

APACOM

ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS DE LA COMMUNICATION

Manifeste pour une communication à la hauteur de l'urgence écologique

A l'occasion de la Journée de la communication responsable qui s'est déroulée le 8 février 2024, l'APACOM a proposé aux communicants présents de symboliser leurs convictions et leur envie de contribuer à la construction d'une société plus juste dans un « Manifeste pour une communication à la hauteur de l'urgence écologique ». Il a pour objectif de matérialiser l'engagement de notre profession vers des pratiques plus responsables et d'activer notre rôle à jouer dans la création de nouveaux récits pour un monde plus soutenable.

Manifeste pour une communication à la hauteur de l'urgence écologique

Conscient·es que notre modèle de civilisation se trouve à un point de bascule, mettant en péril le Vivant ;

Conscient·es que le secteur de la communication est un enjeu majeur pour une société plus juste et durable ;

Conscient·es de nous situer sur un avant-poste stratégique pour dépasser le brouhaha et participer activement à une transformation culturelle nécessaire ;

Conscient·es d'avoir un rôle à jouer pour élaborer de nouveaux imaginaires, inciter à l'action et proposer un discours d'espérance ;

Nous, actrices et acteurs de la communication, avons collectivement un rôle à jouer pour imaginer et construire un nouveau modèle sociétal compatible avec les limites planétaires et le plancher social.

Nous voulons sortir de l'immédiateté pour repenser et donner tout son sens à nos métiers. Notre ambition est de récupérer le temps long, incarner des postures fortes, faire bouger les lignes pour participer à la nécessaire transition des organisations sur nos territoires.

Riches de ce que nous sommes, individus et collectifs, nous avons le choix des rôles que nous pouvons incarner pour contribuer à cette transformation.

Éclaireurs,

Nous pouvons créer les conditions d'une démarche transformative. Il nous appartient d'être à l'écoute, d'interroger sur l'utilité d'une communication, de questionner les projets, le rapport à l'entreprise. Nous pouvons susciter le débat entre croissance et environnement.

À nous de prendre le temps de faire de la pédagogie auprès de nos dirigeants, de nos clients. À nous de présenter et d'expliquer la démarche, pour mieux embarquer les équipes et promouvoir une nouvelle façon de penser.

Facilitateurs,

Nous voulons sensibiliser, rendre intelligible les enjeux complexes pour donner le pouvoir de choisir et d'agir. Nous voulons adopter une posture de dialogue et créer les conditions favorables à l'appropriation des enjeux.

Dans cette posture de facilitateur, nous acceptons de questionner nos biais afin de favoriser plus d'inclusivité.

En acceptant l'évolution du monde, nous utilisons notre créativité pour faire écho des enjeux sociétaux et refléter les nouvelles réalités.

Faiseurs,

Nos communications doivent être probantes et transparentes. Nous devons nous focaliser sur les besoins réels, éco-socio-concevoir nos outils de communication et prendre en compte le cycle de vie complet des supports.

Faire moins, mais mieux sans concession sur l'efficacité.

Nous sommes responsables de nos projets, de nos événements et de nos actions. Il nous appartient d'en limiter l'empreinte, de maximiser leurs impacts positifs en cohérence avec l'engagement de l'entreprise.

Nous ne pouvons pas faire seuls. Prenons le temps de rechercher le regard extérieur et de nous nourrir des initiatives des territoires. Une posture qui nous engage à partager nos actions et nos retours d'expériences.

Veilleurs,

Nous devons nous adosser à la science, redéfinir ce qui a de la valeur.

Nous devons nous tourner vers les experts pour comprendre les effets systémiques. Nous devons assurer une veille rigoureuse. Nous devons nous intéresser aux sciences comportementales pour aller plus loin. Nous devons former et nous former pour acquérir de nouvelles compétences, individuellement et collectivement.

En écoutant la recherche et l'expertise, nous aurons les clefs pour diffuser les consensus scientifiques, les discours justes et prouvés, et ainsi rétablir la confiance.

Inspérateurs,

Nous choisissons de redonner sa place aux émotions.

Nous devons collectivement embarquer les publics dans un contre-récit assez puissant pour sortir de celui de la surconsommation. Réinventons une nouvelle façon d'être au monde en mettant en avant de nouveaux héros et de nouveaux bonheurs.

Nous avons le pouvoir de casser les stéréotypes, déjouer les biais, générer des émotions positives, favoriser l'engagement individuel et les dynamiques collectives. Contons des récits mobilisateurs, moins anxiogènes. Mobilisons-nous pour que ces récits débouchent sur des actes.

Actrices et acteurs de la communication, ancrés dans notre territoire, guidés par l'esprit d'ouverture, nous nous mobilisons. Avec sincérité et transparence, nous avançons collectivement pour nourrir un modèle socio-économique plus juste et soutenable.

Manifeste rédigé à l'occasion de la journée de communication responsable organisée par l'APACOM, le 8 février 2024.

Rédaction : Cécile de GABORY – Direction éditoriale : Juliana CAPBLANCQ, Bénédicte DELU DE CAL.

Pour signer le Manifeste, rendez-vous sur cette page :

<https://www.apacom.fr/lapacom/manifeste/>