

COMMUNIQUER RESPONSABLE
Guide des bonnes pratiques

CONCEVOIR
UN SUPPORT
PRINT ÉCO=
RESPONSABLE



Nous sommes face à un contexte inédit de transformations : dérèglement climatique, nouveaux modèles de production et de consommation, révolution digitale...

En tant que communicants publics, nous avons une responsabilité et un rôle à jouer face aux enjeux de la transition écologique.

Concrètement, comment communiquer responsable ?

Fruit d'un travail collectif mené au sein de la direction de la Communication, en collaboration avec les services de l'Imprimerie et de la Communication interne de Rennes, Ville et Métropole, ce guide est une boîte à outils pratique pour guider notre action au quotidien.





avant de DÉMARREUR

- ① Ça veut dire quoi
“communiquer responsable”?
- ② Se poser les bonnes questions
- ③ Partager et expliquer
- ④ Avoir à l'esprit
une approche équilibrée
- ⑤ Impliquer les partenaires
et les prestataires

① Ça veut dire quoi “communiquer responsable” ?

- **Agir sur les messages** en développant de nouveaux imaginaires porteurs de sens, pour contribuer à généraliser de nouveaux modes de vie (consommation, déplacement, alimentation, habitat, vivre ensemble) et à faire changer concrètement les comportements
- **Écoconcevoir nos supports** en interrogeant la fabrication de nos actions et en analysant les usages et la durée de vie de nos produits d'information et de communication et leurs conséquences
- **Favoriser l'échange et l'implication des parties prenantes** en se posant les bonnes questions, en écoutant chacun (habitants, agents, prestataires, partenaires, élus, services commanditaires, équipe com...) et adoptant une posture de co-construction

[Source Ademe]

② Se poser les bonnes questions avant de définir un plan d'actions

- Ce projet répond-il à un objectif, un besoin ?
- À qui est-il destiné ?
- Pour quel usage ?
- Les actions envisagées sont-elles utiles, utilisables, réutilisables ?
 - ↳ Penser à croiser les expertises de chaque service pour répondre à ces questions (ArtCom, InfoCom, PresCom, imprimerie...)

③ Partager et expliquer au service commanditaire les choix d'actions de communication ; ils répondent à la fois à des enjeux d'audience et d'écoresponsabilité

- ④ **Avoir à l'esprit que le choix d'une approche écoresponsable ne doit pas se faire au détriment de la qualité de la communication**

Tout est question d'équilibre !

⑤ Impliquer les partenaires et les prestataires dans notre engagement écoresponsable

via l'inclusion de critères environnementaux
et sociaux dans les marchés publics.

↳ *Consulter le schéma
de promotion des
achats socialement
et écologiquement
responsables
(Spaser)*

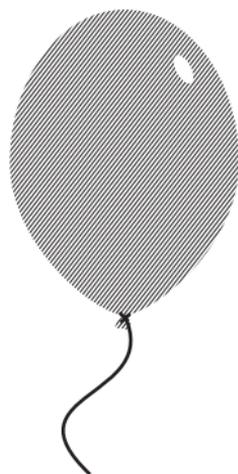




SOMMAIRE

Contenus	p.12-13
Graphisme	p.14-23
Encres	p.24
Papier	p.25-26
Impression	p.27
Finitions	p.28-29
Emballage	p.30
Communication	p.31
Diffusion	p.32-34
Réemploi	p.35

CONTENUS

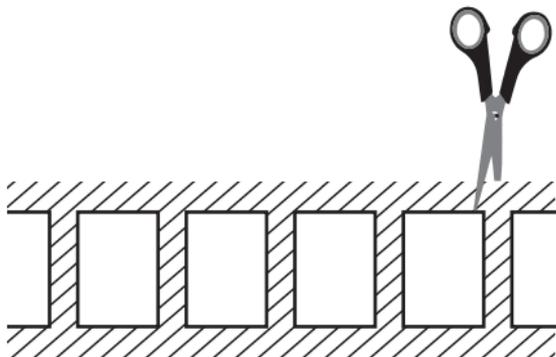


↳ Alléger
les contenus



↳ Interroger la pertinence
d'imprimer le document

Privilégier l'édition
d'un document papier
si sa durée de vie est longue
ou s'il est destiné à un public
spécifique

