fondée en 2015, l'initiative Science Based Targets (SBTi) a créé un ensemble d'objectifs à atteindre fondés sur la science, afin d'encourager les entreprises à lutter contre le réchauffement climatique. En 2021, le SBTi a également publié le Norme Net-Zero pour les entreprises, cadre visant à maintenir

les entreprises dans la limite des 1,5 degrés d'augmentation de la température fixée par le GIEC.

[+ d'infos](#)

## ■ Net Zero initiative

---

Le projet Net Zero Initiative, initié en juin 2018 et porté par Carbone 4 en collaboration avec une dizaine d'entreprises pionnières, appuyé par un conseil scientifique de haut niveau, publiait en avril 2020 son référentiel de contribution des organisations à la neutralité carbone. Ce document propose un langage commun à tous les acteurs souhaitant

piloter leur action climatique de manière sincère, ambitieuse et transparente en vue de l'atteinte du zéro émissions nettes mondial, et en cohérence avec les instruments et méthodologies existants.

[+ d'infos](#)

## ■ Stratégie climat

---

Une stratégie climatique peut être élaborée par différents acteurs (états, organisations, entreprises, territoires etc.) dans un but commun, rendre les activités humaines compatibles avec un monde bas carbone. Une stratégie climatique doit être construite de manière transverse, c'est-à-dire qu'elle doit intégrer à la fois les impacts opérationnels afin de les éviter, de les réduire et de les compenser

mais elle doit également interroger le modèle d'affaires. Il ne s'agit pas toujours d'atténuer les impacts que de les changer radicalement. D'autre part, la stratégie climatique ne peut se faire sans interroger les enjeux du développement durable au sens large et notamment la biodiversité.

[+ d'infos](#)

## ■ Empreinte environnementale

---

L'empreinte environnementale est l'évaluation des impacts environnementaux potentiels d'un produit, d'une organisation ou d'un territoire défini, sur un périmètre spatial et temporel donné. C'est une méthodologie basée sur une approche cycle de vie, c'est-à-dire qu'elle prend en compte le cycle de vie du système étudié.

L'empreinte environnementale ne tient pas compte d'un seul critère d'impact environnemental tel que le changement climatique ou la consommation d'énergie, mais couvre plusieurs impacts environnementaux.

[+ d'infos](#)

## ■ Loi climat et résilience

---

La loi du 22 août 2021 portant lutte contre le dérèglement climatique et le renforcement de la résilience face à ses effets, dite « Loi Climat et Résilience », vise à accélérer la

transition écologique de la société et de l'économie françaises.

[+ d'infos](#)

## ■ CSRD

---

La CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) vise à encadrer le reporting extra-financier au niveau européen, c'est-à-dire la manière dont les entreprises rapportent leur prise en compte des enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance. Elle succède à la NFRD (Non-Financial Reporting Directive), qui s'appliquait pour les grandes entreprises

de l'Union européenne (UE) depuis 2014. La validation du Parlement européen et du Conseil de l'UE est attendue dans les prochains mois, comme la transposition en droit français.

[+ d'infos](#)

## ■ Économie circulaire

---

L'économie circulaire consiste à produire des biens et des services de manière durable en limitant la consommation et le gaspillage des ressources et la production des déchets. Il s'agit de passer d'une société du tout jetable à un modèle économique plus circulaire. C'est un modèle de production et de consommation qui consiste à partager, réutiliser, réparer,

renover et recycler les produits et les matériaux existants le plus longtemps possible afin qu'ils conservent leur valeur. De cette façon, le cycle de vie des produits est étendu afin de réduire l'utilisation de matières premières et la production de déchets.

[+ d'infos](#)

## ■ Régénération

---

La régénération des écosystèmes consiste à favoriser la restauration des écosystèmes qui ont été dégradés ou détruits, ainsi que la conservation des écosystèmes encore intacts. Des écosystèmes plus sains, avec une diversité biologique plus riche, offrent de plus grands avantages, tels que des sols plus fertiles, de meilleurs rendements de bois et de poissons et de plus grandes réserves de

gaz à effet de serre.

C'est également toute opération de recyclage d'un déchet issu d'une substance, matière ou produit afin de présenter des performances équivalentes à celles de la substance, matière ou produit d'origine, compte tenu de l'usage prévu.

