

**DELIBERATION DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE
PORTANT APPROBATION D'UNE CHARTE DE COMMUNICATION DURABLE**

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION DE L'UNIVERSITE CLERMONT AUVERGNE, EN SA SEANCE DU 27 JUIN 2025,

Vu le code de l'éducation ;

Vu le décret n°2024-3 du 2 janvier 2024 modifiant le décret n°2020-1527 en date du 7 décembre 2020 portant création de l'établissement public expérimental Université Clermont Auvergne (UCA) ;

Vu les statuts de l'UCA ;

PRESENTATION DU PROJET

Le projet de création d'une charte de communication durable de l'Université Clermont Auvergne s'inscrit en cohérence avec le déploiement du schéma directeur Développement Durable et Responsabilité Sociétale (DD&RS) d'une part et du schéma directeur de la Communication d'autre part.

La charte structure les engagements de l'établissement autour de 4 piliers :

- Sensibiliser la communauté aux impacts sociaux et environnementaux des supports et actions de communication.
- Accessibilité des contenus en conformité avec le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité.
- Valoriser les projets engagés, les pratiques sobres et les récits de transformation.
- Éco-responsabiliser : réduire l'empreinte des actions, tout en privilégiant des alternatives durables et mesurables

Ce document a vocation à améliorer la prise en compte de l'impact environnemental et social dans la production d'événements, d'objets publicitaires, de supports imprimés et numériques.

Vu le quorum atteint en début de séance ;

Vu la présentation de Monsieur le Président de l'Université Clermont Auvergne ;

Après en avoir délibéré ;

DECIDE

D'approuver la charte de communication durable SAVE – Sensibiliser, Accéder, Valoriser, Eco-responsabiliser telle que jointe en annexe.

Membres en exercice : 41

Votes : 25

Pour : 24

Contre : 0

Abstention : 1

**Le Président de l'Université
Clermont Auvergne,**

Signé électroniquement par
Mathias BERNARD



Le 1 juillet 2025

Charte de communication durable – S.A.V.E

Table des matières

Introduction et Contexte	2
Objectifs généraux de la Charte	3
Traduire les engagements de l’UCA en matière DD dans les communications.....	3
Structurer la communication autour de quatre piliers : S.A.V.E.	3
Accompagner les pratiques à tous les niveaux	3
Mettre en œuvre une démarche évaluative et évolutive	4
Principes directeurs de la communication durable	5
Production événementielle	6
Production de goodies	7
Production imprimée de supports de communication.....	8
Production numérique	9
Processus de mise en œuvre	10
Suivi, évaluation et amélioration continue	11
Engagement des parties prenantes et communication.....	12
Conclusion	13
Annexe - Boîte à outils et ressources	14

Introduction et Contexte

Pourquoi une charte de communication responsable ?

L'Université Clermont Auvergne (UCA) s'engage à promouvoir une communication responsable, cohérente avec ses valeurs et sa vision en matière de développement durable. Cette charte a pour ambition de guider les pratiques de communication de l'établissement dans une logique d'exemplarité, de transparence et d'impact positif.

Elle s'inscrit dans un cadre réglementaire et institutionnel en constante évolution, marqué par des attentes croissantes en matière d'éthique, de sobriété numérique, et de responsabilité sociale et environnementale. Ce document vise à offrir un cadre commun à l'ensemble des acteurs de la communication, en cohérence avec le **Schéma Directeur Développement Durable et Responsabilité Sociétale (DD&RS)** de l'université.

Qu'est-ce que la communication durable ?

La communication durable dépasse la simple diffusion d'informations. Elle prend en compte l'ensemble des impacts environnementaux, sociaux et éthiques liés aux messages, aux canaux utilisés, et aux publics visés. Elle favorise une expression inclusive, accessible, éco-responsable, et respectueuse des diversités.

À travers cette charte, l'UCA souhaite affirmer ses engagements et encourager une communication au service du bien commun, intégrée aux démarches de transition écologique et sociétale portées par l'ensemble de la communauté universitaire.

