

GUIDE DE COMMUNICATION & USAGE DE LA MARQUE

OBJECTIF DE LA MARQUE LABEL ECOPROD

Le LABEL ECOPROD est un programme de labellisation qui permet aux productions de valoriser leur démarche d'éco-production. La Marque LABEL ECOPROD est une reconnaissance délivrée par l'association Ecoprod aux œuvres audiovisuelles ayant mis en place une démarche éco-responsable grâce au référentiel du Label ECOPROD et ayant été auditées par un tiers indépendant, AFNOR Certification.

Les termes « œuvre audiovisuelle » ou « œuvre » sont utilisés dans ce document pour désigner l'ensemble des typologies de production (film, publicité, série, documentaire, journal télévisé, etc.) pouvant candidater au label.

BÉNÉFICIAIRES DE LA MARQUE

Le Label ECOPROD est attribué à une œuvre audiovisuelle et non à une société ou au produit/service faisant l'objet de l'œuvre. **Il ne doit donc pas y avoir d'ambiguïté sur le fait que seule la production de l'œuvre audiovisuelle est labellisée.**

Critères d'exclusion du Label ECOPROD : Le conseil d'administration d'Ecoprod se réserve le droit d'exclure de la labellisation toute œuvre audiovisuelle qui manifesterait les caractéristiques suivantes :

1. **Propos climato-sceptiques valorisés :** les œuvres audiovisuelles corroborant des propos climato-sceptiques ou climato-négationnistes sans contradictions.
2. **Apologie de gestes et d'activités écocidaïres :** les œuvres audiovisuelles faisant l'apologie de gestes, d'activités et d'actions écocidaïres ou de maltraitance animale volontaire.
3. **Production ayant clairement procédé à la détérioration volontaire de milieux naturels :** Les œuvres audiovisuelles ayant volontairement procédé à la destruction ou à la détérioration de milieux naturels sur l'une des phases de sa fabrication (développement, production, post-production).
4. **Cas de Greenwashing :** les œuvres audiovisuelles ayant été sanctionnées par les autorités compétentes (ARPP et AROCOM) pour des faits de Greenwashing ou climato scepticisme ;

DROIT D'USAGE DE LA MARQUE

L'association ECOPROD est propriétaire du label, du référentiel et de la Marque du Label ECOPROD. L'usage de la Marque Label ECOPROD (utilisation des logos et toute autre communication autour du Label), doit être effectué de façon à ne pas tromper sur l'objet ou l'état de la labellisation, et ne pas donner lieu à du « greenwashing ».

La communication sur l'obtention du Label ECOPROD doit :

- commencer **au plus tôt** à la réception de l'attestation officielle d'obtention du Label ECOPROD et dans le respect du droit d'usage de la marque ;
- être très clairement et exclusivement associée à l'œuvre audiovisuelle ayant obtenu le Label ECOPROD ;

- afficher le dernier niveau de labellisation obtenu par l'œuvre audiovisuelle en date de la communication ;
- utiliser le logo du Label ECOPROD correspondant au niveau obtenu avec la *tagline* correspondant à la typologie de production de l'œuvre labellisée (Film, Documentaire, Série, Émission...). La communication devra se faire telle que : [Ce film, cette série, ou titre de l'œuvre...] "a obtenu le Label ECOPROD" ;
- citer le nom d'Ecoprod comme détenteur et porteur du Label en écrivant "LABEL ECOPROD" ou "Label Ecoprod"

Le logo du Label ECOPROD peut être affiché dès l'obtention du Label sur tous les supports de communication directement liés à l'œuvre labellisée (affiche, générique d'une œuvre, site internet, ...) dans le respect du présent guide.

Il est préconisé de faire apparaître le logo correspondant au niveau de labellisation dans le générique de l'œuvre labellisée.

Pour une communication sur les réseaux sociaux, l'association Ecoprod doit être mentionnée en utilisant les tags suivants : LinkedIn : @ECOPROD ▪ Instagram : @Ecoprodfrance

Vous pouvez également mentionner : @Afnor Certification

Éléments de langage possibles / mots clés : Vous aussi faites labelliser vos œuvres avec le Label Ecoprod ! ; Le Label Ecoprod est soutenu et validé par l'Ademe et audité par Afnor certification.

Cas particulier : les programmes intégrant des images additionnelles :

Pour les œuvres composées à plus de 50 % de leur durée d'images additionnelles et préexistantes à l'œuvre, un "disclaimer" devra être ajouté au générique ou dans les éléments de communication et devra préciser le périmètre sur lequel a porté la labellisation. Les phrases suivantes peuvent être utilisées à cet effet :

- « Ce Label s'applique aux activités de production et post-production, et non aux images préexistantes intégrées au montage de l'œuvre. »
- « Les images additionnelles (images achetées, d'archives et de stock) ne rentrent pas dans le cadre de l'audit réalisé par Afnor Certification ».

Cas particulier : les programmes tournés et diffusés en continu et récurrentes dans le temps :

Dans le cas où des œuvres tournées et diffusées en continu se répètent dans le temps (ex. journaux télévisés, séries, programmes télévisés, ...), il est autorisé d'inclure dans le générique de l'édition en cours de production le score (sous forme du logo du Label ECOPROD correspondant) le plus récent obtenu par l'édition précédemment labellisée.

