

Marketing de la durabilité sans greenwashing : cadre légal et attentes du consommateur

Lien : https://innov-maroc.com/formation/marketing-de-la-durabilite-sans-greenwashing-cadre-legal-et-attentes-du-consommateur

DURÉE
5 jours (35h)

RÉFÉRENCE
MAR119

CATÉGORIE
Marketing Durable, ESG & Anti-Greenwashing

INNOV MAROC

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

À l'issue de cette formation, vous serez capable de :

- Comprendre les principes du Marketing de la Durabilité et ses enjeux stratégiques pour les marques.
- Maîtriser les principaux risques juridiques liés aux communications environnementales et aux allégations de durabilité.
- Identifier les différentes formes de greenwashing et mettre en place des mécanismes efficaces de prévention.
- Concevoir des allégations environnementales précises, vérifiables et correctement documentées.
- Structurer les données, preuves et processus nécessaires pour sécuriser les communications de durabilité.
- Comprendre les attentes, perceptions et comportements des consommateurs face aux engagements responsables des marques.
- Développer un storytelling de durabilité authentique, transparent et fondé sur des preuves.
- Intégrer les enjeux ESG et environnementaux dans le positionnement et la stratégie marketing de la marque.
- Mettre en place une gouvernance permettant de contrôler et valider les communications responsables.
- Construire une stratégie de marketing durable capable de renforcer simultanément confiance, réputation et performance commerciale.

INNOV MAROC

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Chief Marketing Officers et responsables Brand Marketing.
- Responsables Communication, Corporate Communication et réputation.
- Responsables RSE, ESG, Développement Durable et stratégie climat.
- Responsables Juridiques, Compliance et Affaires Réglementaires.
- Responsables Digital Marketing, Social Media et Content Marketing.
- Responsables Produit, Packaging et innovation.
- Responsables Qualité, Environnement et systèmes de management.
- Agences de communication, agences publicitaires et consultants en stratégie de marque.
- Responsables études consommateurs, Consumer Insights et Customer Experience.
- Dirigeants et managers souhaitant développer une communication de durabilité crédible, conforme et exempte de greenwashing.



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing de la Durabilité

- Comprendre les principes du Sustainable Marketing et l'évolution des attentes envers les marques responsables.
- Identifier les dimensions environnementales, sociales et éthiques pouvant être intégrées dans la stratégie marketing.
- Distinguer une communication de durabilité crédible d'une simple stratégie d'image ou de réputation.

2 / Cadre légal et réglementaire de la communication environnementale

- Comprendre les principales règles encadrant les allégations environnementales, sociales et de durabilité.
- Identifier les obligations applicables aux entreprises selon leurs marchés, secteurs et territoires d'activité.
- Évaluer les risques juridiques liés aux communications trompeuses, ambiguës ou insuffisamment documentées.

3 / Greenwashing : mécanismes, formes et risques

- Identifier les principales techniques de greenwashing : allégations vagues, preuves insuffisantes, omission d'informations et fausses comparaisons.
- Analyser les risques juridiques, financiers, réputationnels et commerciaux associés aux pratiques de greenwashing.
- Mettre en place une démarche de prévention permettant de sécuriser les messages de durabilité avant leur diffusion.

4 / Conception d'allégations environnementales crédibles

- Construire des claims environnementaux précis, vérifiables, proportionnés et compréhensibles.

INNOV MAROC

- Documenter les affirmations relatives au carbone, à la recyclabilité, à l'efficacité énergétique, aux matériaux ou à l'impact environnemental.
- Éviter les formulations absolues ou ambiguës susceptibles d'induire le consommateur en erreur.

5 / Preuves, données et traçabilité des engagements

- Identifier les données nécessaires pour démontrer la véracité des engagements environnementaux et sociaux.
- Structurer les processus de collecte, de vérification et de conservation des preuves utilisées dans les communications marketing.
- Exploiter les analyses de cycle de vie, certifications, audits et indicateurs ESG pour renforcer la crédibilité des claims.

6 / Attentes, perceptions et comportements du consommateur

- Comprendre les attentes des consommateurs en matière de transparence, d'éthique et de responsabilité des marques.
- Identifier les facteurs influençant la confiance, la préférence de marque et l'intention d'achat liée à la durabilité.
- Analyser les écarts entre les engagements affichés par les marques et les perceptions réelles des consommateurs.

7 / Storytelling et communication responsable

- Transformer les engagements RSE en récits de marque authentiques, accessibles et fondés sur des preuves.
- Communiquer les progrès, limites, résultats et axes d'amélioration sans exagération ni dissimulation.
- Adapter les messages de durabilité aux différents canaux : publicité, réseaux sociaux, packaging, site web et communication corporate.

8 / Marketing de la durabilité et stratégie de marque

- Intégrer la durabilité dans le positionnement, la proposition de valeur et les Brand Codes de l'entreprise.
- Construire des offres et campagnes marketing cohérentes avec les engagements environnementaux et sociaux réels.
- Éviter le décalage entre discours marketing, pratiques opérationnelles et expérience client.

9 / Contrôle, gouvernance et validation des communications

INNOV MAROC

- Mettre en place un processus de validation impliquant Marketing, Juridique, RSE/ESG, Communication et Direction.
- Définir des contrôles permettant de vérifier la conformité, la précision et la traçabilité des allégations.
- Construire une gouvernance permettant de prévenir les risques de greenwashing à l'échelle de l'organisation.

10 / Mesure de l'impact et construction d'une marque durable

- Mesurer l'efficacité des campagnes de durabilité à travers la confiance, la réputation, l'engagement et la performance commerciale.
- Identifier les indicateurs permettant d'évaluer la crédibilité et l'impact réel de la communication responsable.
- Déployer une stratégie de marketing durable permettant de créer une croissance compatible avec les attentes sociétales et environnementales.

Approche pédagogique

- Support Ecrit et Projection
- Exposés Interactifs, Podcasts et Vidéos
- Brainstorming et Jeux de Rôle
- Mises en Situation pour faciliter l'assimilation
- Cas Pratiques et Labs inclus pour leur impact opérationnel
- Test de Validation des Acquis des Connaissances

Prochaines dates programmées

15 au 19 Fév. 2027	Présentiel - Casablanca
12 au 16 Avr. 2027	Présentiel - Casablanca
07 au 11 Juin 2027	Présentiel - Casablanca
02 au 06 Août 2027	Présentiel - Casablanca
27 Sep. au 01 Oct. 2027	Présentiel - Casablanca

Autres dates possibles sur demande. Contactez-nous pour organiser une session intra-entreprise.

INNOV MAROC

Réservation & Renseignements

Téléphone : +212 522 247 210
Email : contact@innov-maroc.com
Web : https//www.innov-maroc.com

Document généré le 25/11/2026 — Réf : MAR119
INNOV MAROC — Tous droits réservés

INNOV MAROC