[+ d'infos](#)

## ■ ESG

---

Cesigle désigne les critères environnementaux, sociaux et de bonne gouvernance qui sont utilisés pour analyser et évaluer la prise en compte du développement durable et des enjeux de long terme dans la stratégie des entreprises.

Le **critère environnemental** prend en compte : les émissions de CO2 et de gaz à effet de serre, le recyclage des déchets, la consommation d'électricité ou encore la prévention des risques environnementaux.

Le **critère social** tient compte de la qualité du dialogue social au sein des entreprises, l'emploi des personnes handicapées ou encore la formation des salariés.

Le **critère de gouvernance** s'assure de la transparence de la rémunération des dirigeants d'entreprise, de la lutte contre la corruption ou encore de la féminisation des conseils d'administration.

[+ d'infos](#)

## ■ Normes ISO

---

Une norme peut se définir comme la méthode idéale internationale pour le management d'un processus, la fabrication d'un produit, la prestation d'un service ou la fourniture de matériel. Elle a pour finalité de guider un système de management précis et factuel en s'appuyant sur des thèmes concrets et mesurables.

L'ISO représente le sigle « Organisation in-

ternationale de normalisation », c'est une organisation qui met au point avec des experts des normes internationales « intelligentes » et pertinentes pour le marché, en soutenant l'innovation et en apportant des réponses aux différents enjeux mondiaux.

[+ d'infos](#)

## ■ Achats responsables

---

Un achat responsable se dit d'un achat de biens ou de services auprès d'un fournisseur ou d'un prestataire sélectionné pour minimiser les impacts environnementaux et

sociétaux, et favoriser les bonnes pratiques en termes d'éthique et de droits humains.

[+ d'infos](#)

## LES ACTEURS À CONNAÎTRE

---

### ■ AFNOR

---

L'Association française de normalisation (abrégée AFNOR) est l'organisation française qui représente la France auprès de l'Organisation internationale de normalisation (ISO). La branche normalisation de l'AFNOR se charge :

- d'animer et coordonner l'élaboration des normes ;
- de représenter et défendre les intérêts dans toutes les instances de normalisation ;
- d'homologuer les normes ;
- de promouvoir et faciliter l'utilisation des normes ;
- de développer la certification des produits et services avec la marque NF10.

### ■ B Corp

---

La communauté B Corp a été fondée en 2006, aux États-Unis, avec l'intention de « faire évoluer le capitalisme » et repenser la notion de succès dans les affaires. L'initiative part du constat que les défis actuels ne peuvent pas être résolus uniquement par les gouvernements et les organisations non-lucratives. Le monde des affaires a également un rôle déterminant à jouer. Il s'agit de mettre les performances des entreprises au service de l'intérêt général. Les objectifs affichés de

la communauté B Corp sont de réduire les inégalités, réduire la pauvreté, assurer un environnement plus sain, rendre les communautés plus résilientes et créer des emplois de meilleure qualité. Le slogan B Corp est : « Ne pas chercher à être la meilleure entreprise du monde, mais à être la meilleure pour le monde ».

[+ d'infos](#)

### ■ Ecovadis

---

Ecovadis est un service qui fournit des évaluations de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) à travers une plateforme SaaS. Elle peut évaluer les entreprises qui en font la demande ou bien évaluer les partenaires commerciaux d'une entreprise à sa demande. La certification est délivrée sous la forme

d'un score qui détermine le niveau d'intégration des principes de la RSE. La plateforme aide également à la gestion et à la communication de ses performances.

[+ d'infos](#)

### ■ C3D

---

Créé en 2007, le C3D est une association de type loi 1901 réunissant plus de 300 directeurs du développement durable et de la RSE d'entreprises et d'organisations diversifiées et de toutes tailles. L'ambition

du C3D est d'être l'association de référence des acteurs qui œuvrent pour des entreprises plus responsables.

[+ d'infos](#)

### 3 • LA TRANSITION DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION

Comprendre la responsabilité du secteur de la communication et la régulation du milieu professionnel (annonceurs, agences, ad tech, régies, médias).

