



Communication stratégique des projets de développement durable

Article 2 – Mai 2011

Par Pierre Batellier, Coordonnateur développement durable,
HEC Montréal

Le projet de réalisation de capsules vidéo avance bien et accélère avec la fin de la session d'hiver et le début d'une session d'été plus calme. Mais déjà après quelques mois, beaucoup d'apprentissages !

Ce projet s'est bien inscrit dans la continuité de la première expérience vidéo que nous avons eue à l'automne dernier avec un projet vidéo qui avait fait aussi l'objet d'une participation au **concours TD en environnement**. Cette vidéo se basait sur la mise en image d'un projet mobilisateur pour la communauté HEC Montréal qui prenait la forme d'un toit vert original sur les toits de l'édifice principal de l'École.

Autour de cette vidéo, nous avons réussi à créer un contexte de discussions internes fort intéressant qui cheminent auprès des différents acteurs de l'école aussi bien étudiant que professeurs et membres de l'administration. Nous apprenons beaucoup de l'utilité et de la puissance de diffusion de tels messages vidéo. Cet apprentissage important est mis à profit avec le projet de réalisation des nouvelles capsules de sensibilisation.

Une première capsule a été produite sur les enjeux de la récupération des déchets électroniques même si quelques derniers détails importants du message doivent être revus. Elle a reçu un très bon accueil et, encore une fois, a fait émerger de bonnes discussions internes. De plus, elle a été conçue dans l'optique de pouvoir être utilisée dans d'autres institutions d'enseignement supérieur pour inciter employés et étudiants à recycler leur matériel informatique ! C'est là un autre apprentissage important que d'essayer de se situer dans une logique de partage du matériel de sensibilisation avec les autres institutions concernées par le même défi.

Une deuxième capsule est en cours de réalisation sur les enjeux de la réduction de la consommation de papier et du recyclage du papier ! Une capsule qui utilise encore plusieurs recettes gagnantes : visuels forts autour de chiffres clefs, rapidité, humour, etc.

Sur la base de ces vidéos, nous voulons avoir un effet catalyseur sur les discussions internes autour de la sensibilisation et la définition de priorités pour de prochains messages vidéo autour desquels nous allons bâtir des scénarios potentiels avec les responsables du projet : efficacité énergétique, autres gestes importants de recyclage, etc.

Au niveau du lancement officiel des deux vidéos et de la réflexion subséquente, nous prévoyons le faire fin juin, quelques semaines avant le grand déménagement des étudiants, un moment où beaucoup d'ordinateurs se retrouvent au chemin. Bien évidemment, nous prévoyons une relance sur ces vidéos au début de la rentrée prochaine. D'une manière générale, c'est tout un plan de communication et notamment de « marketing viral » via les réseaux sociaux qui est prévu. Nous travaillons d'ailleurs en ce sens avec le professeur en marketing, Pierre Balloffet, pour optimiser une telle stratégie de communication. C'est là le dernier grand apprentissage de ce projet à savoir mieux utiliser ces nouveaux modes de communication pour nos projets de développement durable.