

PRIX DE LA COMMUNICATION DIGITALE INTERNE



COM-ENT D'OR

LA CYBERSÉCURITÉ IRL

Entreprise : SPIE

Agence : VIDEONAUTES

Date : 02-2022 / 02-2023

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Les cyberattaques sont devenues monnaie courante et la France n'échappe pas à cette tendance puisque 90 % des entreprises françaises déclarent avoir été ciblées par de telles attaques. N'importe quel collaborateur peut créer une faille au sein de la sécurité de l'entreprise.

Dans le cadre d'une campagne de sensibilisation à la cybersécurité, nos équipes ont été sollicitées pour créer une série de vidéos décalées. Celles-ci rappellent les bonnes pratiques en la matière, tout en utilisant l'humour pour mieux capter l'attention et faire passer les messages.



POUR QUI ?

L'ensemble des collaborateurs SPIE.

COMMENT ?

Réalisation d'une série de 16 vidéos, montrant par l'absurde les bonnes pratiques à adopter lorsque le collaborateur fait face à une situation pouvant compromettre la sécurité des données de l'entreprise.

QUELS RÉSULTATS ?

La campagne "Cybersecurity In Real Life" a été un véritable succès pour SPIE, qui a touché un large public grâce à la viralité sur les médias sociaux de ses vidéos et à leur caractère décalé.

Les 16 vidéos produites ont cumulé plus de 50 000 vues sur YouTube et ont été largement partagées sur les réseaux sociaux - notamment grâce à notre programme d'Employee Advocacy.

Preuve de la pertinence de cette mini-série, elle a également été utilisée par la réserve cyber citoyenne de Toulouse pour la sensibilisation de ses membres, et par plusieurs clients de l'entreprise dans le cadre de campagnes de sensibilisation.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Chez SPIE, il y a plus de 10 ans, nous avons lancé notre bibliothèque virtuelle pour permettre l'accès aux documents sur les appareils mobiles et l'impression à la demande numérique. Cette approche de publication vise à réduire notre impact environnemental tout en augmentant la valeur d'utilisation et la responsabilité sociale de nos publications.

Nous avons également adopté une approche de "coût global d'utilisation" pour redéfinir le cycle de vie de nos publications, et notre stratégie de publication numérique est un exemple de changement de paradigme en matière de communication, visant à mieux atteindre nos publics cibles. Nous avons intégré des codes QR pour une meilleure accessibilité et respectons les critères GDPR pour la protection des données personnelles.