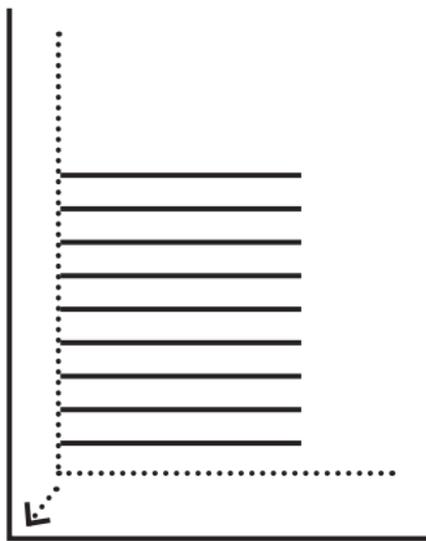


↳ Choisir un format adapté à la machine qui imprime

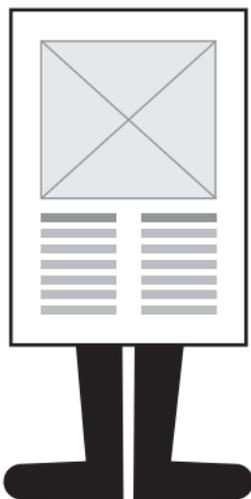
Éviter les coupes, les pertes de papier, peut économiser de l'argent aussi!

Privilégier les formats standards
(par ex. : affichettes 31 x 44 cm)

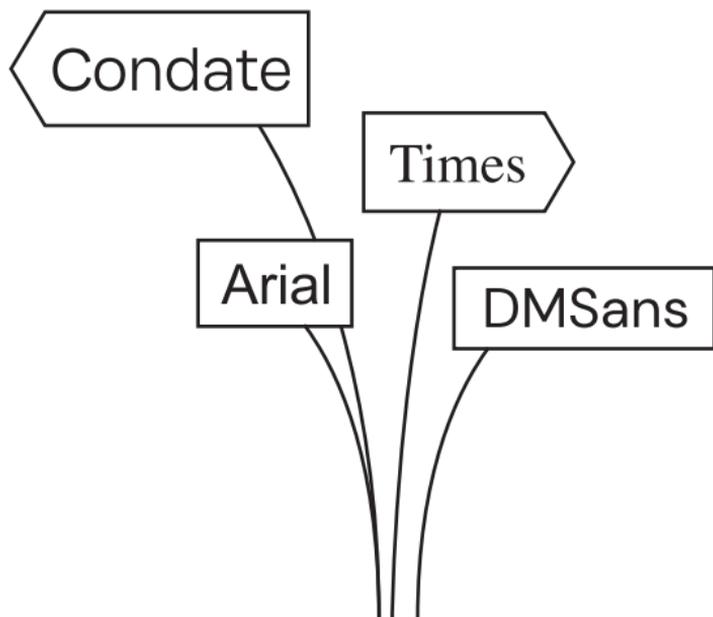
Consulter le catalogue
des formats, édité par l'imprimerie



↘ Réduire
la largeur
des marges



↳ Adopter des mises en page simples, qui facilitent la lecture



↳ Choisir des typos
moins denses en encrage
mais lisibles :
Arial, Times,
Condate, DMSans...



↳ Choisir des couleurs contrastées pour faciliter la lecture

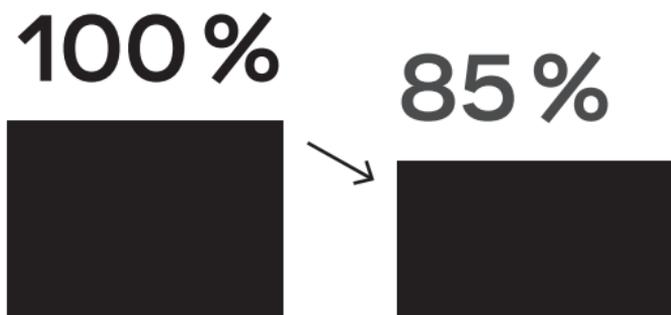
- *Tester le contraste :*

colourcontrast.cc



app.contrast-finder.org





↳ Limiter le taux d'encre

Exemple :

Privilégier un noir entre 85 % et 95 % si la lisibilité reste bonne.

