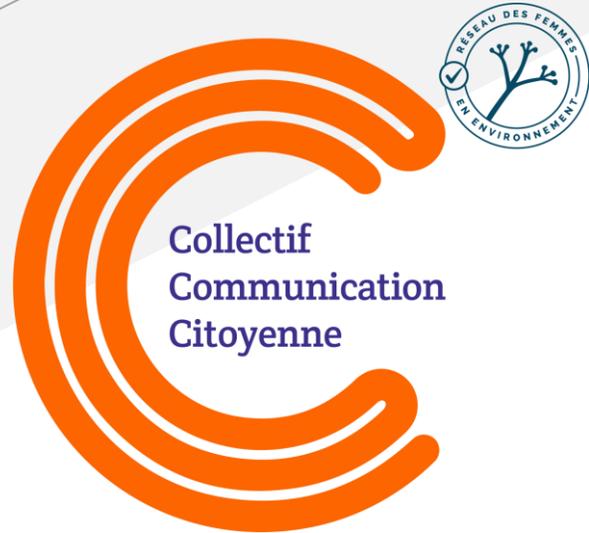


ATTENTION !

Cette présentation ne pourra être distribuée et pourra être utilisée qu'à l'interne des organisations ayant suivi la formation.

Formation sur la communication responsable

2022



Apprendre à communiquer son engagement écoresponsable

Par le Collectif Communication Citoyenne,
une initiative du Réseau des femmes en environnement

Québec 

Qui sommes-nous?



Caroline Larocque

- Chargée de projets - développement durable et communications - au Réseau des femmes en environnement.
- Porteuse du dossier de la communication responsable.



Collectif Communication Citoyenne (C3)

- Réseau d'experts multidisciplinaires sur la communication responsable.
- Mission: favoriser par différents moyens le dialogue, la mobilisation et l'innovation dans le domaine de la communication et du marketing responsable.

Comprendre le concept de la communication responsable



Définition

Écoblanchiment ?

« Opération de relations publiques
d'une entreprise pour masquer ses
activités et présenter un caractère éco

Office québécois de la langue



une

Enjeux à prendre en compte

Crise de confiance

**Méfiance relative aux engagements
environnementaux.**

79 %

des Québécois soupçonnent l'engagement
non sincère ou peu important des
entreprises

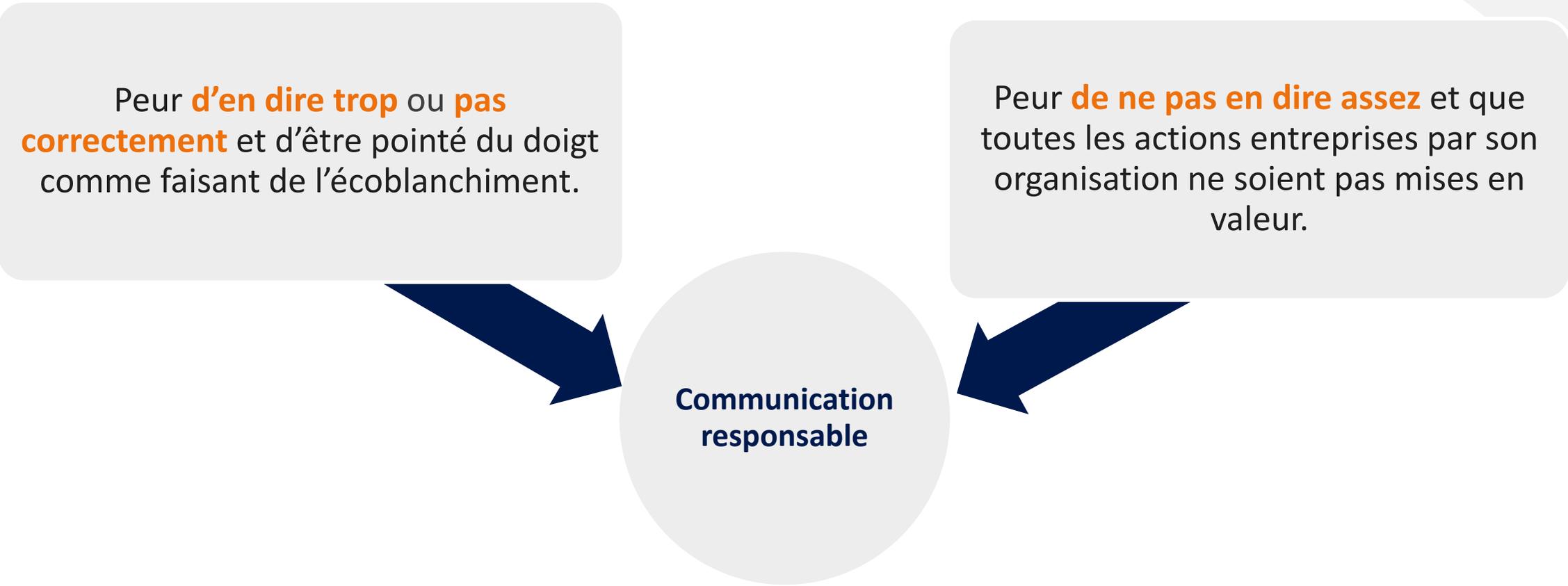
50%

des Canadiens pensent que les dirigeants
d'entreprise tentent **délibérément** de
tromper les gens en dissimulant de
l'information qu'ils savent erronée ou
largement exagérée.

