



les·instant·t

Atelier Communication responsable : Je numérise responsable

- Concrétisez votre démarche de tourisme durable en adoptant les bons réflexes numérique.
- Les différents outils et leviers d'une communication responsable



LOGO LAD



Alexandre Alary

Fondateur du collectif digital green tourisme



Consultant marketing responsable / communication digitale impact positif.
Membre de l'association Respire le tourisme de demain et de Time for Planet.

Une communication à impact positif

Pour une communication responsable et positive 3 mots incontournables :

✓ **Authenticité**

Parlez de votre raison d'être et de vos valeurs

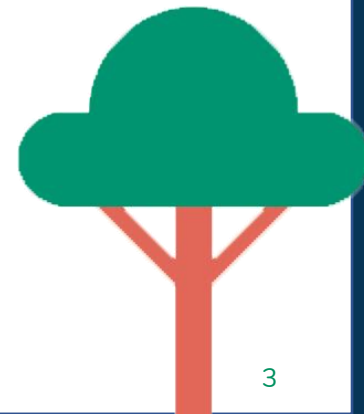
✓ **Sincérité**

On ne peut pas être éco responsable à 100 %

✓ **Transparence**

L'important c'est de montrer vos actions positives, mais aussi vos difficultés.

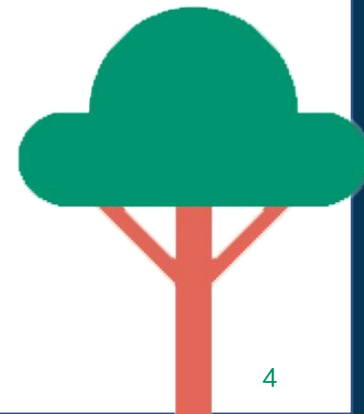
➤ Un wording au plus près de l'humain et de vos valeurs.



Une communication à impact positif

Co créer avec votre communauté engagée, il est important d'échanger avec eux.

- Maintien la proximité entre vous et vos clients.
 - Permet une implication en interne mais aussi de vos parties prenantes.
 - Répondre à des attentes non satisfaites sur des produits existants.
 - Mise en pratique de testing d'innovation.
-
- Envoi de questionnaire.
 - Jeux concours via les réseaux sociaux.

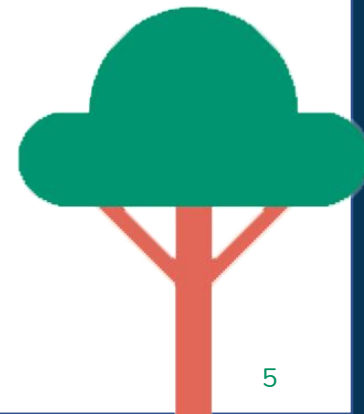


Une communication à impact positif

- Etre inclusif sur votre contenu et vos images
- Avoir une cohérence entre le texte engagé et le visuel.
- Mettre en avant des acteurs locaux.



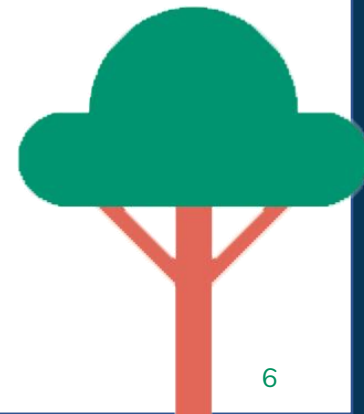
@Facebook @Bordeaux Tourisme



Une communication à impact positif

Lorsqu'on présente des exemples de publicités et de contenus, les consommateurs sont :

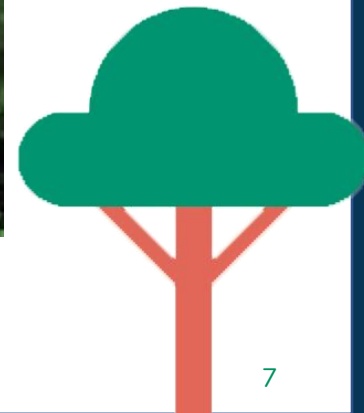
- Plus réceptifs aux contenus ayant un ton positif (+80 %)
- Plus favorables aux marques associées à des contenus positifs (+93 %).



Selon l'étude menée en août 2020 par IAS

Nudge marketing

- Le Nudge agit par l'influence et non pas par la contrainte.
- L'art d'inciter à la bonne décision
- Il laisse une grande liberté de choix aux clients ; Il fait partie des pratiques **marketing** " soft " et non agressives ; Il offre une expérience client agréable (satisfaction client).



Réseaux sociaux

- Je définis un objectif responsable pour mon post
- Donner des pistes d'actions.
- Les questions à se poser.



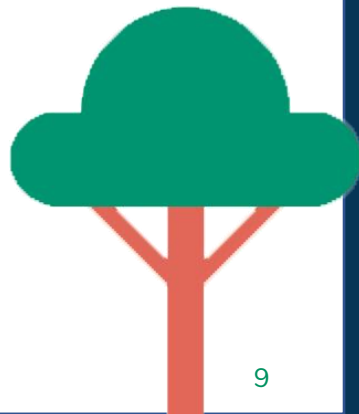
PODCAST

Un levier incontournable et qui permet de fidéliser son audience.

