

COMMUNIQUER RESPONSABLE
Guide des bonnes pratiques

ORGANISER UN
ÉVÉNEMENT
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 DÉMARREr

- 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

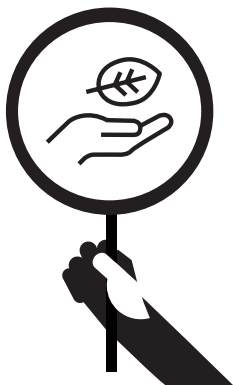
Communication	12-13
Invitations	14-17
Accueil	18-20
Réceptions	21-23
Goodies	24-26
Transport, mobilité	27-30
Aménagement d'espace	31-36
Digital	37-38
Ressources	39-47

COMMUNICATION



➤ Les événements engagés
sont de véritables leviers
de sensibilisation des publics !

Faites savoir votre démarche
sur vos supports
de communication et in situ



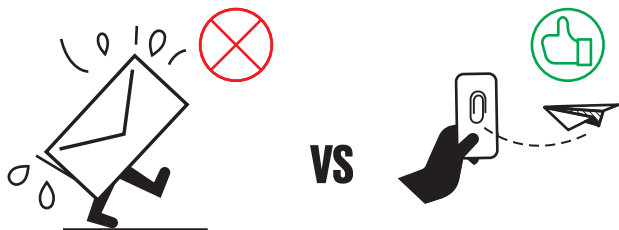
➤ Développer des actions
de communication
écoresponsable
pour assurer la promotion
de l'événement

Cf. guides
*Concevoir un support print
écoresponsable et
Produire une communication
digitale écoresponsable*



➤ Bien cibler
sa base
de contacts
pour ajuster
le nombre d'invités

INVITATIONS



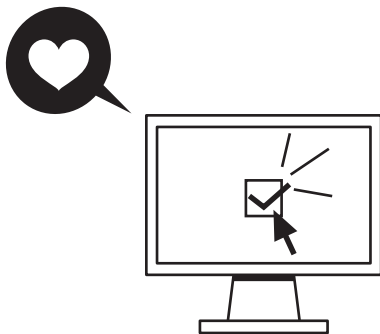
➤ Privilégier l'envoi
d'invitations numériques
à l'envoi de mails
avec pièce jointe
ou d'invitations papier

INVITATIONS

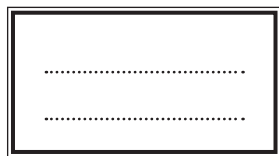


↘ Préciser sur
le carton d'invitation
les possibilités
de transport
en commun et modes
doux pour accéder
au lieu d'invitation

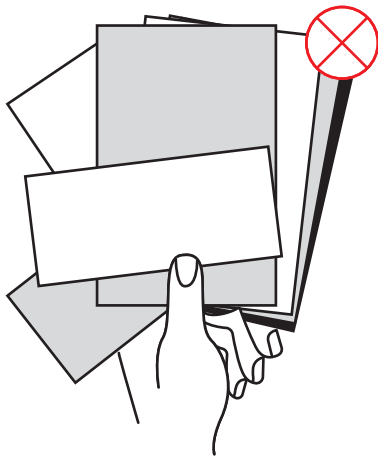
INVITATIONS



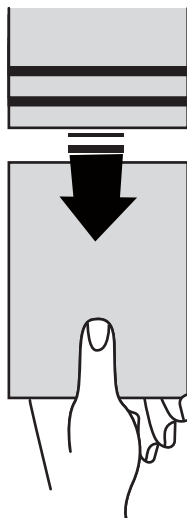
➤ Prévoir une inscription préalable jusqu'à J-3, pour adapter le format au nombre d'invités (ajustement quantité du réceptif, jauge de la salle...)



