



**Workshops éco communication digitale
// 20 ET 21 JUIN 2019**

*RESTITUTION*

**Par le Club des entrepreneur.e.s écoresponsables de Gironde,
Une co-organisation des Entrepreneures Bienveillantes**

A l'Ecole du 7^{ème} Art, 32 rue Tastet à Bordeaux



Club
des EEG

Entrepreneures
bienveillantes

EMPOWERMENT - SORORITÉ - ÉCOLOGIE - ÉTHIQUE

**L'ÉCOLE DU
SEPTIÈME
ART**





SOMMAIRE

| | |
|---|----------------|
| <input type="checkbox"/> REMERCIEMENTS | page 3 |
| <input type="checkbox"/> INTRODUCTION | page 4 |
| <input type="checkbox"/> WORKSHOPS | page 5 |
| <input type="checkbox"/> MOTS CLES | page 6 |
| <input type="checkbox"/> ECO CONCEPTION WEB | page 7 |
| <input type="checkbox"/> STRATEGIE SOCIAL MEDIAS | page 8 |
| <input type="checkbox"/> COMMUNITY MANAGEMENT | page 10 |
| <input type="checkbox"/> BOITE A OUTILS | page 11 |
| <input type="checkbox"/> CONCLUSION | page 12 |
| <input type="checkbox"/> CAS D'ETUDE | page 13 |
| <input type="checkbox"/> GARDONS CONTACT | page 14 |



MERCI !

✓ Merci à **Céline Afonso-Tirel** et sa communauté des « Entrepreneures Bienveillantes » pour cette belle co-organisation.

✓ Merci à **David Inquel** de nous avoir ouvert les portes du 32 rue Tastet à Bordeaux, merveilleux espace de co-working privé qui accueille actuellement **l'Ecole du 7ème Art, Skilbill** et le blog **Plume et Caramel**.

✓ Merci à la Super Team du **Club des EEG** pour l'organisation, la restitution (Big Up pour **Laurence Hédoux** pour le travail de synthèse des fiches de restitution) et les petits déjeuners offerts.

✓ Merci aux nombreuses et nombreux participants qui ont répondu présents – en un temps record – et qui ont fait la richesse et la qualité des échanges.



INTRODUCTION

Les 20 et 21 juin derniers se sont tenus au 32 rue Tastet à Bordeaux, nos deux premiers workshops, en co-organisation avec Céline Afonso-Tirel qui a fondé la communauté des « Entrepreneures Bienveillantes » sur Facebook.

L'idée de ces workshops nous a semblé évidente. La pollution numérique est encore très méconnue actuellement, mais bien réelle, et surtout énormément impactante pour notre environnement.

Le digital est aujourd'hui nécessaire dans le monde entrepreneurial, et ce quelque soit la taille de l'entreprise. La présence sur Internet et les réseaux sociaux devient indispensable, il faut être vu, identifiable, reconnaissable, avoir sa marque de fabrique. Oui, mais tout ceci à un coup, un coup environnemental pas des moindres.

Il nous était donc impossible de ne pas nous pencher sur la question et essayer de trouver les clés d'une bonne pratique du numérique lorsque l'on est professionnel.le et que la communication digitale nous ait essentielle.



WORKSHOPS

Le déroulement de ces 2 workshops a été le suivant...

✓ Nous avons réfléchi par petits groupes de 3 à 6 participant.e.s autour de trois grands thèmes :

- Quelle modalisation pour créer un site éthique et respectueux de l'environnement ?**
- Comment définir la communication digitale écoresponsable ?**
- Comment concilier une présence digitale efficace avec un moindre impact environnemental ?**

✓ Le but de ce brainstorming étant d'arriver à une application pratique pour la stratégie Médias du Club des EEG, à savoir :

- **Quelle stratégie Médias écoresponsable adopter ?**
- **Sur quels Médias être présents ? Et pourquoi ?**
- **Quelle sera l'utilité et l'objectif du site web ? Et comment l'éco-concevoir ?**

✓ Enfin, nous avons souhaité par le biais de cette restitution écrite, vous donner les clés et pistes de réflexion, à vous, entrepreneur.e.s de tous horizons pour réussir cette transition digitale aussi utile qu'indispensable et ainsi faire passer le message autour de vous également.

