

**CHARTRE
COMMUNICATION
RESPONSABLE**
mc2i

1. Introduction	p. 3
a. Rôle de mc2i	
b. Contexte et objectif de la charte	
c. Définitions de la communication responsable	
2. Les principaux fondamentaux	p. 4
3. Nos 6 engagements	p. 5
4. Annexe	p. 8

/ 1. Introduction

PRÉAMBULE

Nous vivons aujourd'hui une transformation qui dépasse les frontières du numérique et de la technologie. C'est une mutation profonde et sociétale qui questionne nos modèles traditionnels, redéfinit les organisations dans lesquelles nous évoluons et transforme nos modes de pensée et de création.

En tant que cabinet de conseil de référence, mc2i se doit d'anticiper ces évolutions et d'être un acteur exemplaire dans la conduite du changement.

Dans ce contexte, la communication joue un rôle stratégique : elle est un vecteur d'impact positif, une opportunité pour bâtir des relations de confiance et une ressource nous permettant d'incarner les valeurs que nous défendons.

La communication responsable ne se limite pas à diffuser des messages sur nos engagements RSE. Elle consiste à intégrer pleinement la responsabilité dans chaque action de communication, en prenant en compte à la fois le **fond** et la **forme**. Il s'agit d'une démarche qui se préoccupe des enjeux environnementaux et sociaux, tout en veillant à la pertinence et à l'impact de chaque message, dès sa conception.

Notre **Charte de la communication responsable** se donne pour objectif de formaliser nos engagements et guider nos pratiques pour faire de la communication un levier au service d'un impact positif sur le long terme. L'ensemble des pratiques de communication internes et externes du cabinet sont concernées et se doivent d'être alignées avec les valeurs et engagements RSE du cabinet.

Définition de la communication responsable

La communication responsable est une démarche stratégique qui intègre les enjeux environnementaux, sociaux et éthiques dans des pratiques cohérentes et transparentes. Elle soutient la transition écologique, redéfinit les modèles économiques vers la sobriété, et doit mobiliser l'ensemble des parties prenantes pour être créatrice de valeur sur le long terme.

2. Les principes fondamentaux de la communication responsable

1. Concevoir des messages responsables

Pour éviter le greenwashing, il est essentiel d'utiliser avec modération les codes visuels et lexicaux liés à la nature et de s'appuyer sur des données vérifiables et des référentiels fiables pour garantir des messages authentiques et crédibles.

2. Représenter la société de manière inclusive

Les contenus de communication doivent refléter une société diverse et en évolution, en promouvant des récits inclusifs et positifs qui valorisent la diversité, l'égalité et le respect. Cela passe par un choix réfléchi des mots, images et symboles pour offrir des représentations justes et actuelles.

3. Écoconcevoir un projet éditorial

L'écoconception éditoriale repose sur des choix optimisés de formats, graphismes et impressions pour minimiser l'impact environnemental. Cela inclut l'utilisation d'encre et typographies économes, la réduction des informations obsolètes, et la collaboration avec des imprimeurs labellisés.

4. Écoconcevoir une communication digitale

La communication digitale doit minimiser son impact environnemental et social en optimisant les supports, garantissant l'accessibilité, respectant le droit à l'image et en se conformant au RGPD pour protéger les données personnelles des utilisateurs.

/3. Nos 6 engagements

Dans une démarche d'évolution continue et de transparence sur ces enjeux de responsabilité, conscients des défis intrinsèques de notre secteur d'activité, nous avons élaboré une liste de 6 engagements qui guideront nos démarches.

Élaboration responsable des messages

mc2i s'assure de la clarté et de la loyauté des messages diffusés et est attentif à leur impact sur la société.

1. Sensibiliser et former aux principes de communication responsable

Nous avons d'ores et déjà formé 100% de notre équipe communication en CDI aux enjeux de la communication responsable. A l'avenir, nous nous engageons à mettre en place une réactualisation des connaissances acquises via la mise à jour annuelle de la présente charte et sa diffusion à l'ensemble de l'équipe communication et marketing.

Nous souhaitons mettre à disposition de l'ensemble de nos collaborateurs des guides de sensibilisation à l'accessibilité et aux bonnes pratiques via nos catalogues de formations.

En complément, des communications régulières seront diffusées sur le sujet ainsi qu'un guide regroupant les [bonnes pratiques de communication responsable](#) directement accessible par les collaborateurs depuis notre intranet.

2. Concevoir des messages responsables

Nous veillerons à concevoir des messages responsables en prenant en compte à la fois le fond et la forme.

Sur le fond, cela se traduit par des engagements concrets que nous souhaitons prolonger et renforcer sur le long terme tels que notre [Politique de Numérique Responsable](#) qui continuera de guider nos actions et sensibilisation notamment lors de journées dédiées que nous prévoyons annuellement.

