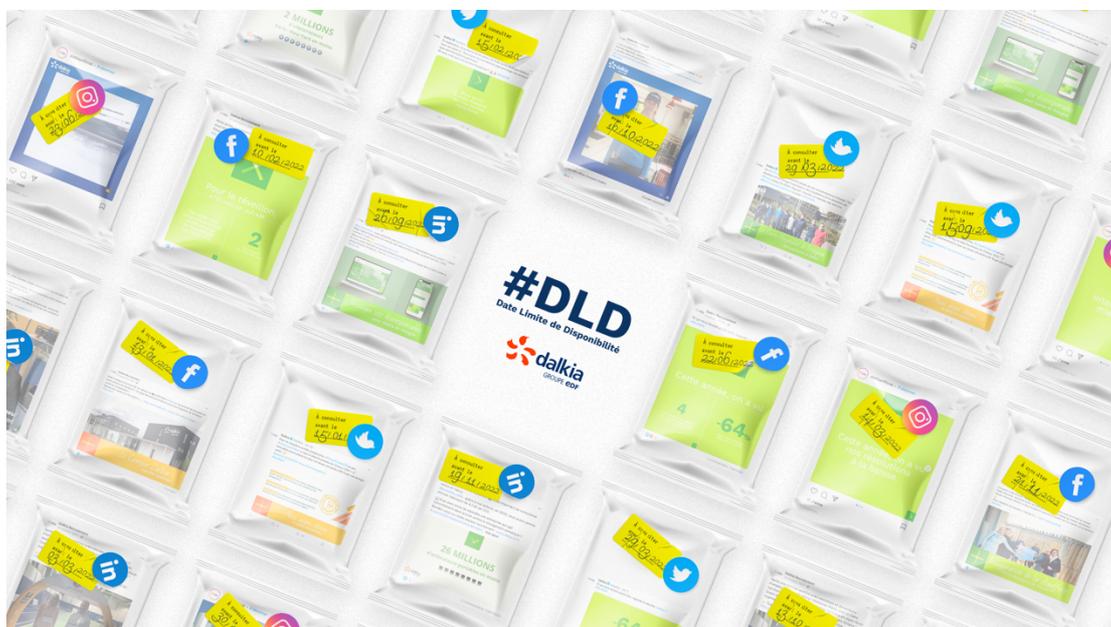


4 Février 2022

DALKIA DEPLOIE LA #DLD, DATE LIMITE DE DISPONIBILITE DES POSTS, ET FAIT UN (BON) MENAGE SUR SES RESEAUX SOCIAUX AVEC HAVAS PARIS SOCIAL



La filiale de services énergétiques du groupe EDF poursuit ses initiatives dans le numérique responsable avec Havas Paris Social. La #DLD, ou comment agir très concrètement contre la pollution numérique.

Accompagner les clients, en les aidant à faire des économies d'énergie et à réduire leurs émissions de CO₂, c'est la mission première de Dalkia et sa communication ne fait pas exception. Après avoir lancé en septembre un site web éco-responsable qui a permis une baisse de 64% des émissions de CO₂ par rapport au précédent, Dalkia met ses pas dans ceux d'EDF qui a lancé il y a quelques mois l'opération #ICleanMyFeed * et propose un dispositif inédit de lutte contre la pollution numérique sur les réseaux sociaux.

Chaque année, des centaines de milliers de posts sur les réseaux sociaux viennent en effet encombrer les serveurs informatiques, créant une pollution invisible qui coûte chère à la planète. Le secteur informatique consomme environ 10% de l'électricité mondiale, selon un rapport de l'ADEME. C'est plus que le secteur aérien et c'est un chiffre qui pourrait bientôt atteindre celui du secteur automobile.

Pour répondre à cette problématique à son échelle et surtout imaginer une solution pérenne, Dalkia a déployé un dispositif réseaux sociaux sur une idée originale d'Havas Paris Social. La #DLD : la création d'une date limite de disponibilité des posts sur les réseaux sociaux.

« Tout le monde connaît la DLC, date limite de consommation. La DLD fonctionne sur le même principe », commente Ludovic Chevallier, Head of Havas Paris Social.

En prenant en compte la réalité des usages et des « temps de vies » des posts sur chacun des réseaux, chaque publication de Dalkia est désormais estampillée d'un hashtag #DLD suivi du mois de fin de disponibilité du contenu. Par exemple, un post avec le #DLDMARS sera disponible jusqu'au dernier jour de février. A cette date, le community manager de Dalkia pourra supprimer mécaniquement tous les posts qui utilisent ce hashtag.

3300 posts déjà supprimés par Dalkia

« C'est hyper simple pour un community manager et un réflexe qu'il peut prendre tous les mois. Quand on sait que la durée de vie d'un post est de moins de 30 minutes, ça nous semblait évident de recommander à Dalkia de faire le ménage régulièrement sur ses comptes », commente Axel Thomasset Partner Havas Paris Social.

« Surtout, face à de nombreuses campagnes one-shot, il fallait trouver une solution durable qui initie un vrai mouvement. Avec les #DLD nous n'invitons pas seulement les marques mais aussi les plateformes comme Twitter, Facebook etc, à intégrer et imaginer ce genre de fonctionnalité chez eux », poursuit Leah Morse, directrice de création chez Havas Paris Social.

« Le projet #DLD est plus qu'une campagne de communication. C'est une invitation à transformer durablement les habitudes des utilisateurs des réseaux sociaux pour limiter les émissions de CO2 » précise Jean-François Allin, directeur de la communication de Dalkia. La filiale du Groupe EDF appelle tous ceux qui partagent de l'information et des contenus sur les réseaux sociaux à mettre en place cette #DLD. *« Cette initiative sera beaucoup plus porteuse si d'autres se l'approprient. Il y aura un impact visible si la DLD se généralise ».*

Dalkia a déjà supprimé 3300 posts, une première pour l'entreprise qui n'avait procédé à aucune suppression depuis la création de ses premiers réseaux sociaux.

*opération orchestrée par EDF et BETC FULLSIX

A propos de Dalkia

Dalkia, filiale du groupe EDF, accompagne ses clients dans leurs transformations énergétique et numérique grâce à ses deux métiers : la valorisation des énergies renouvelables locales et les économies d'énergie. Dalkia propose à ses clients des solutions sur-mesure à l'échelle de chaque bâtiment, chaque ville, chaque collectivité, chaque territoire et de chaque site industriel pour les aider à relever le défi de la transition énergétique et les rendre plus smart.

A propos de Havas Paris Social

Havas Paris Social est le hub social de l'agence Havas Paris. Cette dernière est l'agence de communication globale du groupe Havas, parmi les premières agences en France. Pour de plus amples informations : www.havasparis.com

Contact presse Havas Paris

Fouzia Kamal / fouzia.kamal@havas.com / 0624518644

The logo for Havas Paris, featuring the word "HAVAS" in a large, bold, sans-serif font above the word "PARIS" in a smaller, bold, sans-serif font. The letters are black and the overall design is minimalist and modern.