

Céline Pascual Espuny
Maître de Conférence
Université de la Méditerranée
celine.pascual@univmed.fr

« Parler vert » ou intérêt général ? Etude d'une valse hésitation des grandes enseignes historiques positionnées sur l'intérêt général en France.

Résumé

Le champ de la communication corporate sur le développement durable se trouve aujourd'hui à la croisée de plusieurs dynamiques organisationnelles et de mouvements d'opinion riche d'enseignements. La communication développement durable semble s'inscrire de plus en plus naturellement dans les stratégies corporate, et parallèlement, la démarche de communication reste prioritairement orientée sur l'image de l'entreprise et ses valeurs.

Cette problématique est d'autant plus forte pour les entreprises qui ont toujours eu une vocation dite d'intérêt général. Notre terrain d'analyse se concentre sur des entreprises longtemps sous tutelle étatique et désormais régies par d'autres statuts, mais qui ont conservé leur 'mission statement' originelle dans leurs valeurs et dans la culture d'entreprise, telles que les Caisses d'Epargne ou la CDC pour le secteur financier, EDF ou GDF pour le secteur énergétique, la SNCF ou Air France pour les transports par exemple.

Mots clé

Communication corporate, développement durable, intérêt général, analyse discursive, sensemaking

Abstract

The field of corporate communication about sustainable development is now at the crossroads of several organizational dynamics and movements. Sustainable development communication seems to register more naturally in corporate strategies, and at the same time, the communication approach remains priority oriented on the image of the company and on its values. This issue is particularly high for companies who have always had a purpose of general interest. Our field analysis focuses on companies long under State supervision and now covered by other statutes, but retained their original 'mission statement' in their values and corporate culture such as Caisses d'Epargne or the CDC for the financial sector, EDF or GDF for the energy sector, the SNCF and Air France transport for example.

Key words

Communication corporate, sustainable development, general interest, discourse analysis, sensemaking