

Auto-évaluation — Les cinq principes pour une communication environnementale crédible

Procédure:

La mesure environnementale est-elle PERTINENTE?

1. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de l'entreprise?

2. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de la société?

3. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de la communauté?

4. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de la région?

5. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de la planète?

6. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de l'humanité?

7. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de l'univers?

8. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de la vie?

9. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de la mort?

10. La communication est-elle pertinente par rapport à la problématique de l'éternité?

Points de PERTINENCE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

La mesure environnementale est-elle SIGNIFICATIVE?

1. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de l'entreprise?

2. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de la société?

3. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de la communauté?

4. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de la région?

5. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de la planète?

6. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de l'humanité?

7. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de l'univers?

8. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de la vie?

9. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de la mort?

10. La communication est-elle significative par rapport à la problématique de l'éternité?

Points de PORTÉE

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

La communication est-elle TRANSPARENT?

1. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de l'entreprise?

2. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de la société?

3. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de la communauté?

4. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de la région?

5. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de la planète?

6. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de l'humanité?

7. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de l'univers?

8. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de la vie?

9. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de la mort?

10. La communication est-elle transparente par rapport à la problématique de l'éternité?

Points de ADÉQUATION

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

La communication est-elle VÉRIFIABLE?

1. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de l'entreprise?

2. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de la société?

3. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de la communauté?

4. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de la région?

5. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de la planète?

6. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de l'humanité?

7. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de l'univers?

8. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de la vie?

9. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de la mort?

10. La communication est-elle vérifiable par rapport à la problématique de l'éternité?

Points de VÉRIFIABILITÉ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Les bénéfices environnementaux sont-ils COMMUNIQUÉS?

1. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de l'entreprise?

2. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de la société?

3. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de la communauté?

4. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de la région?

5. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de la planète?

6. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de l'humanité?

7. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de l'univers?

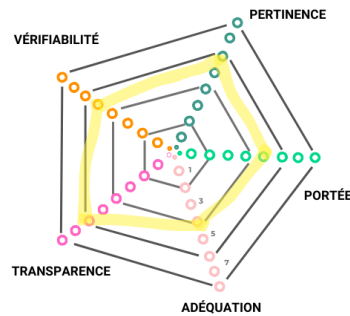
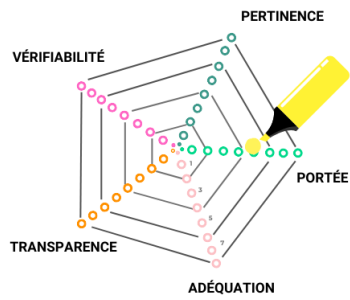
8. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de la vie?

9. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de la mort?

10. Les bénéfices environnementaux sont-ils communiqués par rapport à la problématique de l'éternité?

Points de TRANSPARENT

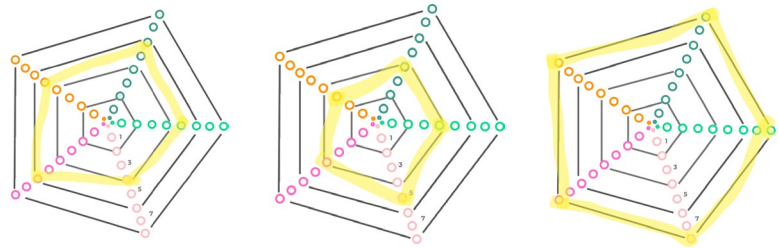
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10



Etape 1:
Répondre aux questions

Etape 2:
Reporter le nombre de points par catégorie

Etape 3:
Relier les points sur le diagramme



Etape 4:
Comparez les mesures dans la durée. Quelles tendances observez-vous ? Quels éléments fonctionnent bien déjà? Quels sont les défis qui demeurent ? Qui pourrait vous apporter du soutien ?

Une communication environnementale crédible est un sujet complexe dans un monde en rapide évolution. L'objectif de cette méthode n'est pas de juger ce qui est bien ou mal. Elle vise plutôt à vous aider à tirer de précieuses connaissances de la pratique quotidienne et ainsi à soutenir vos processus d'innovation.

Définition d'une mesure environnementale: Une mesure environnementale comprend ici aussi bien des actions concrètes que les caractéristiques écologiques intrinsèque des produits ou services.

Questions d'auto-évaluation

La mesure environnementale est-elle PERTINENTE?

A1: De manière générale, en tenant compte de tous les domaines environnementaux, la mesure se concentre-t-elle sur l'un des principaux impacts de votre entreprise?

A2: La mesure environnementale dépasse-t-elle le cadre légal?

A3: La mesure environnementale est-elle en lien direct avec votre activité principale?

A4: La mesure environnementale est-elle déjà mise en œuvre ou sur le point d'être mise en œuvre?

	Non (0 point)	En partie (1 point)	Oui (2 points)
A1			
A2			
A3			
A4			
Points de PERTINENCE			

La mesure environnementale est-elle SIGNIFICATIVE?

