



**Mise en action:**

**14 leviers pour que le marketing serve le développement durable**

# Cadre général

Stratégique

Marketing  
stratégique

Position  
-nement

Solution  
(Product)

Availability  
(Place)

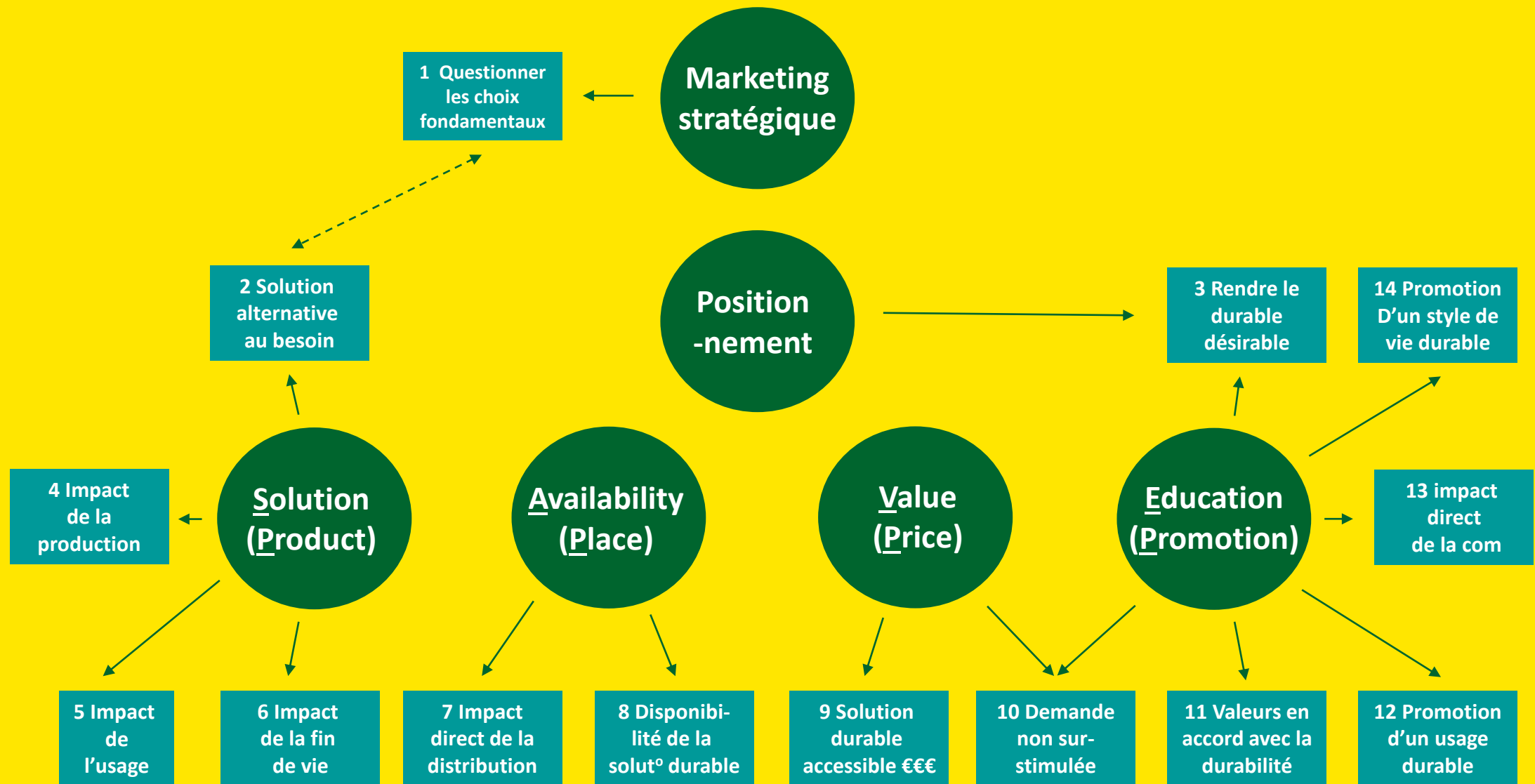
Value  
(Price)

Education  
(Promotion)

Opérationnel



# 14 leviers au service du développement durable



# 1 Questionner les choix stratégiques fondamentaux

Marketing  
stratégique

- **Ma société aurait-elle un meilleur impact sociétal (People, Planet, Prosperity) en faisant d'autres choix fondamentaux de marketing stratégique?**
  - S'adresser à d'autres typologies de clients ?
  - Satisfaire des besoins différents ?
  - Changer fondamentalement la manière de satisfaire les mêmes besoins (autre technologie / autre business model...)?
- **Exemples:**
  - d'Iletere qui se (re)définit comme un acteur de mobilité et offre de nouvelles solutions au-delà de la vente de voitures (voitures partagées, taxis, vélos) parfois à de nouveaux publics.



