

Authentis

DEX :

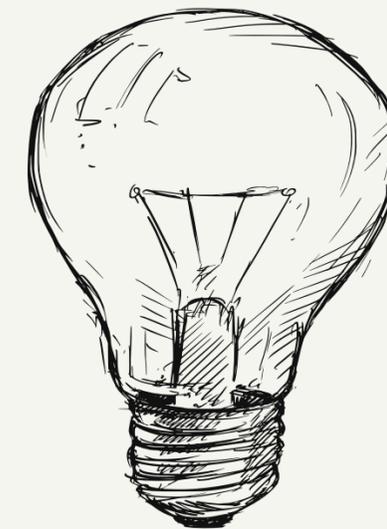


COMMUNICATION RESPONSABLE



Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme et des Loisirs

UN WEB QUAL EN 2 TEMPS



LES EVOLUTIONS / MODIFICATIONS



REPUBLIC FRANÇAISE

TAUX DE CONFORMITÉ A OBTENIR



QUALITE

85% MIN

Critères rattrapables

100%

Critères non-rattrapables



ECORESPONSABLE

60% MIN *

* **EN PRIMOLABELLISATION ET APRÈS 80 %**
UNIQUEMENT DES CRITERES RATTRAPABLES
SU CE PILIER

LES TAUX DE CONFORMITÉ « QUALITÉ » ET « ECO-RESPONSABLE »
NE SE COMPENSENT PAS

LES CRITERES DE “ex” AUDIT COMPLET

TOUS MAINTENUS ET
AUDITES

REVUE DOCUMENTAIRE
COMPLETE



COMMUNICATION RESPONSABLE



FR RÉPUBLIQUE FRANÇAISE



LE MESSAGE DE
CETTE CAMPAGNE
EST-IL
RESPONSABLE ?

NON

JCDecaux

**5 FOIS
PLUS
ÉCOLO
QU'UN
VÉLO**

5 passagers.
100% électrique.

30 minutes offertes
pour tout téléchargement*

moov'n
paris

L'APPLI QUI LIBÈRE PARIS

Retrouvez-nous sur Monoprix.fr

The advertisement is a vertical poster with a light blue background. At the top, the JCDecaux logo is visible. The main headline is in large, bold, black letters. Below it, smaller text describes the service's capacity and power source. At the bottom, there is information about a free trial, the app name, and a website reference.

LE MESSAGE DE
CETTE CAMPAGNE
EST-IL
RESPONSABLE ?

NON



Je ne pensais pas pouvoir faire bouger les lignes.

Mais j'avais tort. Je fais partie de l'équipe de développement durable et quand on a une idée pour améliorer les choses on a la satisfaction d'être écoutés et de voir certaines idées se réaliser. Par exemple, avec mon équipe nous avons fait adopter l'éco-pâturage sur plusieurs entrepôts en France.

Toufik, Responsable développement durable

LE MESSAGE DE
CETTE CAMPAGNE
EST-IL
RESPONSABLE ?

OUI



LE LOT
LE SPOT OÙ
ON APPRÉCIE ENFIN
SES VOISINS

© 2011 le Jérôme Morel

OH MY LOT!

*Ici on est bien, ici on vit bien.
Toutes les raisons de s'installer
dans le Lot sur :*

www.choisirlelot.fr

VALLÉES
LOT
& DORDOGNE
OCCITANIE

QU'Est-ce QUE LA COMMUNICATION RESPONSABLE

SUR LE FOND

- S'appuie sur des réalités tangibles (preuves)
- Est soucieuse des impacts environnementaux et sociétaux de ses messages et supports
- S'efforce de garantir l'écoute et le respect des parties prenantes, tout en visant à atteindre ses objectifs avec efficacité
- Propose des engagements réels et utiles, en cohérence avec ses valeurs et son business



QU'Est-ce QUE LA COMMUNICATION RESPONSABLE

SUR LA FORME

- Ne montre pas de comportements contraires à la transition écologique
- Témoigne de la diversité culturelle
- Lutte contre les stéréotypes et les biais cognitifs



Communication numérique : Optimiser les usages et les supports (184-191)

184 - Au moins un appareil multifonction existe (imprimante, scan, copieur, etc) ou flexibles (tablette / PC) afin **d'éviter** les achats inutiles