Craintes des organisations

Peur **d'en dire trop** ou **pas correctement** et d'être pointé du doigt comme faisant de l'écoblanchiment.

Peur **de ne pas en dire assez** et que toutes les actions entreprises par son organisation ne soient pas mises en valeur.



Communication
responsable

Définitions

**Communication
traditionnelle**



**Bien communiquer
pour embellir la
réalité**

**Communication
responsable**



**Améliorer la réalité
pour bien
communiquer**

Définitions

Communication responsable

« Un changement de paradigme de la société de production et de consommation se traduisant par **un engagement de l'entreprise à communiquer elle-même, en concordance avec ses pratiques réelles à l'interne** à la fois sur son engagement, ses marques, les attributs responsables de ses produits et services, et les impacts de cette communication sur l'environnement et la société. »

Tableau de bord de la communication responsable, OCR, 2012

Définitions

**Communication
responsable**

VS

**Communication
sur le
développement
durable**

Pourquoi communiquer sur son engagement de façon responsable?

- Mettre en évidence les **enjeux prioritaires** de l'entreprise et démontrer sa performance en matière de développement durable.
- **Répondre aux attentes** des parties prenantes.
- Rendre les **messages plus pertinents**, plus efficaces, tout en **diminuant les risques d'écoblanchiment**.
- La communication sur le développement durable possède une **dimension pédagogique**.

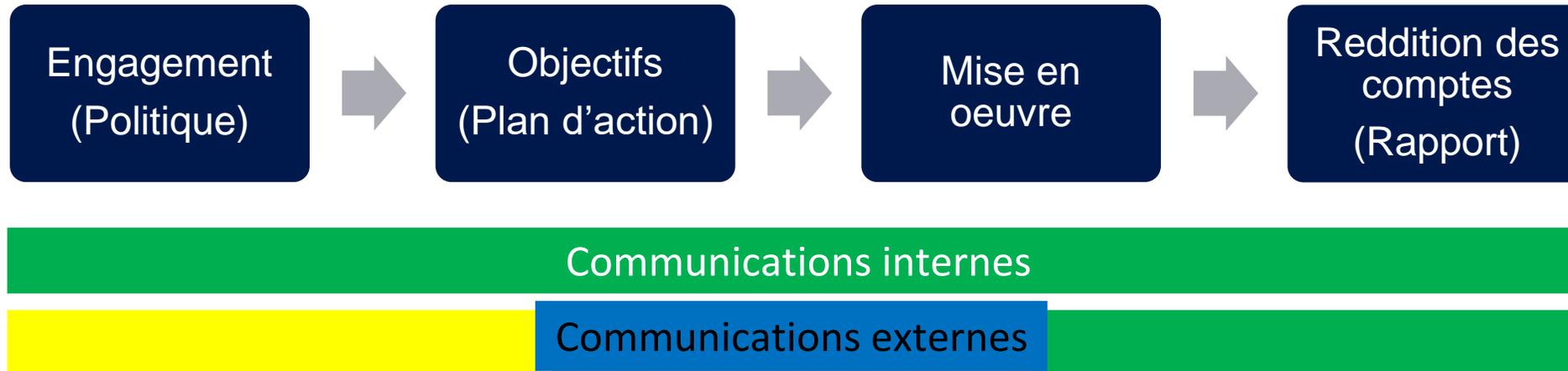
Comment communiquer sur son engagement?



Communiquer sur son engagement responsablement



1- Quand communiquer ?



- Les parties prenantes **internes** doivent être tenues au courant tout au long du processus d'engagement.
- Communiquer aux parties prenantes **externes** lorsque vous avez des résultats à défendre et que votre démarche est suffisamment avancée.

2- Sur quoi communiquer?

