

| | |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr. | UNINA9910495762703321 |
| Autore | Allard-Huver François |
| Titolo | La communication environnementale // Thierry Libaert |
| Pubbl/distr/stampa | Paris, : CNRS Éditions, 2019 |
| ISBN | 2-271-12215-5 |
| Descrizione fisica | 1 online resource (270 p.) |
| Collana | Les essentiels d'Hermès |
| Altri autori (Persone) | BaygertNicolas BessièresDominique BonnellGildas BrunetièreValérie CampionBaptiste CatellaniAndrea CharpentierJean-Marie DupréMickaël FodorFerenc GainoBruna HananelCédric Heraklskra Hervé-BazinCéline Jalenques-VigourouxBéatrice KervynNicolas LibaertThierry MeineriSébastien Pascual EspunyCéline Poivre-Le LohéYonnel van YperseleJean-Pascal |
| Soggetti | Communication environnement écologie marketing communication |
| Lingua di pubblicazione | Francese |
| Formato | Materiale a stampa |
| Livello bibliografico | Monografia |

Conférences internationales, controverses scientifiques et débats médiatiques...l'environnement est devenu un enjeu de communication global. C'est à l'étude des différentes formes et évolutions de la communication environnementale, de sa naissance dans les années 1990, sous le coup de catastrophes écologiques à répétition, aux grandes déclarations officielles sans lendemain, que s'attache cet ouvrage entièrement inédit. Du « développement durable » à la « transition écologique », ce nouveau grand récit fédérateur s'intègre désormais dans la démarche marketing des entreprises et dans les politiques des institutions publiques. Il influe sur les positionnements stratégiques des partis politiques et incite à de nouvelles pratiques individuelles. Aux discours de crise axés sur la peur et la responsabilité répond le risque de l'éco-lassitude des uns et de « greenwashing » des autres...
