

Vous êtes concerné

- ◆ Directeur marketing
- ◆ Directeur du développement durable
- ◆ Directeur de la communication
- ◆ Directeur des études
- ◆ Chef de produit ou de marque

Et plus généralement, tout professionnel qui s'intéresse aux opportunités que présente le développement durable pour conquérir de nouveaux marchés.

Objectifs de la conférence

- ◆ Mettre en place une stratégie marketing de développement durable cohérente avec la stratégie de la marque et légitime.
- ◆ Mesurer toutes les implications du développement durable sur les stratégies marketing.
- ◆ Découvrir des outils et bonnes pratiques pour intégrer le développement durable dans sa stratégie.

Informations pratiques

◆ Dates et lieu

Mercredi 18 et jeudi 19 juin 2008

Hôtel de Castiglione
38-40 rue du Faubourg Saint-Honoré
75008 Paris
Tél. : 01 44 94 25 36

◆ Inscriptions et renseignements

Retournez votre bulletin complété à :

Éditialis
Sophie Jacolin
13, rue Louis Pasteur
92513 Boulogne Billancourt Cedex

Tél. : 01 46 99 97 79
Fax : 01 46 99 97 71
E-mail : sjacolin@editialis.fr
formation@editialis.fr

Bulletin d'inscription

Convention de formation

Organisme de formation n° 119206 51392

Participant :

Nom :
Prénom :
Fonction :
Tél. : Fax :
E-mail :

Société :

Raison sociale :
Adresse :
Code postal :
Ville :
Nom du resp. formation :
Secteur d'activité (code NAF) :
Nombre de salariés :
 0 à 9 10 à 49 50 à 199
 200 à 499 + de 500

Le soussigné accepte les conditions d'inscription

Date :

Signature et cachet de l'entreprise :

Coordonnées de facturation (si différentes)

Société :
Nom :
Prénom :
Adresse :
Code postal : Ville :
Ci-joint mon règlement de € TTC (TVA 19,6 %).

CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTE

Conditions d'inscription

Les frais d'inscription par participant comprennent la formation, les pauses-café, les déjeuners et les documents pédagogiques. Dès réception de votre inscription, nous vous ferons parvenir une convocation ainsi qu'une facture tenant lieu de convention de formation simplifiée. En cas de prise en charge par un organisme payeur, il convient de vous assurer des démarches à suivre et de la bonne fin du paiement par celui-ci. Toute admission à la formation est soumise à un règlement préalable.

Moyens de paiement

- Par chèque à l'ordre d'Éditialis
- Par virement bancaire (*joindre l'ordre de virement*) à la Banque HSBC Paris Niel, compte n°30368 00083 008316V0670 97

Merci de préciser le titre de la formation et le nom du stagiaire.

Inscriptions multiples

2 personnes : -10% sur la 2^e inscription
3 personnes et plus : nous consulter au 01 46 99 97 79
ou formation@editialis.fr
Pour vous inscrire, photocopier ce formulaire.

OUI, je souhaite m'inscrire à la conférence

DEMAIN LA CROISSANCE SERA VERTE !

Marketing durable : mode d'emploi et bonnes pratiques

Frais d'inscription par participant pour les deux jours

1 450 € HT

(soit 1 734,20 € TTC)



**COMPRIS DANS VOTRE INSCRIPTION,
1 AN D'ABONNEMENT
À MARKETING MAGAZINE**

Merci de préciser les coordonnées du bénéficiaire de l'abonnement :

Société :
Civilité : Nom :
Prénom :
Fonction :
Adresse :
Code postal : Ville :
Tél. :
Fax :
E-mail :
(obligatoire pour recevoir la newsletter Marketing Magazine)

Pour toute information, merci de contacter notre service abonnement au 01 49 60 10 39. Offre valable pour tout nouvel abonnement en France métropolitaine. Si vous êtes déjà abonné, faites bénéficier de cette offre l'un de vos proches collaborateurs ou l'une de vos relations. N'oubliez pas dans ce cas d'indiquer ses coordonnées ou d'agrafer sa carte de visite. Votre abonnement prendra effet 1 mois après la participation effective et le règlement de la formation.

Conditions d'annulation

Toute annulation doit nous parvenir par écrit. Pour toute annulation reçue 15 jours calendaires avant la date de la formation, 100€HT de frais de dossier seront retenus. Pour toute annulation survenant entre 15 jours et le début de la formation, les frais seront dus en totalité.

Dans ce cas, le stagiaire peut se faire remplacer par une personne de la même entreprise. Ces conditions sont également valables pour toute personne absente le jour de la formation et non remplacée.

Report et modification

Les organisateurs se réservent le droit de reporter la manifestation, de modifier le lieu de son déroulement ou le contenu de son programme si, malgré tous leurs efforts, des circonstances indépendantes de leur volonté les y obligent.

