

Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

Nice, HI-Hôtel, 1<sup>er</sup> octobre 2009

---





## **DOSSIER DE PRESSE**

**Présentation de la  
1<sup>ère</sup> agence-conseil  
des Alpes-Maritimes spécialisée  
dans le Développement Durable :**

**THE GREEN COMMUNICATION,  
la communication équitable.**

## SOMMAIRE




---

	Notre agence	Page 3
	Communiquer équitable	Page 5
	Éco conception	Page 7
	Engagement	Page 9

### LE MONDE DES AFFAIRES

	Entreprises	Page 11
	Stratégie responsable	Page 12
	Rencontres Alter'Eco	Page 14

### LE MONDE DES TERRITOIRES

	Collectivités	Page 16
	Territoire responsable	Page 18
	Tourisme à la carte	Page 20

	Plus de Com'	Page 21
	Contact	Page 22

## NOTRE AGENCE

**THE GREEN COMMUNICATION, AGENCE-CONSEIL EN STRATÉGIE DE COMMUNICATION**, ACCOMPAGNE LE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE RESPONSABLE ET DURABLE DES ENTREPRISES ET DES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES. NOTRE AGENCE LES GUIDE VERS UNE COMMUNICATION CRÉATIVE, EFFICACE ET JUSTE, AU CŒUR DES ATTENTES DES CITOYENS "CONSOMM'ACTEURS".



**The Green Communication** propose aux chefs d'entreprises et aux élus qui s'investissent dans le Développement Durable, de communiquer leur engagement, et se veut incitatrice et force de proposition pour ceux qui n'y sont pas encore. Une aide à la mutation tout en douceur, en intervenant au niveau de la stratégie générale et en repensant **identité, positionnement** et **communication à long terme**.

**Pour nous, le DD est plus qu'un système de préservation environnementale et de responsabilité sociétale, c'est aussi un tremplin pour créer de nouvelles opportunités économiques et sortir de la crise.**

**Pour cela, deux règles d'or :**

- **Faire, ET faire savoir !**
- **Faire, AVANT de faire savoir !**

**S'engager** dans le Développement Durable permet de répondre aux attentes d'un public fortement sensibilisé. Celui-ci s'oriente vers une « consomm'action » bientôt incontournable : l'écocitoyen sanctionne l'entreprise par son acte d'achat, et gratifie la collectivité de son adhésion, si les promesses annoncées sont réelles et bien tenues.



Il est donc impératif de **communiquer** sur les actions et les pratiques durables :

- pour **former, informer** et **motiver** tous les acteurs impliqués  
→ aspect fonctionnel des campagnes DD
- pour **faire connaître** et **reconnaître** l'entreprise ou la collectivité engagée  
→ action sur la notoriété

Les retours sur investissements sont bien réels, pour les entrepreneurs... :

- nous mettons en valeur **l'image responsable** de l'entreprise ou de la marque. Mais aussi sa capacité :
  - à relever de nouveaux défis et à innover,
  - à fidéliser sa clientèle, à se distinguer de la concurrence,
  - à attirer de nouveaux clients et des investisseurs,
  - à mettre en valeur son personnel, le fédérer, l'impliquer et améliorer sa productivité,
  - à devenir un acteur local reconnu.

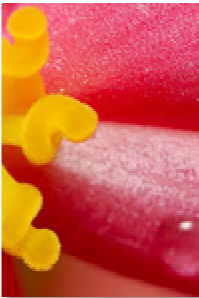
... comme pour les élus :

- nous aidons la collectivité locale à communiquer un **territoire responsable**, séduisant, attractif et vivant :
  - capable d'attirer touristes et investisseurs,
  - où il fait bon vivre, prospérer et aller de l'avant,
  - qui génère de l'activité et de l'emploi,
  - qui développe de la solidarité et de la justice sociale,
  - qui crée des projets d'avenir et d'aménagement.

**The Green Communication** contribue à créer d'autres richesses pour l'entreprise ou la collectivité, tout en préservant l'avenir des générations futures par une approche novatrice et plus éthique de la communication.

## COMMUNIQUER ÉQUITABLE

**PARCE QU'UNE AGENCE DE COMMUNICATION DÉLIVRE DES MESSAGES** QUI AGISSENT SUR LES COMPORTEMENTS ET LES MODES DE CONSOMMATION, NOUS MESURONS LA RESPONSABILITÉ QUI EST LA NÔTRE : NOUS AVONS CHOISI DE **COMMUNIQUER ÉQUITABLE**.



