

## Qu'est-ce que la communication responsable ?

**Objectifs :** À l'issue de la formation, le stagiaire sera capable de **comprendre le concept de communication responsable et de s'en inspirer pour passer à l'action.**

**Durée :** 7 heures

**Modalités et moyens pédagogiques :**

- Théorie, informations et pratiques
- Mise en situation pratiques
- Synthèse à l'oral par la formatrice et restitution d'un document récapitulatif envoyé par mail

**Modalités d'évaluation :**

- Mise en situation et feedback immédiat

**Prérequis technique :** aucun

**Prérequis savoir-faire :** aucun

**Public concerné :** communicants et/ou journalistes

**Formation intra-entreprise ou interentreprises, individuelle ou en groupe :** contacter le Club ([contact@pressecomnormandie.fr](mailto:contact@pressecomnormandie.fr) / 02 32 83 31 38)

---

## PROGRAMME DÉTAILLÉ

9h. Accueil et tour de table des stagiaires et de la formatrice

12h30 – **Pause déjeuner**

9h15 – **Partie 1 (théorique et informative)**

Communication responsable : tout comprendre pour agir

- Définition commune
- Pourquoi est-ce essentiel aujourd'hui ?

13h30 – **Partie 3 : leviers d'action pour une communication responsable (informative et pratique)**

- Éco-concevoir un projet éditorial
- Réduire l'impact du numérique

Le greenwashing : de la déontologie à la loi

- Le greenwashing : un frein à la transition et de multiples risques pour les entreprises

15h15 – Pause

11h - **Pause**

15h30 – **Partie 4 : leviers d'action pour une communication responsable (suite et fin)**

- Éco-concevoir un événement
- Éco-concevoir un projet audiovisuel

11h15 – **Partie 2 (théorique et informative)**

- Le cadre déontologique : ARPP
  - Le cadre réglementaire : les lois climat et économie circulaire

16h15 – **Synthèse : faire vivre sa démarche et la valoriser**

---

## LA FORMATRICE : ANNE DUBOIS-DOS SANTOS



Accompagnatrice et formatrice certifiée en communication & digital, créatrice de la marque Anneforcom pour accompagner les entrepreneurs et entreprises dans leur problématique de communication (de la stratégie en amont à la mise en pratique de leurs réseaux sociaux professionnels, marque employeur...).