




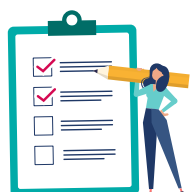


# FORMATION COMMUNICATION RESPONSABLE

## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION « COMMUNICATION RESPONSABLE » :

ACQUÉRIR LES CONNAISSANCES ET COMPÉTENCES POUR ÉTABLIR ET DÉPLOYER UN PLAN DE COMMUNICATION RESPONSABLE, ÉVITER LE GREENWASHING ET ADOPTER UNE POSTURE INSPIRANTE ET IMPACTANTE.

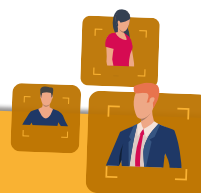
ENSEIGNEMENT	NIVEAU	OBJECTIFS PRINCIPAUX	TARIF
 <b>Présentiel et à distance</b>	 <b>Expert</b>	 <b>Comprendre les mécanismes fondamentaux de la communication</b>	<b>Prix inter : 800 € HT</b> <i>(0,5 jour / personne)</i>  <b>Prix intra : 2 500 € HT</b> <i>(0,5 jour pour 15 personnes maximum)</i>
<b>PRÉREQUIS</b>  <b>Formation « La Fresque du Climat »</b> <i>et/ou</i> <b>Formation « Formation RSE »</b>	<b>RÉFÉRENCE</b>  Communication_Responsable	 <b>Définir les responsabilités environnementales et sociales de la communication</b>	
	<b>DURÉE</b>   <b>0,5 jour</b>	 <b>Savoir identifier en entreprise des leviers de communication responsable</b>	<b>SATISFACTION DES APPRENANTS</b>   <b>4,4/5</b>



## LES OBJECTIFS DE LA FORMATION

Depuis plusieurs années maintenant, face aux crises sanitaires, écologiques et sociales, de nouvelles attentes émergent parmi les consommateurs. Désormais, ces derniers attendent des marques qu'elles prennent des engagements forts sur les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux, et cela touche forcément les professionnels de la communication.

Il devient de plus en plus urgent pour les marques et les professionnels de la communication de s'attaquer au sujet de la communication responsable, une communication différente, qui aborde ces nouveaux enjeux en changeant d'approche. Entre greenwashing et méconnaissance du sujet, les pièges sont nombreux.



## À QUI S'ADRESSE CETTE FORMATION ?

- ✦ COMEX
- ✦ CODIR
- ✦ Responsable RSE / QHSE
- ✦ Directeur Développement Durable
- ✦ Responsable Communication
- ✦ Responsable Marketing
- ✦ Community Manager
- ✦ Service des Relations Presse



# FORMATION COMMUNICATION RESPONSABLE

## EN RÉSUMÉ

La communication, indispensable mais pas sans limites  
Les régulations du secteur de la communication  
Les bonnes pratiques pour une communication responsable



## PROGRAMME

### Partie 1 : la communication, indispensable mais pas sans limites

Plusieurs fonctions à la communication  
La communication : c'est quoi ?  
3 objectifs majeurs  
La communication de masse  
Un contexte de changements sociétaux  
Une mobilisation contre le changement climatique  
Un besoin accru de transparence  
Un secteur controversé

### Partie 2 : Quelles régulations face au secteur de la communication ?

L'écosystème régulateur, l'ARPP  
Conseil de l'éthique publicitaire  
Jury de déontologie publicitaire  
Conseil paritaire de la publicité  
La loi climat et résilience,  
Une pratique de plus en plus dénoncée  
Cas pratique, Une pub bien faite, ça existe ? Greenwashing

### Partie 3 : une communication responsable, c'est possible ?

Quelle démarche ?  
Que faire en entreprise ?  
L'éco-conception



## ÉVALUATION

**ÉVALUATION J-7** : AUTODIAGNOSTIC DE POSITIONNEMENT MIS À DISPOSITION DES APPRENANTS

**JOUR J** : ÉVALUATION DES ACQUIS EN FIN DE FORMATION

**J+30** : ÉVALUATION DES ACQUIS

## Les moyens pédagogiques mis à disposition

- Support de formation déroulé par le/la formateur.rice
- Quiz d'évaluation
- Infographie résumant la thématique de la formation (optionnel)
- Précis de synthèse d'environ 20 pages pour creuser le sujet (optionnel)

## Les points forts de la formation

- Une approche qui permet de connaître le b.a.-ba pour concevoir et déployer une stratégie de communication responsable au sein de votre structure
- Connaître les bonnes et mauvaises pratiques du secteur
- Identifier les améliorations des pratiques internes et repérer les leviers de transition responsable