**Être** équitable, c'est être à la croisée des chemins entre les attentes et les besoins de **l'homme**, ceux de **l'entreprise** ou de la **collectivité**, et ceux de la **planète**. C'est être attentif à équilibrer et préserver les intérêts de chacun, car aucun ne peut plus aujourd'hui se prévaloir sur l'autre.

**COMMUNIQUER ÉQUITABLE**, c'est pour nous le **double engagement** de transmettre à la fois un message empreint de cet équilibre, qui se doit d'être le reflet vrai de l'entreprise ou du territoire, et d'utiliser pour cela des moyens qui soient eux-mêmes respectueux de toutes les parties.

**Communiquer équitable, c'est remettre l'homme au centre de tous les échanges**, c'est lui donner la possibilité de faire ses choix de comportement planétaire en lui délivrant un message juste, utile, responsable, efficace.



## LA COMMUNICATION ÉQUITABLE

---

### CONJUGUER PERFORMANCE, RESPECT ET RESPONSABILITÉ

- Écouter les attentes et les besoins de chacun
- Une créativité et un imaginaire qui se fondent sur le vrai
- Encourager aux gestes responsables et à l'écocitoyenneté
- Ni superflu ni carence de moyens
- Une approche novatrice sans système préconçu
- Et ... Remettre l'homme au centre de tous les échanges

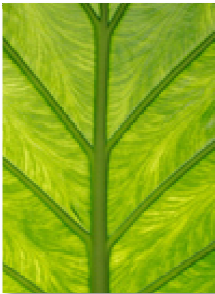
Loin d'une mode, il s'agit d'un véritable état d'esprit, humain, économique et éthique.

La communication équitable se doit d'exprimer l'élan naturel de l'homme à échanger avec ses semblables et à vivre ensemble.

---

## ECO CONCEPTION

**L'ÉCO CONCEPTION CONSISTE À IMAGINER DÈS L'ORIGINE DU PROJET,** UNE COMMUNICATION RESPECTUEUSE QUI SOIT LA MOINS INVASIVE ET LA MOINS CONSOMMATRICE DE RESSOURCES POSSIBLE, TOUT EN PERMETTANT D'ATTEINDRE L'OBJECTIF DE NOTORIÉTÉ ET DE VENTE RECHERCHÉ.



**T**rès en amont de toute campagne, l'éco conception fait partie intégrante de la stratégie et du plan de communication. Nous veillons à la cohérence globale des projets afin de les optimiser en termes de moyens, de supports et d'axes de diffusion.

**R**éduction des déplacements, numérisation des supports, web 2.0, choix d'impressions Imprim'Vert, PEFC ou autres normes environnementales, d'encre végétales, de formats et de matériaux optimisés, analyse des fins de vie des produits et du recyclage des déchets, choix de partenaires locaux et engagés, éco événements, vie sans spam, visioconférences, compensation carbone, économies d'échelle... sont quelques-uns des moyens utilisés pour alléger notre utilisation des ressources planétaires et notre empreinte écologique.

**N**otre agence **THE GREEN COMMUNICATION** conseille les entreprises et les collectivités territoriales afin de toujours conserver une **vision globale des projets** dans le temps et sur l'ensemble des opérations, afin de tendre vers une **amélioration constante** en termes de performance énergétique et de réduction de l'empreinte écologique.



## ÉCO-CONCEPTION : ÉCO-NOMIQUE OU ÉCO-LOGIQUE ?

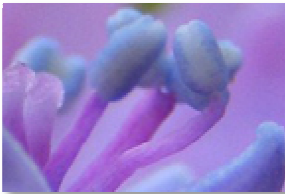
→ La vision globale des projets permet d'apporter une cohérence génératrice d'économies de ressources, pour nos clients et pour la planète.

---

## ENGAGEMENT

PARCE QUE NOUS METTONS DU SENS DANS NOS ACTIONS, NOTRE AGENCE S'ENGAGE AUX CÔTÉS DE SES CLIENTS... :

- ▶ **À mettre en valeur leur entreprise / leur territoire** et ses forces vives dans le respect de l'individu et de la planète.
- ▶ **À donner du sens** et fonder les actions dans une démarche authentique, sincère et durable.
- ▶ **Et** aussi, à retrouver la fraîcheur et la spontanéité du discours, pour redécouvrir le plaisir et la confiance d'**avancer ensemble**.



