Le vademecum de l’éco-communication / ADEME Paca

Version imprimable éco-responsable : police écofont, trame à 65 %, à imprimer recto-verso en sélectionnant la page ou la partie dont vous avez besoin

Partie 1 – Généralités

Partie 2 – Projet com
Partie 3 – Éco-publication
Partie 4 – Événementiel éco-responsable

Un document édité par **l’ADEME - Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur**
2, boulevard de Gabès - BP 139 - 13267 Marseille cedex 08 France - ademe.paca@ademe.fr - paca.ademe.fr

Directeur de la publication : **Grégoire Calleja** - Coordination : **Béatrice Tonini et Céline Bec**
Conception éditoriale et rédaction : **Augustin Aubert, avec Béatrice Tonini et Anne-Marie-Fruteau de Laclos**

L’éco-communication

Une démarche de progrès et d’amélioration continue

Toute action ou tout outil de communication impacte l’environnement

Éditions, nouveaux médias, événements... **Créer, produire, diffuser des messages consomme** du papier, de l’énergie et d’autres ressources, utilise des produits polluants voire dangereux (encre, solvants...), sollicite la logistique de transport avec ses nuisances, émet des gaz à effet de serre et engendre des déchets...

La responsabilité de tout émetteur de messages est d’analyser et de réduire les nuisances occasionnées

À l’heure des alarmes climatiques et environnementales, la communication est comme toute activité humaine et économique confrontée à un choix simple : continuer comme avant au risque de l’avenir et de sa propre image, ou s’engager concrètement dans l’éco-responsabilité en considérant mieux l’ensemble du cycle de vie de chaque action et outil. **Les producteurs (professionnels de la communication et de l’événementiel) comme les commanditaires (les annonceurs du secteur public ou privé), chacun est concerné.** Il l’est d’autant plus que le développement durable lui inspire de nombreux messages. Comment leur donner pleine légitimité et cohérence ? **L’éco-communication est une solution.**

L’éco-communication permet de réduire le plus en amont possible les impacts environnementaux, en utilisant les méthodes et l’efficacité de l’éco-conception

Applicable par le professionnel comme par l’annonceur, l’éco-communication est une démarche d’éco-conception des outils et des actions de communication. Son objectif est de réduire les impacts liés à leur création, leur production, leur diffusion, leur stockage et leur fin de vie en intégrant les contraintes environnementales (ressources, rejets, déchets...) dès leur conception, sans perte de qualité d’usage, à efficacité égale du message. **Pas d’impact zéro (il n’existe pas), mais un anneau vertueux** où l’on apprend et où l’on s’améliore à chaque tour.

L’éco-communication
Penser différemment, faire autrement

Réflexe n°1 > stratégique
Penser d’abord, faire ensuite

Entreprendre une démarche d’éco-communication implique d’ouvrir son champs de vision, d’anticiper les conséquences de ses choix de professionnel ou d’annonceur, de convaincre les parties prenantes. Ce qui conduit à **une réflexion amont plus importante sur les besoins, les cibles, les contraintes, les objectifs,** à une approche plus globale des outils et actions envisagés.

Bénéfices
+ d’efficacité et – d’urgence dans l’organisation des projets
+ de sens dans le travail,
+ d’adhésion en interne et en externe à la stratégie
+ de valeur ajoutée dans l’offre

Réflexe n°2 > écologique
Penser aux impacts, faire place à l’environnement

Aux côtés des paramètres classiques (objectifs, coûts, délais, technique, ergonomie, esthétique…), **la réduction des impacts par l’éco-conception devient partie intégrante du cahier des charges de l’annonceur**, de l’exigence qualité du professionnel, de la demande du public.

Bénéfices
+ de cohérence, de crédibilité, de légitimité, de lisibilité, de portée du message (ainsi que de l’image de l’annonceur et du professionnel)
+ de sensibilisation des cibles au développement durable

Réflexe n°3 > méthodologique
Penser globalement, faire parler sa créativité

Basée sur l’optimisation, la rationnalisation, la modularité, le mieux-avec-moins, le durable, la sobriété, la prise en compte de toute la chaîne de production et tout le cycle de vie du produit, l’éco-conception libère naturellement l’ingéniosité, l’imagination, le travail d’équipe, l’innovation, dans la communication comme dans l’industrie.