- Umicore: D'une société minière et de fonderie à une société se focalisant sur la mobilité propre et les matériaux 'circulaires' (par exemple pour les véhicules électriques)



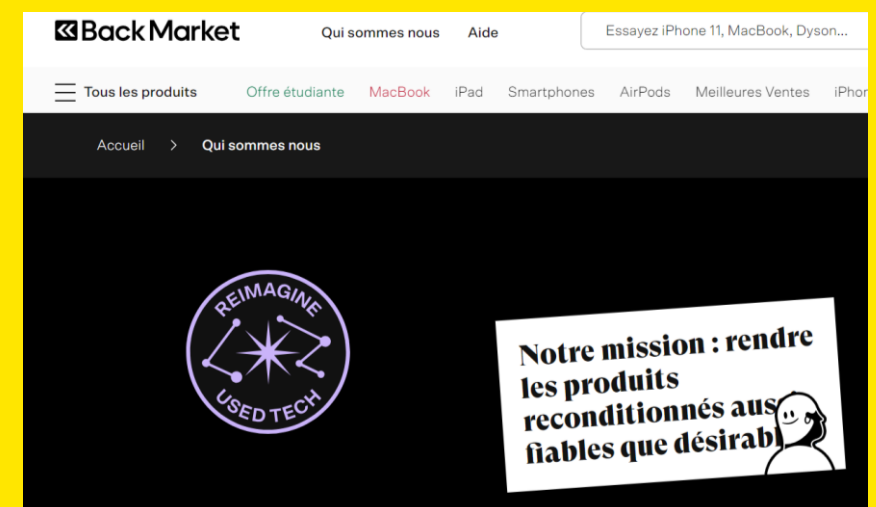
Lié à 2 et 3



## 2 Satisfaire les besoins avec des solutions radicalement différentes

Solution

- Est-il possible de changer mon modèle d'affaire ('business model') pour satisfaire les mêmes besoins d'une manière plus vertueuse d'un point de vue sociétal.
  - Economie de la fonctionnalité: Louer plutôt qu'acheter
  - Economie du partage
  - Seconde main...
  - Reconditionnement...
  - ...
- Exemples:
  - Decathlon offrant un abonnement pour des équipements sportifs
  - Selfridges offrant des articles de luxe en seconde main
  - Backmarket qui reconditionne les appareils électroniques



Lié à 1 et 3





### 3 **Rendre le durable désirable**

- **Si vous avez déjà une offre avec un haut niveau de durabilité, la rendre plus désirable**
  - Comment une offre durable peut-elle devenir une marque sexy.
  - Le côté attractif de la marque ne doit pour autant pas obligatoirement venir de son aspect durable.
- **Exemples:**
  - Tony's Chocolonely, qui rend la lutte contre l'esclavage intéressante et même 'funky'
  - Tesla, qui fait de la voiture électrique un signe extérieur de statut
  - Brussels Beer Project – qui rend la bière artisanale 'cool'

Position  
ement

Education  
(promotion)