■ *Guide de l'éco-branding*
github.com



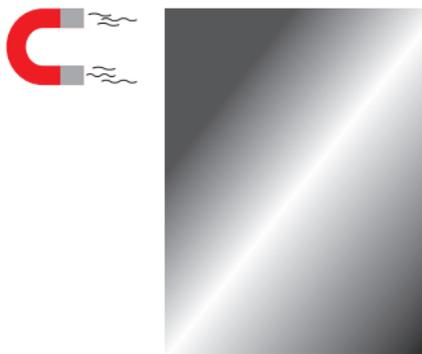


↘ Ne pas multiplier
le nombre de couleurs
sur un même
document

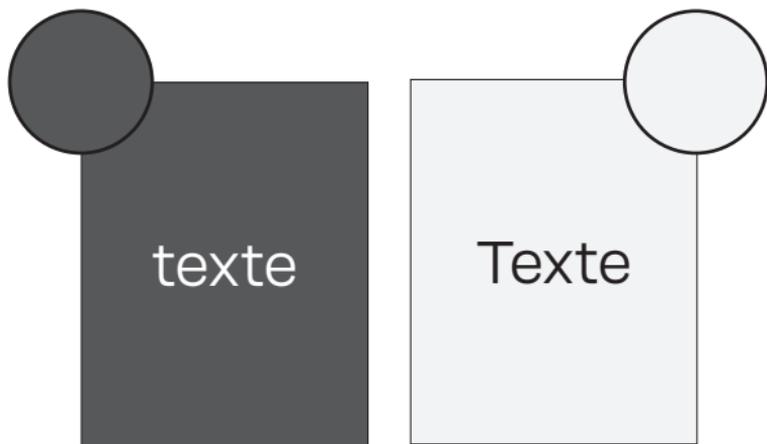
Exemple :
la charte
graphique de
Rennes Métropole
préconise
le noir et blanc
+ 2 couleurs

■ *Consulter :*
marques.metropole.rennes.fr
02 – Charte-graphique/
Les gammes de couleurs



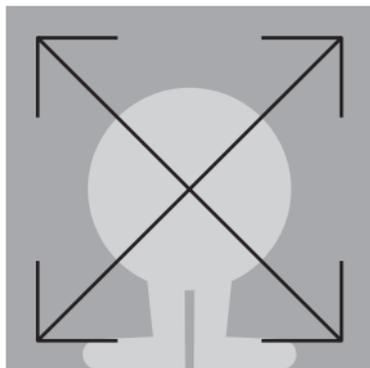


↘ Proscrire l'utilisation
de couleurs à effet
métallique



↳ Limiter l'utilisation de couleurs de fond

Privilégier des aplats de faible densité (couleurs pastel par ex.)



↳ Adapter la taille des images aux formats de sortie

Privilégier une mise
à l'échelle à 100 %
de l'image dans son bloc

ENCRES



↳ Choisir
des encres végétales
pour l'impression Offset

– OBLIGATOIRE À PARTIR DE 2025
POUR TOUTE IMPRESSION (LOI AGECE) –



↳ Choisir le papier
le plus adapté pour
le projet : tenir compte
du type de support,
de son usage
et de sa durée de vie
estimée

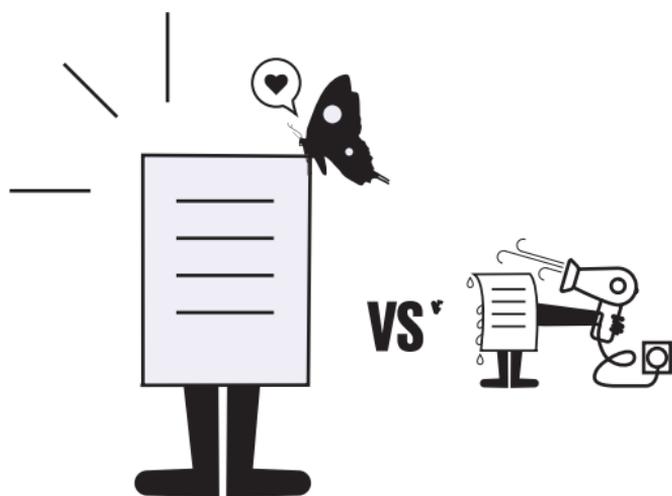
PAPIER



↳ Privilégier
des papiers respectueux
de l'environnement,
provenant de fibres recyclées
ou de forêts durables
(PEFC™ – FSC®)
- PRODUITS EN EUROPE -

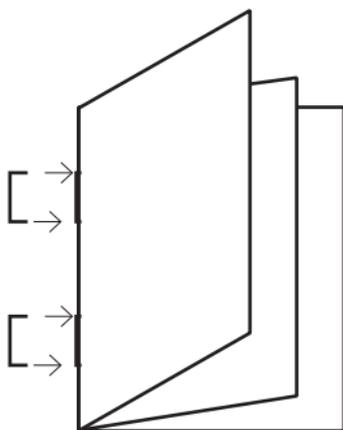
La certification forestière atteste du respect des fonctions environnementales, sociétales et économiques de la forêt. La certification PEFC repose sur deux mécanismes complémentaires : la certification forestière et la certification des entreprises qui transforment le bois afin d'assurer la traçabilité de la matière depuis la forêt jusqu'au produit fini.

Créé en 1993, le FSC (Forest Stewardship Council®, ou Conseil de soutien de la forêt) est un label international garantissant que les bois utilisés se conforment aux procédures de gestion durable des forêts. Sa vision panoramique des enjeux liés à la déforestation en font un véritable « écosociolabel ».



