

Communication culturelle responsable : intégrer les enjeux écologiques à sa stratégie

Dans un contexte où les structures culturelles sont amenées à repenser leurs pratiques à l'aune de la transition écologique, la communication constitue un des leviers d'évolution. Cette formation propose de mieux comprendre comment intégrer les enjeux écologiques à sa stratégie de communication, en réduisant les impacts environnementaux des pratiques, des supports et des modes d'organisation. À partir d'exemples concrets, d'études de cas et de repères méthodologiques, elle permet d'identifier des pistes d'actions réalistes, adaptées à sa structure, à ses publics et à ses moyens.

Bulletin d'inscription
sur www.cipac.net
Renseignements :
formation@cipac.net
01 44 79 10 85

Siret 415 293 208 00054
Organisme de formation
no 11 75 39734 75
Référéncé au Datadock
TVA non applicable
en vertu de l'article 261-4°-a
5° alinea du CGI

PUBLICS

Cette formation s'adresse aux professionnels chargés de la communication, de la médiation, des relations avec les publics ou de la coordination de projets culturels au sein d'une structure.

DOMAINES DE COMPÉTENCES

PROFESSIONNELLES

- Communication
- Multimédia / réseaux sociaux
- Gestion de projets éditoriaux

PRÉ-REQUIS

Professionnels de tous niveaux.

Le programme de formation à distance sera dispensé via l'application ZOOM. Le stagiaire devra disposer d'un ordinateur et d'une connexion internet à haut débit avec ou sans fil lui permettant d'installer et d'utiliser cette application.

FORMACODE® : 46301

MOYENS PÉDAGOGIQUES, TECHNIQUES ET D'ENCADREMENT

- Cours en visio-conférence
- Études de cas et exercices pratiques
- Transmission de documents pédagogiques.

ATTESTATION DE FORMATION

Les temps de connexion des stagiaires et leur participation active aux séquences de travail en groupe seront contrôlés par demi-journée. À l'issue de la formation, une attestation de formation sera remise aux stagiaires ayant suivi l'intégralité du programme avec assiduité.

MÉTHODE D'ÉVALUATION

Afin de déterminer si le stagiaire a acquis les connaissances et compétences visées par les objectifs du programme, un bilan de fin de formation lui sera soumis à l'issue de la session. Celui-ci permettra également de recueillir son appréciation de la formation.

EFFECTIFS FORMÉS

Cette formation est organisée pour un effectif maximal de 12 stagiaires.

CONTENU

1/ Comprendre les enjeux de la communication culturelle responsable

- Les dimensions environnementales et sociales de la communication.
- Les principaux impacts des actions de communication.
- Les notions de sobriété, d'éco-conception, d'accessibilité et d'inclusion.

2/ Diagnostiquer sa stratégie et ses pratiques de communication

- Recenser ses objectifs, identifier ses publics et ses moyens.
- Cartographier ses pratiques : supports, modes de production, rythmes de diffusion.
- Évaluer la pertinence et la complémentarité des actions mises en œuvre.

3/ Concevoir une stratégie de communication plus sobre et efficace

- Hiérarchiser ses actions et choisir les formats les mieux adaptés à ses objectifs.
- Études d'exemples pratiques.
- La réduction de l'impact par le réemploi, la réutilisation, la mutualisation des ressources.
- Complémentarités entre communication, documentation et médiation.
- Inscrire sa communication dans une **logique à long terme**.

4/ Communiquer sur ses engagements sans greenwashing

- Valoriser ses actions avec transparence et mesure.

5/ Construire une feuille de route opérationnelle

- Définir des priorités et des pistes d'amélioration pour intégrer les enjeux écologiques à sa stratégie de communication.

6/ Retour d'expérience et évaluation des pratiques

- Présentation des expérimentations **menées à un mois**
- Évaluation des évolutions engagées et de leurs effets par le biais d'indicateurs pertinents.
- Consolider sa feuille de route et ses priorités d'action.

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES

À l'issue de la formation, le stagiaire sera en mesure de :

- Réaliser le diagnostic des pratiques de communication au regard des enjeux écologiques.
- Élaborer une stratégie de communication culturelle intégrant des critères de sobriété et d'éco-conception.
- Évaluer son plan d'actions pour l'améliorer et le partager en interne et en externe.

FORMATRICE

Annabelle Oliveira • Consultante en communication.

INFORMATIONS PRATIQUES

Dates : vendredi 9 octobre (journée) & jeudi 5 novembre 2026 (matinée)

Durée : 1,5 jours, soit 10h30 de formation au total

Frais de formation : 610 euros coût net

Horaires : 10h-13h ; 14h-18h puis 9h30-13h

Lieu : à distance