Déterminer les enjeux prioritaires

- En fonction des préoccupations des parties prenantes
- En fonction des impacts les plus importants de votre secteur d'activité

● ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

- 1 Utilisation responsable des ressources
- 2 Émissions de gaz à effet de serre (portées 1 et 2)
- 3 Adaptation aux changements climatiques
- 4 Biodiversité

● ENJEUX SOCIAUX

- 5 Santé et sécurité
- 6 Qualité de vie au travail
- 7 Développement des compétences et de l'employabilité
- 8 Diversité et égalité des chances
- 9 Attractivité et fidélisation des collaborateurs

● ENJEUX SOCIÉTAUX

- 10 Concertation et implication des communautés locales
- 11 Développement économique et social des territoires
- 12 Approvisionnement responsable
- 13 Innovation sociétale et partenariats
- 14 Philanthropie et parrainage

● ENJEUX DE GOUVERNANCE

- 15 Gouvernance responsable
- 16 Éthique des affaires et des comportements
- 17 Fiscalité responsable
- 18 Cybersécurité et protection des données

IMPORTANCE POUR LES PARTIES PRENANTES



IMPACT SUR LA PERFORMANCE GLOBALE DE BORALEX

2- Sur quoi communiquer?

Vos engagements et votre plan d'action

- Avez-vous une politique?
- Quels sont vos engagements?
- Quelles sont les actions que vous allez mettre en place et dans quelle échéance?



Vos actions, vos résultats et bilans

- Qu'avez-vous déjà mis en place?
- Quels sont les preuves et/ou les résultats de vos actions mises en place?

3- Où communiquer

Page Web



Conscient de son empreinte écologique, le Carrefour international de théâtre souhaite se tourner vers une gestion plus responsable et durable.

POLITIQUE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Conscients de l'impact environnemental de la tenue d'un événement majeur tel que le Carrefour international de théâtre, nous nous engageons à minimiser notre empreinte écologique et à mettre en œuvre des outils concrets d'amélioration de nos pratiques : choix de ses fournisseurs, caractéristiques du matériel et des sources d'énergie sélectionnés, gestion des matières résiduelles, etc.

Nous nous engageons à renforcer et valoriser les actions déjà mises en place par notre organisation et à en instaurer de nouvelles.

VOLET SOCIAL

- Nommer un responsable du dossier « vert » à l'interne, qui s'assure de maintenir et d'améliorer les actions prises par l'organisation tout au long de l'année. Il devra en faire un bilan dans le rapport annuel.
- Accessibilité universelle. Faciliter l'accès aux personnes à mobilité réduite sur le site du parcours déambulatoire.
- Redistribuer les denrées alimentaires non consommées à des organismes de charité de la ville (s'il y a des restants de nourriture suite au prochain parcours déambulatoire ou suite à la soirée bénéfice/ la



Depuis son ouverture en 2004, la TOHU est un véritable laboratoire de développement durable par la culture.

Loin de se limiter à un simple lieu de diffusion des arts du cirque, la TOHU a voulu, dès le début, avoir un impact positif sur son environnement. Sur le point d'ouvrir une salle de spectacle au cœur d'un quartier défavorisé et très multiculturel, ainsi qu'en bordure d'un vaste dépotir progressivement reconverti en parc-nature, la TOHU a intégré à son ADN les soucis d'inclusion socio-communautaire et d'éducation relative à l'environnement, en collaboration avec la Ville de Montréal. De là est née sa mission à trois volets : Cirque – Terre – Humain.

Le développement durable à la TOHU se manifeste principalement dans :

Son bâtiment

Le savez-vous ? L'imposant bâtiment circulaire de la TOHU est le premier édifice certifié LEED Or Canada au Québec. Dérivé par le Conseil du bâtiment durable du Canada, le Leadership in Energy and Environmental Design est la plus importante certification de performance environnementale dans le milieu de la construction.

Système de géothermie passive et conventionnelle, chauffage généré par la transformation du biogaz avoisinant, matériaux architecturaux recyclés, toits verts et bassins naturalisés servant de milieu humide, sont parmi les éléments distinctifs de la bâtisse.

Notez que le bâtiment est aussi, depuis 2019, entièrement conforme aux recommandations de Keroul en matière de mobilité et d'accessibilité universelle.

En savoir plus sur le bâtiment vert →

mais également dans :

Sa gouvernance

Héritier de l'ancien « comité vert », un Comité développement durable a été mis sur pied en 2018. Rassemblant une douzaine d'employés des différents départements, il coordonne les actions en développement durable, relaye et uniformise les bonnes pratiques, ou encore effectue une veille et offre des recommandations aux directions

Son bistro

Si l'écoresponsabilité se décline dans toutes les actions de la TOHU, elle n'est nulle part plus visible que dans son Bistro. Important contributeur de la politique d'employabilité locale destinée aux jeunes du quartier Saint-Michel, le bistro de la TOHU offre vaisselle et ustensiles 100% réutilisables, consignables (écoups, La Tasse) ou compostables. Ne jetez rien ! Il propose aussi un menu qui met l'accent sur les ingrédients locaux et utilise autant que possible les fines herbes et les légumes issus des parcelles de potager qui longent le terrain. Les produits frais vendus (bistro et événements privés) sont, lorsque nécessaire, distribués à des organismes communautaires du quartier.

