

Public Cible : Professionnels du secteur du Marketing souhaitant se sensibiliser, dans le cadre de leur activité professionnelle, aux mécanismes à l'œuvre au sein de la chaîne de valeur du secteur marketing, afin de promouvoir des pratiques plus responsables :
Experts de la RSE (consultant, directeur, responsable, chargé de projet).
Enseignants et étudiants dans le domaine du Marketing.

Prérequis : Aucun prérequis n'est nécessaire pour participer à cette formation.

Durée : **3h30** Distanciel Présentiel Hybride

OBJECTIFS PÉDAGOGIQUES ET OPÉRATIONNELS

- Sensibiliser aux impacts environnementaux du marketing.
- Identifier les impacts environnementaux et sociaux tout au long du cycle de vie d'une offre.
- Encourager une réflexion critique sur les pratiques actuelles.
- Comprendre le rôle central du marketing dans la résolution des défis de transition.
- Favoriser la compréhension des leviers d'action pour un marketing plus responsable et respectueux des humains et de la planète.
- Motiver les participants à s'engager dans des actions concrètes.

RYTHME ET PROGRAMME DE LA FORMATION

Introduction : Présentation du sujet, de l'ADETEM et de Youmatter, de la formation et des règles du jeu (15')

Phase de réflexion et d'apprentissage : Réalisation de la Fresque du Marketing (1h30)

- Dresser un constat autour des impacts environnementaux et sociaux d'une offre tout au long de sa chaîne de valeur : de sa conception à sa fin de vie en passant par l'approvisionnement, la fabrication ou encore la distribution.
- Saisir l'ensemble des enjeux qui peuvent se nouer dans ce secteur transversal et ses multiples parties prenantes.
- Rappel du contexte économique et social en mouvement dans lequel évoluent les entreprises.
- Faire un état des lieux des actrices et parties prenantes.
- Comprendre les risques qui pèsent sur leur métier, sur les entreprises.
- Présentation des principaux piliers de transformation.

Les participants « reconstituent » la Fresque du Marketing à l'aide de 38 cartes divisées en 5 lots qui sont distribués par vague par le formateur/la formatrice pour permettre au groupe d'intégrer progressivement les différents apprentissages. Les participants doivent trouver les liens, notamment de cause à effet, avec les cartes précédentes.

Par une réflexion commune, ils prennent conscience des mécanismes à l'œuvre au sein de la chaîne de valeur du secteur marketing. En retraçant les liens d'interactions de la chaîne de valeur du marketing, les participants peuvent véritablement effectuer un pas de côté vis-à-vis de leur quotidien, afin d'aborder les enjeux climatiques associés à leurs métiers dans toute leur globalité, leur complexité et la systémie à l'œuvre.

Phase de restitution partage et ancrage des connaissances (15')

Un participant ou une équipe fait un exposé sur les points-clés retenus, en s'appuyant sur la Fresque du Marketing fraîchement réalisée. Celle-ci peut d'ailleurs rester affichée dans les locaux de la formation et constituer un panneau pédagogique. A défaut, le formateur/la formatrice fait une correction orale de la Fresque ou apporte des compléments d'informations.

Phase de débrief : retours, discussions, partage de solutions (1h30)

Après avoir pris pleinement connaissance et conscience du problème, c'est le moment de réfléchir aux actions individuelles et collectives en lien avec les activités professionnelles des participants.

L'atelier invite les participantes à réfléchir ensemble aux leviers d'actions et étapes dans la création d'une offre responsable en se positionnant sur des axes clés de transformation. L'activité a pour objectif d'aborder les freins potentiels rencontrés par les professionnelles du marketing dans leur transition vers un modèle responsable et de les dépasser grâce aux expériences et connaissances de chacune.

En clôture de la formation, il est demandé aux participants d'expliquer le titre de leur Fresque, de présenter 1 carte ou 1 lien qui les a marqués, de présenter l'offre responsable sur laquelle ils ont travaillé, ou encore de partager une ou plusieurs solutions.

Durée totale : 3h30

ACTIVITÉS PÉDAGOGIQUES

- Inspirée de la Fresque du Climat, la Fresque du Marketing est à l'initiative de l'ADETEM. Elle est opérée par Youmatter et soutenue par l'ADEME, la Banque Postale et Orange.
- La formation « La Fresque du Marketing » est organisée sur la base d'une pédagogie participative qui mobilise l'intelligence collective et la créativité des participants, et permet d'acquérir une bonne compréhension de ce que recouvre la biodiversité, les causes de son érosion et les conséquences de cette érosion sur la vie (sous toutes ses formes) sur Terre, ainsi que des leviers-clés pour y faire face efficacement.
- La Fresque du Marketing oblige chaque personne à se mettre dans une posture d'action et d'innovation, dans un moment collectif et de partage.
- Les sujets qui constituent l'objet de la formation sont abordés par la manipulation de cartes descriptives réparties en 5 lots permettant une progression dans la réflexion et l'apprentissage.
- Ce mode d'enseignement permet de répondre aux trois profils d'apprentissage auditifs, visuels et kinesthésiques pour ainsi assurer l'efficacité de la transmission et de l'appropriation de sujets complexes.

STRATÉGIES D'ÉVALUATION

L'évaluation des acquis est réalisée par le formateur/la formatrice au fil de la formation. Le formateur/la formatrice remplit une fiche d'acquisition de compétences sous forme d'une grille avec, en abscisse, la liste des compétences évaluées et en ordonnée, le nom de chaque stagiaire.

Évaluation de la satisfaction des apprenants, du payeur et du commanditaire de l'action.