- En format 30 min
- En mode Netflix avec des saisons thématiques intégrant des épisodes capsules de 5min.
- Un podcast immersif dans un lieu, à la rencontre des locaux.

➤ **Matériel :**

- Micro vintage seconde main pour allonger la durée de vie.



PODCAST

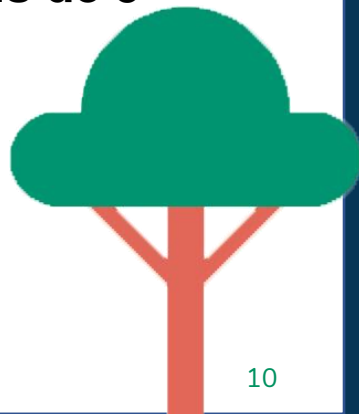
➤ Empreinte carbone du flux RSS.

Les plateformes d'écoutes qui récupère un lien rss font une mise à jours de ce flux / actualisation récurrente.

On estime que cela représenterait, à l'échelle mondiale, plus de 17 millions de tonnes de CO2 par an.

Ausha avec Deezer ont imaginé une API qui permet d'éliminer les mises à jour de flux inutiles.

- Ausha envoie l'information uniquement lorsqu'il y a une mise à jour à faire.
- Le résultat est sans appel : **On passe de 48 tonnes de carbone utilisées par an à moins de 5 tonne.**
- La mise à jour de vos podcasts sera encore plus rapide. 30 minutes en moyenne !



Vidéo à impact positif

Une vidéo native avec un contenu inspirant, authentique, humaine, sincère.

- Plus la qualité et la taille des images sont importantes et plus la bande passante mobilisée l'est aussi.

La production

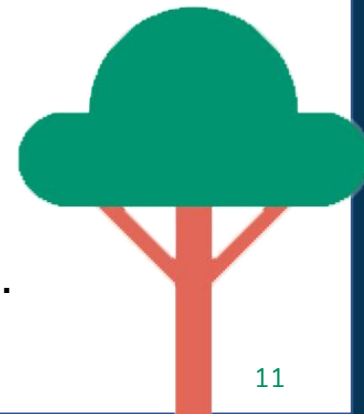
- Pas besoin de lumière artificielle.
- Le déplacement du vidéaste, intéressant de calculer son empreinte carbone (calculateur de l'ADEME).

Le matériel

- Il faut favoriser l'achat seconde main au lieu d'un matériel dernier cri / lentille vintage.

La diffusion

- L'enregistrement en 1080 et pas en 4K (3 fois moins de données stockées).
- Vidéo pour les réseaux sociaux et responsive résolution en 720 c'est très bien.
- YouTube, événements, séminaires, galas, visualisation sur grand écran on reste en 1080.



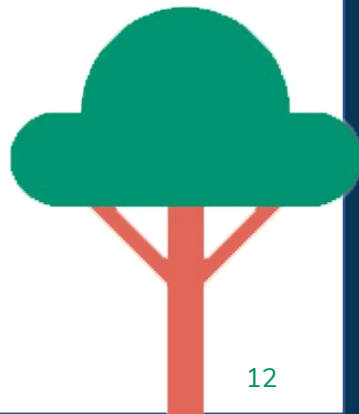
Print éco responsable

Imprimer sur Papier labélisé FSC pour les imprimantes

FSC recyclé

L'éco-label FSC a été créé en 1993 suite au Sommet de la Terre de Rio (juin 1992) par des entreprises de la filière bois (industries forestières, groupes de distribution), des acteurs sociaux (syndicats, communautés locales, organisations représentatives des peuples indigènes...), et des organisations écologistes (notamment le WWF).

L'éco-label « FSC recyclé » garantit que le papier est constitué à 100% de pâte recyclée « post-consommation ».



CYBERWORLD CLEAN UP DAY

Du 14 mars au 19 mars 2022

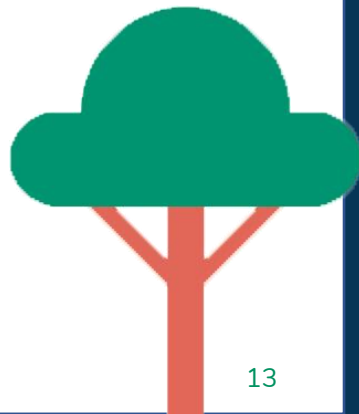
- Le Cyber WCUD c'est quoi ?
- Une journée de sensibilisation à l'empreinte environnementale du numérique par l'action.
- Supprimer les données stockées dans le Cloud, sur les serveurs de votre entreprise et sur vos équipements numériques
- Offrir une seconde vie à tous vos équipements numériques qui dorment dans les tiroirs.



Participer où organiser votre Cyber CleanUp

1 517 CyberCleanups

553 675 participants



Boite à outils impact positif

Moteur de recherche

Ecosia

- Surfer pour planter des arbres.
- Entreprise certifié B Corp.
- Transparence des rapports financiers.
- Transparence des associations avec focus sur les méthodes et lieux.

Lilo

- Moteur de recherche français et solidaire.
- Grâce à vos recherche cela permet de financer des projets solidaires.
- Transparence des projets.

Messagerie

- Treebal

Un outils qui vous permet d'échanger des messages type sms en interne de façon vertueuse.

