



Communication marketing et marketing durable

Marketing durable SP20 - Prof. Olivier Furer

Groupe 6 - Jessica Von Rohr et Sébastien Faillettaz





Plan de la présentation

1. Introduction
2. Présentation du Groupe Coop
3. Des paroles aux actes
4. Analyse critique et contextuelle
5. Conclusion



Introduction





Communication marketing et durabilité

Communication marketing:

L'ensemble des mesures prises pour commercialiser un service ou un produit

Communication durable:

Tous les instruments de communication des entreprises sur les questions de durabilité. Il s'agit, notamment, de rapports sur le développement durable, d'exemples de réussite sur le site web, dans les médias sociaux, les magazines pour les clients, les magazines pour les employés, dans les médias, lors d'événements, etc. La communication sur le développement durable vise à faire connaître l'engagement de l'entreprise en faveur du développement durable.





Les clés de la communication durable

1. Une communication marketing intégrée
2. Utilisation de relais d'information (relations publiques)
3. Responsabilité (accountability) et transparence
4. Crédibilité (utilisation de label indépendants)
5. Eduquer les consommateurs
6. Persuader (modèle AIDA)



Présentation du Groupe Coop





L'histoire de Groupe Coop

1864 Fondation de la première coopérative suisse de consommateurs à Schwanden

1890 Fusion de la coopérative suisse de consommateurs Schwanden et d'autres coopératives pour former l'Union suisse des sociétés de consommation (U.S.C.)

1969 Changement de nom en Coop Suisse

2001 Fusion des coopératives Coop et de Coop Suisse. Coop est devenu ce que nous connaissons aujourd'hui.





Qu'est-ce que fait Coop?

Coop est bien plus qu'un simple supermarché. Le groupe Coop compte plusieurs formats de magasins, des entreprises de commerce de gros, ainsi que des sites de production.



Dans le commerce de détail, Coop concentre son activité sur la Suisse.



Dans le commerce de gros et la production, le groupe est actif à l'échelle européenne.



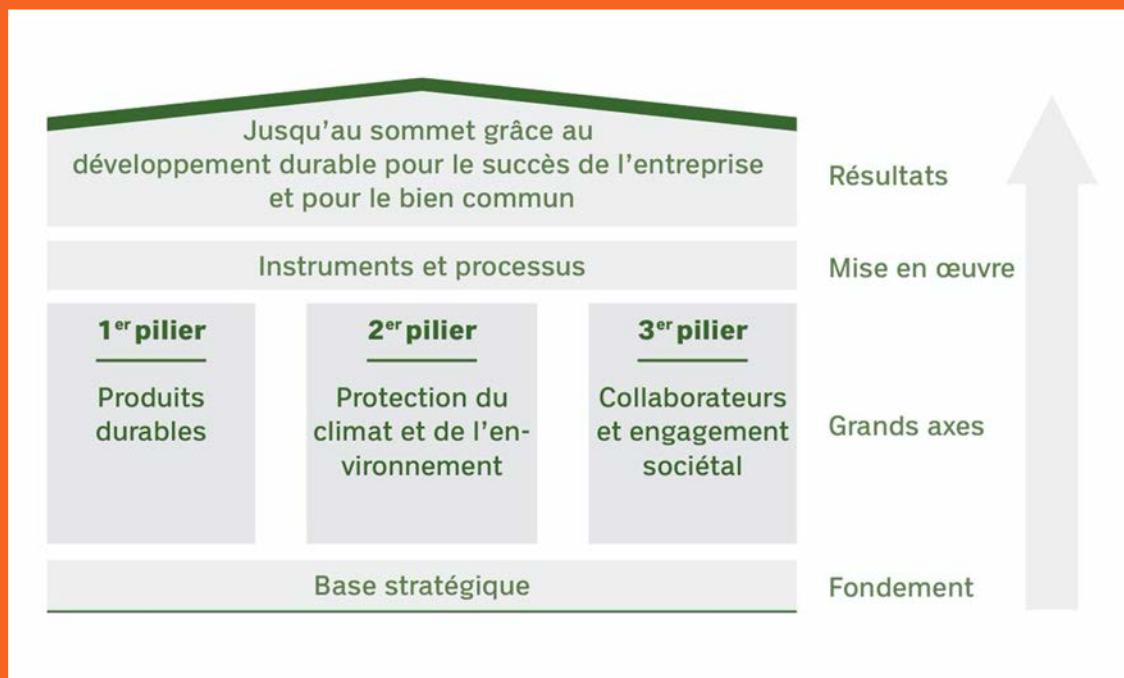
Des paroles aux actes - Stratégie et actes

