

Communication environnementale

Faire bon usage des allégations environnementales et des labels

Dans un contexte où les attentes des consommateurs en matière de transparence environnementale ne cessent de croître, la communication environnementale est devenue un levier stratégique incontournable pour les entreprises. Toutefois, avec le durcissement du cadre réglementaire, notamment à travers la directive européenne « Green Claims », les pratiques de communication doivent s'adapter pour éviter les allégations trompeuses ou le greenwashing. Cette directive impose des standards stricts pour garantir des déclarations environnementales fiables, vérifiables et basées sur des données scientifiques. Face à ces exigences, se former à la communication environnementale est essentiel pour maîtriser les nouveaux cadres juridiques, concevoir des messages crédibles et renforcer la confiance des parties prenantes, tout en préservant la réputation de l'entreprise.

Formation

| | | | |
|---|---|--|---|
| 3h30 Horaires : 9h00 – 12h00 + 30 minutes d'activités e-learning en amont de la formation Session : 22 avril 2025 – Formation à distance – Places disponibles 450 € | Pour qui ? <ul style="list-style-type: none">• Professionnels de la communication et du marketing,• Responsables et experts RSE,• Juristes et responsables de conformité• Responsable qualité | Quelle pédagogie ? Activités d'association de notions et de classification, Analyse critique de cas réels, Quiz, Consolidation de bonnes pratiques avec le groupe | Les pré-requis Cette formation ne nécessite pas de pré-requis |
|---|---|--|---|

QUELS OBJECTIFS ?

- Etre capable de restituer le cadre réglementaire de la communication environnementale
- Utiliser les allégations environnementales et les labels à bon escient
- Renforcer la crédibilité et la conformité des messages environnementaux

PROGRAMME

PARTIE 1 : ENJEUX ET ELEMENTS DE LANGAGE SUR LA COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE (30 min d'e-learning)

- Les enjeux d'une communication environnementale fiable et vérifiable (évolution du greenwashing, attentes des consommateurs, risques pour les entreprises...)
- Appropriation des éléments de langage de la formation : communication environnementale, allégations environnementales, green claims, auto-déclaration, ecoprofil, autolabel, analyse du cycle de vie, eco-conception, ecolabel, label privé.
- Réflexion individuelle : quels types de communication environnementale existent dans mon secteur d'activité ? (existent-ils des auto-labels ? Quelles sont les allégations environnementales couramment utilisées ? Quels sont les labels les plus utilisés ? etc)
- Toolkit ? : les apprenants repartent avec un glossaire des termes clés de la communication environnementale.

PARTIE 2 : « HARD LAW ET SOFT LAW » AUTOUR DE LA COMMUNICATION ENVIRONNEMENTALE

Introduction avec jeu d'ancrage des acquis de l'e-learning

les normes, réglementations et recommandations existantes

- **Le cadre normatif** : Les différents types de communication environnementale selon la norme internationale ISO 14020-24
 - **Type 1** : ecolabel et labels privés
 - **Type 2** : autodéclarations
 - **Type 3** : ecoprofils

Activité de classification à partir d'ecolabel, labels privés, autodéclarations, ecoprofils réels

- **Le cadre réglementaire français autour de la communication environnementale**
 - Code de la consommation
 - Loi Climat & Résilience
 - Loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire

- **Le cadre réglementaire européen de la communication environnementale**
 - Directive relative aux pratiques commerciales déloyales
 - Directive sur l'autonomisation des consommateurs dans le cadre de la transition écologique
 - Future Directive Green Claims

Activité de reconstitution des différentes lois françaises et européennes.

- **Les recommandations** : du CNC, de l'ADEME, de l'UE, de l'ARPP, de CITEO...synthèse des recommandations de ces différents organismes et liste des ressources utiles.

Toolkit ? : les apprenants repartent avec un kit comprenant des fiches réglementaires & normatives synthétiques.

PARTIE 3 : BON USAGE DES ALLEGATIONS ENVIRONNEMENTALES ET DE LA VALORISATION PAR UN LABEL

- **Bonnes pratiques à mettre en œuvre lors du recours à des allégations environnementales:**
 - Eco-responsable
 - Durable
 - Naturel
 - Biologique
 - Recyclé
 - Recyclable
 - Compostable
 - Réemployable/rechargeable
 - Biocourcé
 - Sans substance X
 - Eco-conçu
 - Neutre en carbone
 - Les allégations interdites (biodégradable, respectueux de l'environnement...)

13 questions pour découvrir les bonnes pratiques puis analyse critique de cas réels (publicité, communication « on pack »...)

Toolkit ? : les apprenants repartent avec un kit comprenant des fiches bonnes pratiques pour l'usage de ces allégations (dont périmètre d'application, exigences techniques, etc).

- **Bon usage des labels produits**
 - Les questions à se poser pour vérifier si un label environnemental suit bien un schéma de certification
 - Les pratiques pour se mettre en conformité et les pratiques auxquelles mettre fin
 - Bien communiquer sur son label environnemental

Conclusion avec une synthèse apprenante des clés indispensables pour mettre en œuvre une communication environnementale réussie.

