

Université d'été de la communication pour le Développement Durable

Développement durable et efficacité collective

PROGRAMME

(non définitif au 14 juin 2013)

Jeudi 22 août 2013

Matin

ACCUEIL DES PARTICIPANTS

PLÉNIÈRE D'OUVERTURE

- Alain Juppé, maire de Bordeaux *
- Gilles Berhault, président d'ACIDD et du Comité 21
- Richard Collin, Nextmodernity

MEDIAS ET DEVELOPPEMENT DURABLE

- Patrick Venries, Directeur-général délégué Sud-Ouest
- Patrick Busquet, journaliste, Futuring Press
- Didier Pourquery, rédacteur-en-chef, Le Monde
- Pierre Haski, Directeur Rue 89

ANIMATION : Bettina Laville, conseillère d'État, directrice de la rédaction de Vraiment Durable

WORLD CAFE

PAUSE DEJEUNER

Après-midi

PREMIERE PARTIE DES 10 ATELIERS DE COPRODUCTION

+ 3 ATELIERS D' ACTIONS ET CAMPAGNES DE COMMUNICATION REMARQUABLES
(Voir détail en plus bas)

RENCONTRE AVEC

Nicolas Hulot*, Envoyé spécial du Président de la République sur l'environnement

Vendredi 23 août 2013

Matin

ACCUEIL DES PARTICIPANTS

MARKET PLACE

DEUXIEME PARTIE DES 10 ATELIERS DE COPRODUCTION

+ 3 ATELIERS D' ACTIONS ET CAMPAGNES DE COMMUNICATION REMARQUABLES
(Voir détail plus bas)

PAUSE DEJEUNER

Après-midi

PLÉNIÈRE DE CLÔTURE

- Steven Hearn, président du 3ème Pôle et de la Gaieté Lyrique
- Jean-Pierre Gout, directeur de la stratégie de Powernext, auteur du roman « Siècle Bleu »
- Cynthia Fleury, philosophe

ANIMATION : Mathieu Baudin, Institut des Futurs Souhaitables

PRESENTATION des propositions de la 11ème Université d'été de la Communication pour le développement durable

- Anne-Laure Bedu, Presqu'île
- Alain Chauveau, Acidd/DD Prod

CONCLUSIONS

- Gilles Berhault, président d'ACIDD et du Comité 21
- Vincent Feltesse, président de la Communauté urbaine de Bordeaux
- Marie-Hélène Aubert, Conseillère pour les négociations internationales climat et environnement, cellule diplomatique Présidence de la République

ATELIERS DE COPRODUCTION

(Liste des intervenants non définitive arrêtée au 14.06.2013)

Les dix ateliers se dérouleront en deux parties : une première partie le jeudi après-midi et une deuxième le vendredi matin.

1 - Au delà la crise de confiance, comment réinventer la communication développement durable pour qu'elle soit plus efficace ?

Moins d'1/3 des français font confiance à la communication "développement durable" des organisations, alors qu'elles doivent faire preuve d'une transparence de plus en plus grande (reporting toujours plus exigeant, indicateurs vérifiés, lutte contre le greenwashing, pression des parties prenantes...). Comment restaurer la confiance? Quels sont les outils pour rendre cette communication plus efficace et crédible? Quel peut être le rôle des agences dans cette évolution vers une communication plus responsable ? Est-ce un nouvel espace de créativité pour les agences ? Quels nouveaux partenariats peuvent-elles établir? Doivent-elles y voir de nouvelles contraintes ou des opportunités de business ?

Intervenants :

- Boris Schruoffeneger, directeur de la communication du Conseil général de l'Ain
- Loïc Fel, responsable du développement durable BETC

Introduction 2ème jour : Séverine Lecomte, Directrice générale d'Heidi, membre du comité communication responsable de Communication & Entreprise

Animation : Thomas Parouty, Directeur général Agence Mieux !

2 - Communication et changement de comportement ?

