

Section 2	Les instances de surveillance dans les entreprises cotées	150
1	Les rôles du CA	150
2	La composition des conseils d'administration	150
3	Les comités spécialisés du CA	152
Section 3	Le développement durable et la gouvernance	152
1	Les ajustements aux systèmes de gouvernance en lien avec le DD	152
2	Le cas d'une entreprise québécoise : la compagnie Cascades	154

## Partie 3 – Le développement durable : un paradigme appliqué à la gestion

<b>11</b>	<b>Du concept de développement durable à la notion de management durable</b>	159
Section 1	Une évolution inéluctable du comportement managérial	160
1	Un contexte en forte mutation	160
2	Le cas de la société Nike	163
Section 2	La matérialisation de l'idée d'un management durable	164
Section 3	Le guide SD 21000 en action...	167
1	L'approche SD 21000	167
2	La méthodologie SD 21000	168
<b>12</b>	<b>La « nouvelle frontière » du marketing responsable</b>	175
Section 1	Le marketing « classique » entre nouveaux risques et opportunités nouvelles	177
1	Le marketing « classique » sur la sellette...	177
2	La perspective d'une « croissance verte »	181
Section 2	Le marketing est mort, vive le marketing (responsable) !	184
1	Le marketing : un colosse aux « P » d'argile	184
2	Le marketing éthique : comment prévenir les débordements du marketing ?	185
3	Le marketing vert : comment vendre des produits avec un « plus » social ou environnemental ?	187
4	Le marketing social : comment utiliser le marketing pour promouvoir des comportements responsables ?	189