



OSER LE MARKETING DURABLE

Concilier marketing et développement durable

Christophe Sempels & Marc Vandercammen

Bibliographie

III. Le développement durable, une opportunité de croissance

Allemand S. et Seghers V., *L'audace des entrepreneurs sociaux, concilier efficacité économique et innovation sociale*, Autrement, 2007.

Dubigeon O., *Mettre en pratique le développement durable : quels processus pour l'entreprise responsable ?*, 2^e éd., Village Mondial, 2005.

Dan Henkle, responsable RSE chez GAP, *Business Digest* n° 164, juin 2006.

Vogel D., *Le marché de la vertu : possibilités et limites de la responsabilité sociale des entreprises*, Economica, 2008.

De Reboul H. et Verger-Lisicki O., *Et les clients pauvres ? Quand les entreprises s'engagent*, Editions IMS-Entreprendre pour la Cité, 2008.

Entreprise pour l'environnement (EPE), « Organiser la contribution de l'entreprise au développement durable », octobre 2005, www.epe.asso.org.

Fréry F., « Un cas d'amnésie stratégique : l'éternelle émergence de la voiture électrique », 9^e conférence internationale de management stratégique, Montpellier, 2000.

Fustec A. et Fradin J., *L'entreprise neuronale*, Éditions d'Organisation, 2001.

Godard O. et Hommel T., « Les multinationales, un enjeu stratégique pour l'environnement et le développement durable ? », *Revue internationale et stratégique*, 60, 2005.

Hart S., « Innovation, creative destruction and sustainability », *Research-Technology Management*, 48, 5, p. 21-27, 2005.

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

Lévy P., *L'intelligence collective, pour une anthropologie du cyberspace*, La Découverte, 1994.

Meda D., *Le travail, une valeur en voie de disparition*, Alto-Aubier, 1995.

Prahalad C.K., *4 milliards de nouveaux consommateurs, Vaincre la pauvreté grâce au profit*, Village Mondial, 2004.

« Report of the world social situation 2005 : the inequality predicament », ONU, août 2005.

Reynaud E., Depoers F., Gauthier C., Gond J.-P. et Schneider-Maunoury G., *Le développement durable au cœur de l'entreprise, Pour une approche transversale du développement durable*, Dunod, 2007.

Thaler R.H., « Mental Accounting and Consumer Choice », *Marketing Science*, 4, 3, 1985, p. 199-214.

Vogel D., *Le marché de la vertu : possibilités et limites de la responsabilité sociale des entreprises*, Economica, 2008.

Vollenbroek F.A., « Sustainable development and the challenge of innovation », *Journal of Cleaner Production*, p. 215-223, 2002.

Yunus M. et Jolis A., *Vers un monde sans pauvreté*, LGF-Le Livre de Poche, 2007.

Zara O., *Le management de l'intelligence collective, Vers une nouvelle gouvernance*, 2^e éd., Éditions M21, 2008.