

Réussir sa communication responsable



Objectifs Généraux

Savoir construire de nouveaux modèles de communication pour et sur son projet RSE, de manière responsable et efficace. Réussir son projet RSE / DD au travers d'une communication adaptée qui évite le Greenwashing.



Aptitudes clefs visées

- Savoir intégrer les enjeux du développement durable, de la RSE et de l'ISO 26000 dans la conception des dispositifs et des moyens de communication.
- Acquérir la maîtrise de la conception d'une communication responsable et des messages responsables en intégrant les nouvelles attentes sociétales des « clientoyens » (clients et citoyens).
- Réduire les risques de greenwashing en identifiant les enjeux significatifs et les parties prenantes.
- Savoir mettre en œuvre une démarche d'écocommunication.
- Connaître les outils pour évaluer les impacts d'un dispositif de communication.
- Mieux valoriser les engagements responsables des marques et des organisations.



Programme détaillé

JOUR 1

Introduction

- Accueil des participants, introduction, modalités pratiques et informations préliminaires.
- Tour de table : présentation et attentes des participants et du formateur
- Energizer

Vision et enjeux

- Les nouvelles attentes sociétales des Français
- Les enjeux d'une communication responsable
- Le rejet du faux, la quête du vrai
- L'évolution de la réglementation en matière publicitaire
- Les représentations des modes de vie liées à la transition écologique

Émotion et confiance

- Le rôle de l'émotion dans le passage à l'acte et la communication
- L'ambivalence des consommateurs
- La boussole des valeurs d'une marque engagée

Rôle et définition de la communication responsable

- La définition et les fonctions d'une communication responsable
- Les trois dimensions de la communication responsable : conception, production et diffusion
- Les trois niveaux : la communication des enjeux RSE, l'écocommunication et l'authenticité des messages pour créer de nouveaux imaginaires

Analyse et décodage d'exemples inspirants

- Les bonnes pratiques des marques
- L'analyse et le décodage de communications plus ou moins inspirants
- Les codes de communication responsable
- Le flowsome : afficher ses limites

JOUR 2

Greenwashing : danger

- La recommandation développement durable de l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité)
- La définition et les cas de greenwashing
- Les techniques pour se prémunir du risque de greenwashing et l'analyse de cas
- L'influence responsable

La méthode VRAIE©

- La clé d'une communication responsable : les parties prenantes
- L'intégration des principes du développement durable dans la création
- Les 4 P de la communication responsable : Pédagogie, Proximité, Positif et Plaisir
- La vérification par l'ETHICS

Communication responsable RSE

- Les préalables et les facteurs clés de succès
- Les 4 niveaux de discours : la raison d'être, la vision, les valeurs et les volontés
- La grille d'analyse d'une communication RSE

Production responsable

- L'éco-conception pour une édition responsable
- L'impact du numérique dans les émissions de CO₂
- Le numérique responsable et l'éco-conception d'un service numérique (site web, application)
- L'empreinte environnementale des moyens

QUIZZ FINAL ET EVALUATION DE LA FORMATION



Méthodes pédagogiques

- Présentation méthodologique de la démarche de communication responsable.
- Présentation de cas pratiques.
- Documents et outils d'analyse utilisés fournis.
- Exercice de mise en situation.



Public concerné

- Agences de communication, communicants, responsables communication – marketing ;
- Responsables RSE, pilotes de projets RSE.



Prérequis

Aucun prérequis nécessaire.



Mise en œuvre

- Formation en visio-conférence ou présentiel selon dates des sessions – consulter notre planning
- Nombre de journées : 2 jours soit 14 heures
- Nombre minimum de participants : 3
- Nombre maximum de participants : 10
- Adaptations possibles des conditions d'accueil et d'animation selon besoins spécifiques du participant, merci de contacter notre référent handicap via cette adresse : formation@agence-lucie.com

Bien se préparer :

- Si aucune connaissance de la RSE et du Développement Durable, lire des articles ou ouvrages sur le sujet avant la formation.
- Bien lire le mail de convocation et répondre au questionnaire concernant vos attentes.



Tarifs et planification

- Sessions collectives : 1200 H.T. par participant.
- Inscription : pour vous inscrire, merci de nous demander une proposition de convention de formation, afin de vous préinscrire, l'inscription finale se faisant à réception de celle-ci et de la modalité de règlement y figurant. Pré-inscription jusqu'à 10 jours avant la date de début de la formation. Inscription définitive jusqu'à 5 jours avant la date de début de la formation.
- Faire votre demande d'inscription : formation@agence-lucie.com



Animateur(s) / Animatrice(s)

Daniel LUCIANI : Dirigeant de la société LUCID, société à mission, labellisée Toumaï, expert précurseur de la communication responsable depuis le début des années 2000. Il accompagne depuis plusieurs années les dirigeants dans leur stratégie de responsabilité. Daniel a contribué à l'adaptation de l'ISO 26000 pour les agences de communication et a développé des méthodes et outils originaux. Il est concepteur de plusieurs serious game, notamment celui sur la communication responsable « VRAIE ». Il est l'auteur d'un ouvrage sur la Communication responsable et engageante chez Pearson, sortie Juin 2023. Daniel apporte des méthodes et outils tant pour communiquer sur son projet RSE/DD que pour réaliser des actions de communication plus responsables et durables.



Validation des aptitudes

- ✓ Evaluation par le formateur sur la base de l'analyse critique de l'étude de cas réalisée et des améliorations proposées.
- ✓ QCM d'évaluation des aptitudes en fin de formation.