



COMMUNIQUER SUR SA DEMARCHE



La communication est essentielle pour les organisations qui cherchent à bâtir des relations durables avec leurs publics. En adoptant une approche éthique, transparente et engagée, elles peuvent non seulement renforcer leur réputation, mais aussi contribuer positivement à la société et à l'environnement.

L'émetteur doit donc, par l'intermédiaire de la communication, veiller à accompagner et sensibiliser son public sur des comportements individuels et collectifs plus vertueux.

LUTTER CONTRE LE GREENWASHING

- Communiquer de manière transparente en présentant seulement les actions véritablement mises en place et en évitant les déclarations exagérées ou trompeuses.
- Partager régulièrement les progrès en matière de développement durable mais aussi les défis et limites inhérents à la transition ainsi que les efforts en cours.
- Mettre en avant des messages authentiques reflétant les valeurs réelles de l'organisation, plutôt que d'être simplement des outils de marketing.
- Sensibiliser/former le personnel sur les problématiques de greenwashing et les pratiques de communication responsable.
- Etablir des critères et objectifs clairs pour déterminer ce qu'est une véritable communication responsable au sein de votre structure
- S'appuyer sur des faits et résultats tangibles et vérifiables. Eviter les mots vagues et informations insuffisantes.
- Au-delà de l'information, susciter l'intérêt et impliquer le public afin de le sensibiliser et créer un véritable engagement

Problèmes de l'utilisation du Greenwashing

- ◆ Retarde la prise de conscience et sème la confusion dans l'esprit du public sur la réalité des efforts à entreprendre
- ◆ Empêche les structures réellement engagées et qui communiquent de façon juste de se différencier
- ◆ Contribue à la perte de confiance des citoyens envers le discours des structures

LUTTER CONTRE LES STEREOTYPES

- Veiller à représenter la société dans toute sa diversité (genre, origine ethnique, âge, handicap, morphologie, etc) pour éviter de perpétuer des normes restrictives ou exclusives.
- Favoriser un langage égalitaire et une écriture inclusive : privilégier les mots neutres, éliminer les expressions sexistes, etc
- Equilibrer les représentations de femmes et d'hommes dans vos supports de communication.
- Eviter les stéréotypes sur les rôles de genre.
- Eviter de mettre en avant des modes de vie qui ne sont pas favorables à la transition écologique.
- Sensibiliser/former le personnel sur les stéréotypes, leurs impacts et l'importance de les éviter dans la communication.

- Sensibiliser/former le personnel sur les stéréotypes, leurs impacts et l'importance de les éviter dans la communication.
- Collaborer avec des organisations ou des initiatives luttant contre les stéréotypes pour bénéficier de leurs expertises et ressources
- Visibiliser les partenaires qui accompagnent le festival dans son engagement afin de soutenir ces acteurs et d'ancrer votre communication dans un réseau et sur le territoire

*Pour plus d'informations, consultez notre site web cofees.fr
et retrouvez nos autres **Fiches Pratiques** dans la rubrique '**Ressources**'.*

Pour nous joindre : contact@cofees.fr