

**COTE PARIS** mensuel, mars 2009

# Alice Audouin

tire la sonnette d'alarme -/ sounds the alarm

Par Rémi Dechambre - Photo Faustine Cornette de Saint Cyr

**Responsable du développement durable chez Havas Média, Alice Audouin est aussi un électron libre multipliant les initiatives pour que l'on prenne enfin conscience des enjeux environnementaux dans le secteur de la communication.**

Sustainable development manager at Havas Media, Alice Audouin is also a free spirit who comes up with endless initiatives to make people finally become aware of environmental issues in the communication sector.



C'est en 2004 qu'Alice Audouin saura convaincre Havas Media France de créer un poste de responsable du développement durable. Ce sera une innovation dans le monde de la communication. « Ce secteur tarde à intégrer les critères environnementaux tant dans le mode de fonctionnement des entreprises que dans la conception de leurs produits. Je suis là pour favoriser cette prise de conscience. Pour que les préoccupations environnementales soient prises en compte, par exemple, à l'occasion d'achat d'espaces publicitaires, il faut que l'agence ait elle-même engagé une démarche interne sur ce thème. C'est une question de crédibilité. » Loin de certains défenseurs de la cause écologique qui pensent que travailler en entreprise équivaldrait à « vendre son âme au diable », Alice Audouin est une véritable boulimique d'activités. Cofondatrice de la Coalition Art & Développement durable ainsi que du Collectif AdWiser (association pour l'intégration du développement durable dans le secteur de la communication), créatrice et rédactrice de la lettre professionnelle d'information 2050, participante au

projet de voiture électrique Bolloré-Pininfarina ou encore initiatrice d'Écopublicité – un outil informatique permettant d'évaluer l'impact environnemental d'une campagne de publicité – Alice Audouin entretient un petit côté « stakhanoviste de la cause environnementale »!

« L'écologie doit être une préoccupation transversale. Dans les médias, elle concerne tout autant la fabrication ou la diffusion que le contenu. Il faut être concret. » Et c'est là l'objectif du nouveau livre, *La Communication responsable*, qu'elle a coécrit avec Anne Courtois et Agnès Rambaud. Analysant l'impact du secteur de la communication et en décrivant les parties prenantes, il apporte des exemples concrets d'initiatives.

Mais, parce qu'elle est convaincue qu'il faut dédramatiser le message écologique pour qu'il soit accepté du grand public, elle éprouve un évident plaisir à participer à l'adaptation cinématographique de son roman *Ecolocash*. C'est en 2010 que l'on découvrira cette comédie grand public contant les aventures d'une trentenaire ambitieuse qui, pour les besoins de son plan de carrière, se lance dans le développement durable. « J'ai voulu rompre avec le style habituel en utilisant l'humour. » Un film original par son thème mais aussi dans sa conception car – Alice Audouin oblige – il sera aussi l'un des premiers pour lequel on aura autant pris en compte l'environnement dans le processus de production !

*La Communication responsable, Alice Audouin, Anne Courtois et Agnès Rambaud, éditions Eyrolles, mars 2009.*

In 2004 Alice Audouin successfully convinced Havas Media France to create the post of sustainable development manager. It was something completely new in the communication world. "This sector is being slow to integrate environmental criteria in both the way companies operate and how they design their products. I'm here to encourage this awareness. In order for environmental concerns to be taken into account when buying advertising space, for example, the agency has to have established its own internal policy on the subject. It's a question of credibility." A far cry from some champions of the environmental cause who think that working for a company is tantamount to "selling your soul to the devil", Alice Audouin has a voracious appetite for initiatives. Co-founder of the Coalition Art & Développement Durable ('art and sustainable development coalition') and Collectif AdWiser (an association promoting the integration of sustainable development in the communication sector), founder and editor of the trade newsletter 2050, a participant in the Bolloré/Pininfarina electric car project and the deviser of EcoPublicité, an IT tool enabling users to measure the environmental impact of an advertising campaign, Alice Audouin is indeed a bit of a "Stakhanovite of the green cause"! "Ecology must be a concern across the board. In the media, it affects production and distribution as much as content. You have to be concrete." And that's the aim of the new book *La Communication responsable* that she has co-written with Anne Courtois and Agnès Rambaud. While analysing the impact of the communication sector and describing its interested parties, it gives concrete examples of initiatives. But because she is convinced that for the environmental message to be accepted by the general public it has to have the drama taken out of it, she is getting obvious pleasure from being involved in the film adaptation of her novel *Ecolocash*. This mass-appeal comedy coming out in 2010 relates the adventures of an ambitious woman in her thirties who gets involved in sustainable development to advance her career plan. "I wanted to break with the usual style by using humour." It will be an original film in terms of its theme but also how it is made: because this is Alice Audouin, it will also be one of the first in which the environment is taken as much into account in the production process!