

# Intégrer la RSE dans ses campagnes de marketing digital pour une communication responsable

*Concilier performance, sobriété numérique, diminution de l'impact environnemental et éthique dans ses actions marketing*

## Pourquoi cette formation

Le marketing digital a un impact croissant sur l'environnement (empreinte carbone des campagnes), la société (protection des données, inclusion, accessibilité), et la crédibilité des marques. Intégrer une démarche RSE dans la gestion de ses campagnes permet de renforcer l'alignement entre valeurs, messages et pratiques opérationnelles, tout en répondant aux attentes des clients et des régulateurs.

Cette formation vous donne les clés pour construire et piloter des campagnes plus responsables, plus sobres, et plus alignées avec les enjeux environnementaux, éthiques et sociaux du numérique.

## Public concerné

Responsables marketing, traffic managers, chargés de communication, social media managers, responsables acquisition, CRM managers ou toute personne en charge de campagnes digitales souhaitant intégrer des pratiques RSE dans leur stratégie.

## Programme de formation

### 1. Les enjeux de la RSE dans le marketing digital

- Identifier les impacts environnementaux et sociaux du marketing digital
- Comprendre les attentes des consommateurs en matière de responsabilité
- Situer la démarche dans les grands cadres RSE (ISO 26000, ODD, CSRD...)
- Identifier les risques d'incohérence ou de greenwashing

- Définir les grands principes du marketing responsable

## **2. Conception d'une stratégie de campagnes responsables**

- Définir ses objectifs avec des KPI durables : performance + impact
- Intégrer la RSE dès le brief marketing : valeurs, cibles, messages, canaux
- Choisir ses leviers d'activation en cohérence avec les valeurs de l'entreprise
- Maîtriser la fréquence, le ciblage et la durée de diffusion pour limiter la pression marketing
- Travailler les contenus avec un prisme d'accessibilité, d'inclusivité et de sobriété

## **3. Réduction de l'impact environnemental de ses campagnes**

- Comprendre l'empreinte carbone du numérique : serveurs, e-mails, publicités, vidéos...
- Réduire l'impact des e-mails, des landing pages, des visuels et formats utilisés
- Privilégier des formats plus légers et des envois plus ciblés
- Limiter les cookies tiers et les trackers superflus
- Choisir des prestataires (hébergeurs, régies, routeurs...) alignés avec vos engagements

## **4. Application des principes d'éthique et de protection des données**

- Respecter le RGPD dans une logique "privacy by design"
- Concevoir des formulaires éthiques, utiles et non intrusifs
- Travailler la transparence dans les messages (opt-in clair, finalités, durée...)
- Éviter les biais algorithmiques dans le ciblage publicitaire
- Adapter son message aux contextes culturels et sociaux de ses audiences

## **5. Pilotage des campagnes avec des indicateurs RSE**

- Définir un tableau de bord de pilotage intégrant des indicateurs de sobriété, inclusion, consentement...



- Analyser la performance non seulement business (CPC, ROAS...), mais aussi qualitative
- Mesurer la satisfaction et l'engagement durable des audiences
- Mettre en place un processus de revue post-campagne responsable
- Capitaliser sur les bonnes pratiques et les campagnes "vertueuses"

## 6. Adoption d'une communication responsable

- Intégrer la RSE dans son récit de marque et ses contenus marketing
- Choisir ses influenceurs et partenaires en fonction de critères éthiques
- Utiliser les labels, preuves et engagements de manière crédible
- Éviter les allégations environnementales sans fondement (greenwashing, social washing...)
- Créer une charte interne ou un guide des campagnes responsables

## Cas pratiques

- Analyse d'une campagne "non responsable" et identification des leviers d'amélioration
- Élaboration d'un brief "RSE-ready" pour une campagne
- Évaluation d'un tunnel d'acquisition en termes de sobriété et d'éthique
- Création d'un tableau de bord avec indicateurs de performance durable
- Exercice de formulation : écrire un message promotionnel transparent et responsable

## Objectifs et compétences visés

- Comprendre les enjeux RSE appliqués au marketing digital
- Intégrer des principes de sobriété, d'éthique et de transparence dans ses campagnes
- Piloter ses campagnes avec des indicateurs alignés sur les objectifs RSE de l'entreprise

- Construire une communication marketing plus responsable et durable

## **Durée**

- 2 jours en présentiel ou distanciel avec un expert
- 14 heures de formation

## **Ressources et accompagnements supplémentaires**

Pour aller plus loin dans la mise en pratique et l'accompagnement :

- Accès à notre module e-learning "RSE" en complément de la formation pour revoir et renforcer les apprentissages à votre rythme.
- 2 heures de support personnalisé avec l'intervenant expert, jusqu'à 5 mois après la formation, pour répondre à vos questions spécifiques ou bénéficier d'un retour sur vos actions.

## **Modalité d'évaluation**

Évaluations diagnostiques en début et fin de formation.

## **Prérequis**

Aucun.

## **Accès handicapé**

Nous contacter en cas de besoin d'accessibilité pour un participant.

Cette formation peut être prise en charge par votre OPCO.  
En savoir plus sur les financements, contactez-nous.

## **Contactez-nous**

E-mail : [infos@enablers.io](mailto:infos@enablers.io)



Téléphone : 01 83 62 55 08

Notre [formulaire en ligne](#)