Sa programmation

Pavillon d'accueil et d'interprétation du Complexe environnemental de Saint-Michel, devenu au fil des ans le parc Frédéric-Back, la TOHU offre depuis 2004 des visites guidées et des activités interprétatives sur la transformation du site, mais aussi des ateliers à savoir environnementale destinés au jeune public et aux

3- Où communiquer

Réseaux sociaux

Le Petit Théâtre du Vieux Noranda / Les Zybrides + Suivre

74 abonnés
10 mois

En 2021, Le Petit Théâtre du Vieux Noranda devient une scène écoresponsable !

Pour toute l'équipe du Petit Théâtre, les valeurs écoresponsables sont essentielles. Lors de notre processus d'accréditation, nous avons constaté que nous avions déjà plusieurs actions et éléments écoresponsables mis en place. La beauté de cette certification est que, maintenant, nous avons un plan clair avec des objectifs d'amélioration continus, et surtout une vision que nous pouvons partager à l'équipe, au conseil d'administration, à nos partenaires et à notre communauté. Nous sommes plus que jamais sensibles à nos impacts écologiques et nous voulons mettre en place des solutions simples pour compenser nos émissions et réduire notre consommation.

Merci au [Conseil québécois des événements écoresponsables - CQEER](#) et à Scène Écoresponsable pour cette accréditation !

YouTube

Donc, le concept c'est qu'on a des remorques avec des bicyclettes

Accompagnement en écoconception par Écoscéno – Marguerite à bicyclette

148 vues • 9 juil. 2021

1 J'aime JE N'AIME PAS PARTAGER ENREGISTRER

Écoscéno 14 abonnés

S'ABONNER

3- Où communiquer

Sur place



Société du parc Jean-Drapeau



Festival de Montgolfières de Gatineau



La Noce

4- Comment communiquer

Principes de qualité

**Transparence et
équilibre**

Comparabilité

Exactitude

Clarté

Fiabilité

Accessibilité

4- Comment communiquer

Transparence et équilibre

 L'information doit refléter les aspects positifs et négatifs de la performance de l'organisation.

«Oui, mais on n'est pas parfait.»

«Oui, mais on n'a pas atteint tous nos objectifs»



La Virée du Saint-Laurent

16 août 2019 · 🌐

...

Une de nos ambitions les plus importantes et significatives en créant la Virée du Saint-Laurent est de créer un événement en phase avec la planète.

Affûter notre conscience afin de réduire au minimum notre production de déchets et d'émissions de gaz carboniques et tenter de consommer moins, mieux et local. Nous voudrions nettoyer les berges que nous visiterons et s'arrimer à la communauté scientifique afin de documenter et comprendre comment préserver les éco-systèmes et la biodiversité qui nous entoure.

Toutefois, on est vite amenés à se confronter à nos propres contradictions. Malgré nos bonnes intentions, on a dû brûler 483 L d'essence pour la van qui nous transportait avant et après la Virée et qui nous assurait un plan B terrestre. Sur le voilier, on a brûlé 114 L de diesel pour faire rouler le moteur quand le vent n'était pas au rendez-vous ou carrément dans notre face. Et on a brûlé 2 L pour les 4-roues qui transportait le stock et la génératrice qui nous fournissait l'électricité sur la batture.

Pour compenser nos émissions, nous avons utilisé [Carbone boréal](#), une initiative née de la volonté de l' [UQAC - Université du Québec à Chicoutimi](#) de créer une plateforme de compensation carbonique sûr, fiable et locale. En plus de financer la plantation d'arbres protégés de l'industrie forestière, les \$ servent également à la recherche universitaire sur la séquestration du carbone.

En faisant la compensation carbonique sur leur plateforme, nous avons réalisé que le montant de compensation est BEAUCOUP moins élevé que ce que ça a coûté en essence. Pour la van: 40\$ d'arbres compense 620\$ d'essence.

C'est quand même fou...!

4- Comment communiquer

Clarté

Les informations sont compréhensibles par les parties prenantes.

- Le langage et la quantité d'informations sont choisis en fonction des parties prenantes ciblées.
- Graphique, infographie, ligne de temps, vidéo explicative, articles

Un festival zéro déchet

Bye bye plastique

Verres et gourdes réutilisables pour tous les festivaliers, ainsi que les artistes, les techniciens, les bénévoles et toute l'équipe du festival.