Photo /
contrat/
visuel

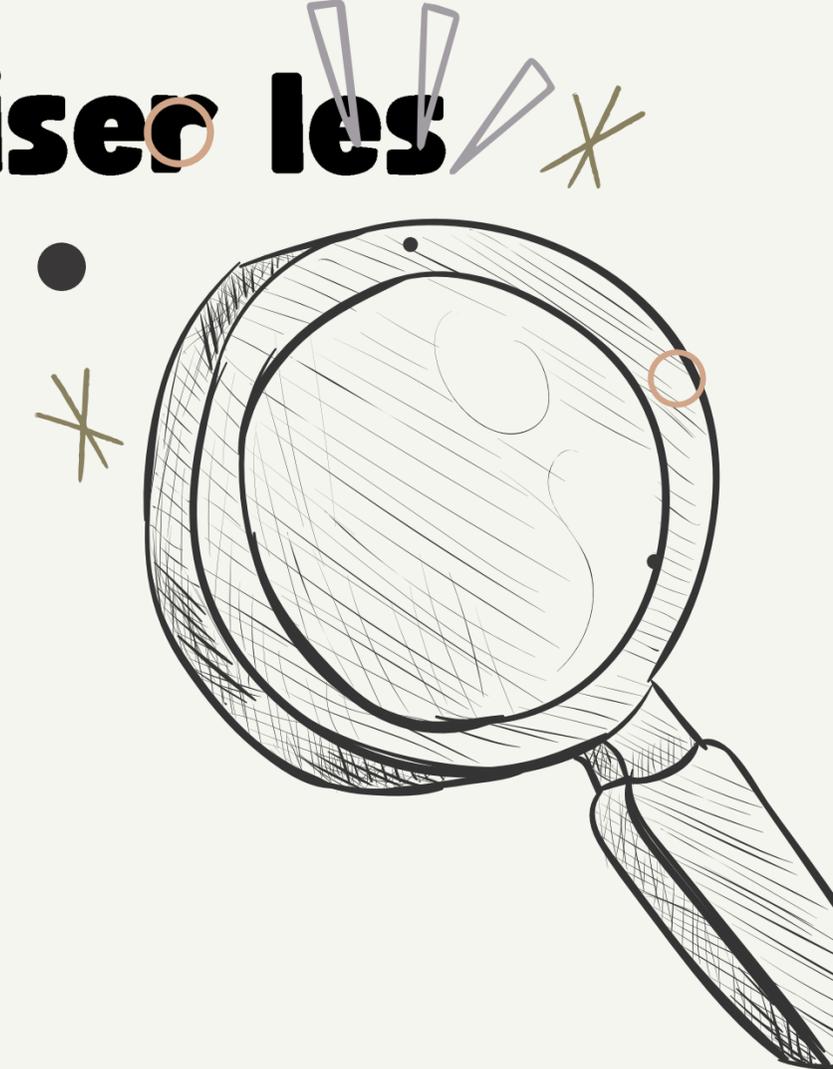


185 - **L'établissement** veille **à** prolonger le plus possible la **durée** de vie des appareils et **à** ne pas les remplacer trop vite par des neufs, ou **achète** du **matériel reconditionné**.



Politique /
procedure
achats ou
Factures

Communication numérique : Optimiser les usages et les supports (184-191)



186 - Pour les usages internes, la connexion internet filaire est **privilegiée** lorsque c'est possible, **plutôt** que **l'utilisation** du wifi, ou du **réseau** mobile plus **énergivore**.



Visuel -
Attestation

187 - BONUS - Pour les **équipements informatiques** ou **numériques**, **l'établissement privilegie** les **matériels** porteurs **d'un éco-label** : Ecolabel **Européen**, TCO, EPEAT, etc.

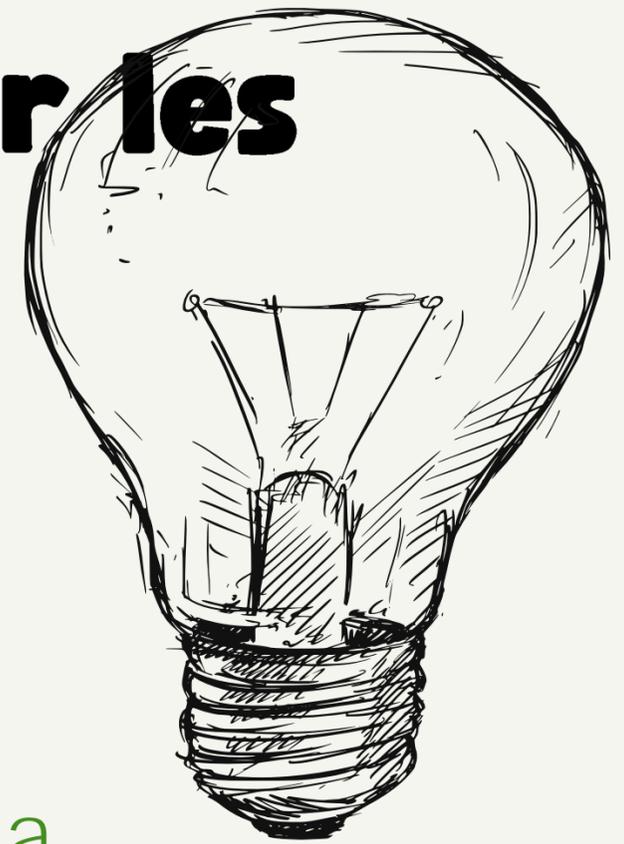


Factures /
étiquettes

~~ENERGY
STAR~~



Communication numérique : Optimiser les usages et les supports (184-191)



188 - **L'OT met en place des** pratiques de communication responsable.



- **Principes d'édition** (interne / externe)
- Gestion des datas (data Day)
- Utilisation du Web (filesvert / **écosia**)
- Diffusion de contenus responsables
- ...

Communication numérique : Optimiser les usages et les supports (184-191)



189 - Le site internet de **l'établissement obéit** aux principes de **sobriété numérique** par des visuels **optimisés** : poids des photos **réduit**, **vidéos** courtes, fichiers **compressés**, etc



Liste des règles et actions menées

<https://ecoconception.lunaweb.fr/audit-rapide/>

190 - **L'établissement** pratique la **dématérialisation** dans son fonctionnement administratif et RH (feuilles de paie, devis, bons de commande, factures, contrats, etc).



Coffre fort / Chorus

191 - **L'établissement privilégie** les supports **d'informations numériques (écran, QR code, etc) plutôt qu'imprimés**



Visuel - **Stratégie de communication**





RDV EN 2025 POUR **LES “NEW” WEB’QUAL**

Destination
Occitanie
Comité Régional du Tourisme et des Loisirs