

Descriptif d'enseignement

Cycle Master 2 (5ème année) / 5th year

Semestre 1

Titre du cours

Développement durable et communication

Sustainable development and communications

Type de cours : Séminaire

Langue du cours/Language of instruction : Français

Enseignant(s)

Julien Fortin

Directeur général adjoint

Contact : contact@julienfortin.fr

Résumé du cours – Objectifs

Le Développement Durable est devenu aujourd'hui un concept incontournable pour appréhender et décrypter la communication des organisations. Celui-ci s'illustre dans tous les secteurs d'activité sans exception et a pris une part dans les budgets et plans de communication des entreprises.

Ce cours vise à fournir aux étudiants un certain nombre de clefs de lecture et exemples de campagnes pour mieux saisir la vaste réalité de la communication autour du Développement Durable et des nombreux concepts qui en découlent. Nous analyserons ce qui peut constituer une stratégie de communication en matière de développement durable et mettrons en avant de nombreux cas de greenwashing. Le cours sera rythmé par des publicités et campagnes, ainsi que par une revue de projets entrepreneuriaux innovants s'inscrivant dans le projet de Troisième Révolution Industrielle des Hauts-de-France.

Enfin, nous aborderons une problématique spécifique aux campagnes de communication publiques sur le développement durable. Celle des objectifs et de l'évolution des indicateurs de mesure des campagnes.

Evaluation

L'évaluation se fera par groupe : dossier écrit et exposé.

Votre sujet interrogera la communication sur le développement durable appliquée à un objet : une filière d'activité (industrie, banque, distribution, luxe, ...), une ou plusieurs organisations (entreprise, état, collectivité, ONG, Fondation, ...), un événement ou un projet (COP21, Troisième Révolution Industrielle, ...).

Vous présenterez les organisations, projets, actions, moyens, produits et/ou services que vous aurez identifiés ainsi que les moyens de communication qu'ils mobilisent.

Après une mise en contexte (légal, concurrentiel, sociétal, culturel...), vous analyserez les liens que cette/ces organisations et/ou parties prenantes établissent entre leurs activités et la notion de développement durable.

Vous discuterez leur stratégie de communication au regard de leur activité et des principes qui sous-tendent la notion de développement durable.

Plan – Séances

Le plan, et notamment les exemples, sont susceptibles d'évolution.

Cours 1 : Le Développement Durable : naissance et diffusion du concept

Cours 2 : De la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) à la communication responsable. Peut-on concilier activités polluantes et une stratégie de communication axée sur le Développement Durable ?

Cours 3 : Secteur bancaire : le développement durable, stratégie de différenciation ou discours rassurant après la crise ?

Cours 4 : Entrepreneurs : vers un renouveau du développement durable à l'aube de la troisième révolution industrielle ?

Cours 5 : Passer de la sensibilisation au développement durable à l'action. Une communication publique plus engageante ?

Cours 6 : Exposés des étudiants.

Bibliographie :

Measuring and Improving Social Impacts: A Guide for Nonprofits, Companies, and Impact Investors. 1 edition. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 2014.

Evolutions Du Comportement Des Français Face Au Développement de L'économie Circulaire. ADEME, juin 2014.

»Communiquer responsable, lutter contre le greenwashing : quels nouveaux horizons? », Debating Innovation 2013, volume 3, issue 1, Observatory for Responsible Innovation, 2013

RIFKIN J., Third Industrial revolution, 2011

DUPRÉ, S. Que font-ils de notre argent ? Editions Nil, 2010

NOTEBAERT JF., SEJEAU W., Ecoblanchiment : quand les 4X4 sauvent la planète, Editions Les Petits Matins, 2010

LEPINEUX F., ROSE JJ., BONANNI C., HUDSON S., La responsabilité sociale des entreprises – Théories et pratiques, Editions Dunod, 2010

LOCHARD C., MURAT A., La nouvelle alliance : Luxe et développement durable, Editions d'Organisation, 2011

IGALENS J., GOND JP., La responsabilité sociale de l'entreprise, Editions PUF, Collection Que sais-je, 2010

Bernard, Françoise. "Apports Des Recherches Consacrées À La Communication Environnementale Engageante Pour Penser Les Questions Des «parties Prenantes» et Des «frontières Organisationnelles»," 2009.

AUDOIN A., COURTOIS A., RAMBAUD-PAQUIN A., La communication responsable, Editions d'Organisation, 2009

BASTIEN V., KAPFERER JN., Luxe oblige, Editions d'Organisation, 2008

ADEME, COLLECTIF, MARTIN V., Le guide de l'éco-communication, Editions d'Organisation, 2007

Opportunity and Responsibility. How to Help More Small Businesses to Integrate Social and Environmental Issues into What They Do. EUROPEAN COMMISSION, 2007.

AUDOIN A., Ecolocash, une écologie de circonstance, Ed Anabet, 2007

CAPRON M., QUAIREL-LANOIZELLE F., La responsabilité sociale d'entreprise, Editions La Découverte, Collection Repères, 2007

PEREZ R., La gouvernance de l'entreprise, Editions La Découverte, Collection Repères, 2003 (réédité en 2009)

ROCHEFORT R., Le bon consommateur et le mauvais citoyen, Editions Odile Jacob, 2007

Bernard, Françoise. "Organiser la communication d'action et d'utilité sociétales. Le paradigme de la communication engageante." Communication et organisation, no. 29 (June 1, 2006): 64–83. doi:10.4000/communication & organisation.3374.

COHEN-BACRIE B., Communiquer efficacement sur le développement durable, Editions demos, 2006

MORIN M., Banque et Développement Durable – De la communication à l'action, Editions L'Harmattan, 2006

LAVILLE E., BALMAIN M., LENORMAND F., Achetons responsable ! Mieux consommer, dans le respect des hommes et de la nature, Editions Seuil, 2006

TIXIER M., Communiquer sur le développement durable, Editions d'Organisation, 2005

COLLECTIF, TIXIER M., Communiquer sur le développement durable : enjeux et impacts pour l'Entreprise, 2005

DETRE P., L'entreprise durable, Editions Dunod, 2005

Communiquer sur le développement durable: comment produire des campagnes publiques. New York: United Nations Environment Programme, 2005.

CHAVEAU A., ROSE JJ., L'entreprise responsable, Editions d'Organisation, 2003 (librement disponible sur Internet)

BECK, U. La société du risque, Editions Flammarion, Collection Champs, 2003

BOYER A., L'impossible Ethique des entreprises, Editions de l'Organisation, 2002

KLEIN N., No logo – La tyrannie des marques, Editions Actes Sud, 2001
MOATI P., L'Avenir de la Grande Distribution, Editions Odile Jacob, 2001
YUNNUS M., Banker to the poor, Editions Public Affairs, 1999
FRIEDMAN M., Capitalisme et Liberté, Editions Robert Laffont, 1971

FILMOGRAPHIE

The Corporation, réalié par Jennifer Abbott et Mark Achbar, 2004
An inconvenient truth, réalisé par Davis Guggenheim, 2006
Le monde selon Monsanto, réalisé par Marie-Monique Robien, 2008
Notre poison quotidien, réalisé par Marie-Monique Robien, 2011
Moi, la finance et le développement durable, réalisé par Jocelyne Lemaire Darnaud, 2010
Into Eternity, réalisé par Michael Madsen, 2011
Notre poison quotidien, réalisé par Marie-Monique Robien, 2011