Système de tri à 3 voies

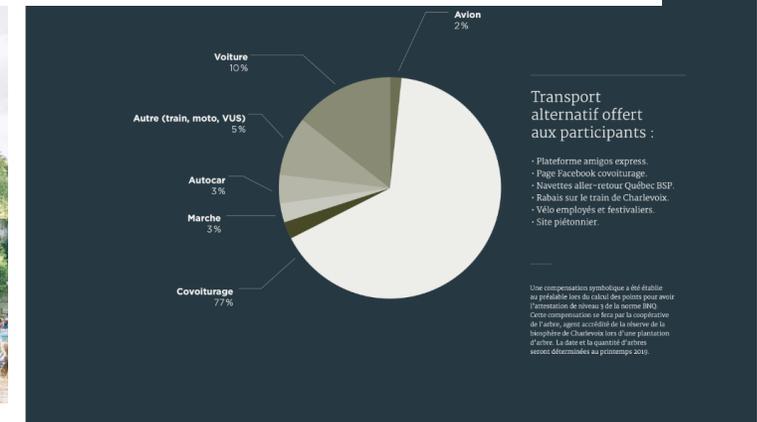
Des bacs de composte et de recyclage sont installés sur tous les sites de spectacle. Nous sommes fiers de dire que nous ne vendons ni produisons aucun produit/déchet ultime pendant l'événement.

Récupération de mégots

En collaboration avec l'entreprise TerraCycle, des stations de récupération de mégots de cigarette sont installées à différents endroits sur le site. Les mégots sont ensuite recyclés et utilisés pour la fabrication d'objets divers.

Stations d'eau potable

Grâce à l'aide financière de Recyc-Québec, des stations d'eau potable ont été construites sur mesure par une entreprise de la région afin d'abreuver les festivaliers un peu partout sur le site et ainsi pallier à l'abolition complète des bouteilles d'eau de plastique instaurée en 2016.



4- Comment communiquer

Target or commitment

Progress

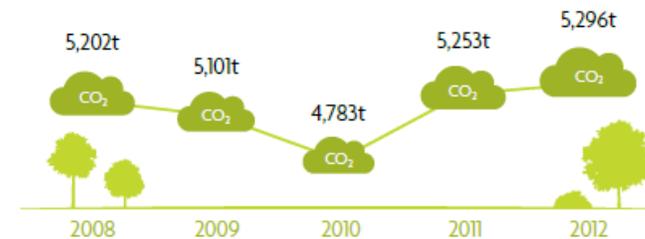
Environmental

In 2012, greenhouse gas emissions are 4,500 tonnes or less.

Accountable: SVP Operations

X DID NOT MEET

See pages 46-47 for details

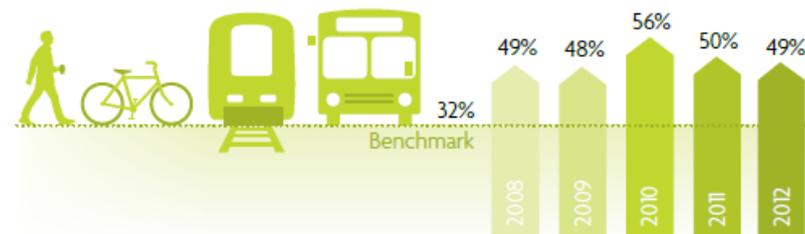


In 2012, the percentage of employees who commute to and from work using transit, by walking or cycling, or as a passenger in a car, is at least 15 percentage points more than the percentage of Metro Vancouver residents who use these sustainable modes of transport.

Accountable: SVP Operations

✓ MET

See pages 46-47 for details



Note: Benchmark based on 2006 Census data, most recent available.

In 2012, review our carbon offset purchase criteria for appropriateness and revise if necessary.

Accountable: SVP Operations

✓ MET

See page 46 for details

We reviewed our criteria and made some changes.

4- Comment communiquer

Exactitude

Les informations sont suffisamment précises et détaillées pour permettre d'évaluer la performance.

- Faits et chiffres fiables
- Préciser la méthode de calcul et rendre disponible un rapport plus détaillé.
- Période couverte

Accessibilité

L'information est facilement accessible par les parties prenantes qui le désirent.

- Page dédiée sur le site Web
- Partage des rapports détaillés et synthétisés
- Utilisation des réseaux sociaux

4- Comment communiquer

Comparabilité

L'information est compilée de façon à ce que les parties prenantes puissent analyser les changements survenus.

- Comparaison entre les années.
- Comparaison entre les produits.

* Les déclarations comparatives sont les plus susceptibles d'induire les acheteurs en erreur.