Objectifs généraux de la Charte

La Charte de communication responsable de l'Université Clermont Auvergne (UCA) a pour finalité d'aligner les pratiques de communication avec les engagements forts de l'établissement en matière de transition écologique et de responsabilité sociétale.

Elle s'inscrit dans un écosystème stratégique cohérent avec :

- le **Schéma Directeur Développement Durable et Responsabilité Sociétale (DD&RS) 2025–2030**, notamment son **action 2 de l'axe 1 « stratégie et gouvernance »**, visant à renforcer une culture commune du développement durable au sein de la communauté universitaire ;
- et le **Schéma Directeur de la Communication 2024–2026 (SDC)**, qui prévoit l'élaboration d'une **charte de communication durable** (axe 2 – action 4) comme levier de transformation et de cohérence de l'image de l'établissement.

Elle s'articule également avec les trois référentiels internes clés : **la Charte graphique de l'UCA (v. 2024)**, **la Charte éditoriale (v. 2024)** et **la Charte de communication inclusive (v. 2022)**, qui encadrent respectivement l'identité visuelle, la tonalité rédactionnelle et l'accessibilité/inclusivité de tous les supports.

Traduire les engagements de l'UCA en matière DD dans les communications

La charte vise à assurer une cohérence entre les messages portés par l'université et ses engagements. Elle outille les communicants pour qu'ils incarnent les ambitions de l'UCA en matière de sobriété, d'éthique, de transparence, et de réduction de l'impact environnemental.

Elle constitue également un levier pour formaliser une culture commune dans les pratiques de communication, dans un environnement où plus de 50 référents communication sont répartis entre instituts, composantes, services et laboratoires.

Structurer la communication autour de quatre piliers : S.A.V.E.

La charte structure les engagements autour de quatre piliers :

- **Sensibiliser** : accompagner la montée en compétence de la communauté universitaire sur les impacts sociaux, environnementaux et numériques des supports et actions de communication.
- **Accéder** : garantir l'accessibilité universelle des contenus produits, tant sur le plan technique (conformité RGAA) que social (langage clair, représentations inclusives).
- **Valoriser** : porter une image fidèle, cohérente et éthique de l'établissement, en valorisant les projets engagés, les pratiques sobres et les récits de transformation.
- **Éco-responsabiliser** : réduire l'empreinte des actions (impressions, goodies, consommation numérique, événementiel), tout en privilégiant des alternatives durables et mesurables.

Accompagner les pratiques à tous les niveaux

La charte s'adresse à l'ensemble des acteurs impliqués dans la communication – qu'ils relèvent des instituts, UFR, écoles, laboratoires, directions centrales ou services. Elle permet :

- de structurer un **référentiel commun** en matière de communication durable ;
- de favoriser une **autonomie éclairée** des correspondants métier, dans le cadre défini par la Direction de la communication et de la Direction de la Vie Universitaire et Responsabilité Sociétale et Environnementale ;
- de garantir une **cohérence d'image** adossée à la signature du site universitaire « Concevoir des modèles de vie et de productions durables ».

Mettre en œuvre une démarche évaluative et évolutive

La charte n'est pas figée : elle s'inscrit dans une **logique d'amélioration continue**, avec des jalons clairs (cf. SDC) :

- Mise en place d'**indicateurs de suivi** (empreinte carbone, satisfaction des parties prenantes, conformité des supports) ;
- Organisation d'ateliers, groupes de travail et partages de bonnes pratiques (en lien avec le COSTRA communication et le réseau des référents communication) ;
- Intégration dans le futur **plan de communication** de l'établissement, avec déclinaisons territoriales, scientifiques et internes.

