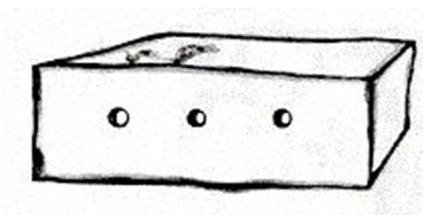


S'il vous plaît... dessine-moi le **marketing responsable** !

Une étude exploratoire sur l'intégration du développement durable dans les stratégies marketing des entreprises.



ENTRETIEN

Véronique RICHARD

Directeur, CELSA Paris-Sorbonne

Entretien réalisé le jeudi 2 février 2012, en face à face.

Le développement durable dans les recherches et enseignements

En tant que citoyenne, je suis convaincue de l'urgente obligation d'intégrer le développement durable dans nos enseignements. En tant que directrice d'une école, il est évident que l'on doit introduire dans nos programmes des questionnements concernant l'environnement, concernant ce que la société et les entreprises vont consacrer au développement durable. Cela s'applique à toutes nos sections : les ressources humaines, la communication, le marketing, le journalisme...

Nos programmes sont construits pour aider à la prise de décisions". La prise de décision est laissée aux étudiants. Les étudiants sont convaincus non par ce qu'on leur dit mais parce qu'ils ont construit un modèle d'analyse.

Le CELSA offre plusieurs spécialités, qui ont des assises disciplinaires transversales et des spécificités en fonction des métiers auxquels elles préparent. Il y a donc des modules sur le développement durable dans chacune de nos spécialités, avec des orientations un peu différentes. Quelqu'un des ressources humaines verra le développement durable d'une certaine manière. Les étudiants qui vont vers le marketing le verront avec un autre angle. Donc nous n'avons pas un enseignement transversal sur le développement durable.

Au CELSA, l'enseignement se fait toujours par petits groupes pour chacune de nos six spécialités professionnelles et de la spécialité recherche ; à l'intérieur des spécialités, au niveau du M2, on a plusieurs parcours qui comptent une trentaine d'étudiants. Très peu d'enseignements sont mis en commun parce que nous n'avons pas d'amphi de 600 places et que l'on adapte les contenus aux spécificités.

En licence 3, nous confortons les bases en sciences humaines et sociales et en sciences de l'information et de la communication. Les étudiants ont des approches du développement durable, par l'économie notamment, et là ils sont tous ensemble. Mais au niveau des spécialités, l'enseignement se fait par parcours. Et pour chaque parcours, il y a un module dédié au développement durable, dispensé par des experts, ou des universitaires.

Nous n'avons pas de formation spécifique développement durable, non. Nous formons des spécialistes qui analysent ce que sont les nouveaux médias, quels sont leurs enjeux ? Quels sont les usages ?... Par exemple, dans le master Communication des entreprises et des institutions, nous allons former les étudiants à élaborer une stratégie de communication en fonction des enjeux d'une organisation et à l'intérieur des enjeux, vous allez retrouver le DD. Nous avons une formation intitulée "risques, opinion et stratégies de communication", qui est en apprentissage, et dans les risques, il y a les questions qui se posent autour de l'énergie, du nucléaire, donc la question du DD va être analysée. Mais comme un risque parmi d'autres.

Nous avons à la fois une activité d'enseignement et de recherche sur le marketing responsable. Et en tant que chercheurs, nos enseignants-chercheurs travaillent notamment sur le thème du marketing responsable et des stratégies communicationnelles sur le sujet du

DD : quelles sont les évolutions des tendances dans la consommation ? Quelles sont les attentes exprimées des consommateurs ? Comment les consommateurs s'expriment-ils sur ces sujets via les associations de consommateurs ou via Internet... Donc cette thématique est présente dans nos recherches. Et bien sûr, ce que l'on analyse dans ces recherches vient nourrir nos enseignements.

Nous avons de nombreux mémoires sur le sujet. Les étudiants s'intéressent beaucoup à ces questions-là. Ils sont concernés. C'est leur avenir. Maintenant, je ne vous dirai pas que les étudiants sont exemplaires sur le sujet.

Le CELSA est une université, pas une école de commerce

Nous n'avons pas comme d'autres universités (Dauphine, HEC...) de formations spécifiques préparant à l'environnement ou au développement durable. Nous nous sommes saisis des questions sur le développement durable parmi les grandes questions contemporaines et leurs dimensions communicationnelles. Sur notre site, nous affichons davantage des questionnements que des thématiques, il faudra peut-être qu'on fasse apparaître davantage les thématiques.

Dans les formations au Celsa, il y a l'enseignement en présentiel, le stage et le mémoire. Beaucoup d'étudiants travaillent sur ces questions-là, en Master 2 recherche ou professionnel. Alors le DD ne transparaît peut-être pas dans les programmes, mais dans les productions, oui. Et si c'est dans les productions, c'est parce que c'est abordé dans les programmes et fait l'objet de stages.

Nous ne sommes pas des militants. Nous sommes là pour essayer de donner le maximum de points de repères, de mises en perspective, de capacité d'analyse, d'adaptabilité, de lectures de la société, d'analyse des situations... et bien sûr une aide à la décision ensuite. Mais après, aux étudiants de se faire leur propre opinion. Nous ne pouvons pas leur dire "il faut faire ça". Je peux leur dire "il y a telles analyses qui existent", c'est à eux d'en déduire que c'est un enjeu pour la société de demain.

Vous savez, nous ne sommes pas une école de commerce, nous sommes universitaires. Nous devons essayer de donner aux étudiants le maximum de savoirs et de méthodes d'analyse, pour qu'eux-mêmes analysent les situations. C'est notre objectif. On leur présente notamment ce que disent les experts, mais on met beaucoup en question la circulation des discours et de la science. Nous sommes beaucoup plus dans les questions que dans les réponses. C'est ce qui fait la différence d'ailleurs entre nos étudiants et ceux des écoles de commerce.

Le rôle que pourrait jouer l'Ademe

L'Ademe, c'est avant tout la maîtrise de l'énergie, c'est un des axes du développement durable. Ce serait une très bonne idée que l'Ademe s'investisse dans des formations.

Nous travaillons déjà avec l'Ademe, elle a financé pour partie quelques thèses. Nous cherchons des experts qui viennent de milieux différents, en cabinet, des chercheurs, des agences, des experts de la commission européenne...

Je serai tout à fait intéressée pour réfléchir avec l'Ademe à une formation ad-hoc, avec différents modules indépendants pour toucher nos étudiants en marketing et les autres...