...ET LEUR CERTIFIE NOTRE CHARTE :

- Faciliter l'**accès** à la communication
- Communiquer **juste** pour un juste prix
- Placer **l'homme** au centre des échanges
  - Respecter **l'environnement**
  - Éliminer l'inutile et **motiver ses choix**
- Optimiser la consommation des **ressources**
  - Agir **responsable** et **citoyen**
- Choisir des partenaires **éco-responsables** et locaux
- Provoquer la **solidarité** pour multiplier les forces
  - Développer la **transversalité** économique



 **PROPAGATEURS DE COMPORTEMENTS DURABLES :**

**N**ous sommes **porteurs d'un potentiel d'incitation, d'information et de formation** aux enjeux et aux valeurs du Développement Durable et de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

**N**ous souhaitons encourager toutes nos parties prenantes dans cette démarche : clients, partenaires, fournisseurs, consommateurs, en suggérant des modes de vie, des gestes et des pratiques plus responsables et respectueux de l'homme et de l'environnement.

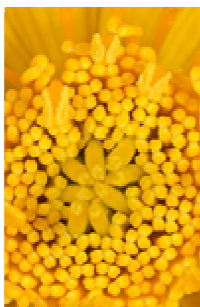
---



Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

## ENTREPRISES

**UNE ENTREPRISE POSSÈDE DES ATOUTS INCOMPARABLES**, DES PRODUITS, DES SERVICES, DES RÉSEAUX, DES SAVOIR-FAIRE, DES TECHNOLOGIES, GRÂCE À L'IMPLICATION D'HOMMES ET DE FEMMES QUI LA FONT EXISTER CHAQUE JOUR.



**P**our pérenniser son activité et la développer, il est indispensable qu'elle se fasse connaître et reconnaître, davantage encore en période de ralentissement : **communiquer est essentiel pour vendre et consolider ses marchés**, quelle que soit la tendance économique.

**L**e monde bouge, les consommateurs attendent de ses produits des bénéfices réels, au prix le plus juste. Ses promesses doivent se recentrer sur les **plus-values authentiques** et proposer des modes de consommation **responsables et respectueux** de l'homme et de l'environnement.

**C**es nouvelles valeurs de communication sont la clé pour se démarquer, séduire et donner confiance à ses clients, à ses partenaires, à son personnel. Elles sont porteuses de son **essor** économique.



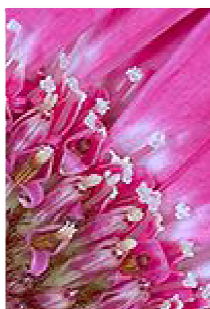
Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

## STRATEGIE RESPONSABLE

Communiquer

Efficace Juste Utile

# Responsible



Une **stratégie responsable en communication** associe dès l'amont de la réflexion, les enjeux économiques de l'entreprise ou de la collectivité aux attentes de l'homme, de la société et de l'environnement.

Le **contenu des messages** doit être clair, précis, orienté vers des pratiques écocitoyennes, représentatives d'un nouveau type de comportement fondé sur la responsabilité, l'équité et la durabilité.

Les **axes de diffusion** des messages cherchent à favoriser le contact direct, à minimiser la consommation des ressources afin de réduire notre empreinte écologique.

La stratégie responsable vise à dépasser les effets directs des campagnes menées. Elle cherche à potentialiser chaque action pour propager une conscience positive : c'est la **CONTAGION ÉTHIQUE** !



