

# BABEL

STRATEGIE ET CREATION

COMMUNIQUÉ DE PRESSE  
LE 14 AVRIL 2021

## BABEL LANCE L'IDENTITE RESPONSABLE



Parce qu'elles ont un véritable pouvoir transformatif, les marques s'engagent chaque jour pour une société plus inclusive, plus équitable et plus durable. Et si de nombreuses initiatives d'agences et d'annonceurs tendent aujourd'hui à plus de responsabilité, force est de constater que le design de marque reste actuellement en marge de cette quête vertueuse.

Convaincue que l'identité visuelle, en tant que première expression d'une marque, a un rôle fondamental à jouer dans l'incarnation des engagements de l'entreprise, l'agence Babel a développé une approche nouvelle, destinée à accompagner les marques qui souhaitent faire mieux, de la conception au déploiement de leur expression identitaire.

*« Reflet des convictions d'une marque, adaptée à la réalité opérationnelle de l'entreprise, l'Identité Responsable est une démarche pragmatique, progressive et fédératrice, qui s'inscrit au cœur des transformations des entreprises et de la société, et refuse les vernis opportunistes. Une démarche que nous avons initiée, dans laquelle le mieux est résolument l'ami du bien, et que nous voulons ouverte à tous »,* affirme Christian de Bergh, directeur du design de Babel.

Une approche sur mesure, applicable à tous types d'entreprises donc, qui prend corps à travers trois grands piliers d'actions :

- **faire mieux pour l'environnement**, bien sûr, en continuant de diminuer notre impact sur la planète (appliquer et challenger les principes de l'eco-branding, renforcer l'appel à des partenaires labellisés, capitaliser sur l'existant, déployer en assurant une seconde vie utile aux objets, etc.) ;

- **faire mieux pour les gens**, en intégrant les problématiques sociales contemporaines aux fondamentaux identitaires : représenter la réalité de notre diversité (halte aux registres iconographiques hors-sol consensuels et uniformisés), assurer l'accessibilité au plus grand nombre (malvoyants, personnes âgées, publics étrangers, etc.), valoriser les territoires dans lesquels sont ancrées les entreprises, etc. ;
- **faire mieux avec le client**, en questionnant les manières d'agir traditionnelles, en envisageant de nouvelles solutions de création et de production, etc., dans une logique positive d'amélioration continue, en adéquation avec ses réalités, ses besoins et ses ressources : valoriser l'appel aux partenaires locaux, soutenir la jeune création, etc.

*« L'identité doit elle aussi être un des moteurs d'une communication plus responsable, qui va bien au-delà de la prise en compte de la dimension environnementale. Il existe des dizaines de possibles pour faire mieux notre métier et faire mieux pour les marques que nous accompagnons. Nous l'avons constaté avec enthousiasme sur de récents dossiers en cours. Alors, ne nous privons pas de challenger, d'explorer, d'inventer et de partager de nouvelles façons de créer », conclut Claire Desré Morel, directrice de création design de Babel.*

## **CONTACT PRESSE**

Maud PAGET  
Chargée de communication  
[maud.paget@agencebabel.com](mailto:maud.paget@agencebabel.com)  
T + 01 53 00 11 86

---

## **À propos de Babel**

Babel a pour ambition d'articuler la communication à la stratégie des entreprises et des organisations. Première agence intégrée indépendante de France, elle réunit près de 200 talents multidisciplinaires managés par une quinzaine d'associés qui allient intelligence stratégique et excellence créative pour bâtir des marques fortes, singulières et rayonnantes. Ses cinq champs d'expertise : management de marque, management des contenus, accompagnement de la transformation, communication d'intérêt général, réputation et thought leadership.

<http://agencebabel.com>  
<https://www.facebook.com/AgenceBabel>