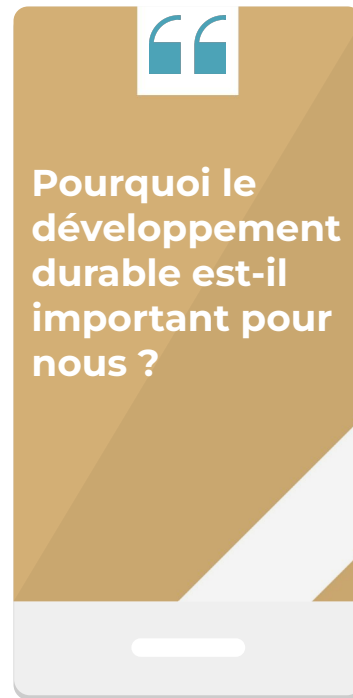
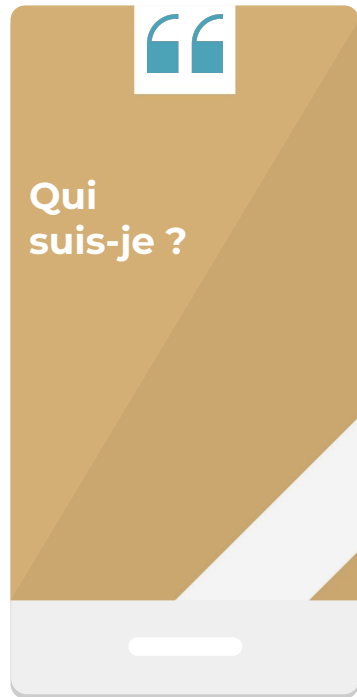


A photograph of a traditional Japanese garden path. The path is made of irregular grey stones set in a concrete border. It is flanked by green bamboo railings supported by dark wooden posts. The ground is covered in lush green moss, and there are several young trees and shrubs in the background.

**COMMENT ADOPTER  
UNE STRATÉGIE  
D'ÉCO -  
COMMUNICATION ?**





**Guénola Saupin**

Directrice Associée  
Cojecom

“*Nous n'héritons pas de la terre de nos parents, nous l'empruntons à nos enfants.*”

*Antoine de Saint-Exupéry*



## COJECOM

Agence de communication digitale

Notre métier est de **créer un lien fort entre les internautes et les marques** afin d'aider celle-ci à bâtir une croissance durable.

Notre savoir-faire est de nous appuyer sur le potentiel offert par les outils digitaux pour construire des stratégies d'**ultra-personnalisation**.



C'est **important pour nous** parce que :

- Cela fait partie de notre ADN et que nous avons commencé à nous engager dans une **démarche autour de la norme ISO 26000**.
- C'est devenu un **enjeu central pour nos clients** aussi bien pour attirer les meilleurs talents que pour répondre aux attentes de leur marché respectif, des consommateurs/internautes.
- Nous sommes convaincus que **seules les entreprises durables pourront subsister** dans un proche avenir.



Pourquoi le développement durable est-il important pour la publicité digitale ?

Parce que **c'est très compliqué** et que nous **sommes au cœur des contradictions de nos sociétés** et les relayons par l'intermédiaire des projets de communication que nous accompagnons.



Ce que **je vous propose** :

- **Vous faire vivre des “dissensus fécond”** (désaccords constructifs ) auxquels nous sommes confrontés quand nous travaillons sur ce sujet d' éco-conception de stratégies de communication et que nous abordons la question du développement durable avec nos clients.

Ce que **je ne vous propose pas** :

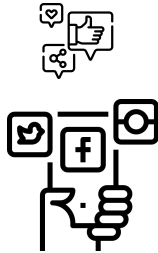
- De vous donner des recettes miracles ou **de vous dire ce qu'il faut faire** ou ne pas faire.

*Mais nous vous donnerons tout de même quelques conseils.*

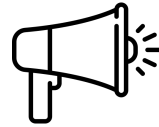
Pour débiter, nous avons l'habitude de commencer nos présentations et de **structurer notre accompagnement autour de 4 piliers**, autant de champs d'actions **qui déterminent la performance** des stratégies que nous proposons.



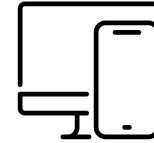
**Faire  
un ciblage pertinent**



**Choisir  
les bonnes plateformes  
et bons outils digitaux**



**Proposer  
des messages impactants**



**Construire un  
écosystème digital  
qui convertit**



# ISO 26000

Pour nous aider, nous vous proposons un rappel des 7 piliers de la norme de référence pour les démarches en matière sociétale et environnementale.