## 4 Améliorer l'impact de la production de mon produit

Solution

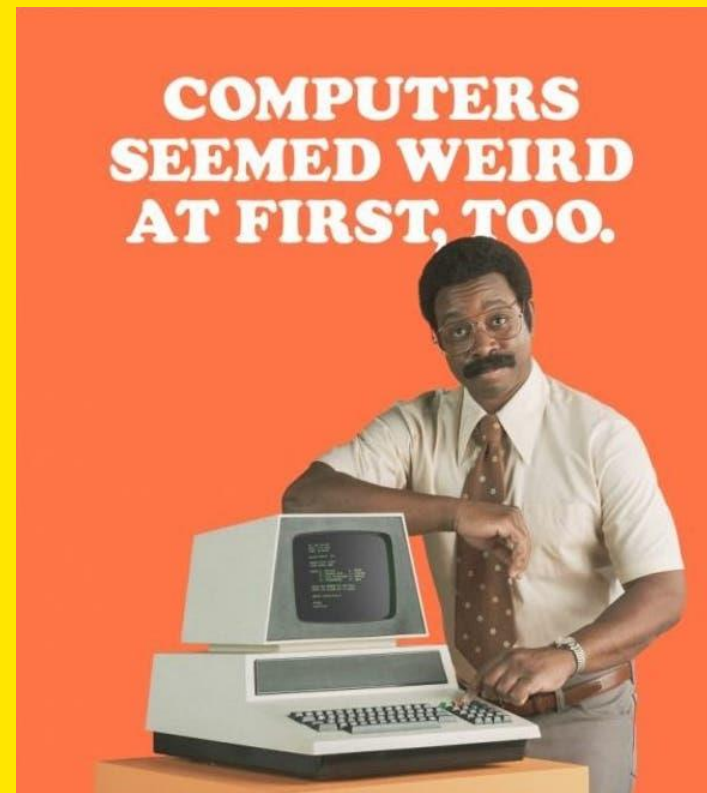
- **Même si vous vendez le même produit/service, pouvez-vous améliorer son mode de production pour améliorer son empreinte sociétale ?**
  - Impact social: bien-être et revenus des producteurs, bien-être des employés,...
  - Impact écologique : CO<sup>2</sup>, Biodiversité, Pollution plastique...
  - Quid des 'certifications' durables: Bio, Fairtrade, Améliorer l'eco-score, FSC/PEFC...
- **Exemples:**
  - Galler qui passe au cacao Fairtrade
  - Polestar utilisant la blockchain pour tracer les minéraux de ses batteries



## 5 Améliorer l'impact de l'usage de mon produit

Solution

- Changer les caractéristiques produit pour améliorer l'impact sociétal de son usage
- Exemples:
  - Poudre à lessiver qui permet de laver à plus basse température
  - Voiture électrique (plus de CO<sup>2</sup> à la production, moins à l'usage)
  - Emballage qui réduit le gaspillage alimentaire



Lié à 12

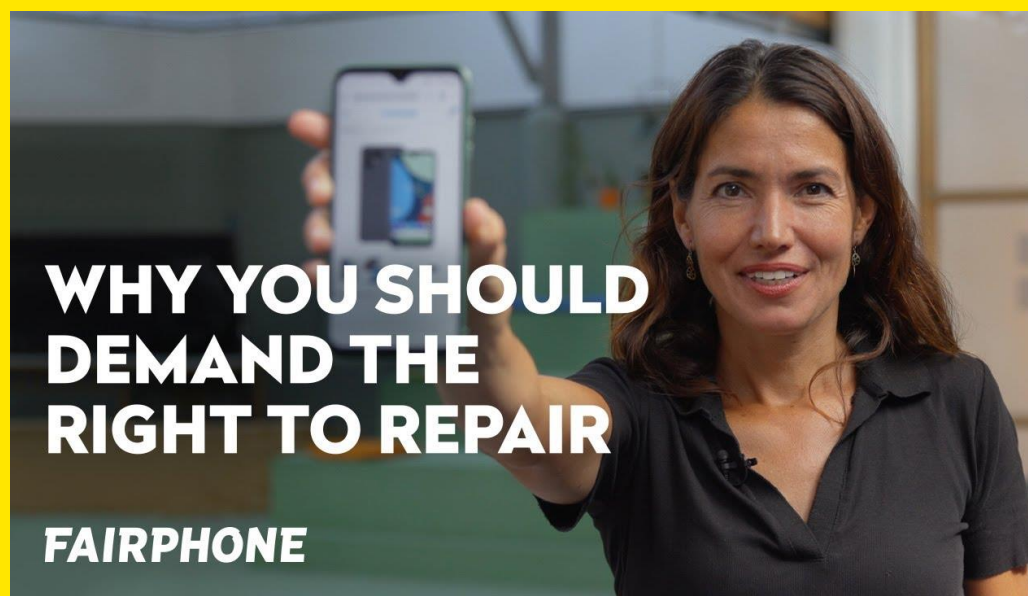




## 6 Améliorer l'impact de mon produit à la fin de sa vie.

Solution

- **Changer les caractéristiques de mon produit (et de son conditionnement) pour prolonger sa vie ou améliorer son impact en fin de vie.**
  - Améliorer la réparabilité
  - Eviter l'obsolescence programmée / allonger la durée de vie
  - Améliorer le recyclage
- **Exemples:**
  - Darty qui offre un abonnement pour encourager la réparation
  - Fairphone qui rend son smartphone réparable et offre les pièces de rechange
  - Nespresso qui rend ses capsules recyclables dans le sac bleu



 **Darty  
MAX**

L'abonnement pour **réparer**  
et **prolonger** la durée de vie  
de vos appareils gros  
électroménager<sup>(1)</sup>.