B1: Disposez-vous de critères précis pour mesurer les effets et la portée de votre mesure environnementale tout au long du cycle de vie de votre produit?

B2: Pouvez-vous démontrer que votre mesure environnementale produit des effets concrets ?

B3: Vous assurez-vous que l'avantage obtenu dans un domaine ne crée pas un inconvénient plus important dans un autre (p. ex., consommation d'eau réduite, mais émissions de CO₂ plus élevées)? A quoi ressemble la vue d'ensemble?

B4: Avez-vous défini des objectifs clairs et un calendrier précis pour votre mesure environnementale?

B1			
B2			
B3			
B4			
Points de PORTÉE			

La communication est-elle ADEQUATE?

C1: Communiquez-vous de manière conforme à la réalité (sans exagération)?

C2: Communiquez-vous sur vos mesures environnementales dans un contexte global (sans mettre l'accent sur certaines mesures individuelles ou prescrites juridiquement)?

C3: Votre communication environnementale suscite-t-elle des attentes réalistes?

C4: Existe-t-il des instructions claires sur la manière dont l'utilisation d'un produit influence l'empreinte écologique de manière significative?

C1			
C2			
C3			
C4			
Points de ADÉQUATION			

La communication est-elle TRANSPARENTE?

D1: Ce à quoi les allégations environnementales font référence est-il clair?

D2: Les informations sont-elles claires, compréhensibles, cohérentes et concrètes? Précisez-vous s'il s'agit de mesures déjà mises en œuvre ou seulement prévues?

D3: Evoquez-vous ouvertement les défis, les inconvénients et les échecs relatifs à vos mesures environnementales?

D4: En cas de comparaison : est-il clair sur quoi porte la comparaison et à quoi se rapportent les différences ? Les affirmations sont-elles cohérentes?

D1			
D2			
D3			
D4			
Points de TRANSPARENCE			

Les bénéfices environnementaux sont-ils DÉMONSTRABLES?

E1: La vérité au sens de la rigueur scientifique: les bénéfices environnementaux sont-ils vérifiés par des chiffres, des écobilans, des données et des faits?

E2: Les données détaillées et les preuves sont-elles facilement accessibles aux parties prenantes intéressées ou peuvent-elles au moins être présentées sur demande?

E3: Les données sous-jacentes sont-elles à jour?

E4: Vos mesures environnementales ou projets d'avenir passeraient-ils un contrôle externe (p. ex., normes, certifications)?

E1			
E2			
E3			
E4			
Points de VÉRIFIABILITÉ			

Résultat de l'auto-évaluation

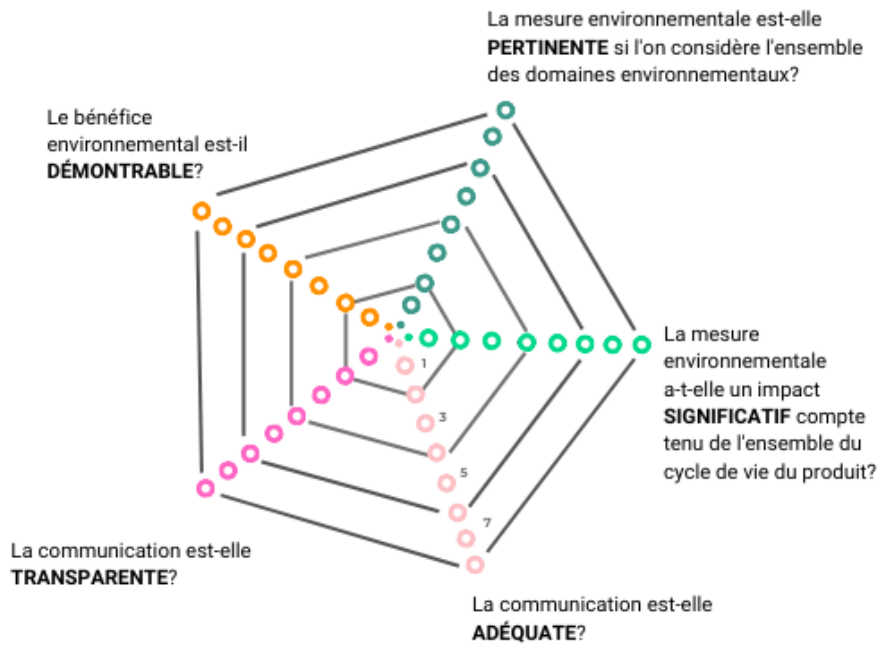
Communication environnementale

crédible

Mesure environnementale évaluée:

Auto-évaluation réalisée par:

Lieu et date:



	Nombre de points
PERTINENCE	
PORTÉE	
ADÉQUATION	
TRANSPARENCE	
VÉRIFIABILITÉ	