Les informations qui vous sont demandées sont nécessaires pour que votre inscription puisse être traitée par nos services. Conformément à la Loi informatique et libertés du 6 janvier 1978, vous disposez d'un droit d'opposition, d'accès, de modification, et de suppression des données vous concernant. Sauf opposition de votre part, vos coordonnées pourront faire l'objet d'une cession, d'une location ou d'un échange avec d'autres sociétés. Si vous ne le souhaitez pas, vous pouvez envoyer un courrier à : Éditialis - 13, rue Louis Pasteur 92513 Boulogne Billancourt Cedex

DEMAIN, LA CROISSANCE SERA VERTE !

Marketing durable : mode d'emploi et bonnes pratiques

Mercredi 18 juin 2008 Jeudi 19 juin 2008

ÉDITO

Entreprises, vos clients vous demandent des comptes !
Modes de production, impact des produits sur l'environnement...
Ils veulent consommer sans pour autant détruire la planète.

Pour conserver vos clients et conquérir de nouveaux marchés, vous ne pouvez plus faire la sourde oreille ou n'y voir qu'un effet de mode. Mieux encore, le développement durable peut devenir un formidable avantage concurrentiel s'il est bien intégré à votre stratégie marketing.

Comment garder la confiance de consommateurs toujours plus engagés, mais aussi plus méfiants face aux promesses du marketing ? Comment construire une stratégie authentique de marketing durable ? Comment tirer profit du « green business » pour mieux vendre ?

François Rouffiac
Directeur de la rédaction de Marketing Magazine

Programme imprimé sur du papier certifié PEFC et EMAS

Une formation

Organisée par

Marketing
MAGAZINE

Avec le soutien de

adetem
LABORATOIRE NATIONAL DE MARKETING

DEMAIN, LA CROISSANCE SERA VERTE !

Marketing durable : mode d'emploi et bonnes pratiques

Journées de conférence-débats animées par François Rouffiac, directeur de la rédaction de Marketing Magazine

Mercredi 18 juin 2008

Comment élaborer une stratégie authentique et efficace ?

08h30 - 09h00

Accueil

09h00 - 09h15

Introduction et présentation des deux journées de conférence

09h15 - 10h30

Consommation durable : la demande est là !

- Les consommateurs se disent largement concernés par le développement durable : quelles conséquences sur leurs comportements d'achats ?
- Qui sont les consommateurs les plus sensibles aux arguments durables ? Comment séduire les indécis ?
- À quelles valeurs sont attachés les consommateurs engagés ? Comment y répondre dans l'offre et le marketing ?

Avec **Rémy Oudghiri**,

Directeur du département tendances et prospectives, **IPSOS MARKETING**

10h30 - 11h00

Pause

11h00 - 12h30

Le développement durable est dans leur ADN...

NATURA Depuis sa création, l'engagement de Natura et sa culture d'entreprise reposent sur le respect de l'environnement, la responsabilité sociale et le souci de légèrer aux générations futures une planète plus saine. Retour sur une marque bâtie sur le développement durable.

Avec **Sylvie Follain**,

Directrice marketing, **NATURA**

NATURE & DÉCOUVERTES Concilier performance économique, développement durable et engagement en faveur de la protection de la planète : c'est l'engagement de Nature & Découvertes depuis ses débuts. Produits et services, choix des fournisseurs, éco-conception des magasins, financement de projets associatifs... découvrez toutes les facettes d'un engagement dans le développement durable.

Avec **Françoise Vernet**,

Directrice marketing et communication, **NATURE & DÉCOUVERTES**

12h30 - 14h00

Déjeuner

14h00 - 15h00

Se lancer dans le marketing durable : quels pièges, quelles conditions de réussite ?

- Comment construire une démarche cohérente avec votre image, votre positionnement, vos produits ?
- Comment évaluer la maturité de votre marché ? Quel est le bon moment pour se lancer ?
- Prix, promesses, qualité... quels pièges éviter ?

Avec **Sylvie Ouziel**,

Directrice générale management consulting France et Benelux, **ACCENTURE**

15h00 - 16h30

Comment communiquer « durable » ?

- Au-delà des promesses « vertes », comment apporter les preuves de son engagement ?
- Catastrophisme ou réassurance : quels sont les arguments qui font vendre ?
- Comment répondre à la demande de transparence des consommateurs engagés ?
- Comment articuler communication corporate et communication produit sur le développement durable ?
- En interne, quelle collaboration entre les fonctions marketing et développement durable ?

Avec **François Lamotte**,

Directeur associé communication, **W & CIE**

Marketing et développement durable : comment travailler ensemble ?

Avec **Sylvie Benard**, Directrice environnement, **LVMH**

16h30 - 16h45

Pause

16h45 - 17h45

Intégrer l'écoconception à sa stratégie

- Cerner toutes les dimensions de l'écoconception.
- Diffuser les principes de l'écoconception en interne... et combattre les freins.
- Quels outils pour s'aider dans une démarche d'écoconception ?
- Comment en faire une source d'économies plutôt qu'un coût supplémentaire ?