**9,99€ TTC/mois**  
Engagement sur 12 mois

 Venez échanger avec votre vendeur dans votre  
magasin le plus proche.

**SOUSCRIRE EN MAGASIN**

The advertisement features the Darty MAX logo at the top. Below it, the text describes a subscription for repairing and extending the life of large household appliances. The price is 9,99€ TTC per month with a 12-month commitment. A small Darty logo is next to the text 'Venez échanger avec votre vendeur dans votre magasin le plus proche.' At the bottom, there is a red button that says 'SOUSCRIRE EN MAGASIN'.



## 7 Améliorer l'impact direct de la distribution de mon produit

Availa-  
bility

- Améliorer la distribution ou adopter des modes de distribution alternatifs pour améliorer l'empreinte de mon produit:
  - Diminuer le taux de retours en 'e-commerce'
  - Diminuer les distances parcourues
  - Adopter des modes de transport plus durables
  - Livrer à des points de distribution et pas à la maison
  - Diminuer la taille / le poids des produits
- **Exemples:**
  - Colruyt et ses frigos fermés
  - B-post et ses vans électriques

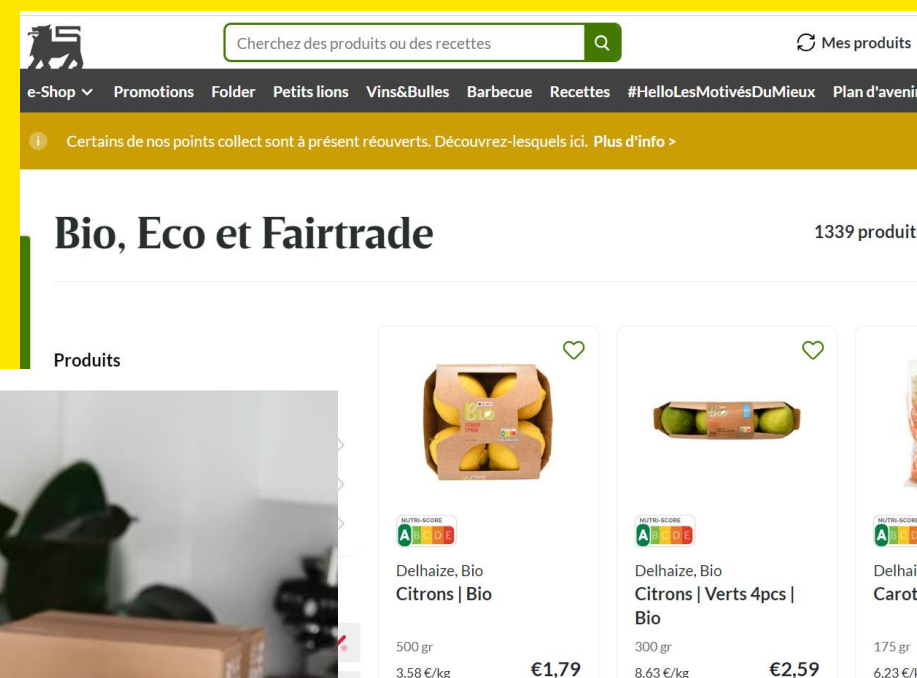




## 8 Améliorer la disponibilité de solutions durables

Availability

- Si vous avez déjà une offre avec un haut niveau de durabilité (y/c via certaines variantes), la rendre plus accessible.
  - Elargir la distribution
  - Augmenter la visibilité
  - 'Choice editing': diminuer la distribution ou 'supprimer' les variantes les moins durables
- **Exemples:**
  - Option 'Fairtrade/Bio' sur le site de Delhaize
  - Produits 'Kazidomi' chez Delhaize
  - Lidl ne vendant pas certains poissons car non disponibles avec la certification FSC.



