

GreenRP s'est créé dans la volonté sincère de renouveler la conception des Relations Presse. A une période clé de notre société, nous nous inscrivons dans une démarche de Relations Presse responsables, opposée à toute activité de verdissement et de dérives commerciales autour du développement durable. Animée par un souci constant du respect et de la responsabilité, l'équipe de GreenRP prend des engagements. Loin d'être une finalité, ces engagements tendent à l'amélioration continue de nos relations avec le monde qui nous entoure.

Nos engagements avec nos interlocuteurs

Pour Green RP, le mot le plus important dans le terme Relations Presse demeure Relations. A l'instar de l'opacité d'un métier qui n'a pour obligation que celle des moyens, nous prônons le dialogue, la transparence et l'ouverture avec nos « partie prenantes », consommateur compris.

Sincérité : Le verdissement d'image ne contribue pas au développement durable, au contraire : il brouille son message. Pour une adéquation sincère entre la communication et le discours, nous nous attachons à trouver les termes justes, valorisants certes, mais jamais trompeurs.

Transparence : La transparence de la relation que nous entretenons avec nos clients est essentielle et se traduit par la volonté de construire un suivi régulier tout au long du déroulement de notre action. C'est pourquoi nous mettons un point d'honneur à informer et communiquer sur nos méthodes de travail et les ressorts inhérents aux Relations Presse, ainsi que sur nos résultats et l'analyse de notre action.

Accessibilité : Nous nous engageons à approfondir la connaissance de votre métier et de votre projet pour vous assurer la diffusion de l'information la plus pertinente et la plus juste possible.

Éthique : GreenRP respecte les principes éthiques et déontologiques qui incombent à la profession de Relations Presse formulés dans le Guide des Bonnes Pratiques édités par le [Syndicat National des Attachés de Presse](#). Nous reprenons également les principes établis dans le Code d'éthique international des relations publiques dit "[code d'Athènes](#)", notamment son interdiction de :

- Subordonner la vérité à d'autres impératifs
- Diffuser des informations qui ne reposeraient pas sur des faits contrôlés et contrôlables
- Prêter son concours à toute entreprise ou à toute action qui porterait atteinte à la morale, à l'honnêteté ou à la dignité et à l'intégrité de la personne humaine
- Utiliser toutes méthodes, tous moyens, toutes techniques de manipulation en vue de créer des motivations inconscientes qui, en privant l'individu de son libre arbitre, ne l'obligerait plus à répondre de ses actes

Solidarité : Nous soutenons depuis 3 ans la [Coalition Internationale pour un Tourisme Responsable](#) et mettons à disposition notre service de presse pour promouvoir la journée mondiale pour un tourisme responsable.

Notre responsabilité environnementale

GreenRP garde toujours à l'esprit la meilleure solution pour ses clients et pour l'environnement ce qui revient à limiter l'impact écologique des Relations Presse en conservant le maximum d'impact médiatique. À toutes les étapes de notre action, nous intégrons les principes de l'éco-communication du guide édité par [l'ADEME](#).

- Nous privilégions la dématérialisation des outils utilisés lors de nos activités, notamment lors de la diffusion des communiqués et dossiers de presse.
- Pour les outils « papier » (matérialisés), nous intégrons une réflexion d'éco-conception dans la réalisation graphique et sélectionnons des partenaires qui nous apportent un maximum de garanties environnementales via des labels reconnus (papier labellisé PEFC, FSC ou recyclé, encres végétales, ISO 14001...). Notre partenaire principal pour l'édition est [Pure Impression](#).
- Pour l'organisation d'événements, nous mettons en œuvre un cahier des charges spécifique en adéquation avec les principes d'un éco-événement.

Notre engagement au quotidien

La taille de notre agence n'est pas adaptée à la mise en place d'une certification ou d'un suivi d'indicateurs pertinents. Mais nous avons pris de bonnes habitudes !

- Tri sélectif des déchets, chasse à la surconsommation de papier et d'encre, réducteurs d'eau, ampoules BC, coupure des veilles...C'est la base.
- Achats responsables : produits d'entretien, alimentation, fournitures de bureau...nous cherchons systématiquement l'alternative.
- Nous avons choisi des bureaux qui nous permettent de tous venir travailler à pied ou en tramway
- Nous compensons les émissions carbone de nos autres déplacements professionnels auprès de [l'Action Carbone](#)