



4<sup>ème</sup> UNIVERSITÉ D'ÉTÉ DE LA COMMUNICATION POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

## MANIFESTE POUR UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE

Représentant d'entreprise, de collectivité, d'association ou d'ONG, d'organisme d'éducation, de formation ou de recherche, d'institution, de média, journaliste..., j'adhère aux objectifs suivants et m'engage à contribuer à leur réalisation :

### 1 - Promouvoir et défendre l'accès de tous à l'information

- Transparence et accessibilité de l'information (Convention d'Aarhus)
- Accès libre et équitable aux technologies de l'information (ne pas aider les pays liberticides).

### 2 - Renforcer l'éducation et la formation au développement durable

- Développer les Agenda 21 scolaires, de l'école au campus ;
- Moderniser les filières de formation, initiale et continue, pour tous les métiers ;
- Intégrer la gouvernance (transparence, concertation, responsabilité) dans la formation des décideurs.

### 3 - Renforcer la démocratie participative

- Moderniser les modes de concertation pour en garantir l'accès à tous les citoyens ;
- Demander aux décideurs politiques et scientifiques d'adopter un langage accessible au plus grand nombre ;
- Démocratiser l'accès aux TIC.

### 4 - Améliorer l'information sur le développement durable

- Eduquer les jeunes à l'esprit critique (publicité, sources d'information, marketing) ;
- Relayer dans les médias les changements à l'œuvre dans la société pour encourager leur développement; veiller à l'indépendance et à la pluralité des sources d'information ;
- Renforcer au sein des territoires l'information et la communication pour le développement durable (Agenda 21).

### 5 - Renforcer les stratégies de responsabilité sociale et environnementale des secteurs de la communication (publicité, marketing, événementiel, télécoms)

- Respect du droit du travail et des Droits humains, ici et dans le monde ;
- Protection de la diversité culturelle ;
- Réduction des impacts sanitaires et environnementaux ;
- Réduction de la consommation de transports.

### 6 - Participer à l'encadrement de la publicité

- Responsabiliser solidairement annonceurs, agences, medias... sur les impacts de la publicité ;
- Associer les associations de consommateurs, d'environnement et de défense des droits de l'Homme à un encadrement de la publicité ;
- Encadrer strictement la publicité vers les jeunes générations.

### 7 - Communication pour le développement durable

- Diffuser largement les valeurs et les traductions concrètes du développement durable ;
- Dénoncer la communication qui n'est assortie ni d'engagement ni d'effet ;
- Informer, former, mobiliser, convaincre....



## **Ce manifeste pour une communication plus responsable s'appuie sur les constats suivants :**

Le développement durable nous invite à un changement radical de nos modes de production et de consommation pour réduire les risques sociaux et environnementaux qui pèsent aujourd'hui sur les peuples et sur la planète.

Toutes les composantes de la société doivent prendre part à ces mutations, individuellement et collectivement.

Plus d'un quart de la population mondiale est âgé de 10 à 24 ans, plus grand pourcentage jamais atteint de population entrant dans l'âge adulte. L'éducation au développement durable est un impératif, à l'école et à tous les stades de la vie.

« Il faut mobiliser la créativité, les idéaux et le courage des jeunes du monde entier, afin de forger un partenariat mondial, de manière à assurer un développement durable et à garantir à chacun un avenir meilleur » (Principe 21 de la Déclaration du Sommet de la Terre de Rio, 1992).

Les choix qui engagent le quotidien et l'avenir doivent être construits en concertation avec les citoyens, dans une démarche de démocratie participative.

Cet objectif passe par l'apprentissage des décideurs (politiques, économiques, scientifiques) à de nouveaux modes de décision et par le renforcement des capacités des citoyens (accessibilité et adaptation des connaissances, exercice renouvelé de la citoyenneté).

Les secteurs de la grande consommation et de la communication (marketing, publicité, médias...), doivent prendre en compte les déséquilibres écologiques et sociaux aujourd'hui constatés et mettre un frein à une offre de surabondance au seul profit des pays occidentaux. Il faut aussi réarmer le citoyen, et en particulier les jeunes, face à la publicité et au marché.

Les associations, par la confiance que les Français leur accordent, les collectivités, par leur proximité avec les citoyens et leurs domaines de compétences, doivent jouer un rôle croissant de force de proposition et d'accompagnement des mutations.

**Le manifeste de Buoux fera l'objet d'un instrument de suivi, animé par les membres du groupe de pilotage de l'Université d'Été, animé par le Comité 21 et ACCIDD, actualisé chaque année, lors de l'Université d'Été de la Communication pour le Développement Durable.**

**Les signataires s'engagent avec ACCIDD et le Comité 21 à promouvoir ce manifeste, à faire connaître leurs positions et leurs actions aux médias et aux agences et à faire des propositions chaque fois que nécessaire ([contact@acidd.com](mailto:contact@acidd.com)).**

**Buoux – 7 septembre 2006**