coop





Stratégie en matière de marketing social et durable





Principes en matière de développement durable



1. Agir durablement en faveur de l'homme, l'animal, la nature
2. Mettre en oeuvre les principes du développement durable dans l'ensemble du groupe Coop en les intégrant à toutes les activités de l'entreprise
3. Etre le distributeur le plus compétent en matière de produits durables
4. Tenir compte des exigences du développement durable pour la totalité de son assortiment
5. Diminuer sa consommation d'énergie et protéger le climat en réduisant systématiquement ses émissions de CO2
6. Réduire et optimiser les quantités de matériaux utilisés ainsi que le volume de déchets produit
7. Adopter des solutions innovantes et écologiques dans les domaines de la mobilité et de la logistique
8. Etre un employeur moderne et équitable
9. Avoir conscience de sa responsabilité sociale et s'engager en faveur d'une concurrence loyale
10. Communiquer avec transparence et entretenir un dialogue collégial avec ses interlocuteurs





Principes vis-à-vis des partenaires commerciaux

1. Transparence
2. Egalité de traitement
3. Valeur écologique ou sociale particulièrement élevée
4. Qualité suisse
5. Communication ouverte
6. Prestation et contre-prestation
7. Solidarité
8. Equité



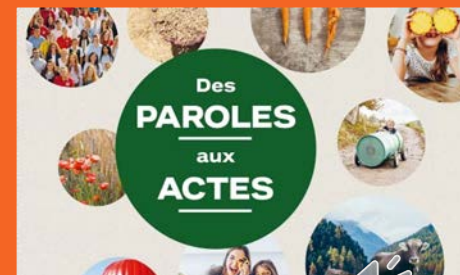
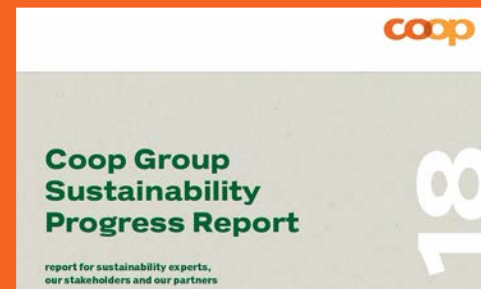


Communication en matière de développement durable

Le groupe Coop publie un rapport annuel sur le progrès en matière de développement durable : “Coop Group Sustainability Progress Report”.

Ledit rapport fournit des informations sur l’engagement du groupe Coop en matière de développement durable, et plus particulièrement des faits ainsi que des chiffres détaillés sur ses activités économiques, sociales et écologiques.

Le groupe Coop publie également une brochure, destinée à toutes personnes intéressées, présentant une vue d’ensemble des engagements du groupe.





Communication en matière de développement durable

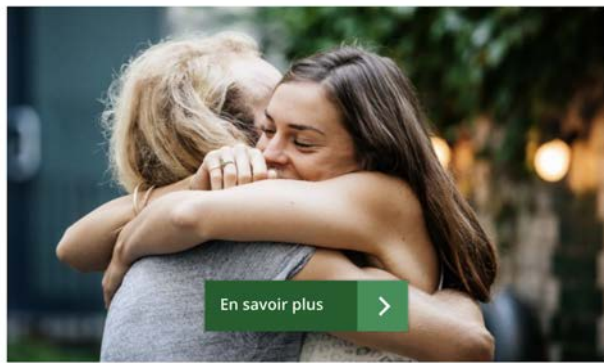
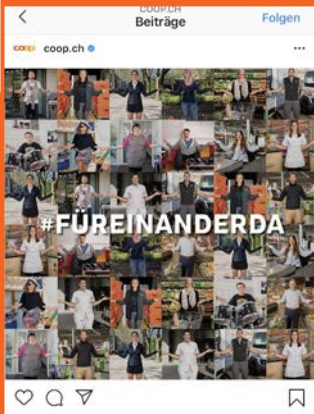
Coop s'efforce d'y parvenir par une communication régulière sur différents canaux pour atteindre les clients:

