

Charte de communication responsable



Introduction

Depuis plus de 30 ans, Marques Avenue Groupe développe des destinations shopping outlet où les grandes marques rencontrent leurs clients dans des univers accueillants, accessibles et durables. Nous sommes convaincus que le commerce de demain doit concilier attractivité, expérience et responsabilité.

Dans un contexte où les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux deviennent centraux, nous souhaitons faire évoluer nos pratiques et celles de nos partenaires pour promouvoir une communication plus utile, plus transparente et plus respectueuse.

Cette charte s'inscrit dans notre ambition de contribuer à un modèle de retail durable, au service des territoires, des marques et des visiteurs.

Cette charte s'applique à l'ensemble des communications du Groupe Marques Avenue, qu'elles soient institutionnelles, commerciales, éditoriales, territoriales ou locales, et à tous les publics visés.



Sommaire

01

Maîtriser nos impacts 04

1.1 Production & supports 05

1.2 Digital & diffusion 06

1.3 Audiovisuel & shootings 06

1.4 Évènementiel 07

02

Transparence, pédagogie et loyauté 08

2.1 Encadrement des allégations environnementales et sociales 09

2.2 Communication loyale avec le public 10

2.3 Éducation à une consommation responsable 10

03

Respect & inclusion 11

3.1 Dans nos contenus 12

3.2 Vis-à-vis de nos partenaires 12

04

Accessibilité & responsabilité sociale 14

05

Gouvernance de la communication responsable 14





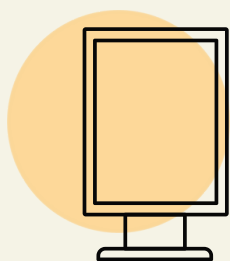
01

Maîtriser nos impacts

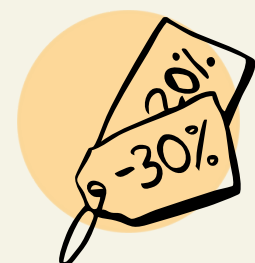
1.1 Production & supports



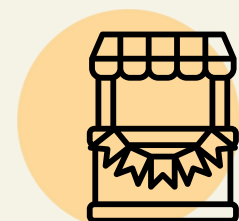
Privilégier des partenaires engagés (labels, démarches RSE, économie locale, ESS).



Privilégier des matériaux recyclés, recyclables ou certifiés (FSC, PEFC...) pour le print, PLV et signalétique et les impressions responsables (encres végétales, formats optimisés, tirages raisonnés).



Minimiser la création d'objets promotionnels ; lorsqu'ils existent, garantir leur utilité, leur durabilité, leur origine responsable et leur recyclabilité.

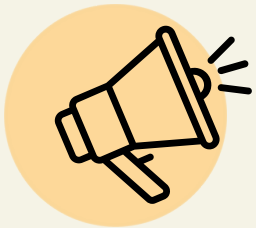


Favoriser des stands, installations et décors **réutilisables, modulaires** ou **éco-conçus**.

1.2 Digital & diffusion



Encourager une **communication digitale** moins énergivore : optimisation des formats, compression des vidéos, sobriété graphique, limitation des contenus inutiles.



Éviter les formats publicitaires intrusifs ou énergivores, privilégier ceux qui respectent l'expérience utilisateur.

1.3 Audiovisuel & shootings

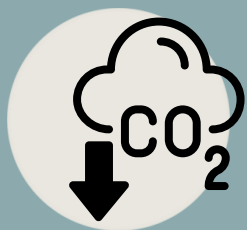


Limitation des déplacements, choix de décors existants, optimisation des équipes ;
Stylisme cohérent, durable et assumant la réalité de nos outlets (produits issus des marques présentes, seconde main lorsque possible).



Recycler ou réemployer les matériaux utilisés.

1.4 Évènementiel



Réduire l'**empreinte carbone** de nos événements internes ou grand public : transport, restauration, choix des lieux, gestion des déchets, accessibilité.



Favoriser les prestataires locaux, inclusifs et responsables.



