



WordCamp

Lyon

20
22

Faire du **marketing web** et **éthique**, c'est possible

Alex Carmona

20 min • Marketing

PLANNING



À retrouver en ligne :
<https://sollya.fr/wordcamp2022/>



< Alex Carmona >

Consultante en **webmarketing éthique**
pour les structures de l'ESS

Créatrice de formations en ligne

Créatrice de contenus

- Communication & marketing web depuis 2013
- Entrepreneurne éthique depuis 2017
- Formations en ligne depuis 2019

Aussi adepte de Slow business et Digital nomade



[@Alex_Carm0na](https://twitter.com/Alex_Carm0na)



[Alex Carmona – Sollya](https://www.youtube.com/channel/UC...)



[Alex Carmona](https://www.linkedin.com/in/Alex_Carmona)



www.sollya.fr

Spoiler Alert :

Je ne détiens pas la vérité absolue.

POURQUOI JE VOUS PARLE DE ÇA ?

Le méga impact 😇 **ou** 😈
du marketing et de la communication

+

Popularisation du web / des outils
de communication

=





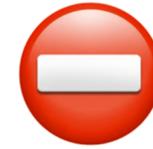
DE QUOI ON VA PARLER ?

- Le marketing, le webmarketing et la communication (éthique)
- Quelques limites
- Les solutions
- D'animaux mignons



DE QUOI ON VA PARLER ?

- Le marketing, le webmarketing et la communication (éthique)
- Quelques limites
- Les solutions
- D'animaux mignons

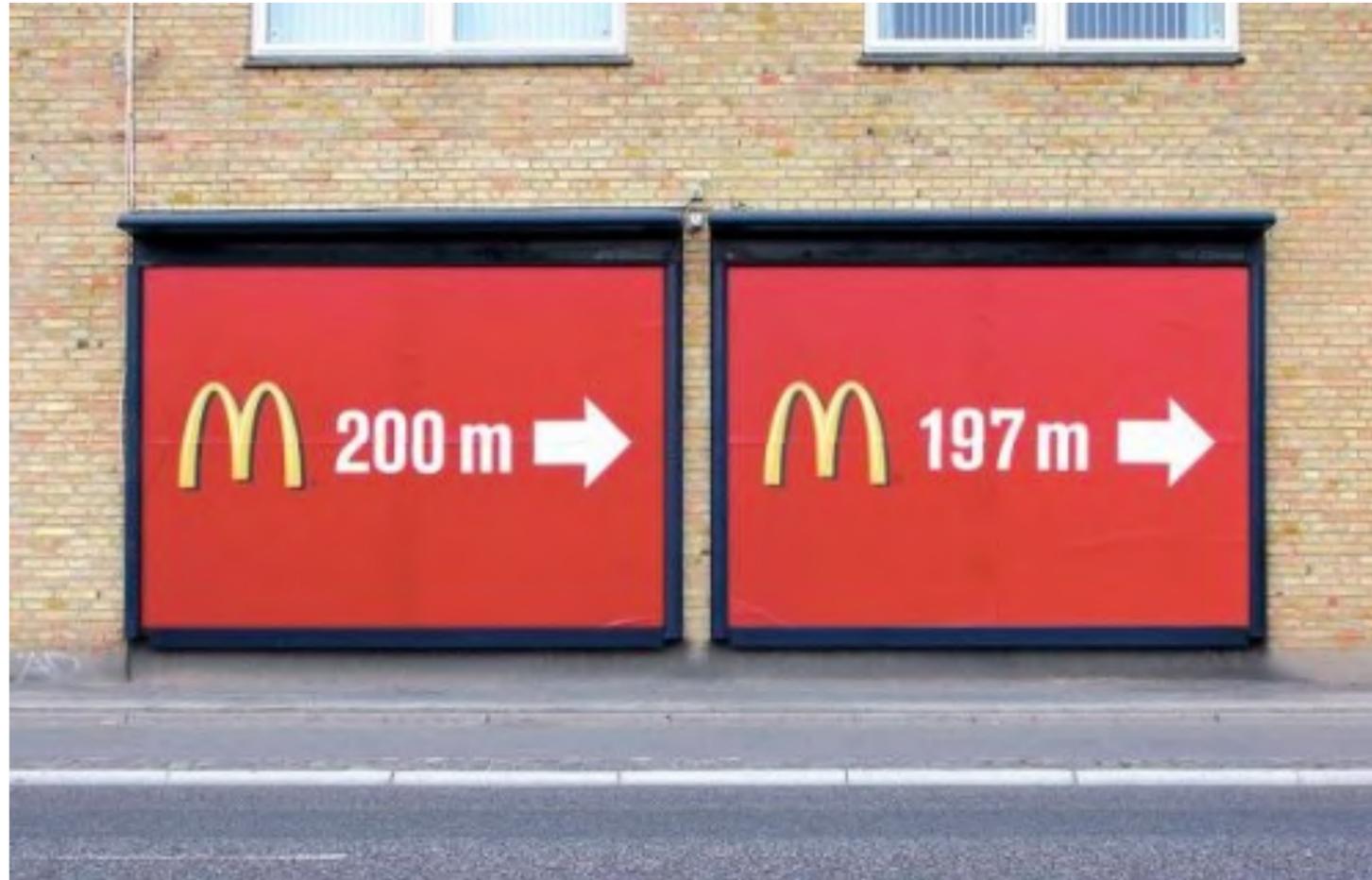


DE QUOI ON NE VA PAS PARLER ?

- L'Éthique et la Morale
- L'éthique professionnelle
- L'impact écologique du numérique
- Tuto renverser notre société capitaliste et patriarcale

**Le marketing est-il
le serviteur de Satan ?**

QU'EST-CE QUE LE MARKETING ?



www.worldscientific.com › [worldscibooks](#)

[Marketing Manipulation | World Scientific-Now Publishers ...](#)

Marketing Manipulation deals with the tactics and strategies used by marketers that prey on human cognitive, social and memory based biases ultimately ...

www.horsnormeetaccomplis.fr › [manipulation-marketin...](#) ▼

[Manipulation et marketing : les 4 techniques préférées des ...](#)

31 juil. 2017 - La frontière entre **marketing** et **manipulation** est floue. Ceci s'explique par le fait que marketeurs et webmarketeurs sont friands de **manipulation** ...

blog.salesmanago.com › [how-we-ar...](#) ▼ [Traduire cette page](#)

[How we are manipulated by marketers? The most common ...](#)

22 nov. 2018 - ... to call it "brainwashing"). What are the most common **manipulation** techniques used in advertising and **marketing**? See 5 examples below: ...

« Faire consommer plus, toujours plus ! »

QU'EST-CE QUE LE MARKETING ?

MARKETING
≠
COMMUNICATION
≠
PUBLICITÉ



QU'EST-CE QUE LE MARKETING ?

Le Marketing :

Mettre en avant le bon message, à la bonne personne.