Bénéfices
+ d’intelligence et de pertinence
– de gaspillages et de dépenses dans la conception des outils et des actions de communication.

Réflexe n°4 > technique
Penser qualité, faire évaluer les progrès

L’éco-communication est une démarche toujours perfectible : chaque pas réalisé, chaque outil ou chaque action de communication éco-conçu doit être analysé aux travers d’indicateurs précis, les retours d’expériences partagés et diffusés, les enseignements capitalisés, les résultats valorisés…

Bénéfices
+ en + de qualité dans le produit fini
- de coûts de fonctionnement
de + en + d’avantages concurrentiels sur un marché en déploiement

L’éco-communication

Un savoir faire qui se partage

L’ADEME Paca est depuis toujours vigilante sur les modes de conception, de réalisation et de diffusion de ses outils de communication

La Direction régionale veille à intégrer des critères d’éco-communication en création, production, diffusion, dans les cahiers des charges de tous les outils dont elle pilote l’élaboration (par exemple son rapport d’activité ou son stand éco-conçu), ou dont elle soutient la réalisation. Ainsi, les porteurs de projets aidés par le Financement régional énergie environnement ont reçu, avec les normes d’utilisation de l’identité visuelle de l’accord-cadre, les règles d’or d’éco-conception de leurs éditions.

L’ADEME Paca diffuse son expertise et son expérience

• Au sein d'un groupe de travail national ADEME, la Direction régionale a contribué à l'élaboration du **Guide de l’éco-communication**, publié chez Eyrolles. À l'usage des professionnels, il recueille les informations et pistes d'améliorations utiles à l'éco-conception de publications et de manifestations.

• Avec la Région, l’ADEME Paca a missionné et accompagne l’Agence régionale des arts du spectacle (Arcade) dans la mise en place et le déploiement d’**Aer, plate-forme d’appui aux festivals éco-responsables.**

• La Direction régionale multiplie enfin les interventions et accompagnements auprès des professionnels comme des annonceurs, de la sensibilisation jusqu’à l’ingénierie de communication éco-responsable en passant par le soutien méthodologique et financier.

Le vademecum de l’éco-communication / ADEME Paca

Version imprimable éco-responsable : police écofont, trame à 65 %, à imprimer recto-verso en sélectionnant la page ou la partie dont vous avez besoin

Partie 1 – Généralités

Partie 2 - Projet com

Partie 3 – Éco-publication
Partie 4 – Événementiel éco-responsable

Un document édité par **l’ADEME - Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur**
2, boulevard de Gabès - BP 139 - 13267 Marseille cedex 08 France - ademe.paca@ademe.fr - paca.ademe.fr

Directeur de la publication : **Grégoire Calleja** - Coordination : **Béatrice Tonini et Céline Bec**
Conception éditoriale et rédaction : **Augustin Aubert, avec Béatrice Tonini et Anne-Marie-Fruteau de Laclos**

L’éco-conception d’un projet com

10 choix d’utilité et d’efficacité

1. Choisir la conduite du changement plutôt que les processus routiniers

La gestion de projet éco-conçu repose sur **une recherche de solutions alternatives aux automatismes de travail.** C’est une démarche transversale et globale dont les indicateurs de performances permettent le suivi et l’amélioration.

2. Choisir des indicateurs pertinents

Des calculs d’impact (gaz à effet de serre, consommations, déchets, dépenses évitées...) à la satisfaction client, il est important de **quantifier à chaque étape du projet les progrès réalisés** et de procéder aux ajustements nécessaires.

3. Choisir les bons arguments pour convaincre

En interne comme en externe, **il est utile de démontrer par la sensibilisation et la formation le bien-fondé et les bénéfices de la démarche** d’éco-communication : économies sur les coûts, cohérence avec le message, amélioration de l’image...

