

Notre mémoire de fin d'étude à l'UCL a pour sujet : « l'environnement dans la communication institutionnelle des fournisseurs d'énergie. Unité de la communication ou positionnement concurrentiel ? » Ce travail a porté sur l'analyse de contenu de documents de type institutionnel à savoir, le rapport annuel et le rapport de développement durable de l'année 2008 pour trois fournisseurs d'énergie : E.ON, GDF SUEZ et NUON. Tous trois sont présents sur le marché belge de l'énergie.

L'étude réalisée a consisté en la création d'une grille rassemblant les diverses thématiques environnementales susceptibles d'être abordées par ce type d'entreprise. Celles-ci sont : *pollution et qualité des milieux ; lutte contre le changement climatique ; biodiversité ; gestion des ressources naturelles ; réhabilitation des sites ; risques naturels et technologiques ; nuisance des activités ; obtention d'un label / d'un prix ; gouvernance environnement ; environnement 'autre'*.

Les résultats de cette étude ont révélé que ces trois fournisseurs d'énergie utilisent principalement le thème de la « lutte contre le changement climatique » dans leur rapport annuel ainsi que dans leur rapport de développement durable. Cela s'explique, en partie, par l'importante utilisation de ce thème au sein du cadre de reporting développement durable du Global Reporting Initiative que les trois entreprises étudiées utilisent afin de mettre en place leur rapport de développement durable.

Le cadre du GRI permet aux entreprises, de communiquer, au sein de leur rapport de développement durable, sur les mêmes indicateurs afin que leurs informations soient claires et comparables. Cependant, l'utilisation de ce cadre se fait sur base volontaire et ce, à différents niveaux de contrainte concernant son application. Le GRI comprend également la mise en place d'un contrôle du reporting à divers niveaux. La grille que nous avons créée afin d'analyser la communication environnementale de ces entreprises n'est pas basée sur ce cadre mais comprend une vision plus large de la communication environnementale.

Selon notre analyse, en moyenne 77% de la communication environnementale du rapport annuel porte sur le thème de la « lutte contre le changement climatique ». Ce chiffre descend à 67% pour le rapport de développement durable. Nous en avons conclu que, sans obligation quant à l'utilisation d'un cadre de reporting, les entreprises peuvent choisir de communiquer sur les sujets pour lesquels elles ont des opportunités de communication. Et donc d'insister sur les éléments qui semblent être importants pour les cibles de leurs documents. Selon nous, la part dédiée à ce thème est inférieure dans le rapport de développement durable car les entreprises suivent le cadre de reporting qui requiert d'aborder différentes thématiques.

Les différents résultats qui ressortent de notre analyse ne nous permettent pas d'affirmer qu'il existe une unité de la communication lorsque les fournisseurs d'énergie parlent d'environnement. Cependant, la forte proportion du thème de la « lutte contre le changement climatique » pour chaque entreprise ne permet pas de défendre l'idée de « positionnement concurrentiel ».