

Marketing de la Mine et des Ressources naturelles ESG, relations communautaires et réputation sectorielle

Lien : https://maroc-performance.com/formation/marketing-de-la-mine-et-des-ressources-naturelles-esg-relations-communautaires-et-reputation-sectorielle

DURÉE
10 jours (70h)

RÉFÉRENCE
MAR102

CATÉGORIE
Marketing Industriel, Énergie, Mines et BTP

Maroc Performance

OBJECTIFS DE LA FORMATION

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

- Comprendre les spécificités du Marketing appliqué aux industries minières et aux ressources naturelles.
- Construire un positionnement stratégique adapté aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux du secteur extractif.
- Intégrer les critères ESG dans la stratégie marketing et la communication des entreprises minières.
- Développer une communication environnementale crédible, transparente et fondée sur des données vérifiables.
- Identifier et cartographier les communautés et parties prenantes stratégiques.
- Concevoir des stratégies efficaces de dialogue et d’engagement communautaire.
- Renforcer l’acceptabilité sociale et la Social License to Operate des projets miniers.
- Concevoir des programmes de Community Investment générant une valeur durable pour les territoires.
- Valoriser les politiques de contenu local, l’emploi, les fournisseurs locaux et le développement économique régional.
- Maîtriser les principes de Stakeholder Engagement et d’anticipation des risques sociaux.
- Construire une stratégie de réputation sectorielle cohérente avec les performances réelles de l’entreprise.
- Prévenir et gérer les controverses, crises médiatiques et risques réputationnels liés aux activités extractives.
- Exploiter le Digital Marketing, les médias sociaux et la Data ESG pour renforcer la transparence et la confiance.
- Construire une stratégie intégrée de Marketing Minier permettant de renforcer durablement réputation, acceptabilité sociale et création de valeur.

Maroc Performance

👥 POUR QUI ?

- Directeurs Marketing, Communication et Affaires Corporate des entreprises minières.
- Directeurs ESG, RSE, Développement Durable et Performance Environnementale.
- Responsables Relations Communautaires et Community Affairs.
- Responsables Relations Institutionnelles et Government Affairs.
- Responsables Communication Corporate, Reputation Management et Relations Médias.
- Responsables Affaires Sociales, Développement Local et Community Investment.
- Responsables Contenu Local, achats locaux et développement des fournisseurs.
- Responsables Environnement, HSE et gestion des impacts des projets miniers.
- Responsables Relations Investisseurs et communication financière.
- Responsables Digital Marketing, Social Media et communication de crise.
- Consultants en stratégie minière, ESG, communication, développement durable et relations communautaires.
- Avocats, juristes et professionnels des affaires réglementaires du secteur extractif.
- Dirigeants de sociétés minières, juniors, sociétés d’exploration et entreprises de ressources naturelles.
- Cadres des administrations publiques, organismes sectoriels et institutions intervenant dans le développement minier.

Maroc Performance



Programme détaillé

1 / Fondamentaux du Marketing Minier et des Ressources naturelles

- Comprendre les spécificités du marketing appliqué aux industries minières, extractives et aux ressources naturelles.
- Identifier les enjeux d’image, d’acceptabilité sociale et de réputation propres au secteur extractif.
- Aligner stratégie marketing, performance opérationnelle, objectifs ESG et création de valeur pour les parties prenantes.

2 / Positionnement stratégique des entreprises minières

- Construire un positionnement différenciant fondé sur les actifs, les performances, les engagements et les avantages compétitifs de l’entreprise.
- Développer une proposition de valeur destinée aux investisseurs, clients, partenaires, autorités et communautés locales.
- Adapter le discours institutionnel aux enjeux économiques, environnementaux et sociaux du secteur.

3 / ESG et communication de la performance durable

- Intégrer les dimensions environnementales, sociales et de gouvernance dans la stratégie de communication de l’entreprise minière.
- Transformer les données ESG en informations accessibles, crédibles et pertinentes pour les différentes parties prenantes.
- Éviter les communications disproportionnées ou insuffisamment documentées susceptibles de créer un risque de greenwashing.

4 / Stratégie de relations avec les communautés locales

- Identifier les communautés, groupes d’intérêt et parties prenantes affectés par les activités minières.

Maroc Performance

- Construire des dispositifs de dialogue, consultation et engagement adaptés aux réalités socioculturelles locales.
- Développer une relation durable fondée sur l’écoute, la transparence, la confiance et la création de valeur partagée.