(En dépensant le moins possible)



SIMPLON
.CO

Vous voulez... ▾ | Vous former à Simplon ▾ | Nous contacter |

Simplon, réseau de Fabriques numériques et inclusives

Notre offre de formation >

Simplon.co est un réseau de Fabriques solidaires et inclusives qui proposent des formations gratuites aux métiers techniques du numérique en France et à l'étranger

QU'EST-CE QUE LE WEBMARKETING ?

Réflexion pour trouver comment
amener le bon message
à la bonne personne

...

Sur le web.

(Aussi avec ou sans publicités.)



<https://www.lacuisineduweb.com> ▾ Traf/mo (us): -/0 - Kw (us): -/1

La Cuisine Du Web

L'aiguilleur et l'agitateur de l'écosystème numérique lyonnais. La **Cuisine Du Web** est une association indépendante créée en 2012., et forte d'un réseau de ...

MOZ DA: 38/100 (+3%) Ref Dom: 1.3K Ref Links: 13.02K Spam Score: 1% [Show backlinks](#)

Qui sommes-nous

La Cuisine Du Web est une association loi 1901 qui dispose ...

Jobs

DÉPOSER UNE ANNONCE ! Catégories. Chef de projet ...

Nos offres

Nos offres · Dans la lignée des évènements web « www2012 ...

Agenda

21/10/2022 octobre 2022. Sélectionnez une date ...

[Autres résultats sur lacuisineduweb.com »](#)

<https://fr-fr.facebook.com> > ... > La Cuisine du Web ▾ Traf/mo (us): -/49.10K - Kw (us): -/42.31K

La Cuisine du Web - Facebook

La **Cuisine du Web**, Lyon. 4 822 J'aime · 3 en parlent · 69 personnes étaient ici. La **Cuisine Du Web** est une association indépendante qui existe depuis...

★★★★★ Note : 5 · 4 votes

MOZ DA: 96/100 (+0%) Ref Dom: 165.48K Ref Links: 128.71M Spam Score: 1% [Show backlinks](#)



“LE MARKETING EST UN OUTIL NEUTRE :
BON OU MAUVAIS
SELON CE QU’ON EN FAIT !”

QU’EST-CE QUE LE (WEB) MARKETING ?



“LE MARKETING EST UN OUTIL NEUTRE :
BON OU MAUVAIS
SELON CE QU’ON EN FAIT !”

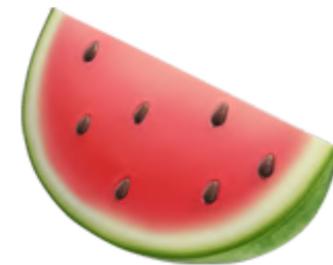
QU’EST-CE QUE LE (WEB) MARKETING ?

Inspirer, éduquer, sensibiliser,
faire évoluer les mentalités,
aider à développer de nouvelles
habitudes,...



“LE MARKETING EST UN OUTIL NEUTRE :
BON OU MAUVAIS
SELON CE QU’ON EN FAIT !”

QU’EST-CE QUE LE (WEB) MARKETING ?



Le pouvoir du marketing et de la com'

**LE POUVOIR DE LA COM' ET DU
MARKETING :**

**Faire changer
les mentalités**



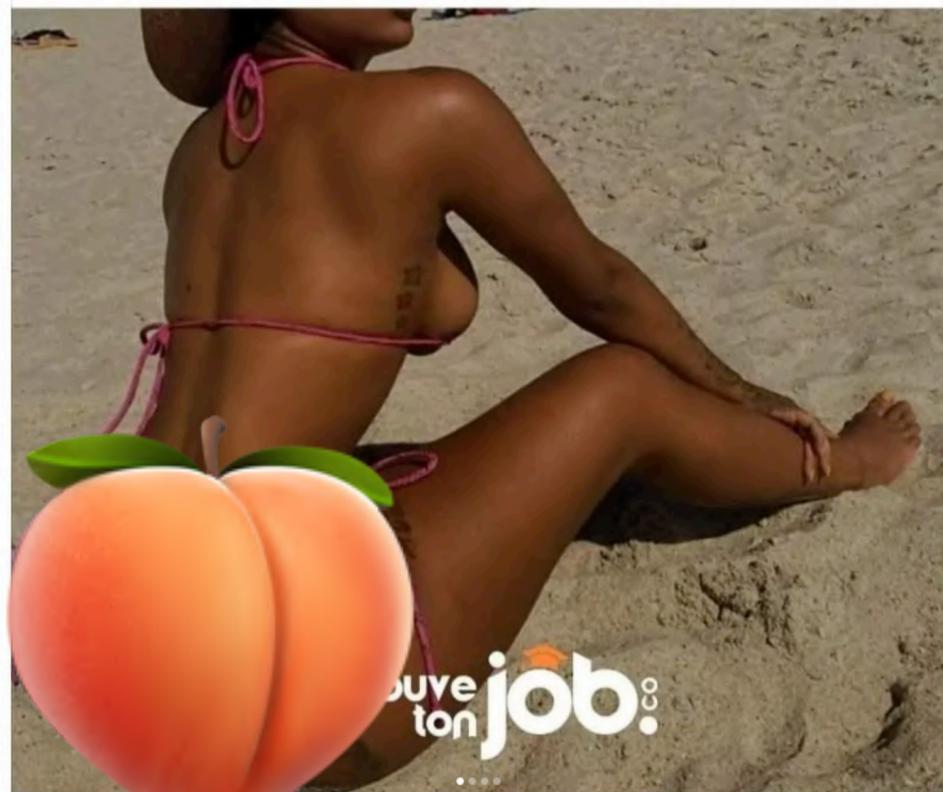
LE POUVOIR DE LA COM' ET DU MARKETING :

Pour le pire...



Votre CV doit taper dans l'œil du recruteur et le convaincre en très peu de temps...

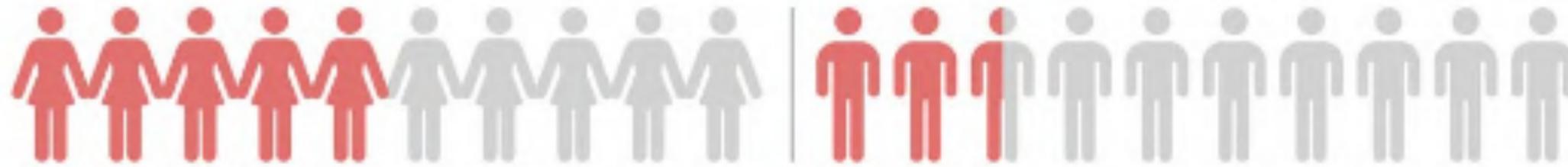
Votre CV doit attirer



TOUR
LITTER
IT'S THE **SMART**
THING TO DO



**BIN
YOUR
LITTER**
IT'S A **PRETTY**
QUICK THING TO DO



53% des femmes trouvent que les **publicités leur donnent des complexes**, contre seulement **25%** des hommes.