4. Choisir le support de communication en fonction du message et de l’information diffusées

La nature du message (pédagogie, adhésion, publicité produit...), et **la durée de vie de l’information** (du “à consommer tout de suite” au ”à diffuser à long terme”) sont des critères déterminants dans les arbitrages liés à une communication, qu’elle soit dématérialisée ou imprimée.

5. Choisir les prestataires en fonction de leur expertise environnementale et de leur localisation

De la création à la diffusion, le projet com éco-conçu sollicite des intervenants dont les efforts de **réduction d’impacts** (effluents, déchets, énergie, transports...) sont vérifiés (exemple : imprimeur du réseau Imprim’vert équipé en matériels CTP), dont la **proximité géographique** limite les déplacements (réunions, livraisons, maintenances...), et dont **les offres sont éco-responsables.**

L’éco-conception d’un projet com
10 choix d’utilité et d’efficacité

6. Choisir des matériaux éco-labellisés
Qu’ils soient certifiés ou auto-déclarés, **les écolabels officiels** peuvent guider les achats éco-responsables et sont à privilégier.

7. Choisir un mode de diffusion optimisé
Fichiers clients qualifiés et à jour, recours à l’e.media en prenant garde au déplacement de pollution causé par exemple par une impression papier ultérieure, événement bien dimensionné à ses objectifs... **Bien cibler permet de se prémunir contre un éparpillement générateur de gaspillages, de déchets et d’un surcroît de stockage.**

8. Choisir des quantités adaptées
Pour éviter les surplus et les impacts associés, une évaluation ajustée des volumes de supports physiques ou numériques à produire est nécessaire, assise sur les objectifs, les besoins, la connaissance fine des cibles.

9. Choisir les procédés de fabrication et les conditionnements responsables
Le projet com éco-conçu favorise systématiquement la bonne gestion et la réduction des consommations, des rejets, des déchets. Les emballages doivent être limités, rationnalisés, allégés, recyclés et recyclables, et il convient de limiter les suremballages.

10.Choisir les modes de déplacements et transports adéquats
L’usage des modes doux (piétons, vélos, transports collectifs...) est recommandé, **la dématérialisation des échanges** (vidéoconférence, espaces collaboratifs en ligne, réunions virtuelles...) contribue à à la réduction des impacts, ainsi que **l’optimisation logistique** (regroupement d’envois, limitation des courriers express....).

Le vademecum de l’éco-communication / ADEME Paca

Version imprimable éco-responsable : police écofont, trame à 65 %, à imprimer recto-verso en sélectionnant la page ou la partie dont vous avez besoin

Partie 1 – Généralités
Partie 2 – Projet com

Partie 3 - Éco-publication

Partie 4 – Événementiel éco-responsable

Un document édité par **l’ADEME - Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur**
2, boulevard de Gabès - BP 139 - 13267 Marseille cedex 08 France - ademe.paca@ademe.fr - paca.ademe.fr

Directeur de la publication : **Grégoire Calleja** - Coordination : **Béatrice Tonini et Céline Bec**
Conception éditoriale et rédaction : **Augustin Aubert, avec Béatrice Tonini et Anne-Marie-Fruteau de Laclos**

L’éco-publication
La logique du juste nécessaire

L’évaluation des besoins est le préliminaire absolu de tout projet de création d’édition

« Quels usages et quelle utilité de l’outil à produire ? Les cibles sont-elles bien connues et quantifiées ? » sont les questions à poser dès avant la phase de conception pour valider la pertinence et optimiser le dimensionnement de toute publication… Particulièrement de celles dont le contenu est lié au développement durable et au respect de l’environnement.

Le “moins et/ou mieux”, principe de base de la démarche

La fabrication du papier (vierge ou recyclé), les phases d’impression (la préparation à la reproduction, l’impression elle-même, la finition, puis le nettoyage) génèrent des impacts liés à la consommation de matières, d’eau, d’énergie, et de rejets dans l'eau et dans l’air…

Les conséquences environnementales d’une publication, à chaque étape de son cycle de vie, ne doivent jamais être perdues de vue.