5 / Acceptabilité sociale et Social License to Operate

- Comprendre les facteurs déterminant l’acceptabilité sociale des projets miniers et leur évolution dans le temps.
- Identifier les risques pouvant entraîner opposition, conflits communautaires ou perte de confiance.
- Construire des stratégies permettant de renforcer durablement la légitimité sociale de l’exploitation minière.

6 / Communication environnementale et gestion des controverses

- Communiquer de manière transparente sur les impacts, mesures de mitigation et résultats environnementaux des activités minières.
- Préparer les dispositifs de communication permettant de répondre aux incidents, controverses et accusations environnementales.
- Coordonner communication technique, institutionnelle et médiatique afin de préserver la crédibilité de l’entreprise.

7 / Community Investment et création de valeur locale

- Concevoir des programmes d’investissement communautaire cohérents avec les besoins réels des territoires.
- Valoriser les initiatives liées à l’emploi local, la formation, la santé, l’éducation, les infrastructures et l’entrepreneuriat.
- Mesurer les résultats et impacts des programmes sociaux afin de démontrer leur contribution au développement local.

8 / Contenu local et développement de l’écosystème économique

- Intégrer les politiques de contenu local dans la stratégie de réputation et de communication de l’entreprise.
- Valoriser la création d’emplois, le développement des fournisseurs locaux et le transfert de compétences.
- Communiquer sur les retombées économiques de l’activité minière sans surestimer les impacts réels.

Maroc Performance

9 / Gestion des parties prenantes et Stakeholder Engagement

- Cartographier les parties prenantes selon leur influence, leurs intérêts, leurs attentes et leur niveau d’exposition au projet.
- Construire des stratégies d’engagement différenciées pour les communautés, autorités, investisseurs, ONG, médias et partenaires.
- Mettre en place des mécanismes de dialogue continu permettant d’anticiper les tensions et attentes émergentes.

10 / Réputation sectorielle et Corporate Reputation

- Identifier les facteurs influençant la réputation des entreprises minières auprès des marchés, communautés et opinion publique.
- Construire une plateforme de réputation cohérente avec les performances réelles de l’entreprise.
- Développer des indicateurs permettant de suivre la confiance, la perception, la légitimité et l’évolution de la réputation.

11 / Communication de crise et gestion des risques réputationnels

- Identifier les scénarios susceptibles de provoquer une crise réputationnelle dans le secteur minier.
- Construire des plans de communication de crise intégrant procédures, porte-parole, messages et parties prenantes prioritaires.
- Organiser la réponse médiatique et digitale afin de limiter la propagation des informations erronées ou préjudiciables.

12 / Digital Marketing, médias sociaux et influence sectorielle

- Exploiter les médias digitaux et sociaux pour améliorer la visibilité et la transparence de l’entreprise minière.
- Développer des contenus pédagogiques permettant d’expliquer les activités minières, les technologies et les engagements ESG.
- Surveiller les conversations digitales et identifier les signaux faibles susceptibles d’affecter la réputation de l’entreprise.

13 / Mesure d’impact, Data ESG et pilotage de la réputation

- Définir des KPI permettant de mesurer l’efficacité des actions marketing, ESG et communautaires.

Maroc Performance

- Croiser données de réputation, perception des parties prenantes, indicateurs ESG et résultats économiques.
- Construire des tableaux de bord permettant au management de piloter la confiance, l’acceptabilité sociale et la réputation.

14 / Stratégie intégrée de Marketing Minier et de réputation

- Élaborer une stratégie intégrée reliant Marketing, ESG, relations communautaires, communication et gestion de la réputation.
- Définir une feuille de route permettant de renforcer l’acceptabilité sociale et la valeur créée pour l’ensemble des parties prenantes.
- Déployer une stratégie de réputation durable fondée sur la cohérence entre discours, engagements et performances réelles.

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

30 Nov. au 11 Déc. 2026	Présentiel -
04 au 15 Jan. 2027	Présentiel - Casablanca
01 au 12 Mars 2027	Présentiel - Casablanca
26 Avr. au 07 Mai 2027	Présentiel - Casablanca
21 Juin au 02 Juil. 2027	Présentiel - Casablanca

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

Maroc Performance

🎧 Réservation & Renseignements

📞 **Téléphone :** +212 522 247 210
✉ **Email :** contact@maroc-performance.com
🌐 **Web :** https//www.maroc-performance.com

Document généré le 13/11/2026 — Réf : MAR102
Maroc Performance — Tous droits réservés

Maroc Performance