La transformation des comportements est au cœur des démarches de développement durable. Des investissements très importants en communication ont été engagés dans ce sens. Avec quels résultats ? Plutôt décevants ? Pourtant, les principaux ressorts psycho-sociaux semblent avoir été utilisés dans ce type de communications : culpabilisation, peur, humour, communautarismes, intérêt personnel et collectif... Que faire ? Quelles nouvelles pistes? Les marques de la grande consommation sont-elles légitimes à essayer faire changer les comportements et comment ? Quel rôle pour les collectivités territoriales ? Quels sont les outils les plus adaptés ? Médias ? Hors-médias ?

Intervenants :

- Anne Mathieu, direction de la communication du Conseil général de Loire Atlantique
- Catherine Decaux, directrice générale du Comité 21
- Fabrice Bonnifet, directeur du développement durable Groupe Bouygues
- Un représentant d'Eco-emballages *
- Alexandra Siarri, adjointe au maire de Bordeaux
- Jean-Christophe Carteron*, directeur développement durable de Kedge Business Scholl

Introduction 2ème jour : Valérie Martin, chef du service communication et information de l'Ademe

Animation : Christophe Bultel, consultant en communication sociétale, Directeur de clientèle - RC2C La Rochelle/Nantes

3 - Développement durable et risques de réputation...

La réputation est au cœur du capital immatériel de toute organisation (crises récentes de l'industrie agro-alimentaire, BP et la pollution du golfe du Mexique...). Quels sont les risques réels, vis-à-vis de quelles parties prenantes ? Les investisseurs s'engagent-ils encore dans des activités à la réputation mise en cause ? Est-ce que l'internet augmente les risques, propageant des rumeurs non fondées, ou au contraire permet-il de mieux gérer les problèmes de réputation ? Avec quels outils ? Comment construire et préserver sa réputation au 21e siècle ?

Intervenants :

- Didier Heiderich, Président de l'Observatoire International des crises
- David Garbous directeur marketing stratégique de Fleury Michon
- Jérôme Coutant, ancien membre de l'ARCEP
- Olivier Ossard*, Directeur Publicis Bordeaux

Introduction 2ème jour : Christophe Piednoël, directeur des relations extérieures, de la communication et de la concertation, Réseau Ferré de France,

Animation : Hélène Duplessis, Directrice Hunky Dory

4 - Marketing responsable, évolution de l'offre et nouveaux modèles économiques?

Les nouvelles attentes des consommateurs sont-elles influencées par le développement durable ? Quels nouveaux modèles d'affaires vont émerger d'internet et des réseaux sociaux ? Peut-on croiser ces deux moteurs d'évolution vers plus de produits locaux, écologiquement responsables (réparation, obsolescence programmée, recyclables...) ? Le développement de l'usage (location... plutôt que propriété), est-il en voie de généralisation ?

Comment les entreprises peuvent-elles passer d'un modèle économique traditionnel à ces nouveaux modèles, encore à inventer ? Quel rôle du marketing dans cette évolution ? Quels rôles pour de nouveaux acteurs comme les coopératives, les associations, les collectivités locales ? Quel marketing pour une économie circulaire ?

Intervenants :

- Elizabeth Reiss, Directrice-fondatrice Ethicity
- Anne-Sophie Novel, blogueuse, journaliste 2.0 spécialisée dans l'innovation éco-sociale et l'économie collaborative
- Alain Liberge, directeur Environnement et Responsabilité sociale, Orange France

Introduction 2ème jour : Mathieu Jahnich, fondateur Sircome

Animation : Isabelle Boudard, responsable du programme RSE du Comité 21

5 - Lobbying vs développement durable ? Amis ou ennemis ?

L'image habituellement portée par les médias est très négative sur le lobbying (stratégies d'influence). Elle se réduit le plus souvent à : de grands groupes industriels (énergie, chimie, agroalimentaire...) qui font pression sur les élus et fonctionnaires pour pouvoir continuer à faire du profit tout en polluant ! Le think tank anglais Sustainability ou l'ONG Transparency, notamment, y ont consacré des rapports. Est-ce que cette image correspond à la réalité ? Quelles évolutions sont en cours ? Tous les acteurs, y compris publics, essayent-ils d'influencer de la même façon ? Est-ce que les règles et outils sont les mêmes pour tous ? Où sont les paradoxes ? Y-a-t-il au sein des organisations des oppositions entre responsable du développement durable et lobbyistes ? Les directeurs du développement durable sont-ils des lobbyistes comme les autres ? Quelles sont les limites du lobbying ? Comment le faire évoluer ? Quelle est la place de la communication dans une stratégie d'influence ? Que change internet ?