Facebook Knows Instagram Is Toxic for Teen Girls, Company Documents Show

Its own in-depth research shows a significant teen mental-health issue that Facebook plays down in public

The Male Gaze



> Le Male Gaze et ses impacts
([BD de Emma pour plus d'infos](#))



**YOU DO THE
GIRL BOSS
THING**

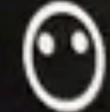
**WE'LL DO THE
SEO THING**

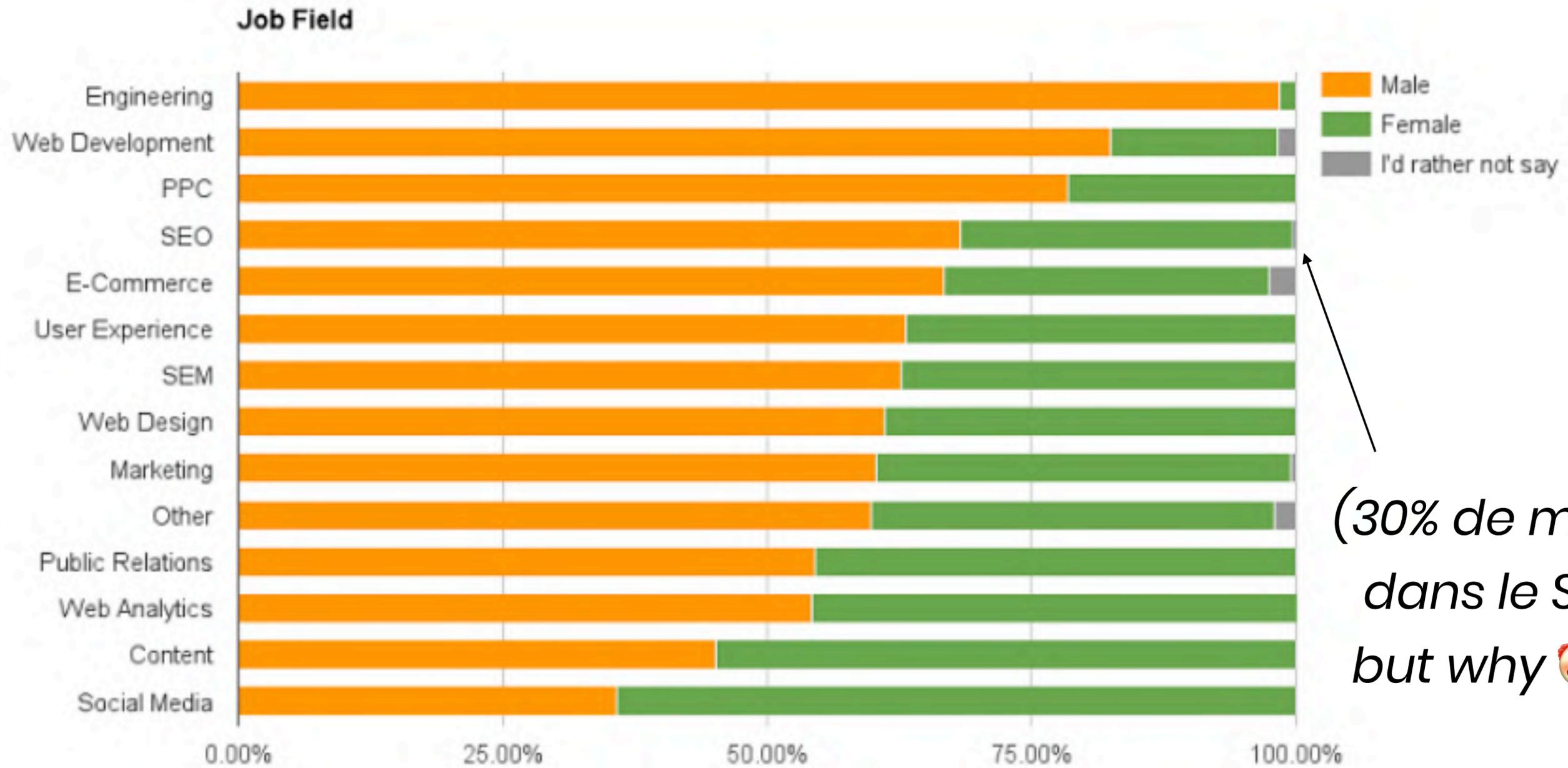
For your first hour free use code: **FREEHOUR**

Hire expert freelancers by the hour to help your business grow.

With everything from coding to video editing, it's easy to see why over 2 million people have trusted PeoplePerHour to help build their dream business.

You don't need full time, you need [PeoplePerHour.com](https://www.peopleperhour.com)

 **peopleperhour**
Live your work dream



(30% de meufs dans le SEO, but why 🤪?)

Image: Moz

For your first hour free use code: FREEHOUR



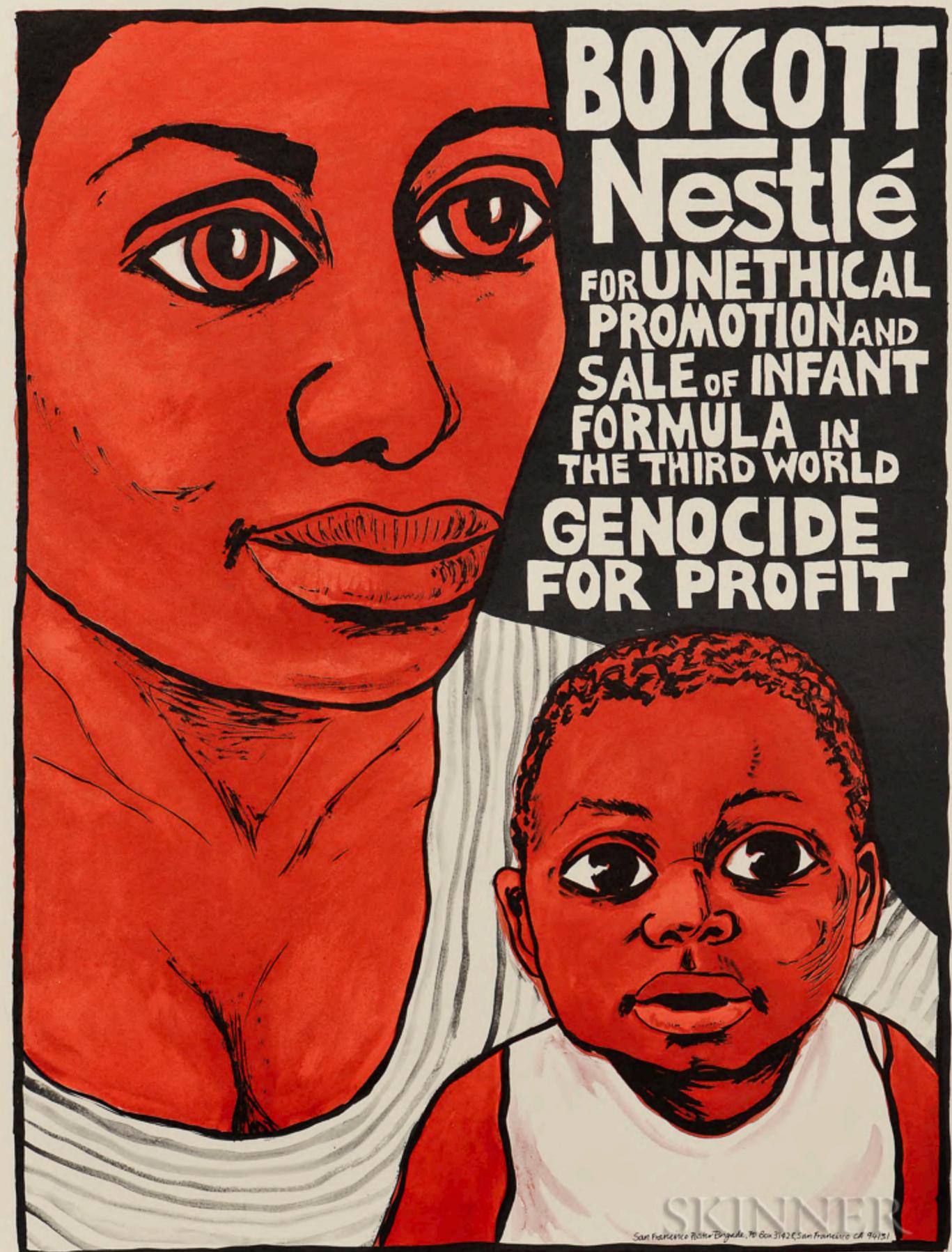
Profits are up...