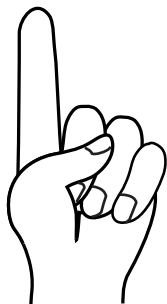
➤ Privilégier
des badges
réutilisables
ou imprimés
sur papier
sans plastification



➤ Éviter la distribution
systématique
de documents
(y compris le programme)
à chaque participant

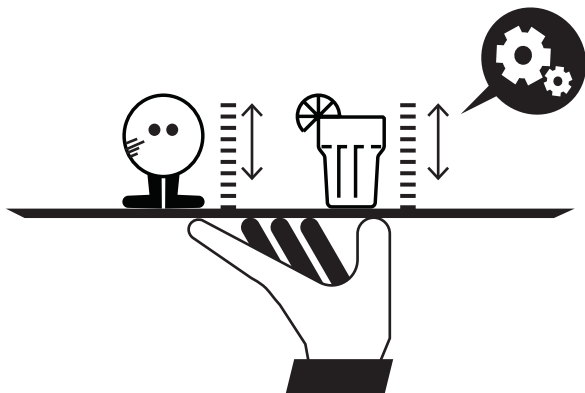


➤ Mettre à disposition
les documents
(y compris le programme)
pour que les participants
choisissent de prendre
ou pas !

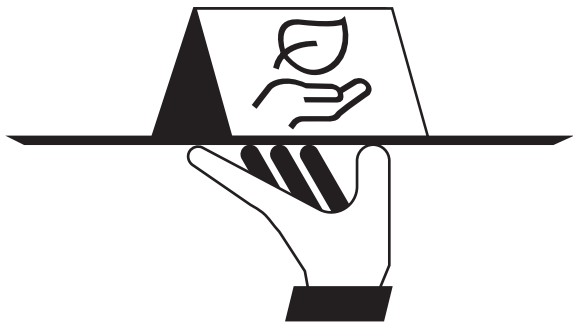


➤ Faire appel aux prestataires retenus dans le cadre du marché traiteur de Rennes, Ville et Métropole

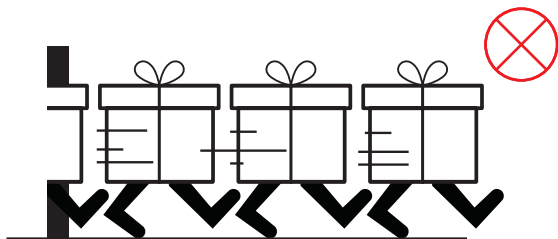
- ▶ *Ce marché fixe un cadre rigoureux.
Les prestataires doivent :*
 - *valoriser des produits très largement végétariens, de qualité et durables, locaux et de saison*
 - *s'engager dans une démarche responsable (contenants réutilisables, tri des déchets, redistribution des produits non consommés, transport à faible émission...)*



➤ Adapter les quantités de l'offre de restauration en tenant compte du nombre des invités à J-3 de l'événement



➤ Mentionner
sur les lieux de réception
l'attention portée
à l'écoresponsabilité



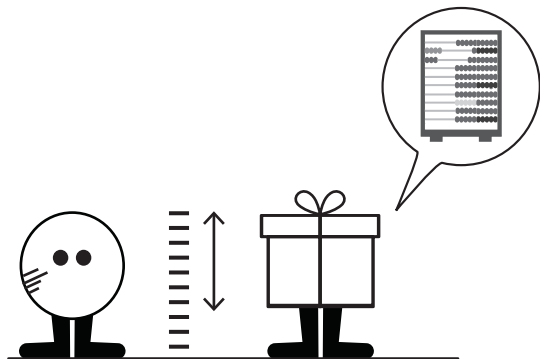
↘ Proscrire,
sauf exception,
la distribution
de goodies



➤ Dans les cas exceptionnels, privilégier :

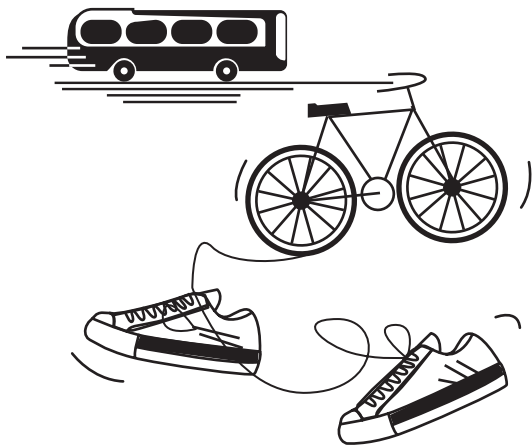
- des objets utiles de qualité fabriqués ou recyclés localement
- des goodies sous forme d'expérience (entrée piscine, place de spectacle...)

