

Semaine 4 – 3a. Stratégie de communication globale – Véronique Perrot Bernardet

Parler d'éco-conception au niveau de la communication des organisations est devenu incontournable. Aujourd'hui avant de communiquer, il est nécessaire de prendre du recul et se poser quelques questions.

En premier lieu, il est nécessaire de positionner sa démarche pour mieux communiquer.

Il est important de savoir positionner la démarche d'éco-conception en rapport avec les différents concepts qui peuvent lui être associés. L'éco-conception en matière de communication se traduit essentiellement par la labellisation produit. Mais une démarche d'éco-conception peut être valorisée par d'autres biais.

La démarche d'éco-conception peut être valorisée par la mise en place d'une politique environnementale guidant le **management de site de type ISO14001**, où les impacts environnementaux d'une production sont traités de manière curative. La nouvelle version de la norme ISO 14001 prend en compte les processus de conception des produits.

D'autres concepts interagissent avec l'éco-conception. En effet elle vise à réduire les pertes, les surconsommations, d'intégrer la fin de vie des produits dès leur conception pour maintenir le cycle de la matière. L'éco-conception est donc un outil de **l'économie circulaire**, où les entreprises travaillent en boucle fermée.

Une possibilité d'éco-concevoir est de vendre un service/une fonction au lieu de vendre un produit. C'est le cas des imprimantes utilisées par la plupart des entreprises, qui acceptent... En fait ces entreprises achètent un nombre d'impressions et non une imprimante. On parle dans ce cas **d'économie de la fonctionnalité**. Cette vente de service permet à l'entreprise prestataire de maîtriser la phase de maintenance de ses appareils et leur fin de vie.

Une autre possibilité de communiquer ses efforts est de les intégrer dans leur rapport RSE Responsabilité Sociale des Entreprises qui est un moyen pour mettre en œuvre le **développement durable** qui consiste au croisement simultané des piliers environnemental, social et économique. L'éco-conception reprend l'axe environnemental.

Et enfin, l'éco-conception, par la recherche de diminution d'impacts environnementaux des phases de transport, interagit avec **l'écologie industrielle**. Ce dernier concept consiste à optimiser les flux entre les acteurs d'un même territoire en cherchant leurs complémentarités (les déchets des uns deviennent la ressource des autres). Selon les actions d'éco-conception, la communication des démarches peut se faire par différents supports et sous différents concepts.

Ensuite, il faut relativiser sa démarche pour inciter l'amélioration des pratiques : c'est à cette étape que vous communiquez en interne et auprès des parties prenantes. Cette étape permet de préciser les enjeux jugés prioritaires pour l'organisation en accord avec les attentes des parties prenantes. Cette étape permet aussi d'identifier les manques, les perspectives et les efforts qu'ils restent et...à fournir. La transparence de la démarche ne peut que la renforcer.

Cette prise de recul est indispensable pour mettre en place une communication en accord avec sa stratégie. La prise en compte du contexte, des limites de sa démarche d'éco-conception permet de savoir comment bien communiquer.