...so is infant malnutrition

**BOYCOTT
NESTLÉ**

BOYCOTT TASTER'S CHOICE, Quik, Nescafé, Nestea, Decaf, Crunch, Soupline, and Lactogen; all Libby's and Stauffer's products; Cross and Blackwell; Kellier, Magg, McVities, Crawford, James Keller, & Son; also Don Park, Mountain Spring Water, Carlberg, and Swiss Knight Cheese.



**BOYCOTT
Nestlé**
FOR UNETHICAL
PROMOTION AND
SALE OF INFANT
FORMULA IN
THE THIRD WORLD
**GENOCIDE
FOR PROFIT**

SKINNER
San Francisco: Peter Dinklage, P.O. Box 3142, San Francisco, CA 94111

BOYCOTT TASTER'S CHOICE, Quik, Nescafé, Nestea, Decaf, Crunch, Soupline, and Lactogen; all Libby's and Stauffer's products; Cross and Blackwell; Kellier, Magg, McVities, Crawford, James Keller, & Son; also Don Park, Mountain Spring Water, Carlberg, and Swiss Knight Cheese.

LE POUVOIR DE LA COM' ET DU MARKETING :

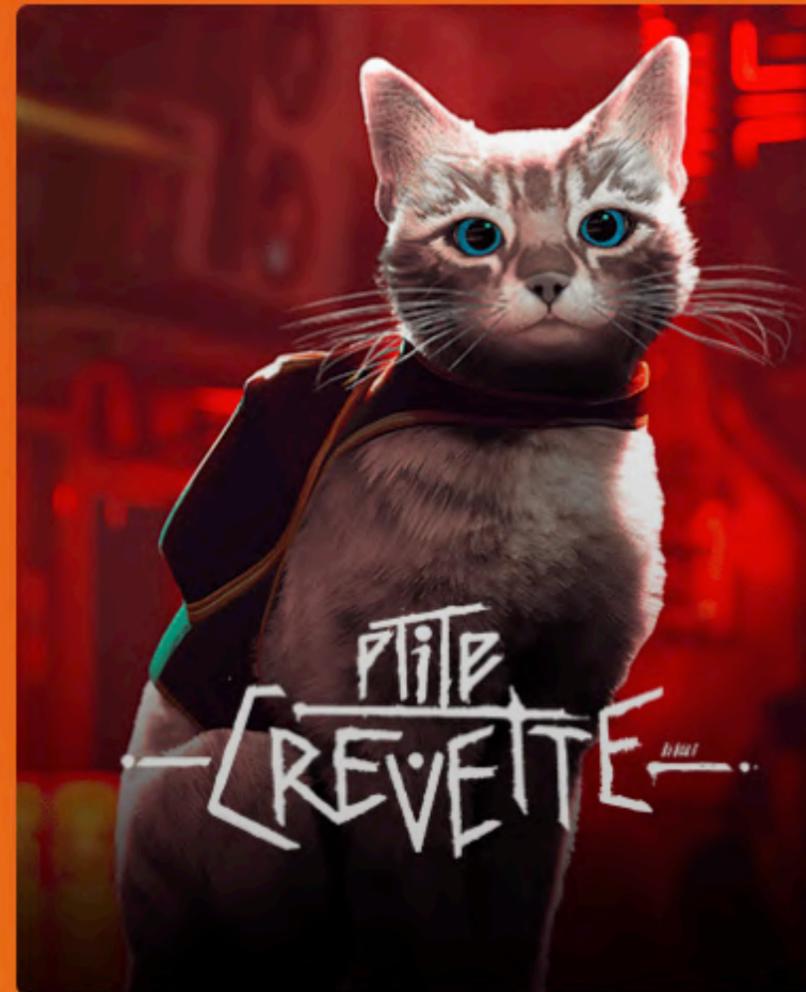
Pour le meilleur !



UNE P'TITE CREVETTE IMPLIQUE DE GRANDES RESPONSABILITÉS

À la fois joueuse et indépendante, P'tite Crevette a été retrouvée sur un site de chats errants où elle s'est forgée un caractère bien trempé. Noyée dans cet océan urbain, elle a dû y surmonter des défis tous plus relevés les uns que les autres : lutter pour garder son territoire, trouver quotidiennement de la nourriture, ou protéger ses chatons.

Télécharger ce mod





**LES BASKETS LES PLUS ÉCOLOGIQUES
SONT CELLES QUE VOUS PORTEZ DÉJÀ.**

PRENEZ-EN SOIN, NETTOYEZ-LES, RÉPAREZ-LES À LA CORDONNERIE VEJA.

THE MOST SUSTAINABLE SNEAKERS ARE THE ONES YOU ARE WEARING.
TAKE CARE OF THEM, CLEAN AND REPAIR THEM HERE.



