

## Module 8 : Les 6 critères pour analyser l'irréprochabilité d'une communication environnementale



Les 6 critères incontournables permettent de tendre vers l'irréprochabilité en communication environnementale. En les associant à une méthode structurée, ils permettront l'analyse de communication environnementale produit ou service.

### PRÉ-REQUIS

- Pas de pré-requis

### NOMBRE MAXIMUM DE PARTICIPANTS

- 12 personnes

### DURÉE

- 2h30 de formation

### OBJECTIFS

- Identifier les caractéristiques de chaque critère incontournable pour tendre vers l'irréprochabilité en communication environnementale
- Mettre en œuvre une analyse structurée de la communication environnementale

### PUBLIC CONCERNÉ

- Directeur, responsable produit, designer, responsable marketing, responsable environnement, responsable R&D, responsable achats/ sourcing/ logistique, responsable production, ingénieur bureau d'études, animateur réseau d'entreprise, consultant, référent RSE, référent économie circulaire

### MODALITÉ D'ÉVALUATION

- **Questionnaire de positionnement**, évaluation des attentes préformation.
- **Questionnaire d'évaluation** des compétences acquises par les participants, le jour de la session et en fin de formation.
- **Questionnaire de satisfaction**, évaluation du feedback des participants, envoyé après la formation.



## Itinéraire Pédagogique

### Introduction

- La place de la communication environnementale dans l'éco-conception
- Découverte des 6 critères incontournables pour tendre vers l'irréprochabilité

### Critère n°1 « Efficace à l'usage »

- Un produit doit avant tout fonctionner
- L'analyser sur un cas concret

### Critère n°2 « Pertinent »

- Évoquer les vrais enjeux environnementaux
- L'analyser sur un cas concret

### Critère n°3 « Exact »

- Fiabilité des informations
- L'analyser sur un cas concret

### Critère n°4 « Vérifiable »

- Prouver les informations mises en avant
- L'analyser sur un cas concret

### Critère n°5 « Non-trompeur »

- Ne pas tromper dans la manière de communiquer
- L'analyser sur un cas concret

### Critère n°6 « Humble »

- Adopter un ton et des visuels mesurés
- L'analyser sur un cas concret

### Évaluation des acquis