Avec **Jean-Luc Bessede**,

Directeur innovation et écoconception, **AREVA T&D**
Vice-président, **CRÉER (Cluster Research : Excellence in Ecodesign & Recycling)**

Jeudi 19 juin 2008

Comment faire d'un produit durable un produit désirable ?

09h00 - 09h45

Vendre des produits verts et responsables

- Comment vendre les produits et services verts et responsables ?
- Comment éviter le « green washing », ou blanchiment écologique ?

Avec **Alexandre Pasche**,

Fondateur, **ÉCO&CO**

09h45 - 11h15

Transparence, pédagogie... plaisir : les arguments d'un produit durable

- Quelle pédagogie mettre en place autour du produit pour convaincre des bénéficiaires « durables » ?
- Jusqu'où aller dans l'argumentaire et les promesses ?
- Valoriser le durable... sans oublier l'argument premier : le plaisir.
- Ne pas se perdre dans la forêt des écolabels.
- Écolabels européens ou nationaux, logos de distributeurs ou de marques, labels d'associations... comment s'y retrouver ?
- Quel label privilégier en fonction des produits ?

Avec **Fabien Girod**,

Département Éco-conception, **ADEME**
Steven Libermann,
Marketing & Development Director, **FINDUS FRANCE**
Élizabeth Pastore-Reiss,
Fondatrice et directrice, **ETHICITY**

11h15 - 11h30

Pause

11h30 - 12h30

Adoptez l'écopack attitude !

- Comment analyser l'impact de ses emballages sur l'environnement ?
- Répondre à la demande des consommateurs : des emballages « environmental friendly » et faciles à trier.
- Ecodesign et emballages : passer d'une contrainte légale à une nécessité marketing.

Avec **Fabrice Peltier**,

Président, **P'PRÉFÉRENCES**

12h30 - 14h00

Déjeuner

14h00 - 15h00

Voir, comprendre, anticiper : quand le design nous parle de développement durable

- Quelles sont les clés de l'expression visuelle dans le développement durable ? Que nous disent-elles sur l'état d'esprit de ce nouvel horizon de communication ?
- Quelles règles design manier pour ne pas perdre l'âme de sa marque face au développement durable ?
- Au-delà de la forme, l'impératif du développement durable pose des questions de fond à la marque : prenons la mesure des changements auxquels se préparer !

Avec **Audrey Rode**,

Directrice du planning stratégique, **NUDE**

15h00 - 15h45

Innover et se différencier grâce au développement durable

- Comment tirer profit du développement durable pour proposer des produits réellement innovants ?

Avec **Sauveur Fernandez**,

Fondateur et dirigeant, **ÉCONOVATEUR**

15h45 - 16h00

Pause

16h00 - 17h00

CONCLUSION

Vers un changement d'échelle dans la consommation responsable ?

- La nouvelle frontière des stratégies de développement durable : évolution des business models et intégration du développement durable à l'offre de produits et services.
- D'une stratégie de la demande à une stratégie de l'offre : exemples de bonnes pratiques internationales.
- Mesurer et communiquer les « valeurs ajoutées » de ses produits ou services : intérêt et enjeux de l'étiquetage éthique.

Avec **Élizabeth Laville**,

Fondatrice du cabinet **UTOPIES**,
Cofondatrice de **MESCOURSESPOURLAPLANETE.COM**

LES INTERVENANTS

◆ **Sylvie Benard**,

Directrice environnement, **LVMH**

◆ **Jean-Luc Bessede**,

Directeur innovation et écoconception,
AREVA T&D

Vice-président, **CRÉER**
(Cluster Research : Excellence in Ecodesign & Recycling)

◆ **Sauveur Fernandez**,

Fondateur et dirigeant, **ÉCONOVATEUR**

◆ **Sylvie Follain**,

Directrice marketing, **NATURA**

◆ **Fabien Girod**,

Département Éco-conception, **ADEME**

◆ **François Lamotte**,

Directeur associé communication, **W & CIE**

◆ **Élizabeth Laville**,

Fondatrice du cabinet **UTOPIES**,
Cofondatrice de
MESCOURSESPOURLAPLANETE.COM

◆ **Steven Libermann**,

Marketing & Development Director,
FINDUS FRANCE

◆ **Rémy Oudghiri**,

Directeur du département tendances et prospectives, **IPSOS MARKETING**

◆ **Sylvie Ouziel**,

Directrice générale management consulting France et Benelux, **ACCENTURE**

◆ **Alexandre Pasche**,

Fondateur, **ÉCO&CO**

◆ **Élizabeth Pastore-Reiss**,

Fondatrice et directrice, **ETHICITY**

◆ **Fabrice Peltier**,

Président, **P'PRÉFÉRENCES**

◆ **Audrey Rode**,

Directrice du planning stratégique,
NUDE

◆ **Françoise Vernet**,

Directrice marketing et communication,
NATURE & DÉCOUVERTES