**DON'T BUY
THIS JACKET**

patagonia[®]

REDUCE

WE make useful gear that lasts a long time
YOU don't buy what you don't need

REPAIR

WE help you repair your Patagonia gear
YOU pledge to fix what's broken

REUSE

WE help find a home for Patagonia gear
you no longer need
YOU sell or pass it on*

RECYCLE

WE will take back your Patagonia gear that
is worn out
YOU pledge to keep your stuff out of the
landfill and incinerator

REIMAGINE

TOGETHER we reimagine a world where we
take only what nature can replace



The first packaging that fights patriarchy



A book against tax discrimination

L'impact des mots et des images sur notre réalité :

[HTTPS://YOUTU.BE/RKK7WGAYP6K](https://youtu.be/RKK7WGAYP6K)



NOVEMBER2017

NEWORLEANSLOUISIANA

0:26 / 14:12



How language shapes the way we think | Lera Boroditsky

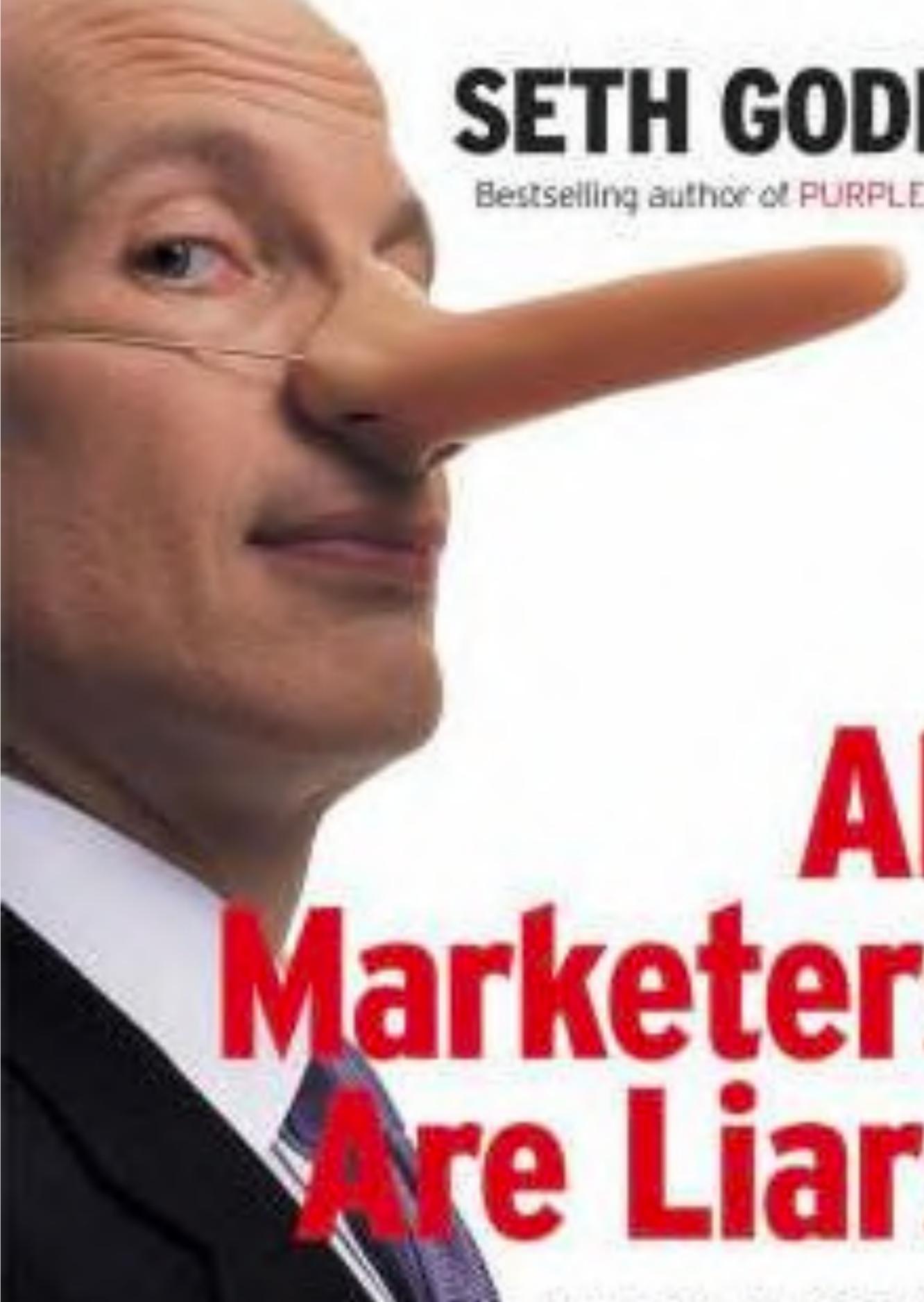
5,888,740 views • 2 May 2018

129K 2.4K SHARE SAVE ...



TOUT LE MONDE À SA PART DE ✨ RESPONSABILITÉS ✨

- On ne peut pas forcer une personne à faire ou à acheter quelque chose qu'elle ne veut pas (*en marketing*)



SETH GODIN

Bestselling author of *PURPLE COW*

**All
Marketers
Are Liars**

TOUT LE MONDE À SA PART DE ✨ RESPONSABILITÉS ✨

- On ne peut pas forcer une personne à faire ou à acheter quelque chose qu'elle ne veut pas (*en marketing*)
- « Je pense que le marketing est la force la plus puissante disponible pour les personnes qui veulent avoir un impact.
Et avec ce pouvoir, il y a des responsabilités. »

TOUT LE MONDE À SA PART DE ✨ RESPONSABILITÉS ✨



- On ne peut pas forcer une personne à faire ou à acheter quelque chose qu'elle ne veut pas (*en marketing*)
- « Je pense que le marketing est la force la plus puissante disponible pour les personnes qui veulent avoir un impact.
Et avec ce pouvoir, il y a des responsabilités. »

« Éthique et responsable ? »

QU'EST-CE QUE L'ÉTHIQUE ?

“Éthique”

=

En accord avec ses valeurs

QU'EST-CE QUE L'ÉTHIQUE ?

“Éthique”

=

En accord avec ses valeurs



éthique

nom féminin

1. Science de la morale.
2. Ensemble des conceptions morales de qqn, d'un milieu.
Éthique médicale.

Synonymes : morale

adjectif

1. Qui concerne la morale.
Des jugements éthiques.
2. Qui intègre des critères moraux dans son fonctionnement.
Le commerce éthique.



