DES ENJEUX ET DES HOMMES

Marketing responsable – adhérents ADETEM

Les clés des marques engagées

La tendance du « consommer mieux » se généralise dans la société, avec une prise de conscience qui s'accélère chez les consommateur.rices. Par sa capacité à intégrer les tendances de marché, la fonction marketing est aujourd'hui au coeur des mutations de l'entreprise et de la société. Intégration stratégique des enjeux RSE, choice editing, transparence de l'offre, outils d'aide à la consommation responsable, transformation des modèles économiques : au-delà de l'opportunisme, comment faire du marketing un vrai levier de transformation ?

Formation

2 jours (14h00)	Pour qui ?	Quelle pédagogie ?	Les pré-requis
Durée : 2 jours (14h00) **Sessions :** ADETEM, 12 Rue de Milan, 75009 Paris 1120 €HT	Directeur Marketing – Responsable marketingResponsable de marque	Des études de cas et exercices pratiques Du partage d'expérience Une mise à disposition d'une ressourcerie avec des liens et document utiles	Il est préférable de connaître les principes clés du marketing et de la communication.

OBJECTIFS

- Disposer de repères sur les enjeux de développement durable
- Identifier les bons leviers de création de valeur et d'innovation en s'appuyant sur la RSE
- Savoir utiliser les outils et méthodes pour concevoir des offres plus durables
- Être en capacité de valoriser ses offres sans faire de greenwashing

PROGRAMME

Les Grands enjeux et les nouvelles tendances du marché

- Le développement durable et la RSE : actualité et principaux repères
- Les mutations du contexte économique et les nouveaux modes de consommation
- Les nouveaux modèles économiques (économie circulaire, économie de fonctionnalité, etc.)
- Le rôle clé du marketing dans la réponse aux défis de durabilité

Initier une stratégie de marketing responsable

- Identifier les enjeux de responsabilité de son entreprise, de sa marque, de son offre : analyse de matérialité, veille réputationnelle, bilan produit (environnemental et social)
- Le lien de cohérence entre RSE et RSM (Responsabilité Sociétale de la Marque)

Changer son offre & engager sa marque

- L'évolution de l'offre : l'écoconception de son produit/service
- Transformer ses pratiques et ses modes de collaboration
- Engager ses consommateurs et ses parties prenantes

Valoriser son offre sans faire de greenwashing

- Les règles déontologiques de la publicité et le « hard law »
- L’usage des allégations environnementales
- Analyse critique de campagnes de communication

INFO TARIFS

Le tarif de la formation s’élève à 1 120 € HT et 1400€ HT pour les non adhérents.

En présentiel, les déjeuners sont offerts.