- un site web distinct sur la durabilité
- Spot TV
- Les médias sociaux (LinkedIn, Youtube, Facebook, Instagram,...)
- Newsletter développement durable
- beaucoup plus





Exemples de communication



La journée de la bonne action

Compte tenu de la situation exceptionnelle que nous connaissons, la deuxième "Journée de la bonne action" est reportée au **samedi 29 mai 2021**, la priorité absolue devant être accordée à l'approvisionnement en denrées alimentaires et en biens de consommation courante. Nous nous réjouissons d'accomplir avec vous plein de bonnes actions l'année prochaine!

Renseignez-vous sur la "Journée de la bonne action" et découvrez les impressions de l'année dernière pour faire le plein d'idées.

[En savoir plus](#)

Coop
51.677 Follower
1 Monat • Bearbeitet •

Taten statt Worte | Unser Multi-Bag ist weiterhin ein voller Erfolg! Bis heute haben wir 1.2 Millionen dieser FSC®-zertifizierten Beutel aus Zellulose in Umlauf gebracht. In den letzten 2 Jahren konnten wir so die Raschelsäckli bei Früchte und Gemüse um 20% reduzieren.
[#meincoop](#) [#TatenstattWorte](#) [#tatenbank](#)



141

Gefällt mir Kommentar Teilen

Coop
51.677 Follower
3 Monate • Bearbeitet •

Aktuell | Die verheerenden Waldbrände in Australien haben den Lebensraum vieler Tiere zerstört. Der WWF leistet Hilfe und pflanzt in den nächsten Jahren zwei Milliarden Bäume. Helfen auch Sie und spenden Sie bis Ende Februar Ihre Superpunkte an den WWF Switzerland
<http://bit.ly/2tSWQY5>



Supercard Prämienshop | null
[supercard.ch](#)

Réduction du plastique



Nous nous engageons pour la réduction du plastique grâce à des alternatives ou des produits sans emballage

[En savoir plus](#)

Développement durable au quotidien



Quelques astuces et bonnes habitudes suffisent à intégrer le développement durable dans son quotidien.

[En savoir plus](#)

Calendrier des fruits et des légumes



Grâce à notre calendrier saisonnier, vous pouvez identifier les fruits et légumes de saison en Suisse.

[En savoir plus](#)



Partenaires et parties prenantes

Afin d'anticiper et d'identifier les attentes extérieures pesant sur le groupe, Coop est en contact permanent avec ses fournisseurs, des organisations et des initiatives en Suisse, en Europe et dans les pays de production.



Analyse critique et contextuelle





Analyse contextuelle

En préambule, il sied d'observer que le groupe Coop, sur le fond et la forme, respecte désormais les trois piliers du développement durable.



Historiquement, le groupe Coop s'est graduellement investi dans le développement durable depuis le début des années 1990. Ses premières démarches se situaient aux carrefours du social et de l'économique (cf. équitable) ainsi que de l'écologique et de l'économique (cf. viable).

Progressivement, cet engagement s'est étoffé, notamment par le biais d'un fonds d'investissement de CHF 100 millions dédiés à des projets de développement durable, et à des centaines d'actions (384 à ce jour) pour un monde plus durable.





Analyse critique

“ La chose la plus importante en communication c'est d'entendre ce qui n'est pas dit...” Peter Drucker

Le groupe Coop allègue beaucoup de faits et de chiffres en sa faveur. Au demeurant, peu d'éléments confirment le bien-fondé pour sa clientèle (cf. baisse de prix suite aux mesures liées au développement durable) et encore moins renseignent les lecteurs sur les difficultés/échecs rencontrés.