← News

### Delhaize vend les best-sellers de Kazidomi dans 6 magasins affiliés

23 JANVIER 2023 • FOODRETAIL • CHRISTOPHE SANCY



## 9 Améliorer l'accessibilité financière des produits durables.

Value

- Si vous avez déjà une offre avec un haut niveau de durabilité (y/c via certaines variantes), la rendre accessible financièrement.
  - Eviter de prendre plus de marge sur les options les plus durables.
  - Créer des économies d'échelle en rendant les produits durables plus accessibles.
  - ...en étant conscient de la nécessité de payer des prix justes aux fournisseurs.
  - L'accessibilité peut parfois être une question de perception, améliorer celle-ci.
- Exemples:
  - Lidl adoptant du cacao 'Fairtrade' pour toutes ses tablettes sans augmenter leur prix.
  - Les magasins 'Bio' belges qui communiquent sur le fait qu'ils ne sont pas plus chers que les supermarchés 'classiques'.
  - Tesla qui descend constamment le prix de ses voitures pour augmenter la taille du marché.

TECH · TESLA

# Tesla is cutting prices for the fifth time this year



**TOT 32% KORTING**

**fin CARRÉ**

**PURE CHOCOLADE**

**2 x 200g e**

**fin CARRÉ**

**CHOCOLADE COLAT AU LAIT**

**2-PACK**

**1.69**

**Chocoladerepen**

• In de varianten melk en puur  
• 2 x 200 g



▲ Illustration. © Getty Images/Maskot

**Non, les produits bio ne coûtent pas forcément plus chers en magasin spécialisé, et ont un autre atout**



# 10 Eviter de sur-stimuler la demande

Value

Education  
(promotion)

- **Eviter de créer du gaspillage en sur-stimulant la demande:**
  - Equilibrer l'équation 'marge par unité' vs 'volume'
  - Eviter les promotions qui pourraient créer du gaspillage
- **Mauvais exemples:**
  - Proximus offrant une TV en cas d'abonnement
  - Promotions 1+2 gratuit
  - ...



# 11 Promouvoir des valeurs en ligne avec la durabilité

Education  
(promotion)

- Promouvoir des valeurs en ligne avec une société plus durable (objectif !)
  - Plus collectives
  - Moins de satisfaction directe des désirs
  - Plus inclusive
  - Etc...
- Exemples:
  - Dove
  - Gillette
  - Intermaché 'fruits moches'



## 12 Promouvoir un usage plus durable de vos produits

Education  
(promotion)

- **Promouvoir un usage plus durable de vos produits:**
  - Qui amènera une durée de vie plus longue...
  - Qui amènera à moins d'utilisation d'énergie...
- **Exemples:**
  - Barilla et la 'cuisson passive'
  - Patagonia incitant à réparer vos vêtements