## → Conseil stratégique : REDÉFINIR LA COMMUNICATION

---

- État des lieux, attentes, perspectives, enjeux de l'entreprise
- Stratégie de communication fondée sur les forces essentielles et la **VALEUR AJOUTÉE UTILE** de l'entreprise
- Positionnement et valorisation des axes de communication
- Intégration des valeurs de RSE et de Développement Durable

## → Plan d'action : RÉALISATION DE CAMPAGNES RESPONSABLES

---

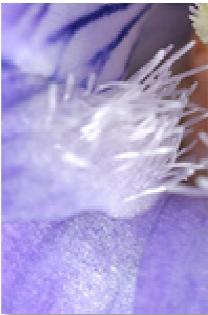
- Campagnes de communication, media et hors media : messages responsables et empreinte écologique minimisée
  - Communication interne valorisée pour valider celle en externe
  - Optimisation des supports utilisés pour une communication pertinente et directe - Internet et web 2.0, rencontres, éco-événements...
  - Mise en place de réseaux experts engagés dans le DD
  - Contrôle et suivi des actions
  - Accompagnement des services internes de l'entreprise
  - Feed-back et ajustements
-



Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

## RENCONTRES ALTER'ECO

**LES RENCONTRES ALTER'ÉCONOMIQUES SONT LE COVOITURAGE DE L'ÉVÉNEMENT** : ELLES RÉUNISSENT EN UN MÊME LIEU PLUSIEURS ENTREPRISES REGROUPÉES PAR AFFINITÉS ET NON CONCURRENTES, POUR **PARTAGER UNE MANIFESTATION COMMUNE** : SALON PROFESSIONNEL PRIVÉ, DÎNER DE GALA, SÉMINAIRE, CONFÉRENCE DE PRESSE...



**M**anifestations privées provoquées par une entreprise qui réunit ses parties prenantes, ou organisées par des plusieurs entreprises provenant d'horizons divers et rassemblées autour d'un thème commun, elles permettent de :

### MUTUALISER L'ÉVÉNEMENT

- Moyens mis en commun
- Infrastructures et animations partagées
- Facilité d'organisation
- Coûts minimisés et optimisés



## PLACER L'IDENTITÉ AU CŒUR DE L'ÉCHANGE

- Espace identitaire dédié
- Personnalisation de chaque étape de la manifestation
- Affirmation des choix et engagements de l'entreprise ou de la collectivité

## SUSCITER DES TRANSVERSALITÉS ÉCONOMIQUES

- Maximiser l'impact de l'événement par une synergie d'entreprises
- Développer l'échange et faciliter les rencontres
- Affirmer un engagement auprès des parties prenantes
- Créer une émulation (interne / externe)

## METTRE EN VALEUR PAR LA QUALITÉ ET L'ÉTHIQUE

- Manifestation haut de gamme de prestige
- Empreinte écologique réduite
- Intégration des nouvelles valeurs RSE et DD

**Les Rencontres Alter'Economiques** sont des **éco-événements** et en suivent les bonnes pratiques d'organisation et de réalisation : communication et transports éco-responsables, politiques d'achat, choix des équipements et des prestations, maîtrise des consommations et gestion des déchets, sensibilisation à l'environnement, en accord avec les préconisations de l'ADEME.

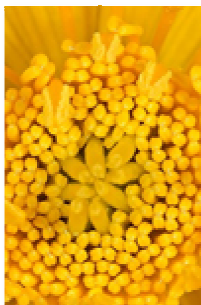
**Les Rencontres Alter'Economiques** sont une alternative responsable pour concilier manifestation haut de gamme, communication équitable et investissement raisonné.



Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

## COLLECTIVITES

**UNE COLLECTIVITÉ TERRITORIALE POSSÈDE DES ATOUTS INCOMPARABLES** QUI FAÇONNENT SON IDENTITÉ : UNE HISTOIRE, UNE CULTURE, DES PAYSAGES, DES ARTS DE VIVRE ET TRADITIONS, DES INFRASTRUCTURES ET DES AMÉNAGEMENTS Tournés vers le tourisme ou les affaires.



**U**ne commune ou une intercommunalité n'est jamais aussi prospère que lorsqu'elle sait valoriser son identité de territoire pour **rendre son pays attractif**.

**L'**essor de son économie est lié directement à cette force de séduction et à son rayonnement au-delà de ses frontières communales.

**L**a collectivité souhaite **attirer à elle des entreprises ou des touristes**, afin d'alimenter ses activités industrielles, commerciales ou artisanales, générer de l'emploi et de l'innovation, inciter une population active à s'implanter et à se sédentariser.



**DONNEZ ENVIE DE DÉCOUVRIR CHEZ VOUS  
CE QU'IL N'Y A PAS AILLEURS !**

Sa démarche se veut éco-citoyenne et résolument tournée vers le développement durable, la bonne gestion de ses ressources, la mise en valeur de son environnement et la qualité de la vie. Elle souhaite inciter à **modifier en profondeur les comportements** et devenir un pôle de rayonnement au service des hommes et de la planète.

