



COMMUNICATION

Créer, produire et diffuser des messages consomme du papier, de l'énergie, utilise des produits dangereux, sollicite du transport et engendre des déchets.

Pour autant, la communication est un **ingrédient essentiel du succès** d'un événement puisqu'elle permet d'identifier et rendre visible, d'attirer du public, de valoriser les partenaires. Elle est également l'un des **leviers du développement durable** ; elle permet de faire connaître la démarche éco-responsable et d'en assurer son succès.

L'émetteur doit donc veiller à réduire les nuisances occasionnées. **Pour être crédible sur le fond, il est nécessaire d'y mettre la forme !**



Évaluation

- Quantité de papier / nombre de festivaliers
- Taux de recyclage des éléments produits

Achats responsables

- Privilégier les papiers ecolabellisés
- Travailler avec un imprimeur labellisé (Imprim'vert) ou certifié (ISO 14001)

FABRIQUER → DÉMATÉRIALISER, OPTIMISER

- Penser à la dématérialisation et à réduire la consommation de papier grâce aux e.médias : sites Internet, réseaux sociaux, applications mobiles, etc.
- Sensibiliser le graphiste à l'éco-conception (création durable, pas d'aplats de couleur, limitation du nombre de couleurs, préférence pour des formats standards, optimisation du grammage, etc.)
- Chercher des fournisseurs géographiquement proches du lieu de diffusion : éviter les impacts dus au transport.
- Choisir des produits reconnus pour leurs propriétés : papier ecolabellisé, encres végétales, etc.
- Choisir des prestataires engagés : Imprim'Vert, Prestadd, etc.
- Privilégier des objets publicitaires et "goodies" durables : utiles, conçus en matières recyclées ou/et recyclables, produits localement, par une entreprise d'insertion.
- Optimiser la production de documents et organiser une diffusion raisonnée des supports.
- Contrôler la distribution de flyers sur l'événement et organiser la récupération des déchets papiers pour les recycler.



Tous les papiers sont recyclables et ont le droit à plusieurs vies.

www.ecofolio.fr

CONCEVOIR → PARTAGER, SENSIBILISER

- Communiquer sur la fabrication des supports grâce à la "déclaration environnementale" : type de papier et d'encre utilisés, engagements de l'imprimeur.
- Communiquer largement sur les dispositifs mis en place dans le cadre de la démarche par le biais des outils de promotion : transports, accès, type de restauration sur place, etc.
- Développer des outils appropriés pour sensibiliser et inciter aux bonnes pratiques et aux éco-gestes sur le site de l'événement : tri sélectif, consigne, stand covoiturage, accès et horaires navettes, etc.



Pour éviter tout écoblanchiment (greenwashing), ne communiquer que sur les actions effectivement mises en place.

➔ ressources web

PENSER ET CONCEVOIR SES OUTILS

Les conseils de l'**ADEME** en termes d'éco-communication → www.ademe.fr

Le portail national **ADEME** de l'éco-communication → www.eco-communication.ademe.fr

Le site dédié de l'**AACC** pour une communication plus responsable → www.communication-responsable.aacc.fr

WWF vous guide pour un système d'information éco-responsable → www.wwf.fr

FAIRE FABRIQUER SES OUTILS

Annuaire des imprimeurs **Imprim'Vert** près de chez vous → www.imprimvert.fr

S'y retrouver dans les **écolabels** → www.ecolabels.fr

"**Les labels et les normes**" développement durable dans l'événementiel → www.3-0.fr

TROUVER DES PRESTATAIRES LOCAUX

 Annuaire en ligne de la **Plateforme aér** → www.plateforme-aer.fr



01 méthodologie

FAIRE UN ÉTAT DES LIEUX

- Réfléchir aux besoins, aux cibles, aux contraintes et aux objectifs pour une approche plus globale.
- Identifier les outils les moins efficaces pour les remplacer ou les faire évoluer.
- Définir les outils qui peuvent être réutilisés d'une année sur l'autre.

02

SE DONNER DES OBJECTIFS ET DES INDICATEURS

- Réduire la quantité de papier utilisé.
- Part d'outils effectivement recyclés ou réutilisés (traçabilité).
- Ratio des outils communication print/électronique/presse.

03

TRAVAILLER AVEC LES PARTIES PRENANTES

Graphistes, imprimeurs, fabricants, diffuseurs, etc.

Intégrer l'éco-conception à tous les cahiers des charges, demander ainsi aux acteurs de la chaîne graphique d'adapter leur offre et de participer à la réduction de l'impact environnemental lié à l'action de communication.

04

RENDRE VISIBLE SES ACTIONS

- Informer sur la démarche tant en interne qu'en externe (public, prestataires, partenaires).
- Choisir des argumentaires convaincants (économie de coût, amélioration de l'image, etc.), apporter des données empiriques, éviter les discours "donneurs de leçon" et négatifs.
- Etre très précis dans la déclaration environnementale de tous vos supports.

05

FAIRE UN BILAN ET DÉFINIR LES AXES D'AMÉLIORATION

Organiser un rendez-vous avec les personnes concernées pour savoir comment l'opération s'est déroulée et en tirer les conclusions pour s'améliorer.

06

COMMUNIQUER

Communiquer sur vos résultats auprès des parties prenantes concernées : financeurs, partenaires, prestataires, collectivités, publics, etc.

Via des **enquêtes** auprès du public, il est possible d'interroger les visiteurs sur la façon dont ils ont eu connaissance de l'événement.

Il est parfois préférable de **faire évoluer l'offre** d'un prestataire local, plutôt que de travailler avec un prestataire éloigné.

témoignages

Le festival **ZIK ZAC** a travaillé sur l'éco-conception de sa communication en déployant plusieurs actions :

- plus de communication dématérialisée,
- renfort de communication via les relais associatifs,
- préférence pour l'affichage plutôt que la distribution de flyers,
- édition de supports de communications en papier recyclé, imprimé avec des encres végétales.

Les résultats sont visibles. D'une part, le nombre de visiteurs sur le site (28 411 connections en 2012 et 53 569 en 2013) et sur la page Facebook a considérablement augmenté. D'autre part, les associations locales connaissent désormais le festival et sont très réceptives à cette démarche.

Pour en savoir plus → www.zikzac.fr



Le festival **MIMI**, désormais en plein cœur du Parc National des Calanques, a travaillé de concert avec les agents du Parc pour développer des outils de communication et de sensibilisation aux éco-gestes et au respect de la faune et la flore très protégées aux abords du festival.

Pour en savoir plus → www.amicentre.biz

Lien vers le témoignage vidéo