## LES CONCEPTS À CONNAÎTRE

### ■ Eco-diffusion

Par exemple, dans le domaine des médias, l'éco-diffusion peut faire référence à la diffusion de programmes, d'émissions ou de contenus médiatiques axés sur des sujets environnementaux, des initiatives durables, des pratiques écoresponsables ou des innovations écologiques. Dans d'autres contextes, l'éco-diffusion peut désigner la propagation et la sensibilisation du public à des pratiques ou des technologies respectueuses de l'environnement, visant

à encourager des comportements plus durables et respectueux de la planète.

En somme, l'éco-diffusion implique généralement la dissémination consciente et ciblée d'informations ou de messages visant à promouvoir la conscience environnementale et à encourager des actions en faveur de la durabilité.

[+ d'infos](#)

### ■ Éco-conception

L'éco-conception consiste à intégrer la protection de l'environnement dès la conception des biens ou services. Elle a pour objectif de réduire les impacts environnementaux des produits tout au long de leur cycle de vie : extraction des matières premières, production, distribution, utilisation et fin de vie. Elle se caractérise par une vision globale de ces impacts environnementaux :

c'est une approche multi-étapes (prenant en compte les diverses étapes du cycle de vie) et multi-critères (prenant en compte les consommations de matière et d'énergie, les rejets dans les milieux naturels, les effets sur le climat et la biodiversité).

[+ d'infos](#)

### ■ Responsabilité des messages

La communication responsable correspond non seulement à la communication qui porte sur des questions de responsabilité d'entreprise, mais intègre aussi la responsabilité des actions de communication. C'est une communication plus sensible aux enjeux écologiques, davantage à l'écoute du Vivant, une communication qui s'interroge autant sur le fond que sur la forme des messages,

une communication qui intègre également la notion d'urgence. La communication responsable n'est pas un objet ni une fin en soi, c'est un processus systémique. Elle ne sera véritablement efficace que si elle s'intègre en amont et pose dès le début la question de la pertinence de l'action.

[+ d'infos](#)

## ■ Éco-blanchiment

---

Quand une allégation environnementale ne répond pas aux critères repris ci-dessus, on parle de « greenwashing » ou « d'écoblanchiment ». Cette notion désigne

une communication qui utilise de façon abusive l'argument écologique.

+ d'infos

## ■ Nouveaux imaginaires

---

*“ Le sujet, l'énorme sujet, l'éléphant dans la pièce, c'est l'imaginaire collectif que nous construisons ou, tout au moins, auquel nous contribuons au quotidien. Quel modèle de société désirons-nous promouvoir ? ”* G. Bonnel  
Les imaginaires représentent l'ensemble des

codes sociaux, des normes sociales, des représentations du monde véhiculées par différents canaux (art, culture, éducation, Histoire, publicité, médias...).

+ d'infos

## ■ Fresque de la pub

---

La Fresque de la Publicité a été créée par l'équipe de Youmatter, en partenariat avec TF1 Pub et Mathieu Jahnich

Elle s'assure de couvrir l'ensemble des impacts liés à l'ensemble des supports liés au secteur de la publicité (TV, radio, web, influenceurs, presse, événementiel, PLV...) via 41 cartes issues d'une dizaine de sessions

tests intégrant les regards d'une trentaine de parties prenantes externes (ADEME, agences, annonceurs, régies publicitaires, expert-es de la communication responsable, association de consommateur-rices et ONG...).

+ d'infos

## ■ Les 7 engagements de la filière communication

---

Face aux enjeux de la transition écologique, la Filière Communication souhaite poursuivre et accentuer l'engagement de l'ensemble de ses acteurs impliqués dans une stratégie des pas en avant, volontariste, et s'inscrire dans un chemin de transition écologique pour ses métiers. Elle a pris 7 engagements :

- Intégration des objectifs de l'accord de Paris sur la réduction des émissions de gaz à effet de serre dans toutes les branches de la Communication ;
- Adhésion des acteurs économiques à la transition écologique avec partage d'outils pour réduire l'empreinte carbone, soutenus par l'Union des marques ;
- Évaluation et amélioration de l'impact carbone des productions publicitaires, avec exploration des options de relocalisation en France et en Europe ;

- Encouragement et adoption de normes de mesure pour réduire l'empreinte carbone des campagnes de communication ;
- Renforcement de l'engagement pro bono envers les associations impliquées dans la transition climatique et l'inclusion sociale ;
- Formation des professionnels de la Communication aux enjeux de la transition écologique, partage de bilans avec les marques et soutien à la formation des étudiants ;
- Soutien et renforcement des mécanismes de régulation professionnelle de la publicité, en collaboration avec l'ARPP et l'Union des marques.