Consommer moins (de papier, d’encres…) et/ou faire mieux (choix des procédés d’impression, du papier, des encres, concision du contenu, optimisation du transport…) guident les choix pour que ne soit publié que le strict nécessaire à la transmission du message.

Le e.media, alternative ou complément ?

e.mailing, site Internet multimédia, version électronique online ou offline (CD, DVD, clé USB), réseaux sociaux… La palette d’outils disponibles permet de réduire les quantités d’éditions fabriquées, d’éviter les rééditions en diffusant des mises à jours, ou même de se substituer à l’édition elle-même, à condition d’éviter les transferts de pollution.

L’e.media engendre ses propres impacts environnementaux : le passage du support papier au support électronique, par exemple, ne doit pas se faire à impacts environnementaux supérieurs.

L’éco-publication
Travailler de la création à la diffusion

La création : penser au cycle de vie du support

• **Rationaliser le choix du format** (A3, A4, A5) pour éviter en fabrication le gaspillage de papier et les déchets, et pour optimiser la diffusion.
• **Préférer les mises en page et impressions recto-verso.**
• **Privilégier la circulation des contenus et du sens par une mise en page équilibrée,** aérée mais sans excès, en limitant les aplats et leur densité.
• **Utiliser une police de caractères économique,** conçue pour économiser jusqu’à 25 % de l’encre ou du toner de votre imprimante.
• **Rationnaliser la pagination** en utilisant au mieux le cahier de couverture.
• **Éviter les choix créatifs qui amènent à utiliser en fabrication des produits polluants** (effets spéciaux, encres métalliques, vernissages...) : préférer un simple vernis machine acrylique, réserver le pelliculage aux documents pérennes et destinés à de nombreuses manipulations.
• **Choisir des couleurs composées** à partir d’une ou de plusieurs couleurs de base de la quadrichromie, éviter la cinquième couleur.

La production : préférer les éco-labels et les procédés éco-responsables

• **Papier :** privilégier les papiers **éco-labellisés**, opter pour des grammages légers.
• **Reliure :** pencher pour le pliage, les colles végétales recyclables et biodégradables, le cousu... **Éviter les finitions nuisibles au recyclage** (pelliculage, spirales, agrafes...).
• **Procédés de photogravure et d’impression : choisir les technologies innovantes** (CTP, économies d’énergie, produits de calage et encres à base végétales...).
• **S’orienter vers les imprimeurs certifiés (ISO 14001) ou labellisés (Imprim’vert)** pour la bonne gestion de leurs effluents et de leurs déchets.

L’éco-publication
Travailler de la création à la diffusion

La diffusion : ciblage optimum, emballage minimum

Choisir un mode de diffusion optimisé
Fichiers clients qualifiés et à jour, recours à l’e.media en prenant garde au déplacement de pollution causé par exemple par une impression papier ultérieure, événement bien dimensionné à ses objectifs... **Bien cibler permet de se prémunir contre un éparpillement générateur de gaspillages, de déchets et d’un surcroît de stockage.**

Choisir des quantités adaptées
Pour éviter les surplus et les impacts associés, une évaluation ajustée des volumes de supports physiques ou numériques à produire est nécessaire, assise sur les objectifs, les besoins, la connaissance fine des cibles.

Choisir les procédés de fabrication et les conditionnements responsables
Le projet com éco-conçu favorise systématiquement la bonne gestion et la réduction des consommations, des rejets, des déchets. Les emballages doivent être limités, rationnalisés, allégés, recyclés et recyclables, et il convient de limiter les suremballages.

Choisir les modes de déplacements et transports adéquats
L’usage des modes doux (piétons, vélos, transports collectifs...) est recommandé, **la dématérialisation des échanges** (vidéoconférence, espaces collaboratifs en ligne, réunions virtuelles...) contribue à à la réduction des impacts, ainsi que **l’optimisation logistique** (regroupement d’envois, limitation des courriers express....).