MOTS-CLES

Le travail de groupe a commencé par un brainstorming d'une dizaine de minutes visant à faire ressortir les mots-clés des trois grands thèmes abordés, voici les principaux :

- # Vidéos (You Tube, Stories...)
- # Taille et poids des fichiers
- # Statistiques
- # performance des publications
- # Référencement
- # Extensions / Plug In
- # Cohérence
- # Applications
- # Business
- # Besoins
- # Hashtags
- # Échanges
- # Cahier des charges

- # Fréquence de publication
- # Stratégie éditoriale
- # Minimalisme
- # Thème (sites web /blogs)
- # Couleurs utilisées
- # Charte graphique
- # Slow Content
- # Surconsommation / Surinformation
- # Ligne éditoriale
- # Empreinte carbone
- # Hébergeur / Serveur
- # Wordpress
- # Images / Photos
- # Cible
- # Audience
- # Influence
- # communauté
- # Followers

- # Se différencier
- # Identité visuelle
- # Valeurs
- # Authenticité
- # Éthique
- # Sensibilisation
- # SMO / ERP / BOT / Programmation
- # Réseaux Sociaux
- # Community Manager
- # Sécurité
- # Utilisation des données
- # Fournisseur d'accès internet
- # Moteur de recherche
- # Algorithmes
- # Envoi de données (emails...)

ECO CONCEPTION WEB

Premier groupe de réflexion :

Quelle modalisation pour créer un site éthique et respectueux de l'environnement ?

Qui fait le site ? Comment ?

- ✓ Hébergeur éthique
- ✓ L'équipe de conception :
faire soi-même vs développeur pro ?
- ✓ Choisir le CMS
- ✓ Éviter les extensions
- ✓ Couleurs polluantes/ préférer des fonds sombres
- ✓ Thème de site minimaliste et léger
- ✓ Images compressées et optimisées
- ✓ Prévoir une pagination/ fil d'Ariane
- ✓ Définir un cahier des charges

Les Contenus...

- ✓ Limiter les vidéos
- ✓ Pertinence des images
- ✓ Nombre de pages et rubriques
- ✓ Rééditer et mettre à jour des articles

Echanges :

- ✓ Newsletter : pertinence et fréquence
- ✓ Compensation carbone

Écogestes :

- ✓ Archivage (supprimer un maximum de données inutiles)
- ✓ Limiter le stockage en ligne

STRATEGIE MEDIAS

Deuxième groupe de réflexion :
Comment définir une communication digitale
écoresponsable ?

1/ Le problème avec la communication digitale :

- Le stockage des données (Data Centers)
- La fabrication du matériel (PC, Smartphone etc...) nécessitant des métaux rares pour sa fabrication (gourmands en ressources et peu éthique dans le travail humain)

Notre mission :

- ✓ Réduire les volumes de stockage inutile
- ✓ Créer un flux intelligent
- ✓ Réduire les volumes d'échanges
- ✓ Base de données emailing : nettoyer sa mailing list sans attendre que les gens se désabonnent d'eux-mêmes et envoyer son emailing aux contacts qui ont ouverts notre email sur une période de X jours

2/ Slow content / Blogging

- ✓ Blog d'entreprise attention au duplicate content (éviter les redondances)
- ✓ Favoriser le conseil d'expert, avoir une vraie valeur ajoutée avec du sens : rédiger un article avec un vrai contenu et pas juste pour publier quelque chose
- ✓ Fréquence de publication : publier intelligemment peu importe la fréquence, on s'attache au contenu

STRATEGIE MEDIAS

Deuxième groupe de réflexion :
Comment définir une communication digitale
écoresponsable ?

3/ Stratégie éditoriale :

- ✓ Publication selon une cadence : ligne directrice / planning = donner rendez-vous à sa communauté
- ✓ Adapter la terminologie et le discours en fonction de sa cible
- ✓ Éveiller la curiosité, sensibiliser sans être donneur de leçon
- ✓ Se différencier de la communication greenwashing
- ✓ Communication épurée, minimaliste mais esthétique (les deux sont compatibles)

4 / Attitude à adopter vis-à-vis de sa communauté et ses clients :

- ✓ Rester bienveillant et patient sur la mise en place de ses démarches écoresponsables et sur les autres
- ✓ Être transparent sur les valeurs écoresponsables pour attirer les clients ayant les mêmes valeurs
- ✓ Baser sa communication sur la volonté de collaborer
- ✓ Trouver l'équilibre entre le slow content et une bonne visibilité
- ✓ Inspirer, sensibiliser, encourager ses clients à devenir plus écoresponsables
- ✓ Mettre en place des Give Back
- ✓ Compensation carbone (planter des arbres...)

COMMUNITY MANAGEMENT

Troisième groupe de réflexion :

Comment concilier une présence digitale efficace avec un moindre impact environnemental ?

Choix stratégie social média : Quelle(s) plateforme(s) ?

- ✓ Pub (ou pas) ?
- ✓ Pub = arrêt de la course aux followers / stop croissance

Quelle Cible ?

Attention génération Z full vidéo / les réseaux sociaux de demain ?

Quel contenu ?