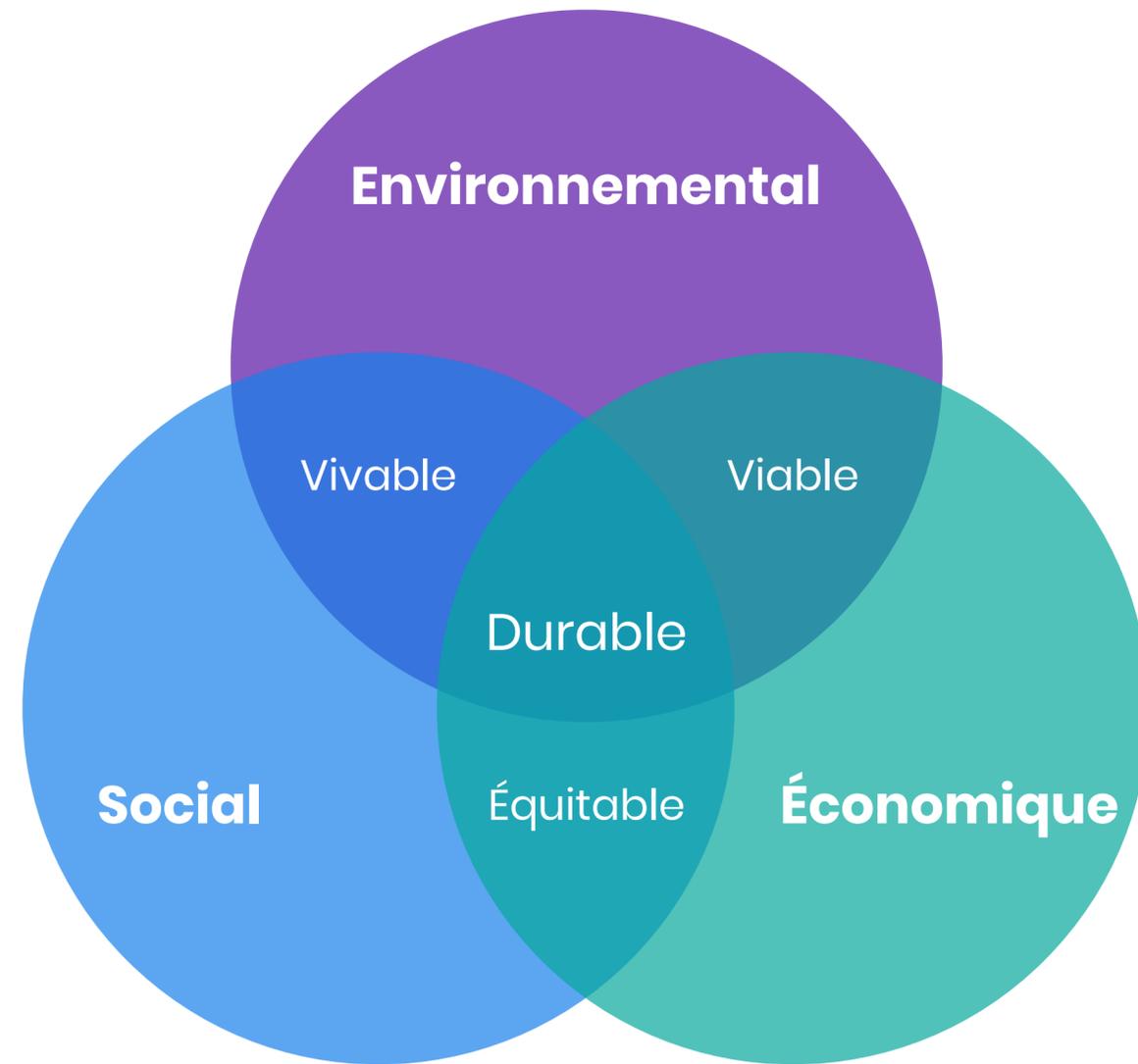
**Mon éthique
=
Ton éthique ?**



« Trop hâte de me faire tuer
avec éthique et de manière
responsable ! »

Mon éthique
≠
Ton éthique !

DES VALEURS COMMUNES :



Les 3 Piliers du Développement Durable



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

1 PAS DE PAUVRETÉ

2 FAIM «ZÉRO»

3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE

4 ÉDUCATION DE QUALITÉ

5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES

6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT

7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE

8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE

9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE

10 INÉGALITÉS RÉDUITES

11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

14 VIE AQUATIQUE

15 VIE TERRESTRE

16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES

17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS


OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

1 PAS DE PAUVRETÉ 	2 FAIM «ZÉRO» 	3 BONNE SANTÉ ET BIEN-ÊTRE 	4 ÉDUCATION DE QUALITÉ 	5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES 	6 EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT
7 ÉNERGIE PROPRE ET D'UN COÛT ABORDABLE 	8 TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE 	9 INDUSTRIE, INNOVATION ET INFRASTRUCTURE 	10 INÉGALITÉS RÉDUITES 	11 VILLES ET COMMUNAUTÉS DURABLES 	12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES
13 MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES 	14 VIE AQUATIQUE 	15 VIE TERRESTRE 	16 PAIX, JUSTICE ET INSTITUTIONS EFFICACES 	17 PARTENARIATS POUR LA RÉALISATION DES OBJECTIFS 	

(Sorry Guy 🙄)

MA VISION DU (WEB)MARKETING ÉTHIQUE

Ses valeurs personnelles / son éthique
(Un monde plus juste, inclusif et durable pour toutes)

+

Répondre aux ODD

+

**Aider une structure à impact positif
à se développer**

MA VISION DU (WEB)MARKETING ÉTHIQUE

Ses valeurs personnelles / son éthique
(Un monde plus juste, inclusif et durable pour toutes)

+

Répondre aux ODD

+

**Aider une structure à impact positif
à se développer**

=

Ma philosophie

SOLLIA

MA DÉFINITION DU (WEB)MARKETING ÉTHIQUE

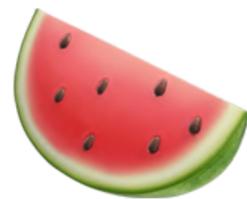
Le (web)marketing éthique,
c'est transmettre le bon message **en accord avec ses valeurs**,
à la bonne personne **qui y gagnera réellement quelque chose**,
et **de manière à avoir un impact positif**
(social, économique et environnemental).

Limite :

Tout le monde peut en faire ?

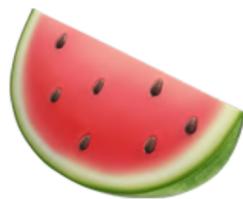
TOUT LE MONDE PEUT EN FAIRE ?

**Techniquement,
Oui.**



TOUT LE MONDE PEUT EN FAIRE ?

Techniquement,
Oui.



Louez une
AUDI A4
49€/JOUR

OUI,
**NOUS LOUONS
AUSSI AUX
FEMMES***

SIXT
location de voitures

LOUEZ MAINTENANT

*BIEN SUR, SIXT LOUE AUSSI AUX FEMMES, VOIRE DE PREFERENCE AUX FEMMES, ET ELLES ONT STATISTIQUEMENT 3,5 FOIS MOINS D'ACCIDENTS GRAVES QUE LES H

The advertisement features a woman in a black suit standing next to a white car with a damaged front end. Below this, a silver Audi A4 is shown. The text 'OUI, NOUS LOUONS AUSSI AUX FEMMES*' is prominently displayed in large, bold letters. A yellow call-to-action button says 'LOUEZ MAINTENANT'. The Sixt logo and a small disclaimer at the bottom are also visible.



**ON PEUT CHERCHER
DU PÉTROLE À DE TRÈS
GRANDES PROFONDEURS
SANS DÉRANGER
CEUX QUI Y HABITENT**

L'approvisionnement énergétique est un enjeu majeur pour l'avenir. Par ses innovations technologiques, Total explore des zones de plus en plus complexes : pionnier dans le golfe de Guinée avec le projet Girassol, plus grand champ pétrolier en mer profonde du monde, l'objectif est de descendre demain jusqu'à 6 000 mètres. Mais parce que même à de telles profondeurs nous ne sommes pas seuls, le respect et la préservation de la vie marine sont des préoccupations constantes pendant toute la durée des projets. www.total.com



Pour vous, notre énergie est inépuisable.

TOUT LE MONDE PEUT EN FAIRE ?

**Logiquement,
Non.**



« Le magazine des [...] véhicules écologiques »



LE MARKETING ÉTHIQUE, UN EFFET DE MODE ?

Oui.

LE MARKETING ÉTHIQUE, UN EFFET DE MODE ?

