

- **Quelle est l'importance de la Communication dans la politique RSE des entreprises, ses enjeux ? Quel lien faites-vous entre Com/RSE ?**

Aujourd'hui, les gens demandent des comptes aux entreprises, de plus en plus. Cette exigence montante, c'est celle d'un bon comportement des entreprises à l'égard de leurs salariés, de la société dans son ensemble, et de la planète. Il est donc logique que les initiatives de communication RSE de la part des entreprises augmentent et soient plus visibles qu'auparavant. Elles répondent au questionnement légitime des publics. Avec la RSE, l'entreprise s'engage à rendre à la société et aux communautés en lien avec elle un peu de ce qui leur revient, et si possible sur un terrain en lien avec son métier principal. Et il en est de la RSE comme du reste : ce qui n'est pas énoncé par l'entreprise n'existe pas. Les entreprises ont donc plutôt intérêt à communiquer sur ce qu'elles font. Et bien sûr à faire ce sur quoi elles communiquent.

Par ailleurs, les obligations légales évoluent et aujourd'hui, les entreprises doivent communiquer sur leurs données environnementales et sociales. Au début, ces communications se plaçaient davantage sous l'angle de ce qu'on appelait alors le corporate et la communication financière. Aujourd'hui, pour certaines entreprises, les communications RSE ont pris une place centrale dans l'effort de communication. Regardez Système U par exemple.

Lorsque la politique de RSE engage les salariés, sur les process, les comportements, le levier de la communication interne peut aussi être mis à contribution, et s'avérer très efficace. Prenons un exemple minuscule mais éloquent. Le jour où, chez BETC, nous avons placé des autocollants informant de la différence d'usage entre la petite et la grande chasse d'eau, les consommations d'eau ont baissé de 30% du jour au lendemain !

Enfin, lorsque la RSE a un véritable impact sur le produit (le café, le thé par exemple), elle crée de nouvelles attentes et de nouveaux standards de qualité pour les consommateurs, et il est difficile de revenir en arrière, c'est un des effets vertueux de l'effort de développement durable : il y a un avant et un après.

- **Vous participez à la réflexion sur la filière Communication, quelle place doit avoir la RSE dans la communication publicitaire ? La RSE impacte la consommation, par exemple la consommation responsable à laquelle les citoyens et consommateurs sont de plus en plus sensibles, l'image, la qualité, la traçabilité et aujourd'hui l'impact de notre consommation sur l'environnement. La communication publicitaire évolue-t-elle avec la RSE ?**  
La RSE impacte profondément l'éthique de notre métier. Notre métier a, entre autres, le pouvoir de changer le regard, d'influer sur les comportements à l'égard de problématiques sociétales ou environnementales. L'enjeu est donc de le mettre, de plus en plus, au service d'une transformation positive du monde et de la société.

Au sein de la filière communication, nous avons proposé une thématique de travail à part entière sur ce sujet, tant cela nous a semblé crucial. Nous allons donc réfléchir à la façon dont la communication contribue à la RSE. Comment notre métier se configure-t-il pour prendre part à l'amélioration du monde et déployer des idées pour le changer ? Comment réguler mieux notre métier pour cela ? Comment peut-on orienter la consommation pour qu'elle devienne plus vertueuse ? Ce sont ces questions que nous allons nous poser.

**Interview de Mercedes Erra pour la *Newsletter du Club des Entreprises Responsables*.**