Principes directeurs de la communication durable

Principe directeur	Description	Pilier S.A.V.E. associé
Transparence et sincérité	Assurer une information claire, vérifiée et contextualisée, en évitant toute forme de greenwashing ou de communication trompeuse. Cela implique de fournir des messages exacts, compréhensibles et reposant sur des données fiables.	Valoriser
Accessibilité et inclusion	Garantir l'accessibilité universelle des contenus produits, en conformité avec le Référentiel Général d'Amélioration de l'Accessibilité (RGAA). Utiliser un langage clair et inclusif, et représenter la diversité de la communauté universitaire dans les visuels et les messages diffusés.	Accéder
Sobriété et éco-conception	Privilégier des contenus utiles, ciblés et lisibles, en évitant la surcharge d'informations. Optimiser la conception des supports de communication pour réduire leur empreinte environnementale, en intégrant des critères d'éco-conception dès la phase de création.	Éco-responsabiliser
Éthique et responsabilité sociale	Respecter les principes déontologiques de la communication, en s'appuyant sur les référentiels existants. Intégrer les dimensions sociales et sociétales dans les messages, en valorisant les initiatives en faveur de l'égalité, de la diversité et de l'inclusion.	Sensibiliser
Participation et co-construction	Impliquer les parties prenantes dans l'élaboration des messages, supports et actions de communication. Cela favorise une communication en phase avec les attentes et les usages de la communauté universitaire.	Sensibiliser
Évaluation et amélioration continue	Mettre en place des indicateurs de suivi pour évaluer l'impact des actions de communication sur les plans environnemental, social et économique. Réaliser des bilans réguliers des pratiques de communication, en identifiant les axes d'amélioration et en ajustant les stratégies en conséquence.	Éco-responsabiliser

Production événementielle

La production événementielle constitue un levier majeur de visibilité pour l'Université Clermont Auvergne. Pour être pleinement cohérente avec les engagements de l'UCA, toute action événementielle doit être pensée à travers le prisme de la communication responsable, en s'appuyant sur les **piliers S.A.V.E.** de la présente charte :

Pilier	Application à la production événementielle
S – Sensibiliser	Intégrer les enjeux environnementaux et sociétaux dans la conception des événements ; former et informer les équipes organisatrices sur les bonnes pratiques.
A – Accéder	Garantir l'accessibilité des lieux et des contenus proposés pendant les événements (accès PMR, signalétique claire, sous-titrage, langue inclusive).
V – Valoriser	Mettre en avant les engagements de l'université en matière de transition écologique et sociale à travers des temps de parole, des contenus, des partenariats.
E – Éco-responsabiliser	Réduire l'empreinte écologique des événements via une check-list d'organisation responsable : gestion des déchets, limitation des impressions, mobilités bas carbone, choix de fournisseurs durables, etc.

Dispositifs

- Une **check-list éco-responsable** fournie à chaque porteur d'événement (incluant les points relatifs au catering local, au tri, à la mobilité bas carbone, etc.) ;
- Un **guide pratique** à destination des organisateurs internes et partenaires ;
- Des exigences minimales partagées : lieu accessible, tri des déchets, outils numériques sobres, affichage limité, etc (cf. check-list) ;
- Vérifier la conformité visuelle (Charte graphique) et l'inclusivité des visuels/wordings (Charte pour une communication inclusive) avant diffusion.

Indicateurs de suivi

- Nombre d'événements intégrant des critères ou bonnes pratiques d'éco-responsabilité ;
- Empreinte carbone moyenne par événement.

Temporalité

- Application avant chaque événement ;
- Consolidation dans un **bilan annuel**, intégré au reporting DD&RS et communication.

Production de goodies

La production d'objets promotionnels (goodies) à l'UCA répond à une double exigence : maîtriser leur impact environnemental et social et garantir leur utilité réelle pour les publics cibles. Elle s'inscrit dans la politique d'achat responsable de l'établissement, conformément au Schéma Directeur DD&RS 2025–2030.

Cette démarche est encadrée par la **note de cadrage** émise par la Direction de la communication et la **procédure d'arbitrage des besoins, mise en œuvre avec** les instituts et les directions centrales.

Pilier	Application à la production de goodies
S – Sensibiliser	Informar la communauté sur l'impact environnemental des objets promotionnels et encourager une consommation raisonnée.
A – Accéder	Proposer des goodies utiles et adaptés aux besoins réels des bénéficiaires (ex. kits de bienvenue, objets pour étudiants internationaux, personnels, etc.).
V – Valoriser	Concevoir des objets cohérents avec l'image et les valeurs de l'UCA, porteurs d'un message institutionnel fort et durable.
E – Éco-responsabiliser	Limiter la distribution, privilégier les objets durables, recyclés, labellisés, et issus de circuits de production respectueux des conditions sociales et environnementales.

