

La Filière Communication s'engage pour le Climat

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 - agences de communication, agences médias, agences de design, agences de relations publiques, régies médias, régies internet, sociétés d'études et de recherches - comprenant 7 engagements :

- 1. Chaque métier de la Filière Communication intègre les objectifs de l'accord de Paris 2015** dans sa politique de réduction des émissions de gaz à effet de serre et en reconnaît le caractère essentiel.
- 2. L'ensemble des acteurs économiques de la Filière Communication reconnaît les objectifs liés à la transition écologique et les intègre au fonctionnement de leurs structures. Les outils de pilotage de l'empreinte carbone et de réduction d'impact des acteurs de la Filière** (Scopes 1 et 2) utilisés par les plus avancés d'entre eux sont partagés, adaptés, et mis en commun dans un ou des référentiel(s), pour aider toutes les structures, quelle que soit leur taille, dans leur trajectoire de réduction carbone. L'Union des Marques s'engage à encourager cette démarche de mise en conformité et labellisation et à en tenir compte dans la sélection de ses partenaires.
- 3. Les acteurs de la Filière Communication s'engagent avec l'Union des Marques à l'évaluation de l'impact carbone des productions publicitaires** (Scopes 1, 2 et 3) pour faire évoluer les pratiques, proposer des alternatives de production plus écologiques et examiner les possibilités de relocalisation en France et en Europe.
- 4. Les acteurs de la Filière Communication, et notamment l'AACC et l'UDECAM, contribuent avec l'Union des marques à élaborer une feuille de route commune d'évaluation de la diffusion des campagnes de communication** (Scopes 2 et 3), en collaboration avec les régies des médias, en faveur d'une mesure harmonisée et d'une trajectoire de réduction de leur impact carbone, sur un ou des référentiel(s) partagé(s) et des engagements concrets mesurables, avec les experts et parties prenantes qualifiés.
- 5. Les acteurs de la Filière Communication renforcent leur contribution pro bono en direction des associations les plus actives en matière de transition climatique et d'inclusion sociale.**
- 6. Les acteurs de la Filière Communication entreprennent une démarche de formation systématique aux enjeux et aux solutions de transition écologique**, en formant en interne leurs personnels, en faisant a posteriori des bilans sur les actions entreprises concernant les démarches de progrès engagées -bilans partagés avec les marques- et en contribuant à la formation des étudiants en marketing et communication.
- 7. La Filière Communication s'engage, aux côtés de l'ARPP et de l'Union des Marques, à poursuivre le renforcement des mécanismes de régulation professionnelle de la publicité** en élargissant les prérogatives de contrôle de l'ARPP et en proposant **une plus grande intégration des parties prenantes dans sa gouvernance.**

Tous ces points manifestent une forte volonté d'évolution, de dialogue et d'action avec les pouvoirs publics, les parties prenantes économiques et les acteurs de la société civile, pour résoudre les questions ayant trait à la mise en œuvre de ces engagements et leur donner réalité.

