

COMMUNICATION DIGITALE RESPONSABLE

Objectifs pédagogiques

- Comprendre les concepts de numérique responsable
- Identifier les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux de la communication digitale responsable
- Cerner son rôle dans une démarche de communication digitale responsable
- Comprendre comment la sobriété éditoriale est un préalable pour une communication plus responsable
- S'approprier des clés d'action pour mettre en place une approche de communication digitale responsable par la sobriété éditoriale
- Savoir argumenter pour guider la transformation de la communication en interne

Compétences visées

- Mettre en œuvre une communication plus responsable
- Organiser sa production de contenus de manière efficace
- Piloter ses contenus en intégrant leur cycle de vie

Public visé

- Chargées de communication
- Responsables de sites internet et réseaux sociaux
- Webmasters éditoriaux
- Chargé(e) de communication
- Rédacteur/rédactrice
- Chargé(e) des projets digitaux
- Social média manager
- Directrice artistique

Pré-requis

Cette formation se positionne en complément d'une ligne éditoriale déjà posée.

Moyens pédagogique, techniques et d'encadrement

- Supports de cours numériques et fournis aux stagiaires
- Points d'expertise
- Approche participative : ateliers et auto évaluation
- Approche transverse : discussions

Matériel pédagogique

- Ordinateur avec accès à internet pour les participants en distanciel
- Slides de cours
- Ressources & outils:
 - Guide sobriété éditoriale
 - Référentiel sobriété éditoriale

Déroulement et contenu

Durée de la formation

1 jour, soit 7 heures (en distanciel ou en présentiel)

Introduction

I. Définition et enjeux du numérique responsable

1. Les impacts et enjeux du numérique responsable
2. La démarche de numérique responsable au sein de CA-GIP

II. Comprendre les enjeux de la communication digitale responsable

1. Les impacts de la communication digitale
 - Efficacité de la communication sur le web
 - Surcharge mentale
 - Incompréhension des messages diffusés

- Manque de transparence, etc.
- 2. L'entreprise responsable (identité, valeurs, raison d'être)
 - Identité, valeurs et raison d'être
 - Authenticité et transparence
 - Responsabilité sociétale et éthique
- 3. De la communication responsable à la communication digitale responsable
 - Périmètre de la communication digitale responsable
 - Les enjeux de communication digitale responsable

III. Construire une communication digitale plus responsable: la théorie

Les 4 phases clés de la démarche

1. La charte de communication digitale responsable
2. Former ses équipes
3. Implémenter la démarche au quotidien : la sobriété éditoriale
 - Comprendre la sobriété éditoriale (définition et bénéfices)
[Atelier 1 : Échanges sur les freins liés à la sobriété éditoriale](#)
 - Les 6 étapes pour une communication sobre et durable
4. Suivre et mesurer ses résultats

Synthèse du matin

IV. Construire une communication digitale plus responsable: la pratique

1. Forces et opportunités d'amélioration de votre communication digitale

[Atelier 2 : Dresser l'état des lieux de ses pratiques de communication responsable sur votre site intranet et votre LinkedIn aujourd'hui et dans 1 an.](#)

2. Les différents formats de contenu

- Les différents formats de contenus (texte, image, vidéos...)
- Savoir quels formats privilégier pour sa communication responsable
- Savoir optimiser ses contenus:
 - Compression des images (Canva, Adobe)
 - Compression de vidéos (Adobe)

- Redimensionnement d'images (Canva, Adobe)
- Compression de PDF (Adobe)

3. Rédiger en langage clair

- Principe et méthode
- [Atelier 3](#) : Atelier langage clair (textes avant-après)

4. Rendre ces contenus accessibles

- Principes
- Rédiger un post LinkedIn accessible

5. Piloter le cycle de vie des contenus

- Faire le tri et supprimer
- [Atelier 4](#) : Atelier 1ère action de suppression

Synthèse de l'après-midi