

L'éco-marketing, levier de création de valeur dans l'entreprise



Thierry Raes

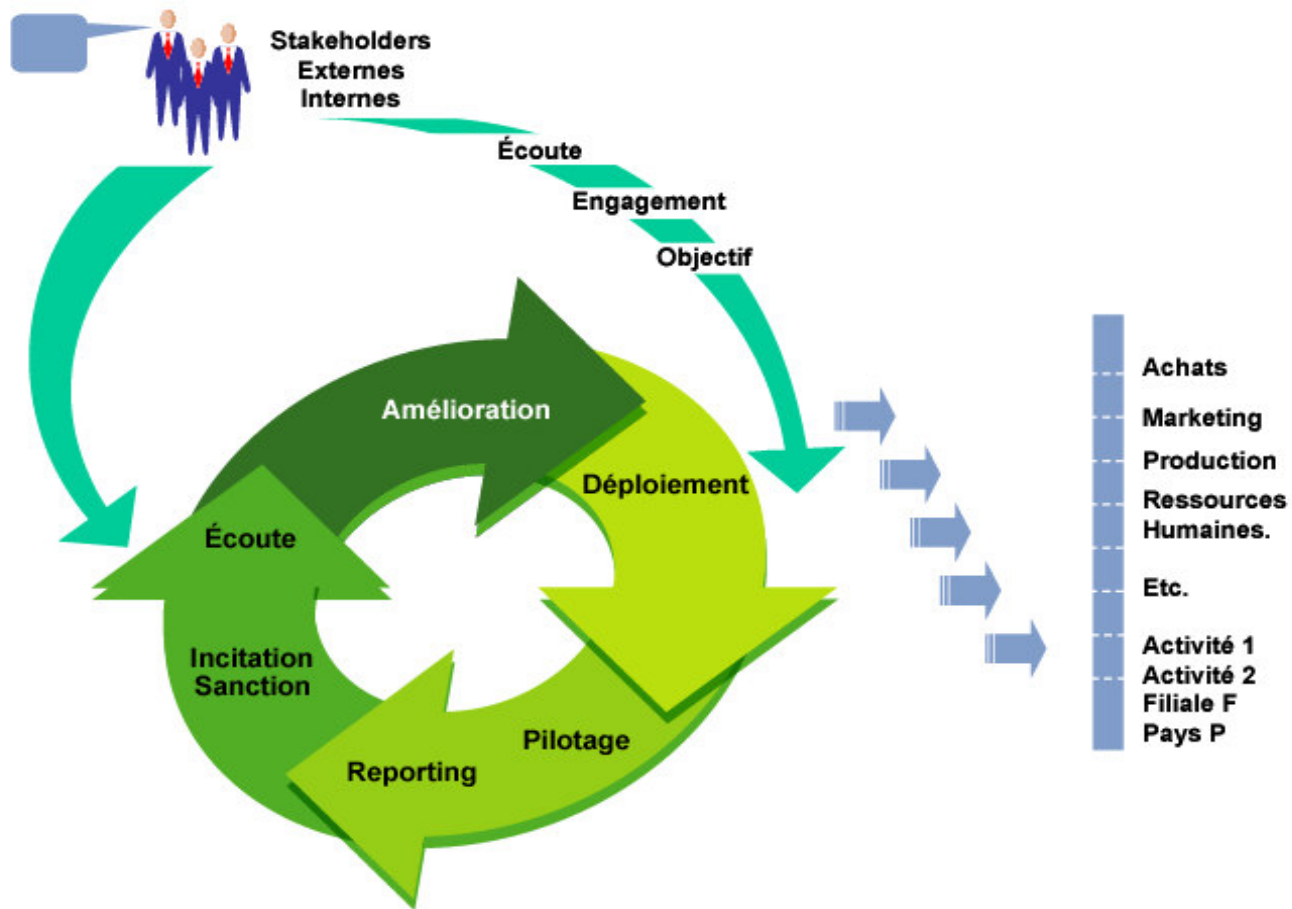
Mai 2008

thierry.raes@fr.pwc.com

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

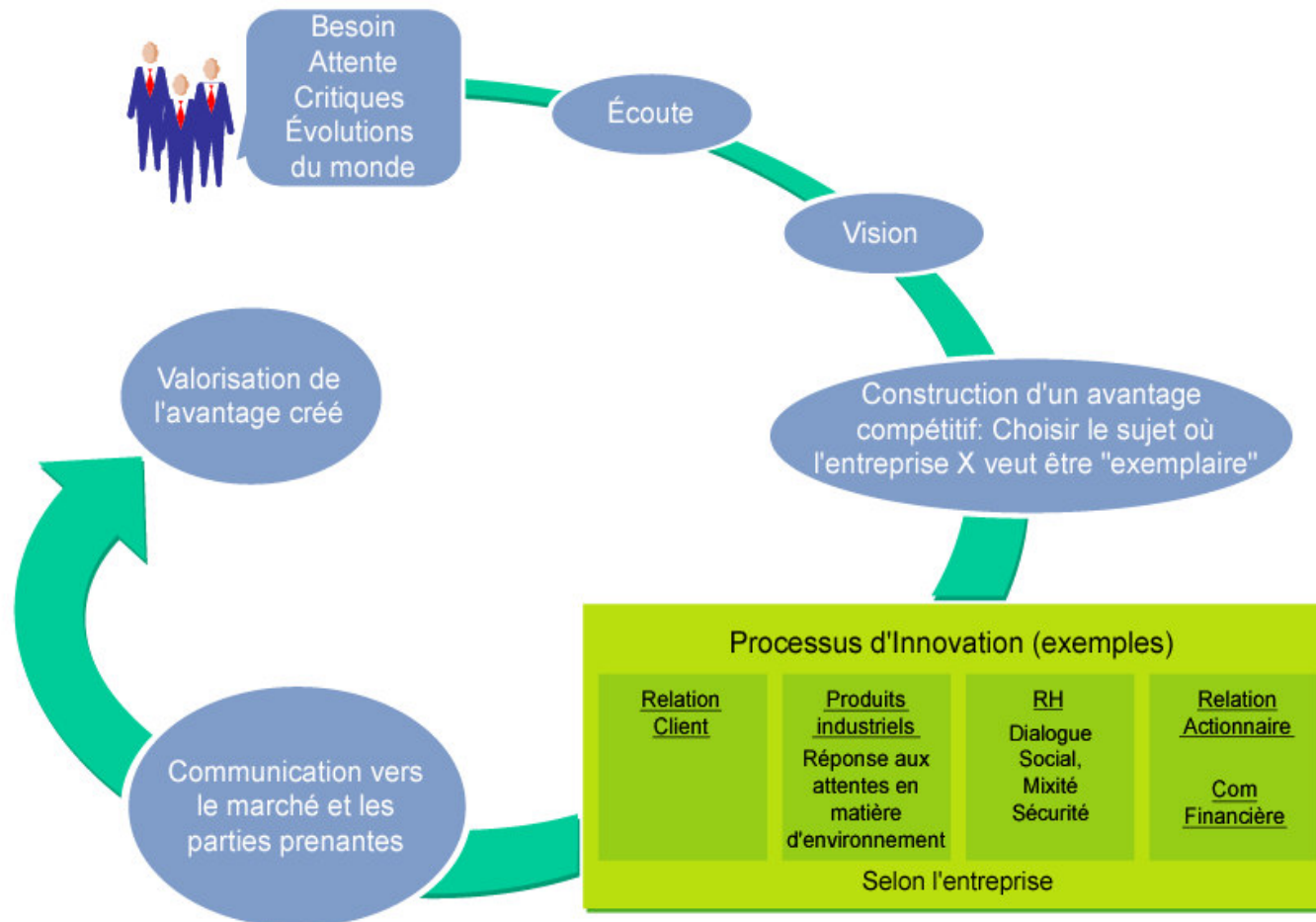
Le cycle du Développement Durable en entreprise

Développement d'une écoute



Le développement d'une vision créatrice de valeur

Développement d'une vision



Du marketing au marketing durable

Marketing

- Analyse du marché
- Elaboration de la stratégie
- Gestion des 4P
- Mise en œuvre de la stratégie

- Evolution du cadre réglementaire & législatif
- Fortes attentes & pression des parties prenantes
- Nouveaux modes de consommation

Intégration du développement durable dans les processus marketing : l'**Eco-marketing**



L'analyse du marché

Mesurer la demande	Commerce équitable : nécessités, opportunités, enjeux
Surveiller l'environnement	Formation aux achats responsables organisé par les Echos pour les directions d'achats
Analyser la consommation & les comportements	Recyclair
Choisir ses cibles	Armor Lux : choix du positionnement éthique dans le domaine du vêtement professionnel
Analyser le marché et la concurrence	Assurance : Benchmark pour identifier les bonnes pratiques et tendances en développement durable



L'élaboration d'une stratégie marketing

Se différencier et positionner son offre	Constructeur (Travaux Publics): Ecovariantes Bâtiment : établissement de fiches de déclaration environnementale et sanitaire (FDES)