L’édition électronique : réduire les impacts de l’édition papier en veillant à ne pas les transférer
• **Éditer le document sous format électronique** (pdf...) pour diffusion web et mail permet de réduire vos besoins en fabrication et les impacts associés... À condition qu’il n’y ait pas transfert de pollution entre le support papier et le support électronique, lui aussi consommateur de matières et d’énergie, et producteur de déchets.
• **Penser à concevoir un document aisé à lire à l’écran (pour tous les publics et tous les équipements informatiques) afin d’éviter les impressions.**
• **Prévoir sinon des options d’impression économes en papier** (format dédié, deux pages par feuille...), en encre (polices de caractères économique) et inciter aux bonnes pratiques (mention “n’imprimer que si nécessaire”, impression recto-verso...).
• **Prendre en compte les impacts liés à l’emballage**, aux transports... dans le cas de diffusion via CD/DVD/clef USB.

L’éco-publication
Travailler de la création à la diffusion

La déclaration environnementale : valoriser à bon escient la publication éco-conçue

• Il n’existe pas de déclaration environnementale universelle, mais uniquement des **déclarations ‘‘sur mesure’’**, conformes à la réalité de chaque projet.

• **Mentionner le papier, les encres, la certification de l’imprimeur, les logos des éco-labels des matériaux utilisés.**

• **Donner des informations claires, compréhensibles, précises et rigoureuses,** correspondant à une véritable avantage écologique. Exemple : « Document imprimé par une entreprise Imprim’vert qui garantit la gestion des déchets dangereux dans les filières agréées ».

• **Éviter les déclarations vagues (« papier écologique »…) et ne jamais faire apparaître un éco-label s’il n’est pas officiellement décerné.**

L’éco-publication
Des exemples en Paca

Le rapport d’activité de l’ADEME Paca
Format A4 standard, pagination maîtrisée voire réduite, mise en page recto-verso aérée mais pas trop, pas d’effets spéciaux, édition électronique, diffusion à un fichier à jour sous enveloppe éco-conçue...

La papeterie de l’ADEME Paca
Enveloppes, cartes de visite, cartes de correspondance et en-tête de lettres : fabriqués en utilisant du papier éco-labellisé, imprimé avec des encres végétales par une entreprise qui garantit la bonne gestion de ses déchets dangereux dans les filières agréées.

Les éditions au titre du Free (Fonds régional pour l’environnement et l’énergie)
L’éco-label européen pour le papier certifie les caractéristiques suivantes :
• Réduction des émissions aériennes de souffre et de gaz à effet de serre au cours de la production.
• Diminution de la pollution de l'eau par les composés chlorés et déchets organiques au cours de la production.
• Limitation de la consommation d'énergie au cours de la production.
• Utilisation exclusive de fibres recyclées ou de fibres vierges provenant de forêts gérées de façon durable.

D’autres éco-publications de l’ADEME Paca et de ses partenaires
Format standard, strict nécessaire en pagination, mise en page aérée mais pas trop, limitation des aplats, pas d’effets spéciaux, édition électronique, diffusion à un fichier à jour sous enveloppe éco-conçue...
• **Les manuels Magestour :** destinés aux professionnels du tourisme en Paca, ces trois manuels de gestion environnementale et sociale (incluant des recommandations sur l’éco-communication et l’organisation d’éco-événements) sont les fruits du projet Magestour, piloté par la CCIR Paca. Parus en 2009, ils ont été imprimés sur papier recyclé avec des encres végétales par une entreprise qui garantit la bonne gestion de ses déchets dangereux dans les filières agréées. Édités en quantité limitée, ils sont consultables en ligne sur www.magestour.com
• **Le guide régional de la gestion des déchets :** piloté par Environnement industrie, cet outil dont les informations connaissent une obsolescence rapide a été récemment converti en site Internet (www.guide-dechets-paca.com), accompagné d’une édition papier allégée (marque-page).

