

Débat n°6

MARKETING ET DEVELOPPEMENT DURABLE : TRANSFORMATION OU RECUPERATION ?

Jacques LENDREVIE et Julien LÉVY

Le développement durable suppose un changement profond et convergent des comportements de nombreux acteurs dont les consommateurs. Sont-ils, à ce jour, prêts à adopter en masse de nouveaux comportements d'achat et des modes de consommation plus responsables ? L'offre et la communication des marques et des produits cherchent-elles à récupérer les thèmes du développement durable ou bien s'inscrivent-elles de plus en plus dans des stratégies d'entreprises responsables ?

Depuis plusieurs décennies, le marketing a développé ses méthodes et techniques en les mettant au service de la puissance et de la profitabilité des marques. Le marketing que nous pratiquons propose des bénéfices individuels et flatte l'ego du consommateur. Est-il compatible avec le développement durable dont la nature et les objectifs sont tout autres : collectifs, altruistes, écologiques et sociaux ?

Sommaire

**PARTIE 1 : RAPPEL DES NOTIONS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE
MARKETING DURABLE**

**PARTIE 2 : LES FRANÇAIS ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE : DESIR D'Y
CROIRE**

**PARTIE 3 : POLITIQUE MARKETING, STRATÉGIE D'ENTREPRISE ET
DÉVELOPPEMENT DURABLE**

NB: Dans ce dossier, on remplacera fréquemment "Développement Durable" par les initiales "DD".