F T
PROGRAMMATION 2022 BILLETTS + FORFAITS INFOS PRATIQUES INITIATIVES

Voici quelques-unes de nos initiatives en cours :

BNQ **NORME BNQ**
Le comité écoresponsable du Festival veille à ce que chacune des éditions de l'événement soit classifiée en vertu de la **norme BNQ 9700-263 – Gestion responsable d'événements**. Le FTA assure ainsi une reddition de compte auprès du Conseil québécois des événements responsables (CQEER) pour les cinq volets suivants : la sélection des fournisseurs; la gestion du matériel, de l'eau et de l'énergie; la gestion des matières résiduelles, la sélection de l'alimentation et les déplacements des participant-e-s et des utilisateur-ice-s.

+ 3^e niveau de classification (FTA 2019 + FTA 2018)

FONDS ÉCORESPONSABLE ET COMPENSATION CARBONE
Le Festival comptabilise la totalité des émissions générées par l'événement, soit la mobilité de l'équipe, des artistes et des invité-e-s professionnel-le-s, de même que celle des festivalier-ière-s.

Grâce à son **Fonds écoresponsable**, le Festival s'engage à accroître sa compensation carbone d'année en année par l'achat de **crédits de compensation durable** et de **crédits carbone éducatifs**¹⁰.

+ 3,1 tonnes d'éq. CO₂ générés par l'empreinte numérique annuelle (FTA 2021)
+ 57,6 tonnes de CO₂ neutralisées (FTA 2021), pour un total de 1 500 \$ compensés (par rapport à 500 \$ en 2020)

GESTION DES MATIÈRES RÉSIDUELLES
Le Festival encourage une **utilisation sensible et réfléchie des ressources** sur les sites extérieurs de ses activités et à son Quartier général. Des équipements de tri sont mis en place et les matières compostables, recyclables et jetables sont pesées, permettant de fixer des objectifs de réduction concrets.

+ 73 % des matières détournées de l'enfouissement (FTA 2021)
+ 3 000 masques de procédures déchiquetés et transformés en matériaux convertibles (FTA 2021)

4- Comment communiquer

Fiabilité



L'information est vérifiable et documentée.

- Preuves, traçabilité de l'information
- Révision par des individus, autres que les rédacteurs
- Vérification par des tiers externes

LE MONASTÈRE DES AUGUSTINES

NOS DISTINCTIONS

- Une certification 5 Clé verte démontrant que Le Monastère personifie les plus hauts standards de responsabilité environnementale et sociale dans tous les secteurs de ses opérations.
- Une distinction écoresponsable a été décernée au Monastère par les Pages vertes en raison des mesures écoresponsables adoptées.
- Le Monastère a été sélectionné pour faire partie de la plateforme collaborative d'innovation sociale Vaolo, une référence du voyage d'expériences hors sentiers battus, à échelle humaine et à impacts locaux.

5 Clé verte logo

FTA

PROGRAMMATION 2022 BILLETS + FORAITS

Organiser un événement de façon écologique

Le FTA aspire à mener l'ensemble de ses activités dans une éthique écologique en améliorant continuellement ses pratiques selon les principes de la réduction à la source, de la réutilisation et de la compensation des émissions carbone. De la gestion des matières résiduelles au choix des fournisseurs, en passant par la provenance des aliments servis au QG à la mobilité de l'équipe, des artistes et des festivaliers, tout est pris en considération pour atténuer notre impact sur l'environnement. Nous sommes fiers que le FTA réponde pour une seconde édition aux exigences du niveau 3 de la norme EN12 9700-253 – Gestion responsable d'événements du Conseil québécois des événements écoresponsables.

Classé par la RQIE et son Conseil québécois des événements écoresponsables

Compenser notre impact avec le Fonds écoresponsable du FTA

Repérer des artistes partout sur la planète et les accueillir à Montréal est au cœur de notre mission : ces actions nécessitent toutefois des transports aériens. C'est pourquoi nous avons créé le Fonds écoresponsable pour compenser à terme la totalité des émissions générées par ces déplacements.

Le FTA assume l'entièreté du coût des crédits carbone liés aux déplacements de son équipe de programmation, soit 34 tonnes de CO2 en 2018-2019 sur les 115,86 compensées. De manière complémentaire, nous suggérons à nos festivaliers au moment de l'achat des billets un don de 1 \$ par billet qui sera réinvesti dans les crédits carbone Gold Standard de Planetair.

Quels critères pour évaluer mes messages?



Évaluation d'un message

Véracité

Le message:

- est vrai, justifié et vérifiable.
- est clair et précis et ne peut être interprété différemment.
- est proportionnel à l'ampleur des actions menés.
- ne laisse pas croire à une absence d'impact.
- utilise des termes et expressions qui correspondent à leur définition.

