



Stratégie de communication pour les projets d'énergie renouvelable

Lien :

<https://maroc-performance.com/formation/strategie-de-communication-pour-les-projets-denergie-renouvelable>

🕒 DURÉE
5 jours (35h)

📌 RÉFÉRENCE
COM202

📁 CATÉGORIE
**Communication RSE,
ESG et Développement
Durable**

🎯 OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- ✓ Comprendre les enjeux spécifiques de communication liés aux projets d'énergie renouvelable
- ✓ Identifier et analyser les différentes parties prenantes d'un projet énergétique
- ✓ Construire une stratégie de communication cohérente avec les objectifs techniques, économiques, sociaux et environnementaux
- ✓ Élaborer des messages adaptés aux autorités, communautés, investisseurs, médias et partenaires
- ✓ Développer une communication favorisant l'acceptabilité sociale des projets
- ✓ Communiquer efficacement sur les impacts et bénéfices environnementaux et sociaux
- ✓ Concevoir des plans de communication adaptés aux différentes phases du projet
- ✓ Maîtriser les relations médias et la communication digitale autour des projets énergétiques
- ✓ Anticiper et gérer les risques réputationnels et les situations de crise
- ✓ Mesurer l'efficacité de la communication et améliorer continuellement l'engagement des parties prenantes

👤 POUR QUI ?

- ✓ Directeurs et responsables de projets d'énergie renouvelable
- ✓ Project Managers et Project Directors
- ✓ Responsables Communication et Communication Managers
- ✓ Responsables Relations Institutionnelles et Affaires Publiques
- ✓ Responsables RSE, ESG et Développement Durable
- ✓ Responsables Environnement et Social (E&S)
- ✓ Community Relations Managers et Stakeholder Engagement Managers
- ✓ Responsables Développement de projets énergétiques
- ✓ Responsables Marketing et Communication Corporate
- ✓ Consultants en communication stratégique et gestion de projets énergétiques
- ✓ Représentants d'investisseurs, bailleurs et organisations de développement
- ✓ Professionnels intervenant dans des projets solaires, éoliens, hydroélectriques ou hybrides



Programme détaillé

1 / Comprendre les enjeux de communication des projets d'énergie renouvelable

- Identifier les spécificités des projets solaires, éoliens, hydroélectriques et hybrides
- Comprendre les enjeux sociaux, environnementaux, économiques et territoriaux
- Identifier les risques de réputation, de perception et d'acceptabilité

2 / Cartographier les parties prenantes du projet

- Identifier autorités publiques, communautés locales, investisseurs et partenaires
- Cartographier ONG, associations, médias, clients et acteurs institutionnels
- Analyser attentes, influence, intérêts et niveau de sensibilité de chaque partie prenante

3 / Construire la stratégie de communication du projet

- Définir objectifs, messages, publics et canaux de communication
- Élaborer une stratégie adaptée aux différentes phases du projet
- Aligner communication institutionnelle, technique, sociale et environnementale

4 / Développer le positionnement et les messages clés

- Construire une proposition de valeur claire autour du projet
- Traduire les bénéfices techniques en impacts compréhensibles par le grand public
- Adapter les messages aux investisseurs, autorités, communautés et médias

5 / Communiquer avec les communautés locales

- Concevoir une démarche d'information, consultation et dialogue
- Prendre en compte les préoccupations liées au foncier, à l'emploi et à l'environnement
- Favoriser l'acceptabilité sociale et prévenir les tensions

6 / Élaborer un plan de communication environnementale et sociale

- Communiquer sur les impacts, mesures d'atténuation et engagements du projet
- Valoriser les bénéfices locaux : emploi, électrification, infrastructures et développement économique
- Assurer transparence, cohérence et traçabilité des informations communiquées

7 / Piloter les relations médias et la communication digitale

- Construire relations presse, communiqués, dossiers de presse et interviews
- Développer une présence digitale cohérente pour le projet
- Gérer les réseaux sociaux et les conversations publiques autour du projet

8 / Gérer les situations sensibles et les crises de communication

- Identifier les signaux faibles et risques réputationnels
- Préparer un dispositif de communication de crise
- Répondre rapidement aux controverses, rumeurs, incidents ou oppositions

9 / Communiquer avec les investisseurs et partenaires institutionnels

- Présenter les résultats, impacts et indicateurs du projet
- Construire des supports adaptés aux bailleurs, investisseurs et partenaires
- Renforcer la crédibilité et la confiance autour du projet

10 / Mesurer la performance et piloter l'amélioration continue

- Définir les KPI de communication et d'engagement des parties prenantes
- Mesurer notoriété, perception, engagement, couverture médiatique et acceptabilité
- Ajuster continuellement la stratégie en fonction des résultats et des retours du terrain

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

 16 au 20 Nov. 2026

 Présentiel - Casablanca

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

Réservation & Renseignements

 **Téléphone** : +212 522 247 210

 **Email** : contact@maroc-performance.com

 **Web** : <https://www.maroc-performance.com>