

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/Developpement-durable-et-marketing.625.html>

Développement durable et marketing

- Humain - Contribution Sociale - Réseau des acteurs du DD -



Date de mise en ligne : lundi 12 novembre 2007

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous
droits réservés

Même si tout le monde le fait depuis quelques temps, si les médias reprennent le sujet encore et encore, et si les consommateurs y sont enfin sensibles, il est plus que temps de parler développement durable et marketing, parce qu'on n'a plus le temps d'attendre !

Il était temps qu'on s'en parle !

Et justement nos intervenants de la [soirée du 11 octobre pour l'ADETEM Rhône Alpes](#) nous ont permis de mieux cerner les enjeux et les urgences, les solutions et les actions qu'il est déjà possible de mettre en place, pour intégrer le développement durable dans l'entreprise et dans le marketing en particulier : et surtout de comprendre les facteurs clés de succès .

Le développement durable : prise de conscience du Grand Public

Caroline Sorez nous a d'abord rappelé la définition du développement durable et le fait qu'il intervient sur le triptyque des 3 P (People -Planet- Profit = Social, Economique, Environnemental). Elle nous a surtout montré qu'aujourd'hui la prise de conscience du Grand Public et des clients est réelle sur le sujet (grâce entre autres à l'étude Ethicity), et qu'il y a une attente des clients sur ce thème.



Le 'marché' de l'environnement durable existe donc et il est devenu impératif pour les entreprises de s'y intéresser.

Mais elles peuvent traiter le sujet de façons différentes : uniquement sur l'aspect technique, en communiquant sur le sujet (rapports Développement Durable) ou en considérant le développement durable comme un élément central de leur stratégie marketing !

L'une de nos participantes a d'ailleurs présenté le cas de l'Arbre Vert qui, sur la base des produits fabriqués par une usine Seveso en liquidation, a ressuscité une marque et développé une gamme entière de produits écologiques éco-labellisés (éco-label européen). L'entreprise a réussi non seulement à convaincre et à éduquer la grande distribution et ses clients, mais aussi à multiplier par 18 son chiffre d'affaires en 4 ans !

Les leviers de création de valeur du DD

Nous avons donc appris quels sont les leviers de création de valeur du développement durable :

- ▶ 1. Prévention des crises
- ▶ 2. Réduction des coûts
- ▶ 3. Innovation
- ▶ 4. Différenciation / fidélisation
- ▶ 5. Réputation
- ▶ 6. Performance économique

Et surtout quelles sont les caractéristiques d'un marketing « durable » :

- ▶ Un marketing **responsable** : qui évite de promouvoir des pratiques non soutenables,
- ▶ Un marketing « **vert** » ou **social** : qui développe des produits ou services avec une véritable VA environnementale ou sociale,
- ▶ Un marketing **sociétal** : qui finance des campagnes qui visent à influencer le comportement des consommateurs.

