

Consommation, production et communication durables



Mercredi 2 avril 2008 – 14 h–18 h au Celsa
77 rue de Villiers 92200 Neuilly sur Seine

Le Celsa, à l'initiative de Nicole d'Almeida, organise chaque année une journée d'étude dans le cadre de la Semaine du Développement Durable. La sixième édition de ce travail au long cours se déroulera au Celsa le mercredi 2 avril 2008 et étudiera comment se traduisent les nouvelles pratiques de consommation et de production durables en communication.

Pour comprendre ces pratiques de plus en plus conséquentes, le CELSA réunit des professionnels, des étudiants et des chercheurs spécialisés dans le domaine. L'objectif est de réfléchir ensemble sur la communication, la consommation et la production durables, sujet qui se pose de façon de plus en plus prégnante aussi bien pour les organisations (annonceurs) que pour les consommateurs. Chaque intervention dure une dizaine de minutes puis une discussion est entamée entre l'intervenant et le public, composé à la fois d'étudiants, de chercheurs et de professionnels du secteur.

Les interventions porteront sur quatre aspects principaux :

1. Consommation / production durable, émetteurs/ récepteurs : quelles sensibilités, quels discours en communication ? Quels sont les enjeux et quelles sont les contraintes de la communication pour les acteurs sociaux concernés? Entre logiques d'acteurs et agenda social, quelles sont aujourd'hui leurs formes d'expression, dans quelles organisations, par quels acteurs, à destination de qui ?
2. Quelles préconisations nous proposent les études sur la perception des consommateurs ? Peut-on parler d'un nouveau discours autour de la consommation / production durable ? Comment se traduit-il ? Y a-t-il des règles, une déontologie à communiquer sur la consommation durable ?
3. Quels sont les moyens et les leviers mis en œuvre par certains acteurs (institutions, associations) pour faire de la consommation / production un levier d'action pour modifier les pratiques et les modes d'échanges?
4. Cette problématique se traduit-elle dans les communications des annonceurs ? De quelle manière ? La communication se situe-t-elle à la convergence du développement économique, du progrès social, de la protection environnementale où privilégie-t-elle actuellement l'un de ces trois piliers ?

Pour répondre à ces questions, nous nous intéressons à des pratiques concrètes d'associations, d'annonceurs et des consommateurs ou des distributeurs, nous nous intéresserons à la façon dont des associations, institutions ou des collectifs cherchent à mobiliser les consommateurs autour de ces projets et le communiquent, vers plus de durabilité (équité, éthique et respect de l'environnement, solidarité, responsabilité notamment).

Intervenants

1. Nicole d'Almeida,

Professeur des Universités, Celsa – Paris Sorbonne (Paris IV)

Introduction et animation

2. Eric Briat,

Directeur général et directeur du pôle communication, éducation et développement, Institut National de la Consommation/ Consumer Citizenship Network

Point sur les actions de l'INC , Etat des lieux, sondages

3. Fabienne Pierre,

Docteur en sciences de l'information et de la communication, Céditec, Programme des Nations Unies pour l'Environnement

Présentation de l'étude mondiale sur les représentations socioculturelles en matière de « modes de vie durables du PNUE dans le cadre du processus de Marrakech

4. Dominique Candellier,

Directrice de la communication et du développement durable, Union Des Annonceurs

La Charte de la communication responsable, action au sein du Grenelle de l'environnement

5. Joseph Besnainou secrétaire général, ou Anne Chanon, en charge du développement durable,

Bureau de Vérification de la Publicité

Le conseil de l'éthique publicitaire et leur apport au Grenelle de l'environnement

6. Elisabeth Pastore Reiss,

Directeur Ethicity

Présentation de l'étude sur les Français et la consommation responsable

7. Béatrice Jalenques,

Docteur en sciences de l'information et de la communication, CELSA, GRIPIC

La question des labels

8. Jean Lagane,

Maître de conférence, Université de Provence, CREPCOM

Analyse d'une action de communication événementielle engageante dans un processus d'adoption de gestes écocitoyens à domicile.

9 Céline Pascual Espuny,

Docteur en sciences de l'information et de la communication, CELSA, GRIPIC

Le dialogue de la société civile autour de la question chimique.

10. Godeau Camille,

Consultante i&E

Créer le changement de comportement des citoyens en matière environnementale : exemple de la campagne « réduisons-vite nos déchets, ça déborde. »

Contacts : 01 46 43 76 76

Nicole d'Almeida, nicole.d'almeida@celsa.paris-sorbonne.fr

Céline Pascual Espuny, cespuny@hotmail.com

Programme et compte rendu des journées précédentes : <http://www.mediata.fr/>, dossier Environnement et développement durable