Évaluation d'un message

AUTO-DÉCLARATION

Norme CAN/CSA 14021

Déclaration relative au développement durable et utilisable de symboles

RECYCLABLE

CONTENU RECYCLÉ

COMPOSTABLE

DÉGRADABLE

CONÇU POUR ÊTRE
DÉSASSEMBLÉ

ALLONGEMENT DE LA
DURÉE DE VIE D'UN
PRODUIT

ÉNERGIE RÉCUPÉRÉE

CONSOMMATION
RÉDUITE D'ÉNERGIE

UTILISATION RÉDUITE
DES RESSOURCES

CONSOMMATION
RÉDUITE D'EAU

RÉUTILISABLE ET
RECHARGEABLE

RÉDUCTION DES
DÉCHETS

Évaluation d'un message

Déclarations vagues à éviter

Zéro émission

Vert

Naturel

Écologique

Respectueux de la planète

Non polluant

Ami de la nature

Durable

**Respectueux de
l'environnement**

Évaluation d'un message

Impacts écocitoyens

Le message:

- ne valorise pas des pratiques ou idées contraires aux objectifs du développement durable.
- ne banalise pas la crise environnementale et climatique.
- ne dénigre pas des comportements environnementaux positifs.

Mais plutôt, lorsque possible...

- valorise des comportements positifs pour l'environnement.
- encourage des changements de pratique.
- fait la promotion de la consommation raisonnée.

Évaluation d'un message

Représentations des modes de vie et transition écologique

Quelques illustrations

● À SYSTÉMATISER

La représentation positive de déplacements conviviaux en transports en commun (train, bus...) contribue à instaurer une nouvelle normalité en alternative aux transports les plus polluants (voiture individuelle, avion, bateau...).



● À LIMITER

Véhicules non citadins présentés dans un contexte urbain.



● À ÉVITER

Banalisation des modes de transport les plus polluants (avion, véhicules lourds, bateau de croisière...) en les utilisant pour promouvoir un produit de consommation qui n'est pas l'objet de la publicité.



Quelques illustrations

● À SYSTÉMATISER

Représentation d'un moment convivial autour d'un repas où viande, légumes et féculents sont présents.



● À PROMOUVOIR

En représentant un repas sans viande, ce visuel montre aux consommateurs que des alternatives à la viande existent et qu'elles sont aussi appétissantes.



● À ÉVITER

La représentation d'un repas dont la viande est le seul aliment afin de ne pas promouvoir une alimentation uniquement carnée, à l'empreinte carbone élevée.



Évaluation d'un message

Éléments visuels

Le visuel

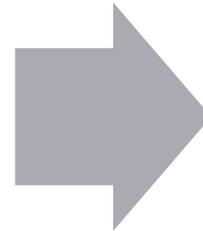
- ne présente pas de façon abusive des éléments naturels.
- n'utilise pas de label, pictogramme ou logo autodécerné.
- met de l'avant un label reconnu.

Études de cas

Message

Comment l'améliorer

Notre équipe a travaillé fort pour rendre la pièce de théâtre écoresponsable. Nous avons d'ailleurs réutilisé des décors et ainsi évité l'utilisation de matériaux neufs.



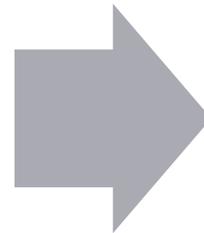
- Attention au terme «écoresponsable». En cas d'utilisation, il doit être soutenu par une démarche forte et documentée.

- Autre formulation: «Notre équipe souhaite réduire l'impact environnemental de sa pièce de théâtre. Parmi les différents gestes entrepris par notre équipe, nous avons réutilisé des décors (photo/preuve à l'appui). Découvrez sur notre site Web (lien direct) nos autres actions ainsi que nos objectifs à venir.»

Études de cas

Message

[Organisation] s'engage à faire sa part en matière de développement durable et offrir un lieu respectueux de l'environnement. Un des premiers gestes fut d'ajouter de la végétation autour de l'immeuble pour contrer les îlots de chaleur.



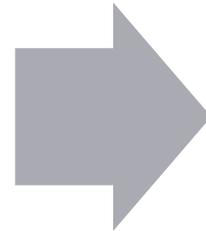
Comment l'améliorer

- Attention au terme « respectueux de l'environnement », plutôt mettre de l'avant la volonté de réduire l'impact environnemental d'un lieu.
- S'assurer de poursuivre avec d'autres informations pertinentes: autres gestes prévus, échéancier, etc.
- Rediriger vers une page Web qui explique plus en détail la démarche.

