



La communication environnementale, un atout pour l'entreprise

lundi 14 novembre 2016, par [lpe](#)

Valoriser ses actions environnementales est devenu un véritable atout stratégique pour une entreprise qui souhaite développer ses ventes tout en assurant sa crédibilité écologique.

« *De plus en plus d'entreprises ont conscience qu'une part grandissante de leurs clients (entreprises, particuliers ou collectivités) achètent des produits ou des services présentant des performances environnementales avérées* » indique Damien DELETRAZ, en charge de l'éco-conception au Pôle Eco-Industries.



Sur la base de différents critères (attentes clients, marchés visés...) le Pôle accompagne les entreprises dans la construction de leur stratégie de communication pour valoriser leurs pratiques. Il s'agit d'un moyen permettant d'assurer leur crédibilité environnementale et ainsi se différencier de leurs concurrents.

Quelles sont les différentes solutions de communication environnementale pour les entreprises ?

Tout d'abord, dans le cadre d'une démarche d'entreprise, il existe plusieurs référentiels tels que la norme ISO 14001 qui, depuis 2015, intègre maintenant des critères d'éco-conception. Il existe plusieurs familles de communication « produit » : les éco-labels officiels (Européen, NF Environnement), l'affichage de performances environnementales (l'étiquette énergie des produits électroménagers), les auto-déclarations (qui sont sous la propre responsabilité du propriétaire) et les éco-profils qui sont réalisés grâce l'Analyse du Cycle de Vie (FDES ou PEP EcoPassport dans le bâtiment...) et peuvent permettre de comparer des offres entre elles. Avant de communiquer sur des offres de produits ou services, il est cependant nécessaire de mettre en œuvre des actions pertinentes et crédibles qui répondent à de véritables enjeux d'éco-conception. En fonction des produits et des services concernés mais également des attentes clients, le Pôle accompagne les entreprises dans l'identification du dispositif le plus adapté et la construction de leur argumentaire environnemental.

Selon vous, quel est la meilleure communication environnementale à favoriser ?

Toutes les solutions que je vous ai présentées peuvent constituer des solutions intéressantes pour les clients. Le véritable enjeu réside dans la capacité à faire passer le message souhaité tout en s'assurant qu'il est compréhensible et en adéquation avec les attentes du client final. De nombreuses entreprises (VIM, Biosynthis, Laboratoire Cérès, ASF...) ont été accompagnées par le Pôle dans l'élaboration de leur argumentaire environnemental.



Conscient des déviations que l'on observe parfois, le Pôle attache une attention particulière à ne pas engager ses clients dans des démarches de greenwashing en assurant une pleine transparence sur les actions mises en avant et en incitant les entreprises accompagnées à travailler en parallèle sur la mise en œuvre d'actions d'éco-conception de leurs produits ou services. »



Contact : Damien DELETRAZ - Chargé de mission éco-conception

d.deletraz@eco-industries.poitou-charentes.fr

Tel : 05 49 44 76 69

www.pole-ecoindustries.fr



Avec le soutien financier de :

[Publi-information](#)