

COMMUNICATION RESPONSABLE

Penser son message et ses supports différemment

OBJECTIFS



- Comprendre les enjeux RSE du secteur de la communication
- Savoir utiliser les outils et méthodes pour mettre en œuvre une communication responsable
- Être en capacité d'eco-concevoir un événement, un document print et un support web
- Maîtriser les recommandations de l'autorité de régulation professionnelle de la publicité
- Mettre en œuvre la communication responsable dans son entreprise



POUR QUI

- Responsable de communication
- Responsable marketing
- Chef de projet en agence

PÉDAGOGIE



- Projection de publicités, analyse de campagnes «en séance»
- Etude de cas
- Benchmark de pratiques inspirantes



MODALITÉS

2 jours

- 28 et 29 mai 2020
- 03 et 04 décembre 2020

1 300 euros HT

Déjeuners et pauses compris

PROGRAMME

Lorsqu'il s'agit de mettre en avant la démarche RSE de l'organisation, et plus globalement dans tous types de « prise de parole », les équipes en charge de la communication sont amenées à intégrer les enjeux de responsabilité tant dans la conception des campagnes que dans la formulation des messages (éviter les risques de greenwashing).

GRANDS ENJEUX RSE DU SECTEUR DE LA COMMUNICATION

- DD: contexte, définition, actualité, principaux repères et acteurs
- Les défis de la RSE pour les organisations, risques et opportunités, pratiques inspirantes
- Les enjeux pour le secteur de la communication (montée en puissance de la pression des parties prenantes: législateur, ONG, société civile, auto régulation, clients ...)
- La définition de la communication responsable

FOCUS SUR LES ENJEUX MÉTIERS DE LA COMMUNICATION

- Benchmark de pratiques inspirantes en communication responsable
- La responsabilité du message (lois, fonctionnement de l'auto-régulation, recommandations de l'ARPP, du CNC et de l'ICC)
- L'éco-socio conception des campagnes: concept, outils, labels et certifications
- Les clés de succès d'une communication sur le DD/la RSE

ETUDE DE CAS PRATIQUE

- Analyse critique de campagnes publicitaires (dans la peau du jury de déontologie de la publicité)
- Etudes de cas print
- Etudes de cas événementiel
- Focus sur les bonnes pratiques du web, l'audio-visuel et les RP

APPROPRIATION DES OUTILS

- La gouvernance de la communication responsable
- La mobilisation des équipes autour de la RSE grâce à la communication interne



DES ENJEUX
ET DES HOMMES

www.desenjeuxetdeshommes.com