Participer à l'élaboration de nouveaux produits	Colas : élaboration d'un liant à base de végétal pour remplacer les liants classiques, par des analyses de cycle de vie comparatives
Gérer le cycle de vie commercial du produit	Fabricant d'ampoules : réflexion sur l'impact des économies d'énergie sur les ampoules à incandescence



La gestion des 4P (Produit, Prix, Placement, Promotion)

Gérer la notion de marque	Ecolabels pour la grande consommation
Gérer les services associés au produit	Product Stewardship : extension de la responsabilité du producteur dans le secteur chimie
Choisir & animer un réseau de distribution	Bâtiment : formation des commerciaux à promouvoir l'offre HQE
Concevoir et mettre en œuvre la communication	Ecopublicité permet une évaluation multicritère de la performance environnementale d'une campagne de publicité
Gérer la publicité, la promotion des ventes & les relations publiques	Exemple de Cristalline et du SEDIF

Ouverture des hostilités



Riposte ..





La mise en œuvre de la stratégie marketing

Organiser le déploiement	Divers missions de gestion du changement
Mettre en place les actions marketing	Optimisation de la publicité sur le lieu de vente
Evaluer les impacts	Auchan concours entre magasins et régions
Contrôler et ajuster la politique choisie	Distributeur : analyse du retour client sur le positionnement DD

Perspectives

- Sens de l'histoire
- Création de valeurs
- Crédibilité