+ d'infos

## ■ Contrat Climat

---

Un des objectifs de la loi « Climat et Résilience » est d'encadrer les communications commerciales des produits ayant un impact excessif sur le climat, tout en permettant une meilleure information des consommateurs et en incitant l'ensemble des acteurs (annonceurs, agences de communication, régies, médias, ...) à faire évoluer leurs

pratiques. Le code de bonne conduite appelé « contrat climat » vient formaliser les engagements volontaires des entreprises en matière de des pratiques plus responsables en matière de communications commerciales.

[+ d'infos](#)

## ■ Le référentiel SRI x Alliance Digitale

---

Le Référentiel de mesure carbone de la diffusion des campagnes digitales est un projet ambitieux puisqu'il a pour objectif d'offrir un cadre méthodologique commun à tous les acteurs de la publicité digitale impliqués dans la chaîne de valeur, quelles que soient leur taille et leur activité. Co Construit par les membres du SRI et d'Alliance Digitale

en étroite collaboration avec les acteurs de la mesure carbone, ce référentiel devient le standard pour notre marché et vient enrichir le méta référentiel renommé "One Frame" porté par l'Union des Marques.

[+ d'infos](#)

## ■ One Frame, méta-référentiel carbone de l'Union des marques

---

Aujourd'hui, il est difficile pour une marque d'avoir une vision claire et précise de l'empreinte de ses campagnes. Or, on ne peut pas réduire ce que l'on ne sait pas mesurer. L'objectif du Méta Référentiel développé en Open Source par l'Union des Marques, avec le soutien de Orange et de Sidièse, baptisé "One

Frame", est de proposer un guide pratique de référence pour que les marques puissent se lancer dans la mesure de l'empreinte carbone de leurs campagnes de communication plurimedia.

[+ d'infos](#)



## LES ACTEURS À CONNAÎTRE

---

### ■ ARPP (JDP, CEP et CPP)

---

L'ARPP est l'organisme de régulation professionnelle de la publicité.

Il allie création des règles d'éthique, leur application et le contrôle de l'application. 3 principales instances y sont associées :

- Le Conseil de l'Éthique Publicitaire (CEP) est une instance de réflexion.

- Le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP) est une instance de la concertation.
- Le Jury de Déontologie Publicitaire (JDP) est une instance de contrôle.

[+ d'infos](#)

### ■ ARCOM

---

L'Arcom est l'Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique, née de la fusion du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et de la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet (Hadopi). Parmi ses missions : la lutte contre le piratage et les sites miroirs illicites ou la mise en place de mesures de protection des mineurs par le classement du contenu des œuvres et leur signalisation obligatoire par les diffuseurs. Avec le concours

de l'ADEME, l'Arcom est aussi l'autorité en charge du suivi des contrats climat. Elle réalise notamment un bilan d'efficacité des contrats climat signés par les parties prenantes du secteur des communications commerciales sur les services de médias audiovisuels et sur les services édités par les opérateurs de plateforme en ligne.

[+ d'infos](#)

### ■ AACC

---

L'Association des Agences-Conseils en Communication regroupe plus de 150 agences. Fédération de métiers, l'AACC est organisée en 6 Délégations qui couvrent l'ensemble des disciplines de la profession : Corporate, Customer Marketing, Digital, Production, Publicité, Santé. L'AACC accompagne les agences-conseils en communication dans leurs transformations et, notamment, pour leur permettre d'apporter une réponse lisible et cohérente aux donneurs d'ordre du marché sur leurs

démarches RSE, l'AACC a co-conçu en 2018 avec AFNOR Certification, le référentiel RSE Agences Actives, spécifiquement adapté aux enjeux et métiers des agences-conseils en communication. Enfin, l'AACC a mis à disposition de ses agences, en libre accès, un Référentiel de calcul carbone composé d'un calculateur carbone et d'un guide méthodologique élaborés par EY.