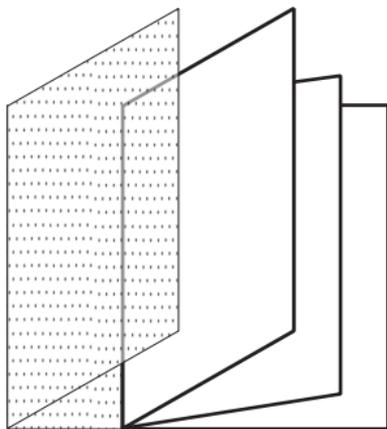
↳ Privilégier
le séchage à froid
des supports
imprimés

FINITIONS



↳ Éviter l'utilisation
de colles
pour la reliure

Privilégier l'agraillage

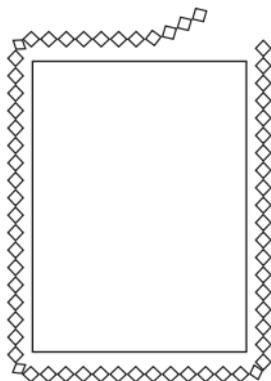


↳ Éviter le vernis et le pelliculage

Le pelliculage est un film plastique appliqué, alors que le vernis est un liquide déposé sur le support imprimé.

À noter que le vernis peut être déposé sur des parties précises (vernis sélectif).

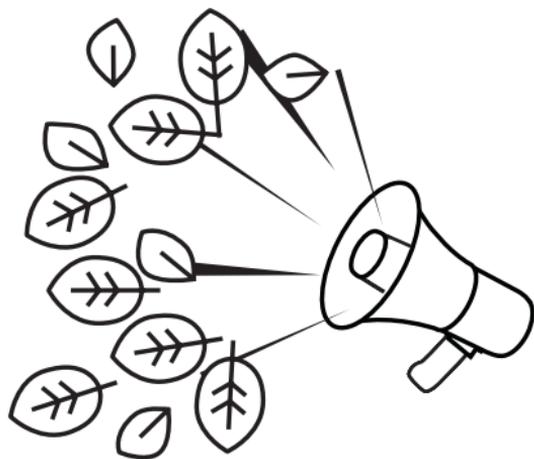
EMBALLAGE



↘ Proscrire

l'utilisation d'emballage
plastique et d'élastiques,
privilégier

les emballages carton,
pour le conditionnement
des commandes
et l'envoi des supports



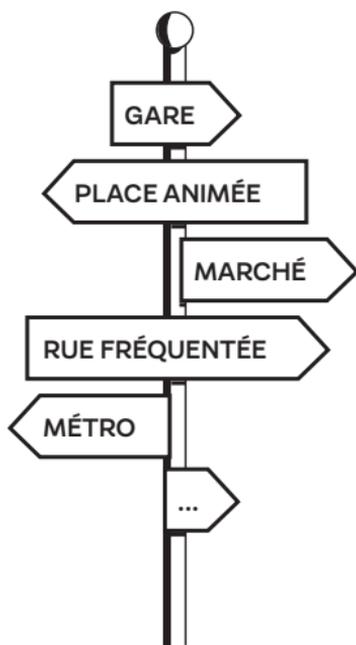
↳ Communiquer sur la démarche d'écoresponsabilité

Exemple : intégration d'un paragraphe détaillant les actions écoresponsables (en matière de graphisme, d'impression et d'accessibilité) et/ou apposition du label Imprim'vert sur un document

DIFFUSION

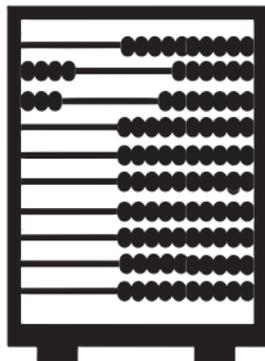


↘ Ajuster
le listing de diffusion
en amont pour éviter
d'imprimer trop

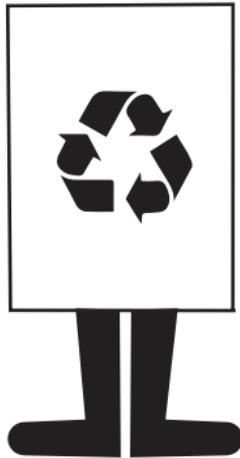


↘ Privilégier
la diffusion
de supports dans
des lieux passants

DIFFUSION



↳ Évaluer la diffusion
de la campagne
pour ajuster
les quantités
et types de support
pour une future
édition



↳ Penser à donner
les panneaux imprimés
sur dibond et les structures
kakémonos à l'imprimerie
de Rennes Métropole
pour une seconde vie



**Pour en savoir plus,
consultez
le *Guide de la communication
responsable*, librairie.ademe.fr**