GOODIES



➤ Ajuster
la distribution
de goodies afin d'éviter
le gaspillage

TRANSPORT - MOBILITÉ

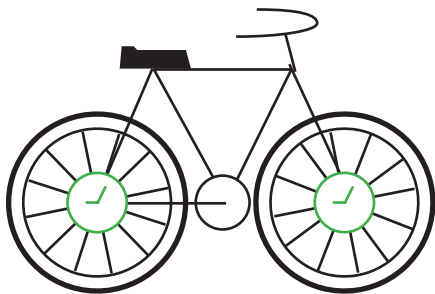


➤ Choisir
un lieu facilement
accessible
en transports
en commun, à vélo,
à pied...

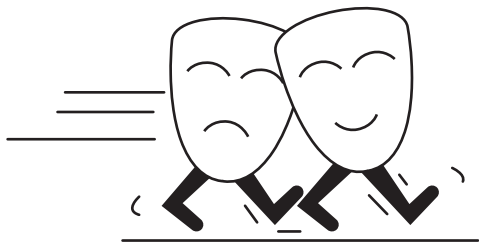


➤ Faire la promotion
des transports
en commun
et modes doux

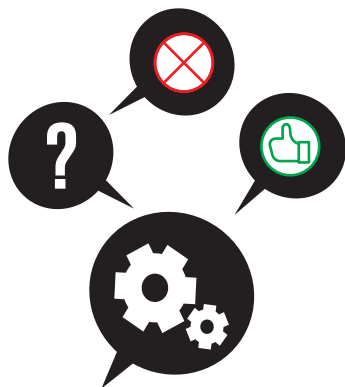
Intégrer des infos
pratiques à ce sujet
dans les programmes
et invitations



➤ Mettre en place
des stationnements
vélos éphémères



➤ Intégrer dans les contrats des artistes ou intervenants une clause mobilité : demander de privilégier les modes de déplacement durables



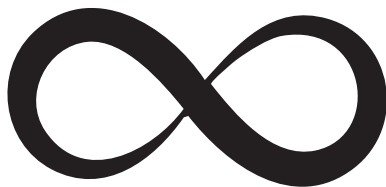
- S'interroger sur ce qui est :
- ☐ indispensable
 - ☐ nécessaire
 - ☐ accessoire



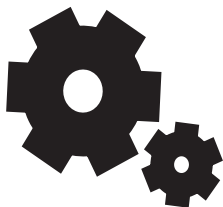
➤ Penser l'accessibilité
du lieu à tous les publics
(personnes âgées,
en situation de handicap,
enfants...)



➤ Choisir des produits et matériels écoconçus, robustes, réutilisables, réparables, pour prolonger leur durée de vie



➤ Éviter de dater
des supports
de signalétique utilisés
pour des événementiels
récurrents



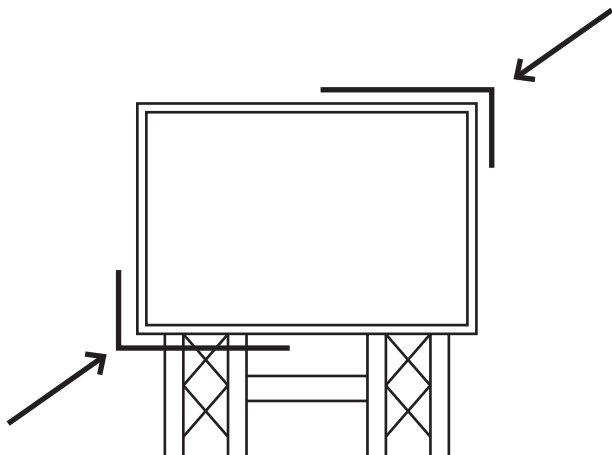
➤ Opter pour des éléments facilement manipulables voire démontables, dont le poids et le volume sont optimisés