Règles et dispositifs

- **Volumétrie annuelle encadrée** : plafond fixé par délibération (62 500 € HT/an) ;
- **Politique d'achat responsable** : sélection de fournisseurs durables, attention aux matériaux, à la provenance, et aux conditions de production ;
- **Procédure d'appel à projets spécifique aux instituts** : formulaire de demande, arbitrages par un comité (DirCom, DA, instituts, VP CA), validation des visuels, commande via marchés publics ;
- Contrôler l'usage correct du logo selon la **Charte graphique** ; valider éventuellement les accroches selon la Charte éditoriale.

Toutes les commandes doivent impérativement respecter la procédure définie dans les documents de référence. Les demandes non conformes ne seront pas traitées.

Indicateurs de suivi

- Quantité et type de goodies distribués ;
- Taux de satisfaction des bénéficiaires (enquête ciblée sur les kits de bienvenue, salons, etc.).

Production imprimée de supports de communication

Les supports imprimés demeurent un vecteur important d'information, notamment pour certaines cibles externes ou dans le cadre d'événements. Toutefois, leur production doit être raisonnée, sobre et éco-conçue. La communication imprimée à l'UCA s'inscrit dans une stratégie globale de **dématérialisation progressive** et de **réduction de l'impact environnemental**, tout en garantissant une diffusion pertinente et accessible des contenus.

Pilier	Application à la production imprimée
S – Sensibiliser	Informar les équipes sur les impacts environnementaux de l'impression ; inciter à limiter les impressions aux seuls documents indispensables.
A – Accéder	S'assurer que les supports imprimés restent accessibles aux publics qui en ont besoin (usagers peu familiers du numérique, publics externes éloignés du digital, etc.).
V – Valoriser	Concevoir des supports imprimés cohérents avec l'image institutionnelle : formats sobres, messages clairs, esthétiques soignées.
E – Éco-responsabiliser	Utiliser du papier recyclé ou certifié (FSC, PEFC), privilégier le recto-verso, limiter les tirages, et utiliser des polices économes en encre.

Dispositifs

- Mise en œuvre de **normes internes d'impression** : police éco-responsable, recto-verso par défaut, grammage réduit ;
- Définition d'une **politique de recours aux supports numériques** comme alternative prioritaire ;
- Échanges réguliers entre la DirCom, les services de reprographie et les composantes pour ajuster les pratiques ;
- S'assurer que la mise en page respecte les grilles typographiques et contrastes décrits dans la Charte graphique et la Charte pour une communication inclusive.
- Intégration de la production imprimée dans les formations à la communication responsable (modalités de formation à préciser).

Indicateurs de suivi

- Volume total d'impressions / an ;
- Proportion d'impressions sur papier recyclé.

Production numérique

La transition numérique offre des opportunités majeures en matière de communication. Toutefois, elle n'est pas neutre sur le plan environnemental. La production et la diffusion de contenus numériques doivent donc intégrer une triple exigence : **sobriété éditoriale, sobriété énergétique et accessibilité** dans le cadre des orientations stratégiques fixées par le comité de gouvernance digitale de l'établissement.

Pilier	Application à la production numérique
S – Sensibiliser	Former les équipes à l'impact écologique du numérique ; promouvoir les pratiques d'éco-conception web et les usages responsables des outils digitaux.
A – Accéder	Rendre tous les contenus numériques accessibles, conformément aux normes RGAA / WCAG : sous-titres, alternatives textuelles, structuration claire.
V – Valoriser	Mettre en ligne des contenus utiles, bien référencés (SEO) et en lien avec les engagements sociétaux et environnementaux de l'UCA.
E – Éco-responsabiliser	Réduire l'empreinte carbone du numérique : limiter les vidéos lourdes, compresser les images, éviter les doublons, rationaliser les publications.

