



Paris, le 17/09/08

COMMUNIQUE

Création du premier Observatoire de la communication et du marketing responsables

-

Entreprises : enfin prêtes à communiquer sur leurs démarches de développement durable ?

A l'occasion de la 6e Université d'été de la communication pour le développement durable les 11 et 12 septembre 2008, l'AACC Marketing Services, le Syntec Conseil en Relations Publiques et l'Union des Annonceurs se sont unis à ACIDD pour créer le premier Observatoire de la communication et du marketing responsables, en partenariat avec l'institut d'étude Limelight Consulting.

En 2003, ACIDD (Association communication et information pour le développement durable), le Comité 21 et l'ADEME décident de lancer la première Université d'été de la communication pour le développement durable partant du constat que la démarche de développement durable était difficilement compréhensible, notamment au sein des entreprises, et que les perceptions fondamentales du développement durable différaient entre les directions du développement durable naissantes, les directeurs de la communication, les directeurs marketing, les DRH etc.

En 2008, le développement durable prend une place grandissante dans la société et les médias, notamment sous l'impulsion du Grenelle de l'environnement et trouve un écho dans le développement croissant de la communication dans la société. C'est pourquoi les acteurs majeurs de la filière communication et marketing que sont l'UDA, l'AACC Marketing Services et Syntec Conseil en Relations Publiques ont souhaité s'unir à ACIDD pour signifier l'urgence et l'importance d'intégrer les démarches du développement durable à la communication, en créant le premier Observatoire de la communication et du marketing responsables.

Pour situer et installer le débat, le cabinet d'études marketing Limelight Consulting a apporté sa contribution à l'Observatoire en étudiant les pratiques de développement durable à travers une étude ad hoc menée en juillet/août 2008 et présentée en avant-première à Buoux, à l'occasion de la plénière d'ouverture de l'Université d'été. Ce baromètre permet de répondre à un certain nombre d'interrogations :

- quelle est la place du développement durable dans la stratégie de communication des entreprises ?

- comment est-il intégré dans le marketing et la communication ?

- pourquoi certaines entreprises restent-elles muettes sur le sujet ?

Ces questions, Limelight Consulting les a posées aux directeurs marketing, communication et développement durable d'entreprises opérant en France.

Les répondants affirment que le développement durable est devenu un axe stratégique majeur (76 % des entreprises auxquelles ils appartiennent ont une stratégie DD) et un thème de communication privilégié. 80 % d'entre eux disent en effet avoir déjà communiqué sur le développement durable ou un de ses aspects (contre 67 % des répondants du Baromètre UDA-CSA sur la communication d'entreprise de 2007). Et 47 % déclarent prendre en compte les impacts environnementaux de leurs actions de communication ou de marketing.

Ces données quantitatives confirment le constat des organisations professionnelles qui ressort de nombreux échanges entre les agences et les annonceurs : certaines entreprises ont peur de communiquer sur ces sujets, de mettre le développement durable au cœur de leur communication, notamment pas crainte du greenwashing (pour 36 % des entreprises interrogées) ; d'autres notent un risque de banalisation du sujet (15 %) et 9 % pensent que leurs cibles manquent de maturité. Cependant ils affirment la nécessité de valoriser leurs démarches de développement durable et de la communiquer à l'ensemble de leurs parties prenantes.

Ainsi, cet Observatoire résulte d'une volonté d'ouvrir le débat au sein de l'ensemble des métiers de la communication. C'est la première étape d'une démarche collaborative qui aura l'occasion de se développer et d'évoluer dans les mois qui viennent.

A propos de l'Association pour la Communication et l'Information sur le Développement Durable (ACIDD)

Créée en 2000, l'ACIDD compte 350 membres (entreprises, associations, collectivités, universités et centres de recherche) et travaille à mettre la communication, les technologies de l'information et de la communication au cœur des démarches de développement durable, et à diminuer ses impacts négatifs (environnementaux, sociaux, économiques, culturels...).

L'association est organisée autour de trois programmes : communication et marketing, Internet et nouvelles technologies, éducation critique à la société de l'information vers le développement durable.

ACIDD a créé avec le Comité 21 (Comité français pour le développement durable) l'Université d'été de la communication pour le développement durable.

Elle pilote aussi le réseau euro-méditerranée Green and connected cities et le réseau européen TIC21 sur Internet, nouvelles technologies et développement durable

Elle anime des groupes de prospectives et expertises pour la Commission européenne, des ministères, le MEDEF, des réseaux de collectivités territoriales...

www.acidd.com

A propos de l'Association des Agences-Conseils en Communication - délégation Marketing Services

Créée en 1972, l'AACC est le syndicat professionnel des agences-conseils en Communication, regroupant aujourd'hui près de 200 agences-conseils en Publicité, Marketing Services, Communication Interactive, Corporate, Événementielle, Edition Publicitaire et Communication Santé.

La Délégation Marketing Services est présidée par Catherine Michaud et regroupe 29 agences exerçant leur activité principalement dans le domaine du Marketing Direct, de la Promotion des Ventes et de la motivation.

www.aacc.fr

A propos de Syntec Conseil en Relations Publiques

Créé en 1988, Syntec Conseil en Relations Publiques est le syndicat des professionnels français des relations publiques et de la gestion de l'opinion. Il regroupe près de 40 des principales agences conseils françaises et mène depuis 20 ans une réflexion poussée sur l'évolution des métiers des relations publiques. Il a pour mission la promotion et la défense des intérêts de la profession, ainsi que son développement et sa représentation auprès des pouvoirs publics et des organisations professionnelles.

www.syntec-rp.com

A propos de l'Union des annonceurs (UDA)

L'UDA est, en France, l'organisation représentative des annonceurs, c'est-à-dire des entreprises qui recourent aux différentes techniques de communication pour promouvoir leurs produits, leurs services, leur notoriété ou leur image. Elle compte près de 300 adhérents. L'UDA a pour missions de faire valoir les intérêts et les positions des annonceurs auprès de leurs interlocuteurs professionnels et de leur environnement économique, social et politique français et européen; de permettre à ses adhérents d'optimiser, en efficacité et en coût, leurs investissements en communication; de promouvoir une communication responsable en élaborant et en mettant en œuvre des pratiques loyales et éthiques.

www.uda.fr

A propos de Limelight Consulting

Limelight Consulting, Institut d'études et Cabinet de Conseil spécialisé sur le marché de la communication. L'objectif de Limelight : accompagner annonceurs et agences dans l'optimisation de leurs relations au service de la création de valeur.

La méthodologie unique de Limelight :

- **observer**, au travers d'études qualitatives, les tendances auprès des grands patrons, décideurs et leaders d'opinion,*
- **éclairer**, via des études barométriques, le marché de la communication en analysant ses problématiques spécifiques,*
- **accompagner**, par la création d'outils dédiés, pour fluidifier et optimiser la relation Agences-Annonceurs.*

55 clients, agences et annonceurs, font confiance à l'expertise de Limelight-Consulting.

www.limelight-consulting.fr

Observatoire de la communication et du marketing responsables

Contact presse

Idenium - Premium Press Office

Myriam de Chasse - myriam@idenium.com

29, rue de Saussure – 75017 Paris

01 56 21 19 90