

# les possibles

ENFIN UN CHRONIQUEUR  
QUI NE VOUS RACONTE PAS  
DE SALADES...

# du

# décodés

04



**PATRICK VIVERET**

PHILOSOPHE, CONSEILLER HONORAIRE  
À LA COUR DES COMPTES

**On l'oublie souvent:  
le quatrième pilier du  
développement durable,  
c'est la gouvernance  
démocratique. Pour ne pas  
ressembler à sa caricature  
du «greenwashing», le DD  
suppose une réorientation  
majeure d'un modèle  
économique qui soit à la fois  
écologiquement soutenable,  
socialement juste et  
politiquement démocratique.**

Concernant les piliers du DD, nous sommes en France loin du compte.

Si l'on prend le pilier environnemental, l'anniversaire du Grenelle de l'environnement permet de mesurer les reculs sur des points d'engagement majeurs tels que la taxe carbone.

Sur le plan social, la pression des marchés financiers pour organiser des programmes d'austérité draconiens afin de limiter une dette

témoigne de la différence entre une gouvernance démocratique et une gouvernance délégitime. Une démocratie même réduite à sa forme représentative n'est pas un régime délégitime autoritaire qui donnerait tout pouvoir à un homme seul pour faire ce que bon lui semble pendant 5 ans.

La France après avoir donné le sentiment à l'Europe, et en partie au monde, lors du discours de

## LE QUATRIÈME PILIER...

publique en grande partie provoquée par le sauvetage public du système bancaire risque de nous conduire comme le notent Joseph Stiglitz ou Paul Krugman, tous deux Prix Nobel d'économie, à des situations de récession dramatiques.

Quant au volet politique, la manière dont le gouvernement a traité l'un des plus grands mouvements sociaux de l'après guerre

Jacques Chirac à Johannesburg qu'elle pouvait être anticipatrice sur les enjeux du développement durable est à nouveau en train de prendre du retard. Son gouvernement du moins. Car fort heureusement des avancées importantes continuent de s'opérer au cœur de la société civile et du tissu économique central qui est celui des petites et moyennes entreprises.

**«DES PERSPECTIVES  
QUI SERAIENT  
APPARUES ENCORE  
UTOPIQUES IL Y A UNE  
DIZAINES D'ANNÉES  
SONT MAINTENANT  
AU CŒUR DU DÉBAT  
PUBLIC.»**

#### **Recréer les conditions de la confiance**

Des réseaux d'entrepreneurs tels le Parlement des entrepreneurs d'avenir, le Centre des jeunes dirigeants (CJD), le réseau Entreprendre sont en train de se rapprocher des acteurs de l'économie sociale et solidaire pour construire des alliances dynamiques autour d'autres systèmes d'évaluation de la richesse et d'autres modes de production, de consommation et de distribution. Des perspectives qui seraient apparues encore utopiques il y a une dizaine d'années sont maintenant au cœur du débat public telles celles qu'évoque le rapport de la commission britannique du développement durable présidée par Tim Jackson, rapport dont le titre significatif est celui d'une «prospérité sans croissance». Toutes ces initiatives s'inscrivent dans une alternative à la crise généralisée du crédit. Et l'alternative à la défiance, c'est de recréer des conditions de confiance.

- ◀ Confiance dans des mécanismes d'investissement au service d'un développement soutenable de long terme et non d'une croissance écologiquement insoutenable de court terme.
- ◀ Confiance dans des responsables publics qui doivent se souvenir qu'une fonction ministérielle est une fonction de

service et non de domination.

- ◀ Confiance enfin dans un avenir possible de l'humanité même au cœur des risques voire des tragédies dont témoigne le succès de ce film magnifique «Des hommes et des Dieux» dont nos gouvernants devraient méditer l'une des phrases clefs : «*Nous ne t'avons pas élu pour décider seul !*».

**«DES RÉSEAUX D'ENTREPRENEURS  
SE RAPPROCHENT DES ACTEURS  
DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET  
SOLIDAIRE POUR CONSTRUIRE  
DES ALLIANCES DYNAMIQUES.»**

Entrepreneurs d'avenir



## MA COMMUNICATION EST-ELLE RESPONSABLE ? : TEST EN 10' CHRONO

Le test «*Ma communication est-elle responsable ?*» a été créé à l'initiative des Entrepreneurs d'avenir, soutenu par Generali, un cercle d'un demi-millier d'entreprises, des PME principalement, férues de responsabilité sociale et environnementale.

Sa simplicité est étonnante. Les thèmes abordés, très variés, évoquent l'ISO 26000. Il s'agit de répondre à une vingtaine de questions par oui ou par non.

Quelques exemples de questions :

- La campagne de communication évite-t-elle de faire la promotion d'un gouvernement, d'un organisme ou d'une entreprise enfreignant les droits de l'homme ?
- L'émetteur des messages est-il clairement identifiable ?
- Dans le cas où un groupe humain sensible est présenté dans la communication, l'association représentant ce groupe humain a-t-elle été consultée ?

- La production de carbone de la communication fait-elle l'objet d'une compensation ?

À la fin du test, les points sont totalisés et donnent une note sur 20.

- De 0 à 6, une formation à la communication responsable doit être programmée d'urgence.
- À partir de 7 sur 20, une collaboration avec une agence spécialisée peut être envisagée.

EN SAVOIR +

[http://www.entrepreneursdavenir.com/pea/questionnaire\\_communication](http://www.entrepreneursdavenir.com/pea/questionnaire_communication)

**Avantages :** accessible librement, résultat immédiat, anonyme

**Inconvénient :** ne remplace pas un audit

## LES 4 PILIERS DES ÉCO-SOCIO-INNOVANTS

Fondé en 2008, le collectif des Publicitaires éco-socio-innovants regroupe désormais 650 professionnels de la communication inscrits autour d'un ning (plateforme collaborative sur internet). Leur objectif : mettre au point des méthodes alternatives de communication plus vertes et plus responsables socialement qui s'appuient sur 4 nouvelles règles pratiques :

- l'imaginaire vrai : séduire avec un imaginaire fondé sur des faits réels,
- l'impact positif sur la société : exprimer un message qui soit bénéfique pour l'environnement, la santé publique, le lien social...

- la cible multidimensionnelle : s'adresser aux personnes dans leurs multiples facettes et non seulement à des consommateurs,
- l'éco-conception des campagnes (proposer des plans médias conciliant efficacité et respect de l'environnement).

**Avantage :** en open source

**Inconvénient :** méthode nécessitant d'être guidé par des professionnels expérimentés



EN SAVOIR +

<http://publicitairesvsecoblanchiment.ning.com/profiles/blogs/les-4-piliers-et-3-principes>