Dispositifs

- **Normes techniques internes** : poids maximal des vidéos, compression des images, formats courts, hébergement éthique ;
- **Politique d'accessibilité numérique** : vérification de la conformité des contenus avec les normes en vigueur ;
- **Formation à l'éco-conception** : conception de pages web légères, code sobre, limitation des scripts ;
- Appliquer les bonnes pratiques éditoriales de la Charte éditoriale ;
- Collaboration entre la **DirCom** (contenus, diffusion) et la **DOSI** (technique, hébergement).

Indicateurs de suivi

- Volume de données web stockées / diffusées ;
- Taux d'accessibilité des contenus (RGAA / WCAG) ;
- Eco-index.

Processus de mise en œuvre

L'efficacité de la Charte de communication responsable repose sur sa diffusion, son appropriation et son animation à tous les niveaux de l'Université Clermont Auvergne. Sa mise en œuvre est pensée comme un **processus collectif, évolutif et coordonné**, en lien avec l'ensemble des schémas directeurs (Communication, Numérique, DD&RS, etc.).

Objectifs

- Garantir une **intégration transversale** de la charte dans les pratiques de communication de l'ensemble des instituts, UFR, écoles, laboratoires, directions centrales et services ;
- Assurer la **cohérence interschémas, plans et labels** et l'opérationnalité des engagements pris.

Modalités d'animation

Dispositif	Description
Référents communication et/ou DD dans chaque structure	Un correspondant identifié dans les services et composantes est chargé de suivre l'application de la charte et de relayer les bonnes pratiques.
Formations et ateliers de sensibilisation	Des temps d'appropriation sont proposés tout au long de l'année pour diffuser les principes de la charte, accompagner et former les équipes.
Outils pratiques	Guides d'application, fiches réflexes, modèles types sont mis à disposition pour faciliter la mise en œuvre dans les actions de communication. Les trois chartes transverses (graphique, éditoriale, inclusive) sont accessibles sur l'intranet /Outils-Com/Chartes ; elles sont mises à jour et diffusées simultanément à la présente Charte S.A.V.E.
Instances de pilotage et suivi opérationnel	Le pilotage est assuré par la synergie entre le comité stratégique communication et le comité stratégique DD&RS de l'établissement. Les différents comités de pilotages thématiques assurent la mise en œuvre et le suivi opérationnel.
Réunions de suivi et bilans réguliers	Organisation de points de suivi trimestriels et production d'un bilan annuel sur le déploiement de la charte.

Indicateurs de suivi

- Nombre de personnes formées à la communication responsable ;
- Taux d'appropriation de la charte dans les pratiques déclarées (questionnaires, retours d'expérience).

Suivi, évaluation et amélioration continue

La mise en œuvre de la charte s'inscrit dans une **démarche d'amélioration continue** visant à évaluer régulièrement les process, les procédures, l'efficacité des actions, à **assurer la conduite du changement**.

Objectifs

- **Ajuster et renforcer** les pratiques sur la base de données objectivées, de retours terrain et de nouveaux référentiels ;
- **Mesurer l'efficacité** des actions de communication responsable engagées dans l'établissement.

Modalités d'évaluation

Dispositif	Description
Tableau de bord	Suivi des indicateurs clés (empreinte carbone, accessibilité numérique, etc.) par la DVU&RSE en lien avec la DirCom.
Protocole d'évaluation	Enquêtes, audits ciblés, retours d'expérience internes.
Suivi qualitatif et quantitatif	Intégration de mesures d'impact (CO ₂ , volume imprimé, taux d'accessibilité, etc.) pour objectiver les effets des pratiques mises en place.
Rapport de suivi	Intégration des éléments dans le bilan biennal du SD DD&RS.
Plan d'action actualisé	Sur la base de la revue, des pistes de réajustement sont identifiées et un plan d'action est formalisé.

Acteurs impliqués

- **COSTRA Com et DDRS** : validation des priorités d'amélioration avec les équipes encadrantes ;
- **DVU&RSE** : pilotage global des indicateurs et cohérence interschémas, plans et labels ;
- **Direction de la communication** : coordination de la communication du bilan, accompagnement des actions correctives.

