

M
MASTER CLASS

COMMUNICATION RESPONSABLE
NIVEAU 1

*** THIERRY LIBAERT
*** MATHIEU JAHNICH

En visio
sur
ZOOM



*** **THIERRY LIBAERT**

- ★ Professeur des Universités en Sciences de la communication et collaborateur scientifique au Earth & Life Institute (Université catholique de Louvain)
- ★ Président de l'Académie des Controverses et de la communication sensible
Conseiller au Comité économique et social européen
- ★ Auteur ou directeur de nombreux ouvrages comme *Des vents porteurs. Comment mobiliser (enfin) pour la planète.* (Le Pommier, 2020), *La communication environnementale* (CNRS Editions, 2016), *La communication de crise* (Dunod, 5e édition, 2020), *Communication et environnement, le pacte impossible* (PUF, 2010)
- ★ Co-auteur du *Guide de la communication responsable* (ADEME éditions, 2020)



*** **MATHIEU JAHNICH**

- ★ Chercheur et enseignant en communication environnementale
- ★ Consultant auprès de PME, ETI et grands groupes sur leur stratégie de communication RSE et communication responsable
- ★ Animateur du blog Sircome.fr depuis 2005
- ★ Expert nommé par l'ADEME pour réaliser le bilan «publicité et environnement» ARPP-ADEME
- ★ Auteur principal du *Guide de la communication responsable* (ADEME éditions, 2020)

SÉQUENCE 1

PRENDRE CONSCIENCE DES ENJEUX ÉCOLOGIQUES ET DE L'IMPACT DE LA COMMUNICATION

7 décembre
2020
10h-11h30

★ Maîtriser les critères écologiques fondamentaux

La communication doit être en capacité de connaître les éléments clés sur l'état de la planète afin de mieux répondre aux attentes des parties prenantes et mieux positionner son organisation. Biodiversité, déforestation, changement climatique, où en sommes-nous réellement ?

★ Connaître les réelles attentes de l'opinion publique

La lecture des sondages offre une vision souvent parcellaire de l'opinion publique envers les actions des entreprises, des collectivités locales et des institutions publiques. Une étude en profondeur permet une meilleure compréhension des perceptions qui se dissimulent derrière des déclarations fortement engagées et donc de mieux adapter sa propre communication.

★ Faire de la communication un levier de la transition écologique

Longtemps focalisée sur le contenu des messages et les dérives du greenwashing, la critique écologique s'effectue aujourd'hui sur l'ensemble de la fonction communication. Cela amène à situer la communication responsable comme interpellant la responsabilité même du communicant face aux enjeux de la transition écologique, mais quels sont les enjeux et sur quels référentiels s'appuyer ?

SÉQUENCE 2

IDENTIFIER LES PREMIERS LEVIERS D'ACTION VERS UNE COMMUNICATION PLUS RESPONSABLE

9 décembre
2020
10h-11h30

★ Définir des messages plus responsables

Il s'agit d'abord d'éviter le greenwashing : nous en rappellerons les risques et présenterons les principaux signes pour mieux les repérer et les éviter. La communication peut également se faire l'écho des nouveaux enjeux sociétaux, lutter contre les stéréotypes et mettre sa créativité au service d'une société plus durable.

★ Réduire l'impact environnemental des actions de communication

Consommation de ressources naturelles, utilisation de produits dangereux, production de déchets, pollutions liées aux transports... les impacts des actions de com sont nombreux. Il convient de les identifier et de les réduire le plus possible. Nous présenterons l'approche « cycle de vie » et de premières pistes d'actions pour un événement, une édition, un service numérique ou une vidéo.

★ Se placer dans une démarche d'amélioration continue

L'écoute des parties prenantes, la définition d'indicateurs, l'analyse des résultats et l'identification d'actions correctives ou de nouvelles actions, l'accompagnement des acteurs sont autant de principes fondamentaux de la communication responsable que nous aborderons.

Offre spéciale de lancement : 120 €/personne pour les deux séquences.
50 places disponibles. Réservations : <https://bit.ly/2lonpeg>
Possibilité de formation intra-entreprise ou pour une école/université
sur demande : jahnich@gmail.com