[+ d'infos](#)

### ■ UDECAM

---

L'Union des Entreprises de Conseil et Achat Media réunit des Agences médias, architectes des stratégies de moyens au service des objectifs branding et business des marques. Depuis 1996, cette association est une instance de dialogue et de concertation avec les différents partenaires des médias et de la communication mais aussi entre les collaborateurs des Agences. Elle valorise

l'expertise média et hors-média, défend les intérêts collectifs de ses adhérents et les représente auprès de tous les acteurs du marché : pouvoirs publics, organismes professionnels et interprofessionnels, médias, annonceurs et relais d'opinion.

[+ d'infos](#)

## ■ Union des marques

---

L'Union des marques est l'organisation représentative des marques : entreprises, collectivités ou organismes qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leur notoriété, leur image, leurs produits ou leurs services.

Ses 3 principales missions :

- Promouvoir la liberté de communiquer au service de la croissance économique et de la pluralité des media ;

- Favoriser une communication responsable en élaborant et en mettant en œuvre des pratiques loyales et éthiques (FAIRe, OneFrame...);
- Développer l'efficacité en permettant à ses adhérents d'optimiser leurs investissements en communication.

[+ d'infos](#)

## ■ AdNetzero

---

Ad Net Zero est une initiative du secteur de la publicité pour réduire l'impact carbone du développement, de la production et de la diffusion de la publicité. Elle a été lancée en 2022 au Royaume-Uni par l'Advertising Association, l'IPA et l'ISBA et propose notamment une formation (Essential Certificate) pour aider les professionnels de

la publicité et de marketing à lutter contre le changement climatique mais aussi des groupes de travail et ateliers thématiques pour engager la décarbonation de la production publicitaire (via AdGreen), ou celle de la production d'événements.

[+ d'infos](#)

## ■ GARM

---

Le GARM est l'Alliance mondiale pour une publicité responsable. Cette initiative intersectorielle a été lancée par la Fédération mondiale des annonceurs pour répondre au défi du contenu nuisible sur les plateformes de médias numériques et sa monétisation via la publicité. En créant un forum de travail où toutes les parties du système de publicité en ligne peuvent se rencontrer, l'ambition

de GARM est de faire travailler ensemble l'écosystème des médias numériques sur les priorités communes qu'il s'agisse de la suppression des contenus préjudiciables des médias sociaux soutenus par les annonceurs ou des questions liés à la Sustainability.

[+ d'infos](#)

# SRI PROGRAMME SUSTAINABLE DIGITAL AD TRUST

Le Programme Sustainable Digital Ad Trust (SDAT) valorise les Transitions des régies du SRI en faveur d'une publicité digitale plus responsable. En lançant ce programme, le SRI a pour ambition de défendre une approche plurielle de la responsabilité qui articule qualité de l'offre et engagement corporate. Ainsi, les régies engagées dans le programme évaluent périodiquement leur degré d'avancement sur les quinze critères, classés selon trois thématiques - Maîtrise de l'environnement de diffusion, Optimisation de la chaîne de valeur technologique et Démarche RSE - de façon à objectiver une trajectoire de progrès tant individuelle que collective. Le programme est basé sur une grille d'évaluation précise définissant les conditions d'atteinte et de reporting de chacun de ces engagements. Ces 15 critères pourront être mis à jour pour tenir compte des évolutions du marché, accompagner les Transitions des régies et se donner collectivement de nouveaux objectifs.



## À PROPOS DU SRI



Le SRI - Syndicat des Régies Internet - est une organisation interprofessionnelle qui représente les intérêts des régies dans la chaîne de valeur de la publicité digitale en France. Nos adhérents travaillent dans un esprit de coopération et se répartissent en 2 collèges : le collège « Régies » qui rassemblent des régies digitales adossées à des publishers et le collège des « Partenaires Technologiques », qui réunissent des acteurs exerçant une activité technologique de monétisation publicitaire sur Internet. Pour peser au sein de la chaîne de valeur de la publicité digitale, le SRI agit sur trois fronts complémentaires : le décryptage du marché, l'amélioration des pratiques et la défense des intérêts de notre collectif.

[www.sri-france.org](http://www.sri-france.org)