Intervenants :

- Vincenzo Le Voci, Secretary-General of the Club of Venice, Administrator, DG F- Communication and Transparency
- Sylvianne Villaudière, Directrice Fondatrice du cabinet Alliantis

Introduction 2ème jour : Raymond Van Ermen, Directeur exécutif EPE (European Partners for Environment)

Animation : Dominique Mégard, Présidente Cap'com

6 - Communication conversationnelle et développement durable ?

La communication et le marketing du 21e siècle cherchent à être les plus possibles conversationnels, dans une démarche d'appropriation et de fidélisation de ses publics. Cette nouvelle approche conversationnelle permet aussi de gérer en temps réel ses clients et parties prenantes, mais nécessite d'accepter de perdre une partie du contrôle. Des plateformes collaboratives, nombreuses, sont à disposition sur internet, mais demandent de nouveaux talents et compétences. Quels sont les place et rôle du développement durable sur ces outils collaboratifs? Est-ce la meilleure forme de communication pour le développement durable et la RSE ? La communication développement durable et RSE ne peut-elle être mise en œuvre que dans Les réseaux sociaux, ou bien l'événementiel et le print gardent-ils toute leur importance ?

Intervenants :

- Julie Coignet, Directrice My Green ID
- Julie Chabaud, responsable de la mission Agenda 21 du Conseil Général de la Gironde
- Marie-Christine Lanne, Directrice de la communication de Generali France
- Pierre-Samuel Guedj, Directeur-fondateur d'Affectio Mutandi
- Eloi Choplin, Directeur associé Triple C

Introduction 2ème jour : Benoit Desveaux, Directeur Général du groupe Public Système Hopscotch

Animation : Ludovic Piron-Palliser, Directeur adjoint de Cabinet de Mao Peninou chargé de toutes les questions relatives à la propreté et au traitement des déchets à la Mairie de Paris

7- Peut-on améliorer et généraliser l'écoconception de la communication (campagnes de publicité, événements, médias...) ?

Depuis la création de l'Université d'été en 2003, de très nombreuses initiatives ont été prises pour développer l'écoconception des outils de communication. L'Ademe a été pionnière en incitant les filières d'acteurs à collaborer, en publiant un guide, des recommandations, en incitant à la formation... Des collectifs ont été créés autour de l'éco-conception d'événements comme l'Anaé et acteurs de l'événement (lieux, traités, etc...). Des syndicats professionnels comme l'UDA, l'AACC ou l'UDECAM ont mobilisé leurs membres et publié des recommandations. Des outils de mesure ont été mis en place. Des labels, des normes et des référentiels sont à disposition de tous. Quel bilan peut-on tirer de 10 ans d'écoconception de la communication ? Va-t-on au delà de quelques lignes dans les appels d'offres publics ? Quels sont les freins ? Volonté, budget, habitudes ou compétences ? A-t-on les bons prestataires ? Est-ce encore un argument différenciant pour les agences ? Comment accélérer les processus ?

Intervenants :

- Frédérique Smadja, SGS - ICS
- Alice Audouin, conseil en développement durable sur les enjeux de communication et de culture, maître de conférences associé à l'Université de Cergy-Pontoise (UFR Sciences de l'Environnement)
- Frédéric Petit, Président SAS Actes – Elise Atlantique

Introduction 2ème jour et animatrice : Monica Fossati, Expert scientifique, accompagnement et éducation au développement durable, fondatrice d'Ekwo

8 - Communication des grandes causes ?

Les ONG communiquent avec des campagnes souvent très créatives (et... offertes par de grandes agences), à fort impact et à forte notoriété : images et messages choc, humour décalé... Mais quelle est leur réelle efficacité sur la sensibilisation, les changements de comportement ? Quels sont les codes et les outils de ce type de communication ? Comment mesurer l'efficacité ? Quels risques ? Est-ce que ces campagnes peuvent inspirer d'autres secteurs d'activités ?

