

## Déroulé pédagogique de formation Communication responsable et RSE

**Intitulé :** Communication responsable et RSE

**Public visé :** Agences de communication, communicant.es, responsables communication – marketing, Responsables RSE, pilotes de projets RSE souhaitant mettre en place un projet ou une démarche de communication responsable aligné sur les engagements responsables de la marque ou de l'organisation.

**Intervenant :** Daniel Luciani

### 1/ Objectifs pédagogiques opérationnels de la formation (OPO)

- Analyser les attentes sociétales des individus et des consommateurs ainsi que les enjeux du développement durable et de la responsabilité sociétale des entreprises avec l'ISO 26000.
- Explorer les principes et les définitions de la communication responsable pour intégrer les enjeux du développement durable dans la conception des dispositifs et des outils.
- Concevoir des messages de communication responsable ainsi qu'un dispositif ou une stratégie de communication responsable.
- Identifier les risques liés au greenwashing pour s'en prémunir ainsi que les impacts sociaux et environnementaux d'une action ou d'un dispositif de communication.

### 2/ Objectifs pédagogiques

- 1- Découvrir les enjeux de la RSE et les principes d'une communication responsable au service de la transition sociétale des marques et des organisations.
- 2- Apprendre une méthode et des concepts pour savoir élaborer des messages et des dispositifs de communication responsables.
- 3- Évaluer les bienfondés d'un dispositif de communication responsable et mesurer ses impacts.

### **3/ Méthodes pédagogiques**

La méthode pédagogique alterne des présentations théoriques, des analyses de communication classique et responsable et des mises en situation individuelles ou en groupes afin d'utiliser et de maîtriser les outils et méthodes proposées.

### **4/ Modalités d'évaluation**

QCM à la fin de la formation

### **5/ Indicateurs de suivi et de résultat (KPI) d'atteinte des OPO (point 1)**

**OPO 1** : Analyser les attentes sociétales des individus et des consommateurs ainsi que les enjeux du développement durable et de la responsabilité sociétale des entreprises avec l'ISO 26000.

KPI : Note du QCM et appréciation qualitative de la fluidité de la mise en œuvre des connaissances apprises lors des décryptages de communication et des mises en situation.

**OPO2** : Explorer les principes et les définitions de la communication responsable pour intégrer les enjeux du développement durable dans la conception des dispositifs et des outils.

KPI : Note du QCM

**OPO3** : Concevoir des messages de communication responsable ainsi qu'un dispositif ou une stratégie de communication responsable.

KPI : exercice de création de messages responsables

**OPO4** : Identifier les risques liés au greenwashing pour s'en prémunir ainsi que les impacts sociaux et environnementaux d'une action ou d'un dispositif de communication.

KPI : Note du QCM et exercice de mise en situation

**Remarque** : l'attestation de fin de formation précisera le niveau global et le niveau d'atteinte des différents OPO via une note sur 20.

### **6/ Supports fournis au stagiaire**

L'ensemble des supports seront fournis au stagiaire via un lien wetransfer à l'issue des deux journées

## Durée de la formation / 2 jours 15 heures

### Plan de la formation

#### **JOUR 1**

##### **Séquence 1 : Vision et enjeux**

###### **Attentes et enjeux de la communication responsable et de la RSE**

- Les enjeux de la communication responsable pour le monde d'aujourd'hui et de demain
- Les évolutions des attentes sociétales des consommateurs et des citoyens
- La communication responsable : pourquoi et pour quoi ?
- Une nouvelle prise de conscience du rôle de la communication dans la transition sociétale
- Les tendances de la communication responsable
- La compréhension de l'ambivalence de l'individu face aux enjeux de responsabilité des marques et des entreprises
- Les tendances de la RSE et les enjeux communicationnels associés
- La raison d'être et son rôle dans la communication
- Les nouvelles prises de parole responsable des marques : nombreux exemples illustrés et décodage collectif
- Analyse de cas

##### **Séquence 2 : Émotion et confiance**

###### **Le rôle de l'émotion dans la communication et le lien avec les valeurs des marques engagées**

- Les univers de la publicité et du développement durable à réconcilier
- La compréhension du rôle de l'émotion dans la communication
- Les valeurs des marques engagées : comment s'expriment-elles ?
- Qu'est-ce qu'une communication sincère ?