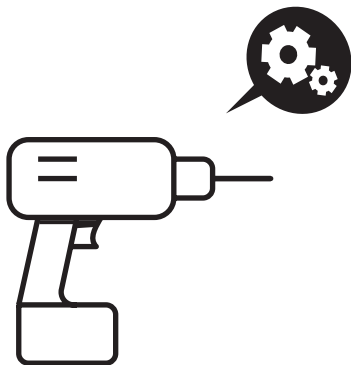
➤ En fin d'événement,
penser au réemploi
des matériels
et matériaux par des tiers



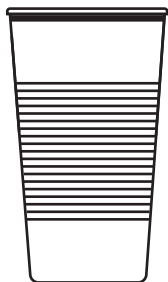
➤ Rendre
le wifi facile
d'accès, à préférer
à la 4G ou 5G



➤ Réduire
au maximum
le nombre et la taille
des écrans sur le site
de l'événement



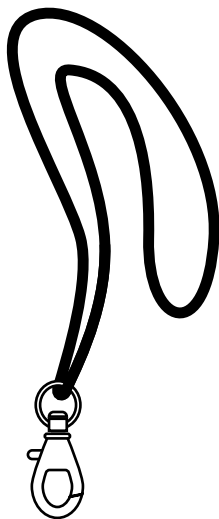
➤ Limiter la production de déchets tout au long de l'événement, du montage au démontage



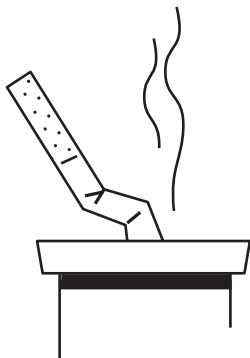
↘ Bannir
le plastique,
éviter le jetable



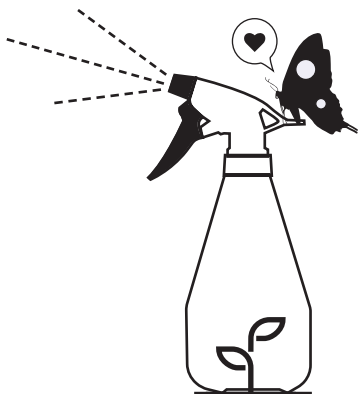
➤ Proposer
des collecteurs
de tri des déchets



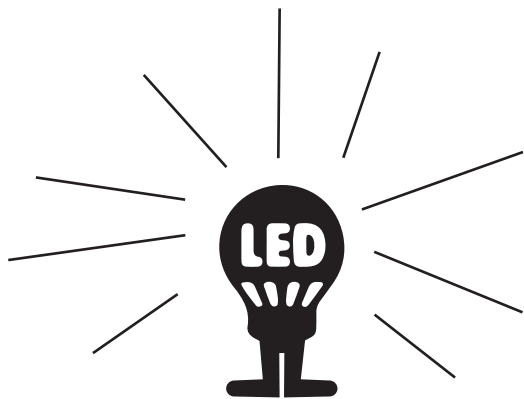
➤ Récupérer
les tours de cou
et les programmes
en fin d'événement



➤ Proposer
des cendriers
en extérieur



➤ Utiliser des produits
de nettoyage
écologiques,
des essuie-mains
en tissu



- Réduire la consommation énergétique dans tous les domaines (équipements électriques, éclairages, chauffage, climatisation...)



➤ Faciliter
l'accès
à l'eau
du robinet



➤ Mettre
à disposition
du public
des toilettes sèches



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