

Valorisez vos engagements écologiques

En résumé

Cette formation s'adresse à des acteurs du tourisme, voire à des porteurs de projets. Rappel des stratégies de communication. Identification de vos atouts et démarche concrète à adopter afin d'avoir une meilleure visibilité pour développer vos activités.

Objectifs pédagogiques

Stage articulé autour de plusieurs objectifs

- Culture générale : préciser les stratégies habituelles rencontrées en matière de communication
- Rappel des multiples critères qualifiant une démarche respectueuse de l'environnement
- Stratégie conduisant à s'appuyer sur le thème d'une « démarche nature » et bénéfices attendus.
- Identification des points sur lesquels communiquer et plan d'action

La progression pédagogique

Elle s'organisera autour des préoccupations exprimées par chaque participant (groupe limité à 4 personnes). En préambule, chaque participant fera le bilan de son activité professionnelle, de ses projets et des questionnements et difficultés rencontrées.

Les points forts sont relevés par les stagiaires au fur et à mesure

Chaque stagiaire fera la synthèse des sujets abordés sous la forme de proposition de programme à mettre en œuvre allant jusqu'au rétroplanning et budget associé.

Ce travail pourra être complété par une esquisse de présentation dans un flyer, à un journaliste, à un client...

Les moyens d'évaluation

Les avis du groupe et de l'animateur sur l'élaboration du dossier permettent d'apprécier au final la bonne compréhension des divers sujets par chaque stagiaire et, au besoin, d'apporter les compléments nécessaires. L'exposé verbal prévu en fin de stage sera aussi un moyen significatif d'apprécier la bonne compréhension des informations transmises et la pertinence de leur mise en œuvre.

Sanction de la formation : une attestation de stage sera délivrée.

L'encadrement de l'action de formation

L'animation de ce stage est assurée par Gérard Verret, fondateur de l'association Jardin Gourmand. Ses actions de formation se déroulent dans le cadre de son affiliation au réseau Alsace Nature. Il exerce par ailleurs une activité agricole de ramasseur et transformateur de plantes sauvages. Il propose également des repas pédagogiques dans le cadre de sa table d'hôtes. Il est formateur auprès de groupements professionnels et de diverses structures de formation. Il a exercé pendant 30 ans comme expert-comptable et commissaire aux comptes libéral.

Public concerné

- Les porteurs de projets pouvant ainsi affiner le caractère original de leur future activité et prendre encore mieux conscience des valeurs qui les animent dans un souci de cohérence.
- Les responsables d'entreprises, quelle qu'en soit la taille, désireux de mieux valoriser leurs convictions personnelles pour l'environnement et leur souhait d'être davantage cohérents avec les trois piliers de l'économie durable : environnementaux, sociaux et économiques. Plus la taille de l'entreprise est petite, moins cet aspect est pris en compte de manière organisée : les enjeux sont pourtant immenses et en particulier sur le volume d'activité à développer en cohérence avec l'idéal du ou des responsables de la structure.
- Les responsables d'associations attentifs aux moyens de rendre bien visibles leurs engagements « nature »

Finalité

Mettre la nature au coeur de vos activités pour montrer combien vos activités ont du cœur !

Le programme

Culture générale développement durable

Critères d'une démarche respectueuse de l'environnement

État des lieux pour apprécier notre démarche « nature »

Pourquoi communiquer sur une identité d'entreprise « nature » ?

Situation au regard de la communication interne

Situation au niveau de l'activité de l'entreprise et des moyens mis en œuvre

Exemples

Stratégie à définir, mise en place d'un plan d'action, budget et rétroplanning

Quelques autres pistes à titre d'inspiration