



OSER LE MARKETING DURABLE

Concilier marketing et développement durable

Christophe Sempels & Marc Vandercammen

Bibliographie

II. Découpler croissance et consommation de ressources

Bourg D. et Buclet N., « L'économie de la fonctionnalité : changer la consommation dans le sens du développement durable », *Futuribles*, 313, p. 27-37, 2005.

CRIOC, « Baromètre prévention typologie », rapport d'étude, 2007.

CRIOC, « Consommation durable », synthèse des recherches menées dans le cluster Consommation durable du PADDII de la politique scientifique belge, 2007.

CRIOC, « La dématérialisation, attitudes et comportements des consommateurs », étude réalisée dans le cadre de la convention Éco-consommation pour la Région wallonne, mai 2007, www.crioc.be.

Furrer O., *Services autour des produits : enjeux et stratégies*, Economica, 1999.

Heurgon E. et Landrieu J., *L'économie des services pour un développement durable : Nouvelles richesses, nouvelles solidarités*, Editions l'Harmattan, 2007.

Laville E., *L'entreprise verte*, 2e éd., Village Mondial, 2007.

Lovelock C., *Product Plus: How Product + Service = Competitive Advantage*, McGraw-Hill, New York, 1994.

Lovelock C., Wirtz J., Lapert D. et Munos A., *Marketing des services*, 6^e éd., Pearson Education, 2008 - ouvrage généraliste de référence sur le marketing des activités de services, très utile pour développer une culture service et pointer les enjeux en la matière.

Manzini E. et Vezzoli C., « Product-service systems and sustainability : opportunities for sustainable solutions », rapport de recherche de l'UNEP, juillet 2002.

Mont O., « Product-service systems: panacea or myth? », thèse de doctorat, The International Institute for Industrial Environmental Economics, Lund University, Suède, 2004.

Mont O. et Plepys A., *Customer satisfaction: review of literature and application to the product-service systems*, The Society for Non-Traditional Technology, 2003.

Rouer M. et Gouyon A., *Réparer la planète : la révolution de l'économie positive*, JC Lattès, 2007 (forum : <http://www.reparerlaplanete.com/>).

Schrader U., « Consumer acceptance of eco-efficient services. A German perspective », *Greener Management International*, 25, 1999, p. 105-121.

Schrader U., « Consumer acceptance of the product-service-shift - The example of Volkswagen MieterMobil », dans *The Centre for Sustainable Design, Sustainable Services & Systems: Transition Towards Sustainability?*, actes de la 6e conférence internationale « Toward Sustainable Product Design » Amsterdam, 29-30 octobre 2001, p 155-163.

Tukker A. et Tischner U., *New Business for Old Europe: Product-Service Development, Competitiveness and Sustainability*, Greenleaf Publishing, 2006.

Tukker A. et Tischner U., « New business for old Europe », rapport final du projet européen SusProNet, p. 27, 2004 (www.suspronet.org).

Tukker A., « Product-services as a mean to reach sustainable consumption, third workshop on sustainable consumption and production », actes du troisième colloque sur la consommation durable, Tokyo, 21-22 octobre 2004.

Vandermerwe S., *From Tin Soldiers to Russian Dolls - Creating added value through services*, Butterworth Heinemann, 1993.

Van Niel J., « L'économie de la fonctionnalité : définition et état de l'art », 2007, http://www.inspire-bio.org/wp-content/uploads/2008/03/070524_ef_definition_et_etat_de_lart.pdf