

Leçon inaugurale

Le marketing au service de l'environnement : un paradoxe qui a du sens

Le monde fait face à une crise écologique majeure. Les catastrophes naturelles, pics de pollution, disparitions d'espèces ou assèchements de cours d'eau font aujourd'hui la une des actualités. Nombreuses sont les voix qui s'élèvent contre ce fléau environnemental qui semble avoir gangréné la quasi-totalité de la société moderne.

Ces voix désignent bien souvent le marketing en le présentant comme le moteur principal de la détérioration environnementale. Si cette accusation semble justifiée, elle pourrait cependant être inversée. Le marketing, utilisé à bon escient, pourrait également aider à la préservation de l'environnement. Cet exposé vise à démontrer comment cette idée est étudiée et appliquée aujourd'hui et comment elle pourrait

se développer dans le futur. Il montrera, en s'inspirant des principales théories issues de la psychologie sociale et cognitive et des modèles qui leur sont associés, comment le marketing a contribué à la crise écologique actuelle et comment il pourrait également aider à y remédier.



FACULTÉ DES SCIENCES
ÉCONOMIQUES

**Professeure
Linda Lemarié**

Institut de l'entreprise

La leçon inaugurale aura lieu
le **mercredi 23 novembre 2016** à 18h15
Aula du 1^{er}-Mars 26