Lié à 5

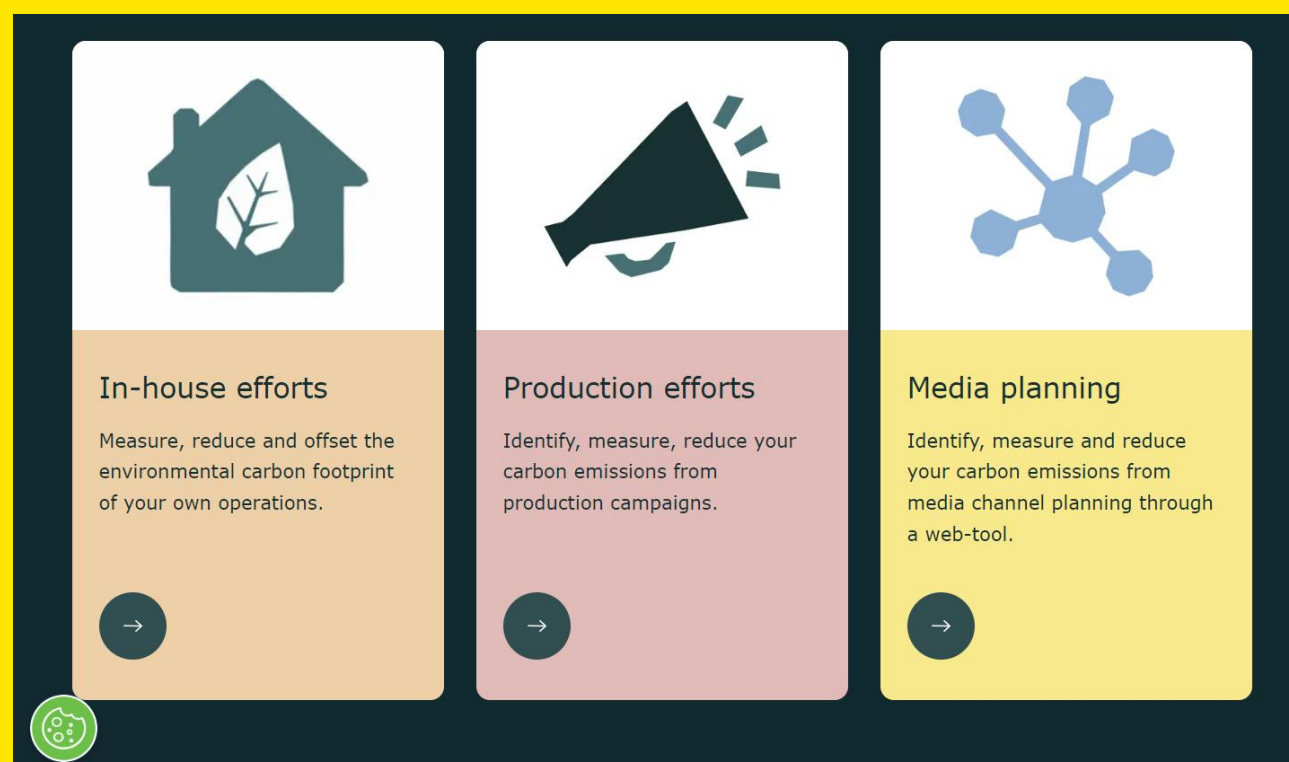




# 13 Diminuer l'impact direct de votre communication

Education  
(promotion)

- **Diminuer l'impact CO2 direct de vos moyens de communication:**
  - Production de la communication (shootings, impression...)
  - Diffusion de communication: choisissez des canaux avec moins d'impact
- **Exemple:**
  - Coms to zero: outil permettant d'optimiser l'impact de la production et diffusion de votre com.





# 14 Faites la promotion d'un style de vie durable

Education  
(promotion)

- **Utiliser la force de votre marque pour faire la promotion d'habitudes plus durables\*** (pas forcément liées directement à votre produit)
  - Moins de gaspillage
  - Alimentation plus saine
- **Exemples:**
  - Campagne Hellmann's contre le gaspillage alimentaire
  - Colruyt faisant la promotion des alternatives à la viande.

ACCUEIL • ÉCONOMIE • CONSOMMATION

## Une publicité de Colruyt fait polémique

La dernière publicité de Colruyt, qui invite les consommateurs à manger moins de protéines animales, suscite la polémique auprès des producteurs de viande belges.



\* Attention à ne pas négliger pour autant l'empreinte directe de vos produits et de leur usage.



# Choisissez un 'levier' sur base de:

Faisabilité  
à moyen/long terme

Visez ici !

Impact 'objectif' sur la durabilité



## Levier de durabilité: canevas

(lovely inspired by the Osterwalder format)

**Impact durabilité:** Comment votre idée a-t-elle un impact sur la durabilité ? Est-il significatif ?

**Impact client/consommateur:** votre idée a-t-elle un impact sur le consommateur et, si oui, lequel ? Est-ce important pour eux ? Pouvez-vous en faire un bénéfice pour eux ?

### Idée:

Décrivez votre idée en 2/3 phrases courtes.

**Impact sur la marque:** Cette idée peut-elle renforcer le positionnement de votre marque, même indirectement ? Comment ?

**Impact sur d'autres parties prenantes:** Quel va être l'impact sur les collaborateurs, les ONGs, les journalistes, les actionnaires...?

**Communication:** Devriez-vous communiquer sur cette idée? Vers qui ? Comment ?

**Coûts:** cette idée va-t-elle générer des coûts ? Lesquels ? Faut-il des investissements en capital ?

**Revenus:** Cette idée va-t-elle générer des revenus ? (augmentation de prix, chiffre d'affaire, subides...). Lesquels ?

**Ressources:** De quelles ressources aurez-vous besoin?

**Partenariats:** avec qui pourriez/devriez vous travailler pour réaliser cette idée?