Indicateurs de suivi

- Pourcentage de réalisation des objectifs fixés dans la charte ;
- Évolution des indicateurs environnementaux et sociaux (CO₂, déchets, accessibilité...);

Engagement des parties prenantes et communication

La réussite de la charte repose sur l'implication continue et sincère de l'ensemble des parties prenantes de l'Université Clermont Auvergne : étudiants, personnels, enseignants-chercheurs.

Cette mobilisation se traduit par une stratégie d'**information, de sensibilisation, de participation et de valorisation**, portée collectivement par les instituts, UFR, écoles, laboratoires, directions centrales et services.

Principes d'engagement

Objectif	Actions associées
Associer activement la communauté universitaire au projet	<ul style="list-style-type: none">– Mise en place de consultations, ateliers de co-construction, contributions en ligne– Mobilisation des instances participatives de l'université (convention étudiante, AGAÉ, AG, CA...)
Favoriser la co-construction et la transparence	<ul style="list-style-type: none">– Communication régulière (interne & externe) sur l'état d'avancement de la charte– Valorisation des initiatives exemplaires issues des instituts, UFR, écoles, laboratoires, directions centrales et services, étudiants et partenaires
Instaurer une dynamique participative continue	<ul style="list-style-type: none">– Organisation de campagnes de sensibilisation– Création de canaux de remontée d'information (plateformes collaboratives, entretiens qualitatifs, etc.)

Conclusion

L'Université Clermont Auvergne s'engage dans une démarche structurée, ambitieuse et partagée de communication responsable. En s'appuyant sur les piliers **S.A.V.E.** – **Sensibiliser, Accéder, Valoriser, Éco-responsabiliser** – la charte offre un cadre de référence à l'ensemble des acteurs de la communauté universitaire pour penser et déployer des actions de communication cohérentes avec les enjeux de transition écologique, de responsabilité sociétale et de service public.

La charte de la communication durable a vocation à évoluer, à s'enrichir des retours de terrain, des innovations émergentes et des dynamiques collectives qui animent l'UCA. Sa mise en œuvre repose sur la coopération, l'engagement de chacun et la complémentarité des expertises, au service d'une université plus durable et inclusive.

Adopter une communication responsable, ce n'est pas simplement « faire mieux », c'est **faire autrement**, en conscience et avec l'exigence de « Concevoir des modèles de vie et de productions durables ».

Annexe - Boîte à outils et ressources

Pour garantir l'appropriation et la mise en pratique de la charte à l'échelle de toute l'université, une **boîte à outils partagée** est mise à disposition de l'ensemble des services, composantes, laboratoires et partenaires.

Elle centralise les ressources essentielles pour accompagner les équipes dans la mise en œuvre d'une communication responsable, accessible et éthique, en cohérence avec les piliers S.A.V.E.

Contenu de la boîte à outils

Type de ressource	Exemples
Check-lists pratiques	Organisation d'événements responsables, production de goodies, communication imprimée, communication numérique...
Guides méthodologiques	Référentiels d'achat responsable, éco-conception des supports, rédaction inclusive, formats accessibles, valorisation sobre des actions...
Outils d'auto-évaluation	Fiches réflexes et grilles d'auto-diagnostic pour mesurer la conformité des projets avec les principes de la charte.
Fiches synthétiques par domaine	Résumés visuels ou fiches actions pour chaque grande thématique (événementiel, numérique, éditorial, goodies, etc.).

Référentiels internes

Type de ressource	Lien	Version
Charte graphique UCA	https://intranet.uca.fr/thematiques/communication/charte-editoriale	2024
Charte éditoriale UCA	https://intranet.uca.fr/thematiques/communication/charte-editoriale	2024
Charte pour une communication inclusive	https://intranet.uca.fr/medias/fichier/deliberation-ca-2022-06-24-13-chartre-pour-une-communication-inclusive_1656597867177-pdf	2022

Modalités de diffusion

- Mise à disposition via un **espace partagé** (intranet) animé par la DirCom.

Indicateurs de suivi

- Nombre de téléchargements ou de consultations des ressources.