- ✓ Créer un RDV avec son audience
- ✓ Cibler en fonction audience
- ✓ Contenu durable
- ✓ Slow content
- ✓ vidéo ? Youtube ? Story ? - Remplacement par podcasts quand c'est possible
- ✓ Utilité/cohérence

Quelle valeurs ?

- ✓ authenticité réelle = humain // valeurs pérennes
- ✓ Recentrer sur l'humain plutôt que le robot
- ✓ Sortir de sa bulle de l'algorithme
- ✓ inspirer sans discours moralisateur
- ✓ Sensibiliser les gens aux choses très simples / influence

Détox digitale pour éduquer sa communauté / ses clients

Stockage des données

- ✓ Les 4 R du zéro déchet
- ✓ Demander aux réseaux de supprimer les données

BOITE A OUTILS

Voici pêle-mêle quelques outils, références, sources d'information cités ces deux jours :

Tester l'éco conception de votre site : www.ecoindex.com

Certifier la qualité de votre site : Opquast

Hébergeurs éthiques :

Infomaniak (Suisse),

OVH (Français),

O2switch (Français)

Guide de référence :

écoconception web : les 115 bonnes pratiques – 3ème édition, par Frédéric Bordage et le Collectif GreenIT, Publié en avril 2019, éditions Eyrolles

Sites de référence et source d'informations sur la pollution numérique :

Collectif GreenIt (www.greenit.fr)

The Shift Project (www.theshiftproject.org)

ADEME (publication : la face cachée du numérique)

Adapter son image à sa cible en fonction de son degré d'engagement pour l'environnement: Dossier de Place To Be
Des images et des actes :

www.placetob.org/the-baseline/

Blog Experimentale éco conception :

www.monassoze.com



CONCLUSION

Nous sommes à une époque où nous n'avons d'autres choix que d'être présents sur la toile, que ce soit par le biais de sites internet ou de réseaux sociaux, si l'on veut une visibilité pour notre entreprise.

Ces deux jours de workshops ont été riche d'échanges, et ce qu'il en ressort avant tout c'est LA COHÉRENCE et bien sûr LE BON SENS, mais surtout se recentrer sur l'HUMAIN et cesser de vouloir plaire aux robots et autres algorithmes.

Il faut se poser en amont les bonnes questions à savoir si un site internet est vraiment nécessaire et si oui pourquoi et comment ? Dois-je être présent.e sur tous les réseaux sociaux, si non lesquels sont les plus pertinents pour m'adresser à MA cible ?

Toute entreprise a ses objectifs propres, sa clientèle, sa communauté etc... Ce qui est valable pour les unes, ne l'est pas nécessairement pour les autres.

Ce travail de restitution n'a pas vocation à ce vouloir être la bible de l'éco communication digitale, il est avant tout source de réflexion et de questionnements, qui a découlé d'un travail collectif et collaboratif (nous remercions une fois de plus les participant.e.s et leur implication durant ces 2 jours).



CAS D'ETUDE

Nous avons proposé aux participant.e.s de suivre les applications de leurs bons conseils et pistes de réflexion sur la communication digitale du Club des EEG. Nous ferons régulièrement des retours d'expérience et vous ferons part de nos succès, nos échecs et ajustements apportés.

Nous communiquerons dans les semaines qui viennent la stratégie Médias que nous aurons définie en fonction de notre cible ainsi que notre ligne éditoriale.

Cependant nous avons déjà commencé à appliquer certaines recommandations :

- ✓ Notre compte Instagram a été supprimé, car peu pertinent pour notre communauté,
- ✓ Nous conservons la fan page Facebook uniquement pour partager notre agenda d'évènements/thématiques mensuelles et présenter nos adhérents. Nous vous donnons rendez-vous tous les mardis et vendredis à 12h pour la publication de contenu, uniquement si nécessaire,
- ✓ Nous conservons pour l'instant notre compte Twitter,
- ✓ Nous allons créer un compte LinkedIn, indispensable pour notre cible professionnelle,
- ✓ Nous prévoyons une campagne de communication à la rentrée auprès de la presse locale et spécialisée, et une présence physique lors d'évènements grand public (festivals, salons spécialisés),
- ✓ Nous réalisons nous même notre site web en éco-conception (vous pouvez suivre les étapes sur le blog expérimentale de préparation : www.assozd.com).

GARDONS CONTACT

Vous pouvez nous contacter par Mail :

bureau.associationeeq@lilo.org

Et Nous Suivre sur :

  **@ClubdesEEG**

Retrouvez la communauté des Entrepreneures Bienveillantes sur
Le groupe fermé Facebook :

Entrepreneures bienveillantes - Sororité, éthique & écologie

Et sur Instagram :

 **@les.bienveillantes**