

# Développement Durable & Marketing

## Les Clés de la Nouvelle Donne

Paris-Lausanne

Mobile + 41.79.467.00.79

Tel/Fax + 41.21.711.28.88

[aoc@aoc-net.com](mailto:aoc@aoc-net.com)

28 Chemin du Trabandan

1006 Lausanne - SUISSE



# Développement Durable: une Nouvelle Donne

## Des défis et des enjeux majeurs

Énergétiques, climatiques, environnementaux, sociaux

nécessitant de profonds changements des  
modes de production et de consommation



## La prise de conscience est forte

Etat, Institutions, Entreprises, Citoyens

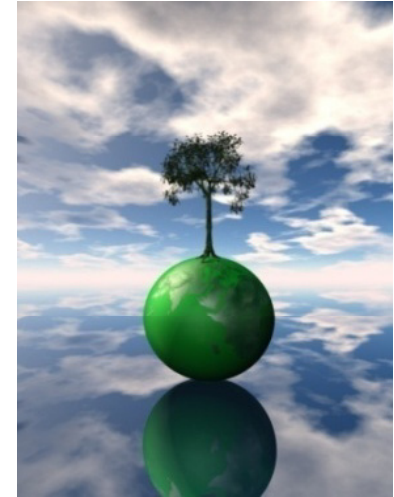
Le comportement des consommateurs évolue



## Toutefois, à ce jour Moins d'actes que de paroles

Les entreprises s'interrogent et ne savent comment agir  
L'offre durable reste faible

# Développement Durable: une Révolution en marche



Les Défis s'accélèrent

La Crise renforce la prise de conscience

Réglementation et Fiscalité sont contraignantes/incitatives

La Distribution prend les devants et impose ses règles



**Un nouveau Mode de Consommation :**

De «Consommer toujours Plus» à «Consommer Moins, mais Mieux»

**Dans les Entreprises, le DD s'impose comme:**

Une bonne pratique de gestion

Un levier de croissance

Un atout majeur face à la concurrence

Un facteur de motivation interne

et... une source d'économies

# Une Révolution en marche



- ✓ **93%** Français déclarent avoir changé ou renoncé à une marque en raison de préoccupations sociétales et environnementales *CSA*
- ✓ **60%** entreprises voient dans le DD une opportunité économique, financière  
Seules **5%** y voient essentiellement une menace *Accenture France-Benelux*
- ✓ **150** Directeurs Marketing ont été réunis par la secrétaire d'état à l'écologie française et invités à intégrer le DD dans leurs travaux packaging
- ✓ Le bilan **CO<sub>2</sub>** bientôt sur les tickets de caisse Migros, Casino, Tesco...
- ✓ En test chez ASDA: une **eco**-machine qui recharge les flacons d'assouplissant
- ✓ Les lampes basse tension: un placement qui rapporte **60%** par an sans risque

# Conjuguer DD et Marketing Stratégique & Opérationnel



*Renforcer la culture DD dans l'entreprise  
Obtenir l'adhésion des équipes*

**Prendre les Options Stratégiques pertinentes**

**Saisir les Opportunités**

✓ **Combiner DD et Réduction des Coûts**

**Déjouer les Menaces**

**Développer Produits/Services Innovation Communication**

**Repenser la Gestion des Ressources Marketing**

*« Transformer en un levier de croissance  
ce qui est souvent perçu comme une contrainte »*

# Les Responsables que nous rencontrons se posent de nombreuses questions ???



# Formation

## Conjuguer avec succès DD & Marketing Stratégique et Opérationnel



### Séminaire interne

personnalisé à vos besoins

Sensibiliser, motiver, fédérer  
et préparer à l'action les  
acteurs clé de l'entreprise

Approche très pragmatique  
De nombreux exemples

Animation par un praticien  
de l'entreprise, expert en  
Marketing et en DD

Formation Agréée

Comprendre la Nouvelle Donne et ses enjeux

Saisir les Opportunités et Déjouer les Menaces

Bonnes pratiques, Analyses synthétiques et  
Pistes d'action concrètes :

*Stratégie*

*Positionnement*

*Mix Marketing*

*Packaging/conditionnement*

*Innovation*

*Communication*

*Grande conso, Biens de consommation, Services,  
Distribution, Bâtiment, Industrie, ...*

**12 Clés pour Réussir sa Démarche Marketing-DD**

# Accompagnement de votre Démarche **Marketing & DD**



## Consulting

personnalisé à vos besoins  
Démarche partielle possible

Bâtir un plan pragmatique  
conjuguant DD & Marketing  
stratégique et opérationnel

Etablir de claires priorités  
faisant l'objet de consensus

Interviews  
Analyse données internes  
Inputs et outils AOC  
Etudes (option)