Intervenants :

- Un représentant de Surfrider*
- Jean-Marc Gancille, Directeur du développement durable Inoxia (groupe Évolution)
- Luc Evrard, Directeur de la communication et de la collecte de Médecins du monde
- Un représentant de Max Havelaar France

Introduction 2ème jour : Vincent David, Directeur Relation d'Utilité Publique

Animation : Yves Cappelaira, Directeur Ouaiïe cici

9 - Médias : quelles nouvelles responsabilités environnementales, sociales et culturelles ?

Les médias, comme toutes les entreprises ont des impacts et des responsabilités par rapport à la société, à la planète... Alors qu'ils ont souvent une vision critique de la RSE/RSO des autres organisations, leur propre implication dans le développement durable et la RSE est encore récente. La GRI (Global Reporting Initiative) a édité des lignes directrices spécifiques aux médias, avec des indicateurs dédiés. Mais, bien sûr la principale responsabilité des médias reste... leur contenu rédactionnel. Leur influence est très importante sur l'opinion publique, sur les comportements, dont la consommation... Quel impact des nouvelles lignes directrices sur la prise en compte des médias de leur responsabilité sur leur contenu rédactionnel et sur des thématiques comme la liberté d'expression, le pluralisme, la représentation des cultures, l'indépendance, la protection des données personnelles, l'accessibilité et l'éducation aux médias ? Qu'espérer à court et long terme ? Quels partenariats peuvent-ils être mis en place ?

Intervenants :

- Catherine Puisseux, coordinatrice RSE pour le groupe TF1
- Nafissa Goupil, Editrice de « Décisions durables », Présidente Style Tonic & Vectorielles
- Charles-Henry Dubail, gérant de Victoires Editions, président du Syndicat de la Presse professionnelle et du Centre français du droit de copie

Introduction 2ème jour : Nathalie Dollé, journaliste indépendante, spécialiste de la RSE des médias

Animation : Philippe Brousse, Président Presse Entreprises Formation & Conseil

10 - Comment rendre collaboratifs et coproductifs les événements ?

Chaque jour des centaines de rencontres, forums, débats sur toutes sortes de sujets de transformation de la société en générale, ou plus modestement des organisations ont lieu. Des experts, des responsables prennent la parole pour partager leurs visions. Ce sont des moments de conviction, de pédagogie et de débats. Mais sont-ils vraiment efficaces et utiles ? Ils coûtent cher à organiser et surtout en temps passé par les participants. Comment peut-on les améliorer ? Peuvent-ils être des moments de réelle coproduction ? N'est-ce pas trop souvent une suite de "tunnels" ennuyeux ? Comment les préparer ? Comment les animer ? Avec qui ? Que produire ensuite ? Quelle part donner aux outils numériques ? Quelles qualités demander aux animateurs ?

Intervenants :

- Jocelyne Leporatti, fondatrice du Club Génération responsable
- Carine Dartiguepeyrou, prospectiviste sociétale
- Myriam Poitou, Chargée de projets communication écoresponsable Kaleido'Scop Entreprise Coopérative

Introduction 2ème jour : Sylvie Brémond Mookherjee*, Directrice-fondatrice Innovation Blossom

Animation : Richard Collin, président de Nextmodernity

ATELIERS D' ACTIONS ET CAMPAGNES DE COMMUNICATION REMARQUABLES

Jeudi après-midi

Atelier A

Le Jury citoyen de Blanquefort (Anne-Laure Bedu, Directrice de Presqu'île)
La concertation LGV Rhin Rhône (Réseau Ferré de France)

Atelier B

Le Prix Energies Citoyennes / Cofely (Marc Fraysse, Directeur des Relations Institutionnelles de Cofely GDF SUEZ)
Les 24 heures de la Terre (Jean-Yves Casgha)*

Atelier C

Démarche développement durable du congrès national des HLM (Dan-Antoine Blanc Shapira, Sensation !)
Vendredi matin

Atelier D

leKamasutri/www.lejustetri.fr (Angers-Loire Métropole)*
L@-KOLOK.com (Lucie Poirot, Directrice Le vent tourne)

Atelier E

Campagne Malongo (Delphine Brudoux, Directrice communication et marketing)*
Campagne « Follow the frog » de Rainforest Alliance (Gilles Degroote, Directeur associé d'Ethicity, représentant en France de Rainforest Alliance)

* En attente de confirmation