Le vademecum de l’éco-communication / ADEME Paca

Version imprimable éco-responsable : police écofont, trame à 65 %, à imprimer recto-verso en sélectionnant la page ou la partie dont vous avez besoin

Partie 1 – Généralités
Partie 2 – Projet com
Partie 3 – Éco-publication

Partie 4 – Événementiel éco-responsable

Un document édité par **l’ADEME - Direction régionale Provence-Alpes-Côte d'Azur**
2, boulevard de Gabès - BP 139 - 13267 Marseille cedex 08 France - ademe.paca@ademe.fr - paca.ademe.fr

Directeur de la publication : **Grégoire Calleja** - Coordination : **Béatrice Tonini et Céline Bec**
Conception éditoriale et rédaction : **Augustin Aubert, avec Béatrice Tonini et Anne-Marie-Fruteau de Laclos**

L’événementiel éco-responsable

Toute manifestation a son cycle de vie

L’évaluation des besoins est le préliminaire absolu de tout projet événementiel

« Quels usages et quelle utilité de l’événement ? Les cibles sont-elles bien connues et quantifiées ? » sont les questions à poser dès avant la phase de préparation pour valider la pertinence et optimiser le dimensionnement de toute manifestation… Particulièrement de celles dont le contenu est lié au développement durable et au respect de l’environnement.

Penser différement l’événement, principe de base de la démarche

Action de communication par nature éphémère, un événement quel qu’il soit (rencontre sportive, festival, théâtre, concert…) a un cycle de vie : un avant, un pendant, un après. **Chaque étape à des impacts négatifs sur l’environnement : ponctuels mais aigus, ils vont de la consommation de matières et d’énergie à la production de déchets et de gaz à effet de serre.** Penser différemment l’événement, c’est donc le penser globalement, de l’avant à l’après…

- **Identifier les postes à forts impacts environnementaux** (aménagements, transports, communication, restauration, hébergement, animations…) grâce à l’outil d’autodiagnostic Adere, simple et pratique d’usage.
- **Chercher à les limiter ou les supprimer** dans une démarche d'amélioration continue évaluée par des indicateurs de performances multithématiques (déchets, énergie, gaz à effet de serre…).
- **Valoriser cette démarche et ses résultats,** pour capitaliser les bonnes pratiques, les bénéfices d’images, les soutiens financiers, techniques, politiques, ainsi que l’adhésion du public et des partenaires.

Mobiliser toutes les parties prenantes, un impératif

Éco-concevoir un événement nécessite d’informer, sensibiliser, convaincre, concerter, former et impliquer la multiplicité d’acteurs et d’intervenants qu’il réunit : l’équipe organisatrice, les bénévoles, les partenaires, les fournisseurs et prestataires, les médias, les publics. **L’initiative sera d’autant plus réussie qu’elle fera l’objet d’échanges d’idées, d’évaluation partagée et de retour d’expérience de chacun des participants.**

L’événementiel éco-responsable

Jouer sur tous les paramètres

Le choix du lieu : privilégier l’accessibilité et la proximité

• **Placer l’événement à proximité de ses cibles.**
• **Préférer un lieu disposant des infrastructures nécessaires** pour accueillir l’événement, et si nécessaire de la proximité d’hébergements adaptés.
• **Étudier les qualités environnementales du bâtiment** (éclairage naturel, matériaux sains, économies d’énergie, utilisation d’énergies renouvelables, nettoyage écologique...).
• **Vérifier la bonne desserte** du lieu en transports collectifs ferroviaires, routiers, et modes doux (piétons, vélos...).