Il s'agit davantage d'une communication laudative (cf. subjective), que d'une communication complète (cf. objective).



Par surabondance, les faits et chiffres produits par le groupe Coop ne sont pas “audités” par un tiers indépendant. Pareil audit contribuerait, dans la mesure où l'auditeur serait nanti d'une véritable indépendance vis-à-vis de Coop (difficile...), à valider les démarches et chiffres présentés par le groupe Coop. La confiance de la clientèle serait accentuée.

Conclusion et discussion

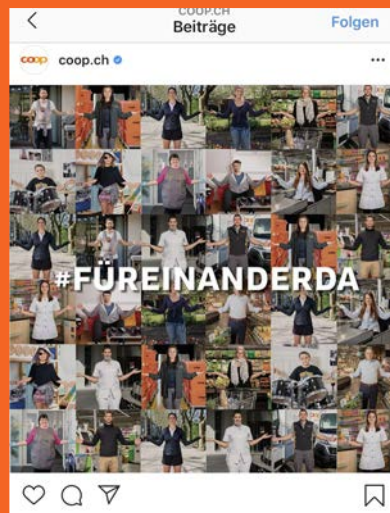




En bref



Avec ses trois piliers, le groupe Coop est très attaché à la durabilité.



Cet engagement est beaucoup communiqué dans les médias.



Mais attention: L'engagement n'est pas contrôlé et soutenu par un tiers indépendant.





Les clés de la communication durable

1. une communication marketing intégrée ✓
2. utilisation de relais d'information (relations publiques) ✓
3. responsabilité (accountability) et transparence ✓
4. crédibilité (utilisation de label indépendants) ✗
5. éduquer les consommateur ✓
6. persuader (modèle AIDA) ✓





Discussion sur communication durable chez Coop

Question 1 : Que pensez-vous de la communication de Coop sur ses projets de durabilité ?

Question 2 : Coop aurait-il besoin de communiquer davantage ou différemment ?

Question 3 : Croyez-vous à l'engagement de Coop en faveur du développement durable à travers ses nombreuses communications ?





Discussion sur la durabilité

Question 1 : Pensez-vous que Coop est déjà suffisamment engagé en faveur de la durabilité ?

Question 2 : Lorsque vous faites vos courses chez Coop, percevez-vous Coop comme un épiciers durable ?

Question 3 : Coop se compose de nombreux formats de vente différents tels qu'Interdiscount. Ces formats se contredisent-ils lorsqu'il s'agit de l'approche de durabilité de Coop ?

Question 4 : Pensez-vous que Coop a besoin de labels indépendants pour gagner en crédibilité ? Ou pensez-vous que Coop est déjà assez crédible ?

Question 5 : Pensez-vous que des concurrents comme Migros sont plus crédibles que Coop en matière de durabilité ?





Sources

Coop. Profil d'entreprise du groupe Coop. Consulté en ligne, en avril 2020, sur <https://www.coop.ch/fr/entreprise/groupe-coop.html>

Des Paroles aux actes - Le développement durable chez Coop. Consulté en ligne, en avril 2020, sur <https://www.des-paroles-aux-actes.ch/fr.html>

Facebook. Coop.ch. Consulté en ligne, en avril 2020, sur <https://www.facebook.com/coop.ch/>

Instagram. Coop.ch. Consulté en ligne, en avril 2020, sur <https://www.instagram.com/coop.ch/>

LinkedIn. Coop. Consulté en ligne, en avril 2020, sur https://www.linkedin.com/company/coop_2/

Nachhaltigkeitskommunikation für KMU (2011). Consulté en ligne, en avril 2020, sur <https://www.polarstern.ch/nachhaltigkeitskommunikation-nachhaltige-entwicklung-kmu-kleinere-und-mittlere-unternehmen/>

—
Merci de votre attention !

