



la revue des **MARQUES**

Marques et RSE

Éditorial

par Olivier Desforges

Stratégie

RSE et marques,
mariage contre nature ou mariage de raison ?
par Élisabeth Albertini et Fabienne Berger-Rémy

Innovation et marques : nouvelles frontières
des stratégies du développement durable
par Élisabeth Laville

Lucie, vigie des valeurs
par Alan Fustec

Étude

L'Open innovation, une réponse aux enjeux sociétaux
par Martin Duval et Natacha Dufour

Marketing

Marques et RSE, définitivement *Lost in translation*?
par Thomas Busuttil

RSE, marketing et valeur partagée
entretien avec Fanny Picard et Olivier Classiot

Communication

Pour une communication ouverte et co-construite
par Guillaume de Vesvrotte

L'engagement, la preuve par 27
par Jean Watin-Augouard

L'engagement des Grandes Marques
par Sophie Palauqui

Témoignage

Nestlé, *all you need is job*
par Jean Watin-Augouard

RSE, la recette de Lesieur
par Jean-Marc Buteux et Anne Moreau

Saga

Fleury-Michon, les recettes de la singularité
par Jean Watin-Augouard

3

Témoignage

Danone, la pérennité par la protection collective
par Jean Watin-Augouard

6

Bic écrit une page de l'économie circulaire
par Benoît Jullien

14

Coca-cola, acteur et militant de l'économie circulaire
par Jean Watin-Augouard

20

Mars, un groupe précurseur dans la prise
en compte des enjeux de la RSE
par Marjorie Dorin

23

Le Chat, pédagogue
par Jean Watin-Augouard

26

Nutella, opération transparence
entretien avec Christophe Bordin

30

Sociologie

La consommation durable, nouveau territoire de la RSE
par Éric Fouquier

34

Les marques seront durables ou ne seront pas !
par Patrick d'Humières

38

Juridique

La RSE, atout stratégique
par Dominique Dermerguerian et Camille Delaporte

40

Ne pas se tromper sur le choix de sa marque
par Emmanuelle Hoffmann

42

Libre propos

La perle est un irritant pour l'huître
par Agnès Sangar

46

Livres

Design
Des lettres et des mots, de A à Z
par Lars Wallentin

51

prochain numéro : avril 2015

Marques et valeurs