Chez les entreprises
(Washing)

Chez les pros
du marketing com'
(Freelances, agences)

LE MARKETING ÉTHIQUE, UN EFFET DE MODE ?

Chez les entreprises
(Washing)

Chez les pros
du marketing com'
(Freelances, agences)

= Un signe d'espoir ?

TOUT LE MONDE PEUT EN FAIRE ?

Il faut être

AUTHENTIQUE
ALIGNÉ·E AVEC SES VALEURS
COHÉRENT·E

De bout en bout

Et revoir sa raison d'être si besoin.

(Pas seulement pour faire plus de ventes, sinon c'est du washing)

Limite :
Les Washings

QU'EST-CE QUE LE WASHING (OU BLANCHIMENT) EN MARKETING ?

Mentir pour faire du profit :

L'entreprise cherche à se donner une image positive, qui est en décalage avec la réalité.

(soit directement avec des messages trompeurs, soit indirectement en faisant diversion)





New Mirai by Toyota : "Plus vous roulez, plus vous purifiez l'air"



Greenwashing



Purple washing



Purple washing

Why Women Workers Are Protesting Against H&M

Rainbow washing



Why Women Workers Are Protesting Against H&M

QU'EST-CE QUE LE WASHING ?

« Achetez mon produit,
on reverse une somme à une association ! »

=

Opération **publicitaire** 🚩

QU'EST-CE QUE LE WASHING ?

« Achetez mon produit,
on reverse une somme à une association ! »

=

Opération **publicitaire** 🚩

Est-ce que l'entreprise a amélioré son impact écologique ou social ? **Nope.**

QU'EST-CE QUE LE WASHING ?

« Achetez mon produit,
on reverse une somme à une association ! »

=

Opération **publicitaire** 🚩

Est-ce que l'entreprise a amélioré son impact écologique ou social ? **Nope.**

Est-ce que l'entreprise a amélioré ses pratiques / son secteur ? **Nope.**

QU'EST-CE QUE LE WASHING ?

« Achetez mon produit,
on reverse une somme à une association ! »

=

Opération **publicitaire** 🚩

Est-ce que l'entreprise a amélioré son impact écologique ou social ? **Nope.**

Est-ce que l'entreprise a amélioré ses pratiques / son secteur ? **Nope.**

Est-ce qu'elle a apporté de la valeur ajoutée à la clientèle ? **Nope.**

DÉCOUVRIR LE MONDE "FABULEUX" DU WASHING MARKETING :



Le Washing en Marketing 1/3 :
Définition & Exemples



10 Techniques trompeuses pour
faire du Washing en Marketing

*Dernière vidéo de la série incoming :
Solutions pour tous
contre les Washings*

RAPPEL :

Il faut être

AUTHENTIQUE
ALIGNÉ·E AVEC SES VALEURS
COHÉRENT·E

De bout en bout

Et revoir sa raison d'être si besoin.

(Pas seulement pour faire plus de ventes, sinon c'est du washing)

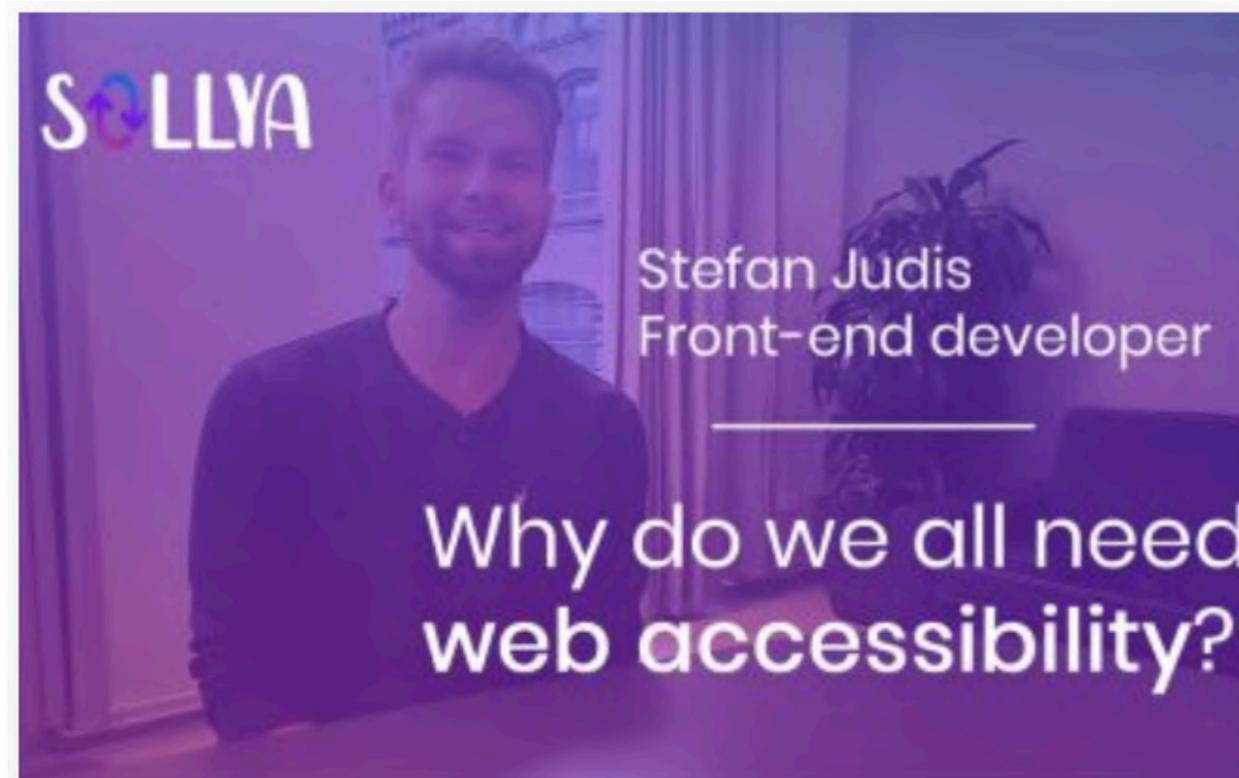
Limite :
La Perfection

The Good Place

Personne n'est parfait-e.

Exemple : Mon impact environnemental

Cette conférence
(en ligne, vidéo, trajet, mails, etc...)



Pourquoi a-t-on besoin de
l'accessibilité web ?

10 Fév 2020 | Éthique & Numérique

Exemple : Mon impact environnemental



.... Sur un site Divi en cours
de refonte depuis 2021 🙄

PERSONNE N'EST PARFAIT-E, SOLUTION :

Il n'y a pas de 100% éthique.

Il faut faire du mieux possible

pour répondre à ces enjeux, et

s'améliorer à chacune des étapes

...

