

LA COMMUNICATION DURABLE QUI BOOSTE VOS VENTES, SANS GREENWASHING

DÉCOUVREZ...

P.2 - Comment Mon Entreprise Durable par Coptain vous permet d'obtenir votre certification RSE rapidement et efficacement ?

INTRODUCTION

P.3 - Peut-on faire du marketing durable ?

VOTRE CHECK-LISTE POUR FAIRE DE LA COMMUNICATION DURABLE

P.4 - Outil subjectif pour vous aider à évaluer vos campagnes de publicité.

1ÈRE EXEMPLE

P.5 - Clother, la mode engagée.

2ÈME EXEMPLE

P.7 - Tipee, applications web suisse.

3ÈME EXEMPLE

P.9 - Campagne Back Market.

**BESOIN D'UN ACCOMPAGNEMENT POUR
VOTRE CERTIFICATION RSE ?**

 +41 77 511 27 15

 isabelle@monentreprisedurable.ch

 www.monentreprisedurable.ch



AVANT TOUTE CHOSE, DÉCOUVREZ...

COMMENT NOUS VOUS PERMETTONS D'OBTENIR VOTRE CERTIFICATION RSE RAPIDEMENT ET EFFICACEMENT ?

Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement

- ✓ Accédez 24h/24 à notre plateforme digitale : **ressources exclusives et 60+ modèles de documents prêts à l'emploi.** EXCLUSIVITÉ 
- ✓ **Activez directement les initiatives les plus efficaces**, prêtes à être adaptées à votre organisation.
- ✓ **Bénéficiez de l'accompagnement de nos expert.e.s** issu.e.s du business, maîtrisant Ecovadis, B Corp et Ecoentreprise et des dizaines d'autres normes ou certifications.
- ✓ Avancez avec un plan d'action clair, qui concentre **100 % de votre temps sur les leviers les plus décisifs.** EXCLUSIVITÉ 

Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité

- ✓ Identifiez la certification ou le label **le plus adapté** à votre entreprise.
- ✓ En 1 seule séance de travail, **structurez vos actions autour de 3 axes** : gains rapides, projets à moyens termes, opportunités de différenciation.
- ✓ **Optimisez et formalisez 100% de vos processus existant** pour améliorer votre score et gagner en efficacité au quotidien. EXCLUSIVITÉ 

Bénéficiez d'un délai garanti

- ✓ Fixation d'un **échancier clair**, suivi par nos expert.e.s diplômé.e.s.
- ✓ Accédez à **tous les documents** attendus par les certificateurs, **prêts à l'emploi.** EXCLUSIVITÉ 
- ✓ Option TaskForce : **délégez à nos expert.e.s** pour accélérer la mise en oeuvre. EXCLUSIVITÉ 

**GAGNEZ DU TEMPS DÈS MAINTENANT.
APPELEZ-NOUS !**

 **+41 77 511 27 15**

 **isabelle@monentreprisedurable.ch**

 **www.monentreprisedurable.ch**



INTRODUCTION

PEUT-ON FAIRE DU MARKETING DURABLE ?

Le marketing et la communication sont des outils indispensables à une entreprise pour faire connaître ses produits ou services, ce qui permet ensuite de les vendre, et donc de générer des revenus et de l'emploi. Alors oui, **dans une démarche durable, on se dit que le marketing n'a pas bonne presse**, car comment inciter à acheter alors qu'il faut réduire ses consommations ? Et en même temps, offrir un travail et des conditions de vie décentes à tous est un des objectifs de Développement Durable des Nations Unis.

Bref, l'objectif du **marketing éthique** (la partie réflexion stratégique) et de la **communication durable** (tout ce dont vous choisirez de parler à l'extérieur de l'entreprise) est de concilier du mieux possible ces 2 objectifs qui peuvent sembler opposés : **contribuer au développement économique d'une entreprise, tout en faisant le maximum pour améliorer son impact positif / réduire son impact négatif.**

Les 4 piliers du marketing éthique

Concrètement, à quoi puis-je reconnaître une communication durable ?