Ce principe est valable à condition que :

- l'édition de l'œuvre en cours soit déjà engagée dans un processus de labellisation ECOPROD en ayant contractualisé avec AFNOR Certification ;
- le format et le périmètre de deux éditions de l'œuvre soient similaires ;
- dans le cas où plusieurs éditions aient déjà été labellisées, le score le plus récent soit affiché ;
- pas plus d'un an ne sépare les tournages de deux éditions de l'œuvre ;

- un disclaimer devra accompagner le logo de score du Label ECOPROD et respecter les éléments suivants :
 - Identification de l'œuvre** : Mentionner clairement le titre de l'œuvre dans son édition actuelle.
 - Engagement en éco-production** : Indiquer que l'œuvre est engagée dans une démarche d'éco-production avec le Label ECOPROD.
 - Référence à l'édition précédente** : Préciser le titre de l'œuvre qui a été précédemment labellisée.
 - Score attribué** : Indiquer le score obtenu (en étoiles) pour l'édition précédemment labellisée.
 - Visibilité et lisibilité** : S'assurer que le disclaimer soit bien visible et facilement lisible dans le générique de l'œuvre.

Ces éléments garantiront que le disclaimer respecte les exigences de communication liées à l'utilisation de la marque. Un disclaimer possible serait : « [Nom de l'œuvre dans son édition en cours de production] est engagé(e) dans une démarche d'éco-production avec le Label ECOPROD. Le score obtenu pour [Nom de l'œuvre dans son édition précédemment labellisée] était de xx étoiles. »

Exemple d'application : si le journal télévisé XX de l'année 2023 a reçu le Label ECOPROD avec une note de 2 étoiles, et que le journal télévisé XX de l'année 2024 est en cours de labellisation avec AFNOR Certification, il est possible d'afficher le logo du Label ECOPROD 2 étoiles dans le générique de l'édition 2024 avec le disclaimer suivant : « Le journal télévisé XX – année 2024 est engagé dans une démarche d'éco-production avec le Label ECOPROD. Le score obtenu par le journal télévisé XX – année 2023 était de 2 étoiles. »

Cas particulier : l'intégration du logo au générique de l'œuvre avant réception de l'attestation :

Si le Demandeur souhaite intégrer le logo ECOPROD à son générique mais ne peut pas attendre l'émission de l'attestation pour des raisons logistiques, il peut en faire la demande à AFNOR Certification afin d'obtenir le logo correspondant au score indiqué dans son rapport intermédiaire. Cependant, si par la suite la labellisation n'est pas accordée ou si le score anticipé n'est pas atteint, le Demandeur s'engage à retirer ce logo du générique de l'œuvre (ou à intégrer le logo approprié) sur tous les supports réalisés avant l'avis définitif de labellisation.

CLAUSES DE RETRAIT DU LABEL

Le Demandeur s'engage à fournir des informations véridiques et complètes dans le cadre de la procédure d'attribution du Label. En cas de fausse déclaration, de falsification de justificatifs, d'extrapolation incorrecte des preuves ou de dissimulation de pratiques pouvant invalider l'application des critères du Label, le conseil d'administration d'Ecoprod se réserve le droit de procéder au retrait immédiat du Label.

Cela inclut, sans s'y limiter :

- La présentation de justificatifs falsifiés ou non conformes à la réalité.
- L'extrapolation de preuves de manière à induire en erreur (par exemple, une facture d'achats responsables présentée comme couvrant la totalité des achats alors que ce n'est pas le cas).
- La dissimulation de pratiques ou d'éléments susceptibles d'invalider des critères du Label, notamment lors des audits réalisés sur site par AFNOR Certification.
- La suspicion de situation de *greenwashing*, ou de non-respect des critères d'exclusion du Label ECOPROD. Seront considérées comme relevant du *greenwashing* toutes pratiques frauduleuses

visant à promouvoir l'image de marque d'une production ou d'un produit en les faisant passer comme plus respectueux de l'environnement ou plus écologiquement responsables qu'ils ne le sont en réalité. Toute utilisation abusive du Label ECOPROD à cet effet peut ainsi entrer dans la catégorie du *greenwashing*. ECOPROD peut s'appuyer sur les décisions d'autorités compétentes telles que l'ARPP ou l'ARCOM pour identifier des cas de *greenwashing*.

Le retrait du Label pourra intervenir à tout moment, dès lors qu'une telle infraction est constatée, qu'il s'agisse d'une découverte à l'occasion d'un audit ou de toute autre vérification.

LOGOTYPE

Il est interdit de déformer le logo, les proportions doivent être conservées. En aucun cas il ne peut être redessiné ou adapté. Les différents logos ECOPROD sont présentés ci-après et attribués avec les pondérations suivantes :

- Initiés : [65-75] %
- Confirmés : [76-87] %
- Exemplaires : [88-100] %



Vous pouvez mentionner en dessous du logo ECOPROD la mention suivante : "Audité par Afnor Certification". Vous ne pouvez pas utiliser le logo d'Afnor Certification.

Chaque typologie de production (Documentaire, Emission, Film, Oeuvre audiovisuelle, Publicité, Série) dispose d'un logo spécifique que vous pouvez utiliser pour votre communication.

Couleurs :

Les couleurs qui composent le logo sont à respecter scrupuleusement dans toute reproduction. Le logo est utilisé en noir ou en blanc lorsque des contraintes techniques d'impression ne permettent pas de l'appliquer dans ses couleurs.

Exemples d'utilisation des logos du Label ECOPROD en noir, blanc ou en couleur.