PERSONNE N'EST PARFAIT·E, SOLUTION :

Être HONNÊTE et dans la TRANSPARENCE :

Partager et assumer ses + et ses -, donner des chiffres et des faits vérifiés et vérifiables, apporter des preuves, montrer les améliorations ET les choses qu'il reste à faire, ...

pliment de Cayenne
Agriculture Biologique

net : 50g Lot n°S1 DDM : 28/01/2021 Fabriqué le : 28/06/2020

Certifié par
FR-BIO-01
Agriculture
UE/non UE



LE MEILLEUR DÉCHET

**C'EST CELUI QU'ON NE PRODUIT PAS !
POUR NE PAS AVOIR BESOIN DE TRIER VOS
EMBALLAGES, ACHETEZ EN VRAC !
D'AILLEURS ON EXISTE AUSSI EN VRAC, OUI OUI.**

**SACHET PLASTIQUE PE
IL N'EXISTE PAS ENCORE
DE TECHNOLOGIE POUR
ME RECYCLER, DÉSOLÉ !**

**ME METTRE
DANS LA
POUBELLE
TOUT-VENANT**

Les limites de VEJA

VEJA est constamment en transformation, et nous sommes conscients qu'il existe de nombreuses limites au cœur même du projet.



Fabrication

Les oeillets ne contiennent pas de nickel mais sont en métal que nous n'avons pas sourcé.



Ligne de montage du modèle V-Lock
2018

© Charlotte Lapalus, Tauá



Ligne de montage

© Photo Cédric Amiot



Coton bio / agroécologie

**... Le marketing éthique,
c'est quand même possible !**

(Et indispensable)

Comment aller vers un marketing plus éthique ?
Quelques pistes de solution...

CHEZ SOI :

- Être **authentique et transparent·e**

(et rendre les sources facilement accessibles et compréhensibles)

CHEZ SOI :

- Être **authentique et transparent·e**
- Se poser et faire le point sur **son impact environnemental, social et financier *COMPLET***

(en prenant en compte tout le cycle de vie de la structure, des ressources internes, des partenaires externes, etc)

CHEZ SOI :

- Être **authentique et transparent·e**
- Se poser et faire le point sur **son impact environnemental, social et financier *COMPLET***
- Prendre le temps de revoir régulièrement sa stratégie pour s'améliorer

CHEZ SOI :

- Être **authentique et transparent·e**
- Se poser et faire le point sur **son impact environnemental, social et financier *COMPLET***
- Prendre le temps de revoir régulièrement sa stratégie pour s'améliorer
- **Bien choisir ses partenaires** et vérifier leurs engagements

CHEZ SOI :

- Être **authentique et transparent·e**
- Se poser et faire le point sur **son impact environnemental, social et financier *COMPLET***
- Prendre le temps de revoir régulièrement sa stratégie pour s'améliorer
- **Bien choisir ses partenaires** et vérifier leurs engagements
- Rémunérer et traiter correctement les équipes, prestataires, fournisseuses, etc.
- ...

AVEC LES AUTRES :

– L'inclusion de toustes : **INCLURE et REPRÉSENTER la vraie diversité**

Inclusion **RÉELLE dans son équipe interne**, diversité à des hauts postes de direction

Inclusion dans sa com' **dans le langage, les visuels, les exemples, le storytelling, ...**

Exemple : Ne pas renforcer des stéréotypes, penser à mettre en avant des personnes sous-représentées, gare à l'ethnocentrisme & male-gaze : ne pas penser que votre culture est "la culture" de référence, etc...

AVEC LES AUTRES :

- L'inclusion de toustes : **INCLURE et REPRÉSENTER la vraie diversité**
- **Vérifier** et re-re-re-vérifier votre offre / votre message

“Est-ce que je m'adresse aux bonnes personnes ? À TOUTES les bonnes personnes, sans stéréotypes ou généralités ?”

Pro-tip gratuit : ✨ Demandez l'avis aux personnes concernées ! ✨

AVEC LES AUTRES :

- L'inclusion de toustes : **INCLURE et REPRÉSENTER la vraie diversité**
- **Vérifier** et re-re-re-vérifier votre offre / votre message
- Rendre ses supports **accessibles** à toutes et tous

Exemple : Contraste des couleurs suffisant, police sans empattements, police de 14-16 pt minimum, description des images (et pas que tes mots-clefs SEO),...

AVEC LES AUTRES :

- L'inclusion de toustes : **INCLURE et REPRÉSENTER la vraie diversité**
- **Vérifier** et re-re-re-vérifier votre offre / votre message
- Rendre ses supports **accessibles** à toutes et tous
- ...

DANS SA COM' :

- Ne pas pousser à la sur-consommation, promouvoir des valeurs importantes

(Et pourquoi pas au service de l'intérêt général ?)

DANS SA COM' :

- Ne pas pousser à la sur-consommation, promouvoir des valeurs importantes
- Être dans la conversation, dans le **respect** de l'autre

(RGPD et Inbound marketing  VS Outbound et vieux scrapeurs de LinkedIn )

DANS SA COM' :

- Ne pas pousser à la sur-consommation, promouvoir des valeurs importantes
- Être dans la conversation, dans le **respect** de l'autre
- **Minimalisme et sobriété :**
 - Apporter de la **vraie valeur ajoutée** aux personnes
 - Communiquer **Moins et Mieux** (Slow communication x Inbound Marketing)
 - **Sobriété et Éco-conception** des supports & contenus de communication

Quelle valeur ajoutée ? Si aucune, **pourquoi le faire** ?

DANS SA COM' :

- Ne pas pousser à la sur-consommation, promouvoir des valeurs importantes
- Être dans la conversation, dans le **respect** de l'autre
- **Minimalisme et sobriété :**
 - Apporter de la **vraie valeur ajoutée** aux personnes
 - Communiquer **Moins et Mieux** (Slow communication x Inbound Marketing)
 - **Sobriété et Éco-conception** des supports & contenus de communication

Exemple : Design, choix des outils, optimisations, fonctionnalités utiles, matières premières, électricité et hébergement web,...

DANS SA COM' :

- Ne pas pousser à la sur-consommation, promouvoir des valeurs importantes
- Être dans la conversation, dans le **respect** de l'autre
- **Minimalisme et sobriété :**
 - Apporter de la **vraie valeur ajoutée** aux personnes
 - Communiquer **Moins et Mieux** (Slow communication x Inbound Marketing)
 - **Sobriété et Éco-conception** des supports & contenus de communication
- ...



IL EST TEMPS D'AGIR.

Tout le monde à son rôle à jouer (petit·es et grand·es, pros et publics,...)
pour rendre notre monde plus juste et durable pour toutes.

Pour les consommatrices :

**ÊTRE SENSIBILISÉ-ES
ET FAIRE REMARQUER
BOYCOTTER CE QUI
N'EST PAS JUSTE / NORMAL**

dans le marketing qui nous entoure

Pour les pros qui communiquent :

**ÊTRE RESPONSABLE,
FAIRE ATTENTION
À CE QU'ON TRANSMET,
sensibiliser son public
et AMÉLIORER SON SECTEUR**

... Une réflexion constante !

À chaque étape, se demander :
“Comment est-ce que je peux faire **bien** et
Comment est-ce que je peux faire **mieux** ?”



Merci à toutes et à tous

Des questions ?

WordCamp

Lyon

20
22

PLANNING

