

Formation : Slow content et storytelling éthique : produire des contenus responsables

Cours pratique - 3j - 21h00 - Réf. SLE

Prix : 2110 CHF H.T.

NEW

Dans un environnement numérique saturé, produire moins mais mieux devient essentiel. Cette formation vous guidera pour concevoir une ligne éditoriale durable, créer des récits sincères et responsables, et renforcer ainsi la confiance de votre audience. Vous apprendrez à transmettre vos messages avec justesse, tout en évitant les pièges des communications superficielles ou trompeuses.

Objectifs pédagogiques

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

- Planifier une stratégie de slow content (volumes, formats, cycles)
- Rédiger un storytelling éthique : vrai, sourcé, inclusif
- Déetecter et corriger les dérives de green (ou purpose) washing dans tout contenu

Public concerné

Chargés de marketing digital, responsables communication interne/externe, content/social media managers, rédacteurs.

Prérequis

Connaissances de base en marketing.

Vérifiez que vous avez les prérequis nécessaires pour profiter pleinement de cette formation en faisant [ce test](#).

Méthodes et moyens pédagogiques

Travaux pratiques

Études de cas, partage d'expériences, réflexions collectives.

Méthodes pédagogiques

Méthodes pédagogiques actives et participatives. Alternance de théorie/pratique avec application au contexte et expériences des participants.

PARTICIPANTS

Chargés de marketing digital, responsables communication interne/externe, content/social media managers, rédacteurs.

PRÉREQUIS

Connaissances de base en marketing.

COMPÉTENCES DU FORMATEUR

Les experts qui animent la formation sont des spécialistes des matières abordées. Ils ont été validés par nos équipes pédagogiques tant sur le plan des connaissances métiers que sur celui de la pédagogie, et ce pour chaque cours qu'ils enseignent. Ils ont au minimum cinq à dix années d'expérience dans leur domaine et occupent ou ont occupé des postes à responsabilité en entreprise.

MODALITÉS D'ÉVALUATION

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Modalités d'évaluation

Le formateur évalue la progression pédagogique du participant tout au long de la formation au moyen de QCM, mises en situation, travaux pratiques...

Le participant complète également un test de positionnement en amont et en aval pour valider les compétences acquises.

Programme de la formation

1 Slow content : ralentir pour mieux communiquer

- Définition et principes du slow content : pertinence, rythme, sobriété, profondeur
- Enjeux éditoriaux : sortir de la surproduction pour renforcer l'impact
- Sobriété éditoriale et écoconception des contenus (formats, cycles de vie, recyclage, bonnes pratiques)
- Création d'un calendrier éditorial allégé et stratégique

Travaux pratiques

Analyse des formats, des fréquences, cycles de vie actuels d'un contenu produit par le participant ou son entreprise. Atelier de tri. Création d'un mini-calendrier éditorial allégé (un mois).

2 Storytelling éthique : une narration alignée et responsable

- Fondamentaux du storytelling éthique : vérité, inclusion, cohérence, preuve
- Identifier et assumer sa posture éditoriale : ce qu'on fait, ce qu'on ne fait pas (encore)
- Construire une narration authentique sans tomber dans le "purpose washing"
- Travailler le ton et les représentations dans ses messages

Travaux pratiques

Atelier de positionnement éditorial. Réécriture d'un contenu existant (post, newsletter, à fournir ou à choisir dans un corpus). Analyse critique d'un storytelling de marque.

MOYENS PÉDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Les moyens pédagogiques et les méthodes d'enseignement utilisés sont principalement : aides audiovisuelles, documentation et support de cours, exercices pratiques d'application et corrigés des exercices pour les formations pratiques, études de cas ou présentation de cas réels pour les séminaires de formation.
- À l'issue de chaque formation ou séminaire, ORSYS fournit aux participants un questionnaire d'évaluation du cours qui est ensuite analysé par nos équipes pédagogiques.
- Une feuille d'émargement par demi-journée de présence est fournie en fin de formation ainsi qu'une attestation de fin de formation si le participant a bien assisté à la totalité de la session.

MODALITÉS ET DÉLAIS D'ACCÈS

L'inscription doit être finalisée 24 heures avant le début de la formation.

ACCESSIBILITÉ AUX PERSONNES HANDICAPÉES

Pour toute question ou besoin relatif à l'accessibilité, vous pouvez joindre notre équipe PSH par e-mail à l'adresse psh-accueil@orsys.fr.

3 Éviter le greenwashing et assumer sa communication de transition

- Décryptage des 7 formes de greenwashing (selon ADEME et ARPP)
- Différence entre greenwashing, dissonance narrative et communication maladroite
- Bonnes pratiques pour parler d'engagement sans surpromettre
- Réécriture de contenus pour plus de clarté et de sincérité

Travaux pratiques

Quiz interactif ou mise en situation avec des exemples à classer selon les typologies. Réécriture "anti-greenwashing". Simulation de prise de parole.

4 Structurer sa production éditoriale responsable

- Élaboration d'un mini-manifeste éditorial
- Rédaction d'une charte éditoriale responsable : valeurs, limites, lignes rouges
- Construction d'un plan éditorial slow et éthique (1 à 3 mois)
- Outils de pilotage et de vérification (checklist, grille d'audit)

Travaux pratiques

Rédaction d'un mini-manifeste éditorial. Construction d'une charte éditoriale responsable. Création d'un plan éditorial slow et éthique sur 1 à 3 mois.

Dates et lieux

CLASSE À DISTANCE

2026 : 15 juin, 7 sep., 7 déc.