Dans un contexte où le public est déjà très sollicité, elle doit le **séduire par son identité de territoire** et sa communication, cette authenticité et cette signature qui font la différence.

---



Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

## TERRITOIRE RESPONSABLE

Pour valoriser l'identité du territoire



Notre agence est présente aux côtés de la collectivité à tous les stades de la communication, de l'élaboration de la stratégie jusqu'à la réalisation des campagnes de communication. Elle accompagne les élus pour leur proposer des solutions innovantes et responsables et les assister dans les choix stratégiques.

Définition d'identité, axes de développement, aménagement du territoire, recherche de sédentarisation de la population active, actions sociales et solidaires, amélioration du cadre de vie, animations festives et citoyennes, formations, assistance aux élus, partenariats et recherche de financements...

Et toujours en trame de fond, notre engagement équitable pour donner du sens et valoriser l'image de la collectivité.



DONNEZ ENVIE DE DÉCOUVRIR CHEZ VOUS  
CE QU'IL N'Y A PAS AILLEURS !

→ Conseil stratégique :

## REDÉFINIR LA COMMUNICATION

---

- Économie **touristique** et **culturelle**
- Économie **commerciale** et **industrielle**
- **Marketing territorial**
- **Communication** et événements **d'identité**
- Recherche de **financement** et de **partenariats** publics/privés

→ Plan d'action :

## RÉALISATION DE CAMPAGNES RESPONSABLES

---

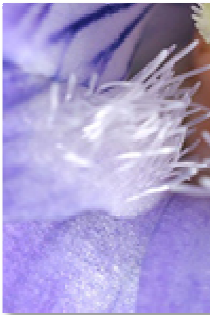
- **Encadrement** et suivi des campagnes
  - Mise en place de **réseaux experts** engagés dans le DD
  - **Assistance** et logistique sur le terrain
  - **Contrôles** et feed-back
-



Prenez votre essor au cœur de tous les intérêts

## TOURISME A LA CARTE

### UN OFFICE DE TOURISME À LA CARTE !



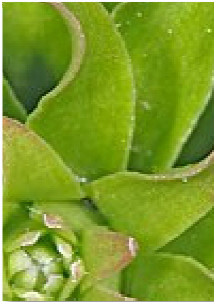
Pour les collectivités qui disposent d'une structure d'accueil touristique simple, nous proposons une prestation de service occasionnelle ou régulière pour développer l'accueil sans investir dans une structure lourde, selon les besoins :

- Aide à la **mise en place** des politiques de développement touristique
- **Accompagnement** des élus dans les prises de décision
- **Régie** et **assistance** pour les manifestations
- **Encadrement** des équipes municipales et aide au **recrutement**
- Réalisation d'**audits des process** des actions touristiques

## PLUS DE COM

---

**VENEZ NOUS RENCONTRER** AUX ENTREPRENARIALES 2009, LE SALON DES SERVICES AUX DIRIGEANTS D'ENTREPRISES ORGANISÉ PAR L'UPE06 :



**Judi 26 novembre 2009**  
aux Espaces Antipolis  
300, Route des Crêtes à Sophia-Antipolis

Thème 2009 :

**« ENTREPRISES ET NOUVEAUX MODES DE CONSOMMATION »**

**Idée DURABLE :**

→ Pensez au covoiturage ! ;))

*Inscriptions en ligne depuis le site des Entrepreneariales*

[www.entrepreneariales.com](http://www.entrepreneariales.com)

---

## CONTACT

---

**THE GREEN COMMUNICATION,**  
la communication équitable

[www.thegreencommunication.com](http://www.thegreencommunication.com)



- La Bonne Maison
- 741, Chemin de la Voie Romaine
- 06530 Le Tignet
- Tél / Fax : 04.93.66.57.46

→ **Véronique LÉVY** : 06.12.72.32.06  
[v.levy@thegreencommunication.com](mailto:v.levy@thegreencommunication.com)

→ **Frédéric DUPOUY** : 06.84.77.67.51  
[f.dupouy@thegreencommunication.com](mailto:f.dupouy@thegreencommunication.com)

---