Elle combine 4 piliers :

- ✓ Cohérence de la communication avec le positionnement et les impacts de l'entreprise : on communique sur ce qui est vraiment important dans votre activité (par ex. on ne communique pas juste sur les menus bio à la cantine ou un produit recyclable qui pèse 1% de votre activité)
- ✓ Sincérité sur l'impact positif du produit / service (on doit avoir des preuves sur les informations qui sont mises en avant),
- ✓ Prise en compte des différentes parties prenantes (s'interroger vers qui on communique et le faire avec respect)
- ✓ Eco-conception : la diffusion de cette communication est pensée pour minimiser les impacts négatifs (pour l'environnement et pour la société)

POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER ?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité

VOTRE CHECK-LISTE POUR FAIRE DE LA COMMUNICATION DURABLE

Conseils pour bien utiliser ce document :

En équipe (pour moins de subjectivité), utilisez cette check-list pour auto-évaluer votre communication - notez chaque critère selon la grille suivante :

- 1 : pas du tout

2 : un peu, il faut qu'on s'améliore
- 3 : une bonne base, on peut aller plus loin

4 : tout à fait

Un message durable => Sincérité sur l'impact positif du produit /service		Un message qui fait vendre => donne à votre futur.e client.e l'envie de vous acheter	
Critère	Score (1-4)	Critère	Score (1-4)
Expliciter l'impact positif sur l'environnement et/ou la société		Parce que cela lui apporte quelque chose de positif (ce sera bon au goût, ça va l'aider à être en forme, à être à la mode,...)	
C'est l'approche complète de l'entreprise qui est durable (on ne fait pas la promotion d'une ruche sur le toit de l'entreprise si on ne fait rien pour réduire les emballages en plastique)		OU Parce que cela va supprimer quelque chose de négatif (ça ira plus vite, le prix sera enfin abordable,...)	
En toute transparence : si on ne fait pas encore tout bien, on le dit, et on montre qu'on y travaille		Écrit ou illustré de façon simple et mémorable (vous devez vous en souvenir et pouvoir le citer ou le décrire à vos ami.e.s)	
Il existe des preuves de ce que l'entreprise met en avant		Impactant et différent : quand votre futur.e client.e le voit, ça le.la fait réagir (j'adore, je suis intrigué.e, je n'y aurais jamais pensé...)	
Les parties prenantes sont impliquées, pendant la réflexion sur le message et/ou peuvent agir		Lié à la marque : quand on lit ou regarde on voit que c'est vous, à la fois avec votre logo, vos couleurs, la tonalité,...	

POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité



1ÈRE EXEMPLE

CLOTHER, LA MODE ENGAGÉE

Clother est une market place de vêtements éco responsables, produits à proximité de la Suisse. Dans cet exemple, le business model de l'entreprise est pensé depuis le début pour être le plus durable possible sur tous les éléments de sa chaîne de valeur.

LA PHILOSOPHIE CLOTHER



UNE OFFRE ECORESponsable

Vêtements confectionnés à moins de 1500km de la Suisse

Matières labellisées, recyclées ou upcyclées

Un colis réutilisable pour une livraison Zero Déchet

Une communication raisonnée, pour une consommation raisonnée



POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité

1ÈRE EXEMPLE

CLOTHER, LA MODE ENGAGÉE

Si on résume, une communication cohérente, détaillée, riche en bénéfices, qui gagnerait à mettre en avant quelques éléments clés.

Un message durable => Sincérité sur l'impact positif du produit /service		Un message qui fait vendre => donne à votre futur.e client.e l'envie de vous acheter	
Critère	Score (1-4)	Critère	Score (1-4)
Expliciter l'impact positif sur l'environnement et/ou la société	4 L'impact sur tous les éléments de la chaine de valeur sont expliqués.	Parce que cela lui apporte quelque chose de positif	3 En plus des bénéfices écologiques, Clothier offre un assortiment varié - c'est sa différenciation vs. un vendeur uni marque
C'est l'approche complète de l'entreprise qui est durable	4 Toute l'activité de l'entreprise est concernée par la durabilité, c'est sa raison d'être	OU Parce que cela va supprimer quelque chose de négatif	
En toute transparence : si on ne fait pas encore tout bien, on le dit, et on montre qu'on y travaille	3 La page des engagements de Clothier est très détaillée sur l'ensemble de ses actions.	Écrit ou illustré de façon simple et mémorable	2-3 Le slogan "votre boutique pour acheter moins et mieux" est simple ; sur l'ensemble du site il y a beaucoup de bénéfices → le revers de la transparence
Il existe des preuves de ce que l'entreprise met en avant	3 Clothier n'utilise pas de certification externe mais la précision de ses arguments est élevée.	Impactant et différent : quand votre futur.e client.e le voit, ça le/la fait réagir	3 Dans le monde de la mode, acheter moins et local est différenciant
Les parties prenantes sont impliquées, pendant la réflexion sur le message et/ou peuvent agir	3 Le score de Trusted Shop indique une vraie volonté de transparence.	On reconnaît la marque	3 Le logo et les couleurs sont bien présents

POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité

2ÈME EXEMPLE

TIPEE, APPLICATIONS WEB SUISSE

Ici nous sommes sur un produit qui n'est pas forcément durable a priori, les logiciels SaaS. Dans ce contexte, Tipee a choisi d'opérer selon des principes durables, et communique donc dans ce sens.



POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité

2ÈME EXEMPLE

TIPEE, APPLICATIONS WEB SUISSE

Voici l'évaluation qu'on aurait envie de faire sur leur site internet (de façon totalement subjective - d'où l'intérêt de faire cet exercice à plusieurs !). Si on résume, une communication cohérente, sincère et plutôt efficace.

Un message durable => Sincérité sur l'impact positif du produit /service		Un message qui fait vendre => donne à votre futur.e client.e l'envie de vous acheter	
Critère	Score (1-4)	Critère	Score (1-4)
Expliciter l'impact positif sur l'environnement et/ou la société	2 On comprend que la localisation en Suisse soit un plus même si on ne sait pas expliquer l'impact précis.	Parce que cela lui apporte quelque chose de positif	3 Tous les bénéfices fonctionnels sont expliqués simplement sur le site
C'est l'approche complète de l'entreprise qui est durable	4 Toute l'activité de l'entreprise est concernée par la durabilité et la localisation à Lausanne	OU Parce que cela va supprimer quelque chose de négatif	
En toute transparence : si on ne fait pas encore tout bien, on le dit, et on montre qu'on y travaille	3 Tipee indique le lien vers ses résultats de certification sur son site et détaille le résultat de certains axes d'amélioration	Écrit ou illustré de façon simple et mémorable	3 On voit bien la réassurance "100% Swiss made", la mission est claire, avec un petit résumé en 1 ligne ce serait encore plus facile à mémoriser
Il existe des preuves de ce que l'entreprise met en avant	4 Tipee s'est engagée dans un processus de certification	Impactant et différent : quand votre futur.e client.e le voit, ça le.la fait réagir	3-4 Dans le monde du logiciel, avec un produit "Swiss made" est très différenciant.
Les parties prenantes sont impliquées, pendant la réflexion sur le message et/ou peuvent agir	2-3 On est invité à venir les rencontrer	On reconnaît la marque	2 L'entreprise a pris en 2023 le nom de son produit phare, Tipee, pour clarifier son image de marque

POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité

3ÈME EXEMPLE

CAMPAGNE BACK MARKET

Backmarket est un acteur des téléphones et autres appareils électroniques reconditionnés. Au printemps 2022, cette campagne était visible en affiches, à la télé et sur Facebook.



POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité

3ÈME EXEMPLE

CAMPAGNE BACK MARKET

Voici l'évaluation qu'on aurait envie de faire sur leur campagne :

Un message durable => Sincérité sur l'impact positif du produit /service		Un message qui fait vendre => donne à votre futur.e client.e l'envie de vous acheter	
Critère	Score (1-4)	Critère	Score (1-4)
Expliciter l'impact positif sur l'environnement et/ou la société	4 Diminuer l'empreinte environnementale	Parce que cela lui apporte quelque chose de positif	3-4 J'ai quand même un téléphone high tech(ce que je veux) mais à faire impact (ce qui est encore mieux)
C'est l'approche complète de l'entreprise qui est durable	3-4 L'entreprise vend des téléphones reconditionnés, c'est son activité principale	OU Parce que cela va supprimer quelque chose de négatif	
En toute transparence : si on ne fait pas encore tout bien, on le dit, et on montre qu'on y travaille	pas d'information sur ce point	Écrit ou illustré de façon simple et mémorable	3-4 Le slogan "offre spéciale" ressemble à quelque chose que je connais
Il existe des preuves de ce que l'entreprise met en avant	4 Basé sur une étude d'ADEME= un exepert reconnu est indépendant	Impactant et différent : quand votre futur.e client.e le voit, ça le.la fait réagir	4 Les chiffres sont sans appel
Les parties prenantes sont impliquées, pendant la réflexion sur le message et/ou peuvent agir	pas d'information sur ce point	On reconnaît la marque	4 Toutes leurs communications sont similaires, polices blanches sur fonds noirs.

POURQUOI NOUS CHOISIR POUR VOUS ACCOMPAGNER?

- Obtenez votre certification 2 à 3 fois plus rapidement
- Préparez votre certification, sans sacrifier votre activité
- Bénéficiez d'un délai garanti pour plus de sérénité