##### **Séquence 3 : Définition de la communication responsable**

###### **Communication responsable et ISO 26000**

- Les définitions et les fondamentaux de la communication responsable
- Les 5 grands principes de la communication responsable
- Communication responsable et ISO 26000

##### **Séquence 4 : Exemples inspirants**

###### **Les bonnes pratiques des marques**

- Les codes de communication responsable : Orange, SNCF, EDF, KLM
- Analyse du cas d'Orange
- Les exemples des campagnes de Biocoop et de VEJA
- Le flawsome

#### **JOUR 2**

##### **Séquence 5 : Greenwashing**

###### **Anticiper et se prémunir des risques de greenwashing**

- Comment anticiper les risques de greenwashing pour adopter un discours de marque sincère et engageant ?
- L'évolution du taux de non-conformité des règles déontologiques publicitaires
- Les principaux cas et types de greenwashing
- L'analyse de cas de greenwashing
- Comment reconnaître un message non-responsable ?
- Le rôle de l'ARPP

### **Séquence 6 : Méthode VRAIE**

#### **Savoir réaliser un message ou un dispositif de communication responsable**

- Maîtriser la méthode VRAIE pour concevoir un message ou un dispositif de communication responsable
- La clé d'une communication responsable : les parties prenantes
- Les bénéfices sociétaux : Profit, People, Planet
- Les 4 P de la communication responsable : Pédagogie, Proximité, Positif, Plaisir
- Analyses d'exemples illustrés
- Les 3V d'une éthique de la communication : Véritable, Véridique, Vérifiable
- L'utilisation du modèle VRAIE pour créer un message et un dispositif de communication responsable

### **Séquence 7 : Communication et RSE**

#### **Piloter une communication RSE responsable**

- Communication responsable et ISO 26000
- Le rôle de la RSE dans la communication
- Les préalables pour une communication RSE réussie
- Les facteurs clés de succès d'une communication RSE
- Les 4 niveaux de discours RSE
- Les enjeux de transparence et les vecteurs de crédibilité
- Le reporting RSE
- L'analyse d'une communication RSE
- La stratégie de communication responsable

### **Séquence 8 : Production responsable**

#### **Piloter une communication RSE responsable**

- L'éco-conception de l'édition : choix des papiers, certifications (PEFC, FSC)
- Le web responsable
- Les émissions de GES du numérique
- La responsabilité numérique des entreprises
- La transition numérique écologique
- L'étude comparative entre print et web (l'étude de La Poste)
- Les impacts environnementaux du numérique
- Les objectifs de l'éco-conception
- L'éco-conception du web et le numérique responsable
- Les étapes de l'impact d'une campagne digitale
- Le calcul de l'empreinte environnementale du web
- Les autres outils d'évaluation (Ecoprod, Bilobay...).

- Bibliographie

Intervenant :  
*Daniel Luciani*

RESPONSABLE D'EVALUATION RESPONSABILITE  
SOCIETALE ISO 26000:2010 - N°

Co-fondateur en 2008 de l'Association pour une communication plus responsable, Daniel Luciani a dirigé pendant plus de 20 ans l'agence ICOM, agence pionnière en communication responsable.

Aujourd'hui, il préside LUCID – anciennement ICOM 21 -, filiale créée en 2013, dédiée à la stratégie RSE et à l'accompagnement à la transition. Membre du CJD depuis 2001 (ancien Vice-Président national de 2010 à 2012), il a développé son expertise RSE au contact des nombreux dirigeants qu'il a formés ou accompagnés et en engageant l'agence en 2001 dans une démarche RSE labellisée Lucie Mission en avril 2019 après avoir intégré en juin 2018 une raison d'être au sein des statuts.

Il est le fondateur du Grand Procès de la RSE, d'ACT FOR CLIMATE et 60' IMPACT à Toulouse.

Il intervient comme formateur-expert en communication responsable pour deux organismes de formation (Comundi et Lucie Formation) et en stratégie RSE et pratiques responsables à Sciences Po Toulouse, à l'ICD Groupe IGS à l'École des Mines de Nancy.