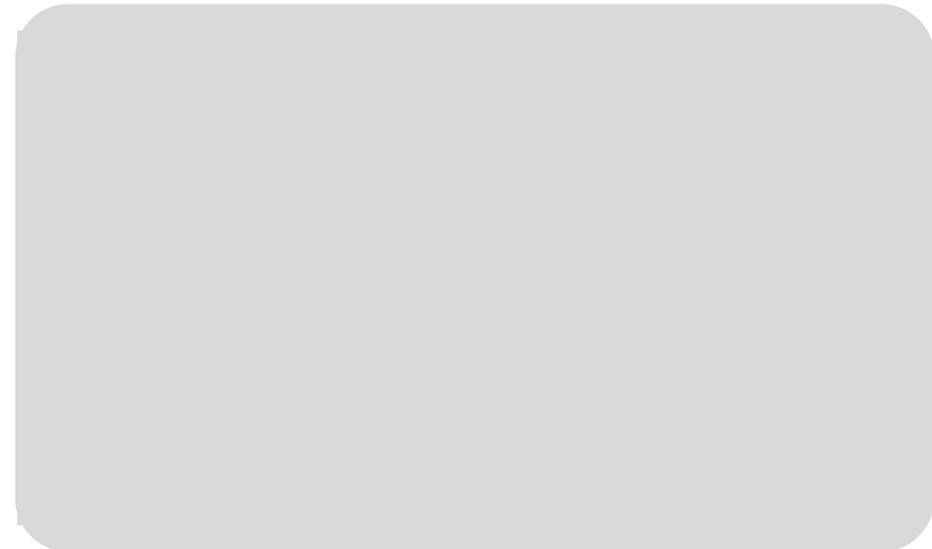
Études de cas

Message

Bonne nouvelle! [Organisation] a mérité la certification X. Nous sommes fiers de nos dernières réalisations: (énumération de réalisations).



Comment l'améliorer



En conclusion

- C'est plus simple qu'il n'y paraît. En cas de doute sur vos communications, demandez conseil!
- N'oubliez pas qu'on ne peut pas être parfait et qu'il s'agit d'un cheminement.
- Faites preuve d'humilité.
- Dites toujours vrai.



Merci et à vous de jouer!

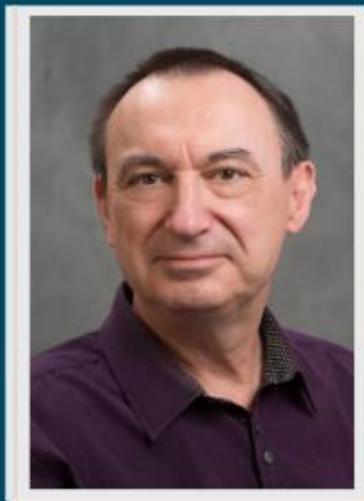
Par le Collectif Communication Citoyenne,
une initiative du Réseau des femmes en environnement

Apprendre à communiquer son engagement écoresponsable

20 avril, 13:30 à 15:00 HAE

Formation en ligne

INVITÉS



Robert Marinier
Comédien et auteur



André Perrier
Metteur en scène,
directeur artistique et
professeur



France Basilic
Musicien, compositeur,
réalisateur

Références

- AACC. (2018). Guide de la RSE pour les agences-conseils en communication.
- ADEME. (2020). guide communication responsable
- ADEME. Site web Communication responsable
- AFNOR. (2012). Guide d'utilisation de l'ISO 26000 pour le secteur de la communication
- Association canadienne de normalisation. PLUS 14021. Déclarations environnementales: guide pour l'industrie et les publicitaires.
- Audouin, Courtois, Rambaud-Paquin. (2010). La communication responsable: Intégrer le développement durable dans les métiers de la communication. Éditions Eyrolles.
- BNQ 21000. Réaliser votre autoévaluation.
- CPA. (2013). Guide d'introduction au rapport sur le développement durable.
- Edelman. (2021). Baromètre de confiance Edelman 2021: Canada.
- EpE. (2021). Guide Représentation des modes de vie et transition écologique
- ISO 26000. Responsabilité sociétale: Les 7 questions centrales.
- Laboratoire de l'action climatique. (2020). Baromètre de l'action climatique: Disposition des Québécois et des Québécoises envers les défis climatiques.

Références

- Lacerte, M-C. (2015). Mise en œuvre de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) et du développement durable: Les cas d'agences de communication responsable. Mémoire.
- Lendrevie, J. et Lévy, J. (2011). Marketing et développement durable : Transformation ou récupération.
- Libaert, T (2021). Des vents porteurs. Comment mobiliser (enfin) pour la planète.
- Nations Unies. 17 objectifs pour sauver le monde.
- Partridge, I. (2020). Défis et priorités d'actions pour favoriser le marketing socialement responsable dans les entreprises (Essai de maîtrise). UDS, Longueuil, Québec, Canada.
- Tremblay, S., D'Almeida, T., Libaert, T. (2018). Développement durable, une communication qui se démarque. Presse de l'Université du Québec.
- Union des annonceurs. (2011). La communication responsable, source de valeurs.
- Union des marques. 15 engagements pour une communication responsable.