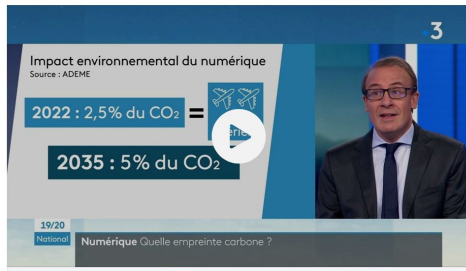
**Let's start with a quiz !**

Explication de l'Authority Score Semrush



### Environnement : la pollution numérique en chiffres

Publié le 19/01/2022 23:08 Mis à jour le 19/01/2022 23:08



# Quel développeur choisir pour son site web ?



slido



Un hacker russe,  
génie du code

Un freelance sur  
wordpress  
passionné  
permaculture  
dans le Jura



# Eco-concevoir un site web, c'est avoir un site performant

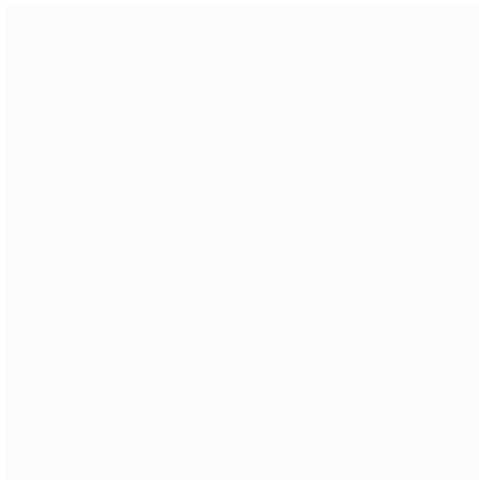
Un site web :

- ✓ Simple (répond aux besoins essentiels des utilisateurs)
- ✓ Rapide (léger, pages qui se chargent rapidement)
- ✓ Econome en énergie (en ressources depuis sa création jusqu'à sa conception)
- ✓ Orienté utilisateur (expérience de navigation simplifiée et améliorée)
- ✓ SEO friendly (rapidité de chargement des pages selon les critères des moteurs de recherche)



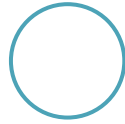
# Quel avenir pour la publicité ?

Volonté de la convention Citoyenne pour le climat : **Réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation**

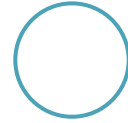


1. **Interdire** de manière efficace et opérante la **publicité des produits les plus émetteurs de GES**, sur tous les supports publicitaires
2. **Réguler la publicité** pour limiter fortement les incitations quotidiennes et non-choisies à la consommation.
3. Mettre en place des **mentions pour inciter à moins consommer**

# Quel est votre avis sur la publicité ?



**Il est impératif  
d'imposer des  
régulations  
publiques.**



**Il faut sensibiliser  
les annonceurs  
avec un code de  
bonne pratiques**



**slido**



- ☑ Une publicité loyale, honnête et véridique
- ☑ Respecter le confort d'utilisation du public sur les médias digitaux (poids, dimension, son...)
- ☑ De bonnes pratiques sociétales comme la protection des enfants / adolescents, le respect de la personne et de son image, les recommandations du développement durable...



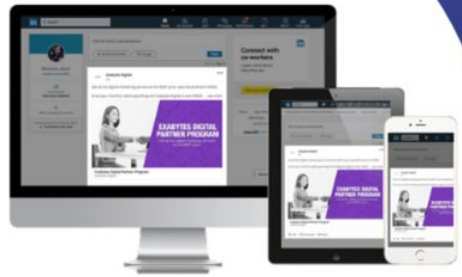


## LES 6 AVANTAGES DE GOOGLE MY BUSINESS



facebook Ads    Google Adwords

# LE COUPLE GAGNANT



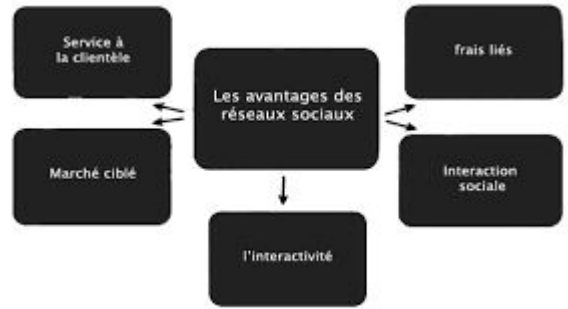
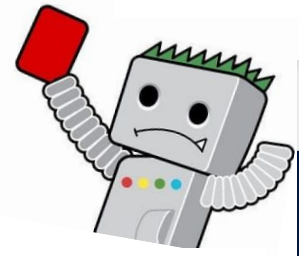
## LINKEDIN ADS

VOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES B2B

LinkedIn ads



Pénalité  
Google



Google AdWords

**+**

Générer immédiatement du trafic de qualité bien ciblé

Possibilité de « split-tests »

Réaliser un nombre de landing pages illimité

Retargeting : suivi des internautes par les cookies

**-**

**PAYANT**

Vous êtes en fête que le temps que vous continuez à payer

Requiert des connaissances dans le domaine

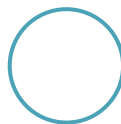
Favorise les marchés de niche où la concurrence est faible

Peut ne pas convenir à votre stratégie marketing

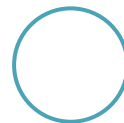
Si nous sommes dans une démarche RSE, peut-on communiquer sur toutes les plateformes ?



slido



OUI



NON



## Le DSA (Digital Services Act) pour ...

- Encadrer les activités des plateformes en ligne : médias sociaux, market places, plateformes de partage de contenus, les GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft)...
- Responsabiliser les plateformes en ligne, mieux protéger les internautes européens et leurs droits (liberté d'expression, protection des consommateurs...) et lutter contre la manipulation de l'information ou la désinformation...





**Les cookies sont des fragments de données utilisateur stockés qui servent à améliorer l'expérience de navigation.**

**FIRST-PARTY COOKIE OU COOKIE INTERNE**  
Directement stockés par le site web sur lequel vous naviguez

**THIRD-PARTY COOKIE OU COOKIE TIERS**  
Transmis sur d'autres sites que celui que vous visitez

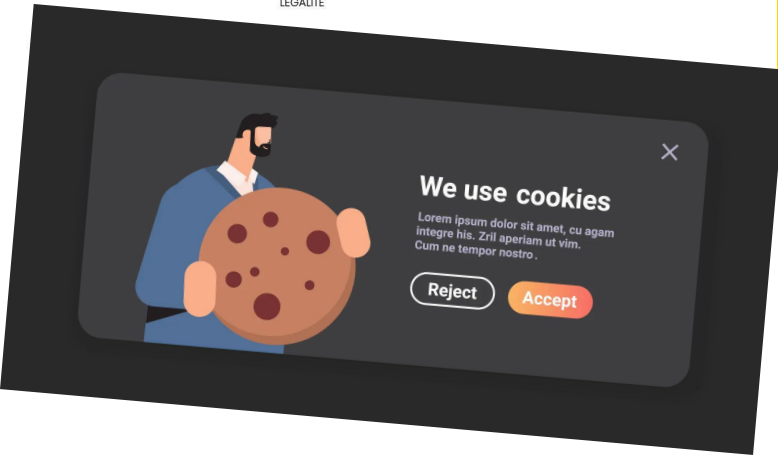
# RGPD

## Privacy Sandbox : prolongation des tests pour le web

27 juillet 2022

Pour construire l'avenir de l'Internet ouvert, il est crucial d'améliorer la protection des données personnelles et de fournir aux entreprises les outils nécessaires au succès de leurs activités en ligne. À ces fins, nous avons lancé la [Privacy Sandbox](#) pour développer avec l'ensemble de l'écosystème...

## PASSER À L'ACTION en 4 étapes

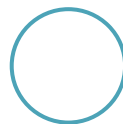


- Constituez un registre de vos traitements de données
- Faites le tri dans vos données
- Respectez les droits des personnes
- Sécurisez vos données

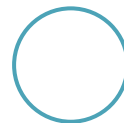
**Je recueille un maximum de données sur mes clients, y compris en posant un maximum de cookies.**



slido



D'ACCORD



PAS D'ACCORD



- Le ciblage permet de proposer des publicités pertinentes et qui correspondent aux attentes des internautes.
- L'étude du comportement de navigation des clients permet de mieux les comprendre et de leur proposer des produits /services correspondant mieux à leurs attentes
- Cookies wall (murs de traceurs) : des critères d'évaluation de la CNIL pour évaluer la légalité d'une telle pratique.



Il n'y a pas de bonnes  
& de mauvaises réponses, il  
y a juste une bonne attitude

-

Tout est question de contexte, d'objectifs et  
de moyens pour faire au plus juste pour la  
marque, les internautes, la société et  
l'environnement.



We are

-

Porteur de projets, nous apportons aux clients une vision globale et décidons ensemble.



cojecom

---

Boostons votre marque par  
l'ultra**personnalisation** digitale



[cojecom.com](http://cojecom.com)