Afin d'encourager les pratiques écoresponsables quotidiennement, en mission comme au siège du cabinet, nous mettons à disposition un [guide des écogestes](#) à tous les collaborateurs.

Il est crucial pour nous de prioriser au maximum l'établissement de preuves tangibles de nos actions, comprenant des données quantifiables et un plan d'amélioration au sein de nos communications.

Sur la forme, nous souhaitons veiller à avoir une utilisation mesurée des codes visuels et lexicaux associés à la nature. Les termes tels qu'"écologique", "durable" ou "naturel", ainsi que l'usage de la couleur verte devront être employés de manière pertinente et toujours justifier par des arguments clairs ou des preuves concrètes afin d'éviter tout risque de greenwashing.

De même, les visuels liés à la nature seront utilisés avec sobriété pour éviter la transmission de stéréotypes et préserver la crédibilité de nos messages.

Éco-conception des canaux et supports de communication

mc2i vise à limiter l'impact environnemental et social de ses canaux et supports de communication.

3. Choisir le format le plus adapté à nos communications.

La Direction de la Communication s'engage à adopter une approche éco-conçue dans l'élaboration de ses communications, en choisissant les formats et les canaux en fonction de la pertinence et de l'importance du message.

Par exemple, la production de vidéo n'est pas systématique, en particulier lorsqu'elle met en avant des messages nécessitant une mise à jour régulière. Chaque canal de communication est soigneusement évalué en termes d'utilité et d'impact pour privilégier celui qui est le plus adapté au message.

Nous nous assurons également que le contenu produit respecte les spécificités techniques et les dimensions propres à chaque canal, afin de garantir une diffusion efficace et moins énergivore.

Prise en compte de l'ensemble de ses publics

mc2i s'engage à faciliter l'accès de l'ensemble de ses publics à sa communication.

4. Impact social des communications

mc2i s'engage à adopter une approche inclusive dans la forme de ses communications. Cela inclut notamment le sous-titrage des principales campagnes de communication, ainsi que l'ajout de descriptions alternatives (alt) pour les images lorsque le support le permet, afin de promouvoir l'accessibilité universelle et garantir l'inclusion numérique de tous.

Notre site web, qui constitue notre principale vitrine, fera l'objet d'un plan d'action long terme intégrant plusieurs mesures correctives afin d'améliorer son écoconception et son accessibilité.

5. Échanges avec les parties prenantes

La Direction de la Communication s'engage à s'appuyer sur l'expertise de nos spécialistes en numérique responsable afin d'intégrer ces enjeux dans la majorité de nos contenus.

Parallèlement, nous continuons la mise en place de veille active auprès d'organismes externes spécialisés et le suivi de formations afin de faire évoluer nos compétences en la matière.

mc2i poursuivra sa participation à des groupes de travail et réseaux professionnels dédiés à l'inclusion numérique et au Green IT. Cela nous permet d'entrer dans une démarche de dialogue avec nos pairs, de partage de connaissance et d'apprentissage des meilleures pratiques. Cette stratégie favorise une amélioration continue et nous permet d'aligner nos actions sur les évolutions des standards en accessibilité et durabilité.

mc2i : un acteur engagé auprès de ses partenaires événementiels

6. Eco conception événementielle

La Direction de la Communication a mis en place une [charte de l'événementiel responsable](#), que nous faisons signer à nos prestataires pour les engager dans notre démarche de réduction de l'impact environnemental.

En plus de cette Charte, nos principaux prestataires sont invités à compléter un questionnaire spécifique, nous permettant d'évaluer l'impact carbone de nos événements, ainsi qu'un formulaire portant sur leur maturité sur les sujets environnementaux. Ces éléments sont envoyés annuellement, lors de la réalisation de notre bilan carbone société et nous permettent d'avoir une vision globale de notre impact et des mesures prioritaires à mettre en place dans notre objectif de réduction d'empreinte carbone.

mc2i est signataire de la charte des Relations Fournisseurs et Achats Responsables (RFAR) que nous communiquons auprès de nos prestataires afin qu'ils se saisissent des sujets et deviennent à leur tour signataires.

Annexes

Nos références

mc2i s'est appuyé sur les référentiels suivants pour concevoir sa politique de communication responsable :

- [Le guide et le site de la communication responsable de l'ADEME](#)
- La formation "Réussir sa communication responsable" de l'Agence LUCIE
- [Les ressources de l'AACC](#)
- L'ensemble des normes et réglementations régissant les enjeux liés aux domaines d'activité de mc2i

Engagement de l'Équipe Communication & Marketing

Tous les membres de l'équipe Communication & Marketing s'engagent à respecter les principes et bonnes pratiques définis dans cette charte. En la signant, chacun reconnaît son rôle dans le déploiement d'une démarche de communication responsable et efficace, tant en interne qu'en externe. La signature de cette charte est obligatoire et symbolise notre engagement collectif à véhiculer des messages clairs, authentiques et impactants.