

COMMUNICATION RESPONSABLE

Penser son message et ses supports différemment

OBJECTIFS



- Maîtriser les fondamentaux de la RSE (e-learning)
- 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

- 25 et 26 mars 2021, distanciel
- 01 et 02 juillet 2021, présentiel
- 12 et 14 octobre 2021, présentiel

1 400 euros HT

Les pré-requis : Cette formation nécessite de connaître les principes clés du métier de communicant.

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