## Les 7 Etapes de la Démarche AOC

1. Comprendre la Nouvelle Donne et ses enjeux  
Saisir les Bonnes Pratiques du marché  
12 Clés pour Réussir sa Démarche Marketing-DD
2. Réaliser un Diagnostic du Marketing DD actuel
  - ✓ *Marketing Green Indicators*
  - ✓ *ACV (option)*
3. Identifier les Pistes d'action, en s'appuyant sur :
  - ✓ *Marketing Green Indicators / ACV*
  - ✓ *Attentes des clients, distributeurs...*
  - ✓ *Initiatives des concurrents*
  - ✓ *Mission et Culture de l'entreprise*
  - ✓ *Sensibilité DD de la catégorie et de la cible (étude en option)*
  - ✓ *Légitimité DD de la marque (étude en option)*
  - ✓ *12 Clés pour Réussir sa Démarche Marketing-DD*



# Accompagnement de votre Démarche **Marketing & DD**



Un praticien de l'entreprise,  
expert en Marketing et DD  
pour vous accompagner

Equipe entreprise  
multidisciplinaire

4 à 8 semaines

## 4. Bâtir un Plan détaillé

- ✓ *Une stratégie durable, visant une réduction des coûts*
- ✓ *Un positionnement responsable*
- ✓ *Un mix-marketing durable: matières 1ères, conditionnement...*
- ✓ *Un usage et une distribution économes*
- ✓ *Des innovations 100% durables*
- ✓ *Comment communiquer ? au niveau corporate, marque, produit*
- ✓ *Une gestion responsable des ressources et des hommes*

**et un système de Suivi, avec indicateurs**

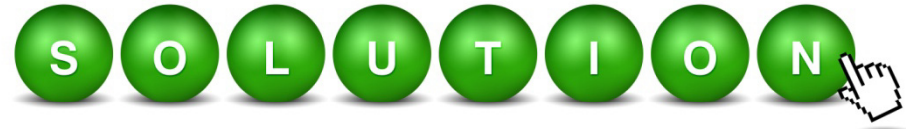
## 5. Tests: personnel, distributeurs, clients...

## 6. Plan de communication et de motivation interne

« sans adhésion, il n'y a pas d'action »

## 7. Accompagnement de la Mise en œuvre (option)

# Diagnostic Flash Marketing & DD



## Consulting

Point de situation

Qualifier/Préciser les enjeux DD

Approche des actions prioritaires

Approche des bénéfices possibles

Sensibiliser, motiver, fédérer  
et préparer à l'action les  
acteurs clé de l'entreprise

Interviews

Analyse des données internes

Inputs et Outils AOC

Études (option)

3 semaines environ

Diagnostic sur le Marketing DD actuel

Identifier les Pistes d'action pertinentes

Bâtir une ébauche de plan et de priorités

en s'appuyant notamment sur :

- ✓ *Marketing Green Indicators*
- ✓ *ACV (option)*
- ✓ *Initiatives des concurrents*
- ✓ *Attentes des clients, distributeurs...*
- ✓ *Culture de l'entreprise*
- ✓ *Mission et Stratégie de l'entreprise*
- ✓ *Sensibilité DD de la catégorie (étude en option)*
- ✓ *Sensibilité DD de la cible (étude en option)*
- ✓ *Légitimité DD de la marque (étude en option)*
- ✓ *12 Clés pour Réussir sa Démarche Marketing-DD*

# Missions récentes



## ***Banque - Sensibilisation au Développement Durable***

- ✓ Séminaire interne 1 jour ½
- ✓ Sélection de pistes d'action prioritaires
- ✓ Equipes Marketing et de Direction

## ***Producteurs Suisses de fruits & légumes Développement et mise en œuvre d'un Positionnement Régional fort***

- ✓ Positionnement /Marque/Packaging-design
- ✓ Communication
- ✓ Approvisionnements et distribution
- ✓ Réduction des coûts

## ***Arabatska Strilka (la plus longue plage du monde, en Ukraine) Plan d'Aménagement et de Développement touristique***

- ✓ Elaboration d'un positionnement «Ecotourisme et Santé»
- ✓ Déclinaisons: infrastructures, transports, centres de soins, mise en valeur des atouts santé du lac salé Syvash, remise en exploitation des marais salants, «plages propres»...
- ✓ Intégration dans la vie économique et sociale locale
- ✓ Plan de financement

# Un Accompagnement A.O.C



**A.O.C** une Structure  
légère, indépendante

un Accompagnement  
Personnalisé

Stratégique & Opérationnel

en Innovation &  
Développement Durable

**Olivier Camblain**

Fondateur et Directeur

Ecole Supérieure de Commerce de Paris

Expérience Marketing & Développement,  
Stratégique et Opérationnel,  
Local et international

chez Unilever, Ralston-Purina, Bahlsen,  
Yoplait-Candia, Nestlé Vevey, Purina Europe  
postes de direction

Création d'AOC en 2003

**un Réseau d'Experts :**

Etudes conso / ACV Bilans CO<sub>2</sub> / Packaging / RH

# Références A.O.C

- Nestlé ● Purina ● Union Maraîchers Suisses ● Sodial ● Nutrition & Santé ● Léguservice ● Lactalis ●
- Seb-Tefal ● Melitta ● SaraLee ●
- Intermarché ●
- Air France ● Publicitas ● DDB ● Temptime ● Veksel Assurances ● Bioresearch ● Microscan ●
- Régions de Kherson et de Crimée en Ukraine ●
- Les Echos Formation ... ●