02

Transparence, pédagogie et loyauté



2.1 Encadrement des allégations environnementales et sociales

Nos engagements :

Marques Avenue s'engage à une communication environnementale et sociale rigoureuse, loyale et responsable.

Nous veillons à ne pas exagérer, détourner ou simplifier abusivement nos engagements RSE, et à présenter uniquement des informations exactes, sincères et vérifiables.

Marques Avenue s'interdit toute allégation globale laissant entendre un bénéfice environnemental ou social généralisé lorsque celui-ci ne peut être démontré.



2.2 Communication loyale avec le public

Marques Avenue veille à ce que ses messages commerciaux :

1. N'associent pas une offre promotionnelle à une promesse environnementale globale.
2. Présentent de manière claire et loyale les prix, remises et conditions des offres.
3. Évitent les formulations excessives ou culpabilisantes.

2.3 Éducation à une consommation responsable

1. Encourager des comportements raisonnés : mobilité douce vers nos centres, durée de vie des produits, entretien, recyclage textile, initiatives anti-gaspillage.
2. Mettre en avant les actions des marques présentes en matière d'éco-conception, circularité, seconde vie, réparation.
3. Ces messages sont conçus dans une logique pédagogique, sans exagération ni simplification abusive, et en cohérence avec les actions réellement mises en œuvre dans les centres.

03

Respect & inclusion



RESPECT & INCLUSION

3.1 Dans nos contenus

1. Représenter la diversité réelle de nos publics : **âge, genre, morphologie, origine, situation de handicap.**
2. Éviter toute mise en scène renforçant des stéréotypes, discriminations ou comportements irresponsables.
3. Ne pas diffuser de messages dénigrants envers des personnes, organisations ou pratiques.
4. Favoriser une esthétique authentique, positive et inclusive dans l'image de nos centres.

3.2 Vis-à-vis de nos partenaires

1. Adopter une relation professionnelle **juste et responsable** : délais réalistes, cadre clair, échanges respectueux, conditions financières transparentes et équitables et traitements cohérents dans nos consultations et appels d'offres.
2. Intégrer progressivement des **critères RSE dans nos processus de sélection.**
3. Les principes de respect et d'inclusion s'appliquent également aux partenaires, prestataires et marques partenaires intervenant dans les communications du Groupe.
4. En cas de contenu non conforme à ces principes, Marques Avenue se réserve le droit de demander une modification ou de ne pas diffuser le support concerné.



04

Accessibilité & responsabilité sociale



4. ACCESSIBILITÉ & RESPONSABILITÉ SOCIALE

Marques Avenue veille à ce que les informations relatives à ses engagements sociaux et environnementaux soient formulées de manière claire, pédagogique et accessible, en adaptant les formats et le niveau de langage aux publics concernés. Nous souhaitons :

- Rendre nos communications accessibles au plus grand nombre : lisibilité, traduction, sous-titrage, contraste, formats adaptés.
- Veiller à ce que nos messages favorisent le lien social, la valorisation des territoires et l'inclusion des publics.
- Valoriser les dynamiques locales : emplois, marques régionales, acteurs associatifs, initiatives solidaires.

5. GOUVERNANCE DE LA COMMUNICATION RESPONSABLE

La présente politique est approuvée par la Direction Générale du Groupe Marques Avenue.

La conformité des pratiques de communication à cette charte est supervisée par la Direction, en lien avec la Direction de la communication.

Toute communication comportant une allégation environnementale ou sociale, ou mobilisant un dispositif ou un public sensible, fait l'objet d'une validation renforcée.

La charte est mise à disposition de l'ensemble des collaborateurs, intégrée aux éléments d'accueil des nouveaux arrivants, et partagée avec les partenaires et prestataires concernés.

Conclusion de la charte

Avec cette charte, Marques Avenue Groupe **réaffirme son ambition** : proposer une expérience client désirable et responsable, où les marques, les consommateurs et les territoires bénéficient d'un modèle de retail durable et engagé.





Libre de se démarquer

MARQUES AVENUE
G R O U P E

marquesavenuegroupe.com