



Marketing durable, éco-communication, achats responsables

» Objectif du programme

Cet enseignement de haut niveau vise à former des managers opérationnels, capables d'appliquer les techniques du marketing de la communication et des achats durables, dans le respect de la planète et des valeurs sociales.

Les cours sont dispensés par des professionnels : consultants, praticiens et chercheurs.



Membre de



Finalité professionnelle

Former des managers aptes à intégrer les impératifs éthiques du Développement Durable dans les fonctions marketing, communication, achats et distribution.

Public

Titulaires de masters universitaires (M1 ou M2) ; diplômés d'écoles de commerce ou d'ingénieurs.

Métiers visés

- ➔ Equipes de direction,
- ➔ Chefs de produits,
- ➔ Chargés de communication,
- ➔ Chefs de projets,
- ➔ Acheteurs,
- ➔ Consultants pour les activités de marketing, communication, achats et distribution durables.

Conseil d'orientation

Jean-Marc LORACH

Responsable du 3^{ème} cycle
Docteur en droit, Executive MBA HEC, Diplômé Institut d'Etudes Politiques, Diplômé Institut des Hautes Etudes Européennes, CAPA (avocat), Cadre supérieur.

Julie POTIER

Diplômée de l'Institut Commercial de Nancy (ICN), Spécialisation Université de Madrid, Formation ADEME (Eco-communication) et AFNOR Responsable développement durable), Consultante et enseignante en Marketing éthique.

Félicie SCHNEIDER

Master Ethique et Développement Durable, Diplômée Institut d'Etudes Politiques, Spécialiste de la Communication en Développement Durable.

Rodolphe COTELLE

Master d'innovation et d'entrepreneuriat de l'ESCP/EAP, Spécialiste de l'accompagnement des entreprises solidaires, Directeur de Solidere Conseil.

Programme des cours

MANAGEMENT GÉNÉRAL (voir détail p.10)

- **Fonctionnement de l'entreprise**
- **Approche marketing**
- **Finance pour Manager**
- **Management de la qualité**

BASES MARKETING GÉNÉRAL

- **Politique prix-produits**
- **Etudes de marché**

FONDAMENTAUX DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

- **Introduction au Développement Durable**
 - Grands courants de pensée ;
 - Développement durable et décroissance ;
 - Avenir.
- **Terminologie anglo-saxonne du DD**
- **RSE et Gouvernance**
 - Corporate governance ;
 - Transparence, concertation ;
 - Applications France et USA.

ÉTHIQUE ET DÉONTOLOGIE

- **Respect des droits fondamentaux**
 - Principes internationaux ;
 - Référentiels français.
- **Chartes éthiques et codes de déontologie**
 - Chartes fournisseurs et clients ;
 - Défis éthiques.

CONDUITE DU CHANGEMENT

- **Mise en œuvre du changement**
 - Diagnostic organisationnel ;
 - Pilotage stratégique et opérationnel.

● Développement Durable et stratégies des entreprises

- Grands axes stratégiques ;
- Politiques suivies par les multinationales.

● Alterconsommation, Consom'ction

- Nouveaux comportements consommateurs ;
- Consom'acteurs ;
- Freegans.

ILLUSTRATIONS SECTORIELLES DU MARKETING DURABLE

- **Marketing durable des produits**
 - Marketing produits responsables ;
 - Bio, luxe, cosmétique ;
 - Circuits spécialisés et grande distribution.

● Marketing durable des services

- Marketing services responsables ;
- Cas du tourisme durable (tourisme durable, tourisme solidaire, écotourisme).

ACV ET BILAN CARBONE

- **Analyse du cycle de vie**
 - Notion de cycle de vie ;
 - Méthodologie ACV ;
 - Applications concrètes.

● Bilan carbone

- Approche Bilan carbone ;
- Transparence et contenu ;
- Règles d'affichage.

MARKETING ET ENGAGEMENT CITOYEN

- **Grandes causes et partenariats ONG**
 - Typologie des partenariats ;
 - Co-branding ;
 - Cas concrets, retour d'expérience.

ÉCO-RESPONSABILITÉ ET PRODUCTION DURABLE

- **Eco-conception**
 - Intrants renouvelables et recyclables ;
 - Réduction des externalités, fin de vie.

● Efficacité énergétique

- Stratégies d'efficacité ;
- Outils disponibles ;
- Valorisation de la sobriété énergétique.

DISTRIBUTION RESPONSABLE

- **Marques, enseignes**
 - Principaux acteurs ;
 - Gestion responsable des points de vente ;
 - Règles éthiques.
- **Commerce équitable et circuits alternatifs**
 - Labels et certifications ;
 - Max Havelaar, autres labels ;
 - Marques grande distribution.

COMMUNICATION RESPONSABLE ET ÉCO-COMMUNICATION

- **Communication responsable**
 - Enjeux de la communication responsable ;
 - Dangers du greenwashing ;
 - Story-telling, socio-performance.

● Eco-communication

- Supports vente et achat ;
- Manifestations ;
- Objets publicitaires.

ACHATS RESPONSABLES

- **Achats industriels et développement durable**
 - Le métier d'acheteur industriel ;
 - Structuration de la démarche d'achat durable.

● Ecolabels et certifications

- Typologie, sens et contenu ;
- Achats éthiques, achats équitables.

● Marchés publics

- Nouveaux critères et code des marchés publics ;
- Réponse aux appels d'offre.

● Logistique durable

- Nouvelles contraintes ;
- Illustrations concrètes ;
- Impacts transports.