



## **EcoPublicité, premier outil d'évaluation environnementale des campagnes de publicité**

*Paris, le 15 janvier 2008*

**Les travaux du Grenelle Environnement ont mis en avant la nécessité de promouvoir une publicité responsable. Comme l'a souligné Jean-Louis Borloo, ministre d'Etat, ministre de l'écologie, du développement et de l'aménagement durables, lors des débats d'octobre « la publicité responsable est, au même titre que les EcoLabels ou l'Etiquette énergie, un élément clé pour consommer intelligemment ».**

**Dans ce contexte, PricewaterhouseCoopers (PwC), Havas Media France, l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) et le Groupe LVMH lancent EcoPublicité, le premier outil d'évaluation de l'impact environnemental des campagnes de publicité du point de vue de la production et de la diffusion. L'outil EcoPublicité est développé dans le cadre d'un partenariat entre PwC-Ecobilan et Havas Media France.**

**L'outil Eco-Publicité est soutenu financièrement et testé en avant-première par l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) et le Groupe LVMH. L'objectif d'EcoPublicité est de permettre aux annonceurs d'intégrer l'éco-conception dans une campagne de publicité et d'en optimiser sa performance environnementale. Cet outil est une première mondiale.**

EcoPublicité est un outil de mesure qui permet d'évaluer quantitativement la performance environnementale d'une campagne de publicité du point de vue de la production et de la diffusion (l'impact des messages n'est pas pour l'instant pris en compte dans l'outil). Grâce à cette évaluation, il sera possible à un annonceur d'améliorer la performance environnementale d'une campagne.

Avec la méthode de l'ACV (Analyse du cycle de Vie) d'Ecobilan, les flux de matières et d'énergies entrants et sortants à chaque étape du cycle de vie d'une campagne de publicité sont inventoriés. Une évaluation des impacts environnementaux est réalisée à partir de ces indicateurs grâce à des coefficients préétablis permettant de calculer la contribution de chaque flux aux divers impacts environnementaux étudiés (quantité d'énergie, déchets...).

**EcoPublicité permet, au vu des tests réalisés, d'améliorer l'impact environnemental en agissant à 2 niveaux:**

- **au sein d'un même media, on pourra privilégier les offres (ou supports) les plus respectueuses de l'environnement à niveau de performance media équivalente (contacts/cible),**

- **au sein du mix media, et sans modifier radicalement les proportions de chaque media (dont la complémentarité est l'une des composantes essentielles de l'efficacité du plan), on pourra ré-arbitrer les investissements en diminuant par exemple le media le plus contributeur à l'impact environnemental,**
- **à l'étape de production, il est aussi possible de tester différentes options permettant de réduire l'impact environnemental.**

EcoPublicité est le premier outil de management environnemental de la publicité et s'adresse directement aux annonceurs, qui pourront en acquérir la licence d'utilisation auprès de PwC et Havas Media France. Pour Alice Audouin, responsable du Développement Durable au sein de Havas Media France et initiatrice du projet, EcoPublicité peut déclencher un cercle vertueux : *« Mon souhait est qu'EcoPublicité incite l'ensemble des acteurs de la communication, des médias et de la publicité à intégrer le critère environnemental dans leurs processus de décision. »*. Pour Sylvain Lambert, associé de PricewaterhouseCoopers, l'innovation est majeure : *« C'est un outil qui permet d'étendre la RSE à la communication. »* Anne Courtois, Directrice Conseil Développement Durable en charge de la commercialisation d'EcoPublicité, l'offre commerciale est sans précédent *« EcoPublicité est le premier outil qu'Havas Medias met à la disposition de ses clients, leur permettant d'intégrer le critère d'impact environnemental dans leur stratégie media »*.

LVMH et l'ADEME ont été les deux premiers testeurs de l'outil, s'engageant à analyser la performance environnementale de leurs campagnes. Pour Sylvie Bénard, directrice de l'environnement de LVMH : *« Un des objectifs inscrits dans la charte environnement de LVMH est de sensibiliser l'ensemble de ses collaborateurs afin que chacun dans son activité puisse intégrer l'environnement au quotidien. EcoPublicité correspond parfaitement à notre volonté d'engagement collectif ainsi qu'à notre exigence de créativité et d'innovation. »* Yves Leers, de l'ADEME : *« Le soutien de l'ADEME au développement de l'outil EcoPublicité s'inscrit dans le sillage de l'étude que nous avons publiée avec le Bureau de Vérification de la Publicité en juin 2007 sur « publicité et développement durable ». Ce travail a servi de base à la réflexion du Grenelle de l'environnement dans ce domaine. L'outil de mesure qu'est EcoPublicité doit nous permettre de mieux sensibiliser les acteurs de la communication pour faire évoluer les mentalités et les pratiques. »*

Accessible en ligne via le site internet **www.ecopublicite.com**, l'outil peut être utilisé sous deux versions : une version simplifiée, gratuite et accessible à tous, qui donne, à partir de données clés d'une campagne, une évaluation de ses émissions de CO<sub>2</sub> et de ses déchets et une version complète, avec l'ensemble des indicateurs et la possibilité de conserver les paramètres successifs de plusieurs campagnes est accessible sur abonnement payant pour une licence d'un an à 10 000 euros HT.

EcoPublicité a été développé par PwC et Ecobilan en partenariat avec Havas Media France et avec l'aide financière et l'expertise de l'ADEME et du groupe LVMH. *EcoPublicité est coordonné pour PwC par Sylvain Lambert, Philippe Osset, et pour Havas Media par Alice Audouin et Anne Courtois.*

*A propos de :*

**Le département Développement durable de PricewaterhouseCoopers** dont Sylvain Lambert est associé accompagne la démarche de responsabilité sociale (RSE) de très grands comptes. **Ecobilan**, partie intégrante de ce département, dirigé par Philippe Osset, est reconnu dans le monde entier comme un leader innovateur de l'application des Analyses du Cycle de Vie à l'évaluation de Technologies, de services et de produits.

**Havas Media France** est l'agence conseil média et achat d'espace du groupe Havas et première agence media du marché français. Elle est dirigée par Dominique Delport. Elle est la première organisation du secteur de la publicité à s'être dotée d'une responsable du développement durable, Alice Audouin.

#### **LVMH**

Leader mondial du luxe, LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton dispose d'un portefeuille unique de plus de 60 marques prestigieuses. Le Groupe est présent dans cinq secteurs d'activités :

- Vins & Spiritueux
- Mode & Maroquinerie
- Parfums & Cosmétiques
- Montres & Joaillerie
- Distribution sélective

Grâce à sa politique de développement des marques et à l'expansion de son réseau de distribution international (plus de 1 800 magasins à travers le monde), LVMH s'inscrit, depuis sa création en 1987, dans une dynamique de croissance forte.

Plus de 64 000 collaborateurs, dont 70 % basés hors de France, partagent aujourd'hui les valeurs du Groupe.

#### **L'ADEME**

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Ecologie, du Développement et de l'Aménagement durables, et du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. Elle participe à la mise en oeuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. L'agence met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public et les aide à financer des projets dans cinq domaines (la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit) et à progresser dans leurs démarches de développement durable.

[www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)

Pour plus d'informations : **<http://www.ecopublicite.com>**

Contacts Presse :

PricewaterhouseCoopers  
Emmanuelle Térouanne  
01 56 57 81 81

Havas Media France  
Alice Audouin  
01 46 93 35 98

ADEME  
H&B  
Nadège Chapelin  
[n.chapelin@hbcommunication.fr](mailto:n.chapelin@hbcommunication.fr)