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 un 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
- Il est recommandé d'avoir suivi les modules 1 et 2

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.

CONTENU DU PROGRAMME

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