Les déplacements : multiplier les solutions collectives et l’usage des modes doux

• **Offrir des tarifs préférentiels** sur les transports collectifs.
• **Créer des systèmes complémentaires :** navettes, covoiturage...
• **Aménager des parking vélos.**

Communication : dématérialiser, optimiser, partager

• **Préférer le téléphone,** les téléconférences, les vidéoconférences pour les réunions de travail.
• **Opter pour le e.media :** site Internet, e.mailing, dossier de presse, programmes, invitations et autres éditions au format électronique.
• **Faciliter la réutilisation :** pochettes, badges...
• **Organiser une diffusion raisonnée des supports :** suivi et ajustement annuel, formation des équipes chargées de la distribution des supports, affichage judicieux...
• **Éco-concevoir** toutes les éditions liées à l’événement.
• **Préférer des objets promotionnels utiles, réutilisables, éco-conçus** et éviter la diffusion en lot (proscrire par exemple la mallette du participant remplie par un paquet d’éditions).
• **Diffuser largement la démarche d’éco-conception et les actions éco-responsables de l’événement,** ainsi que les résultats attendus et/ou obtenus, via tous les supports de promotion et les médias relais.
• **Sensibiliser et inciter aux bonnes pratiques environnementales et aux éco-gestes durant l’événement et au-delà.** D’une part en donnant des instructions précises (transports, eau, déchets...). D’autre part en offrant des avantages divers (cadeaux, tarifs...) via les supports de promotion, les médias relais et des actions spécifiques (ateliers...).

L’événementiel éco-responsable

Jouer sur tous les paramètres

Achats : exigez l’éco-responsabilité

• **Dans la mesure du possible, intégrer des critères environnementaux dans tous les cahiers des charges** des appels d’offres ou consultations préalables aux choix de fournisseurs.
• **Privilégier les matériaux, matériels, équipements, infrastructures, stands…**
> **éco-conçus, éco-labellisés** ou issus de démarches qualité certifiées,
> **recyclés et recyclables,** réutilisés et réutilisables, éthiques, mutualisés...
> **Issus de ressources renouvelables**, biodégradables,
> **économes en énergie** (ampoule basse consommation, LED...), sobres en eau (toilettes sèches...),
> **peu ou pas emballés,**
> **modulaires, démontables, optimisés** en transport et stockage.
• Proposer à toutes les parties prenantes **une alimentation de saison**, issue de l’agriculture bio ou raisonnée, produite localement.

Déchets : réduisez la production, gérez l’élimination

• **Installer sur le site (en partenariat avec les collectivités compétentes) des conteneurs de collecte sélective et de tri des déchets** en veillant contractuellement à ce que les déchets triés soient effectivement valorisés/recyclés (verre, papier-carton, déchets fermentescibles compostables, déchets résiduels, déchets d’équipements électriques et électroniques...), si possible dans des filières locales.
• **Proposer les déchets d’origine “encombrants ménagers”** (stands, panneaux, mobiliers divers) aux **recycleries & ressourceries locales.**
• **Limiter les emballages et consommables** (achats en vrac, grands conditionnements...).
• **Mettre en place des systèmes de consigne** (gobelets, vaisselle...).
• **Limiter la production et développer la prévention des déchets :** matériels, équipements, stands réutilisables ou recyclables...
• **Nettoyer le lieu pour pallier les éventuels abandons de déchets et sur-trier** les poubelles pour corriger les erreurs de tri.

Bilan environnemental : soyez quantitatif et exhaustif

• **Avant l’événement, identifier l’ensemble des indicateurs de performances** permettant de suivre et d’évaluer en transversalité les résultats de la démarche d’éco-conception.
• **Après l’événement, diffuser largement les résultats** (presse, public, partenaires...).
• **Choisir des indicateurs parlants pour chaque impact environnemental** (déchets, énergie, eau, papier, CO_2, pollutions, etc.) sur tous les postes (accueil, transport, hébergement, communication, équipements...) : volume et/ou poids et/ou quantité consommé / généré / émis par participants, comparatifs et équivalences avec des gestes ou des situations familières...
• **Choisir les mêmes indicateurs pour valoriser les impacts évités, à qualité égale de l’événement :** déchets triés et valorisés, économies d’énergies, consommations et émissions évitées...
• **Montrer les progrès dans le temps** pour les manifestations récurrentes.
• **Compenser les impacts carbone qui ne peuvent être évités.**

L’événementiel éco-responsable

Des exemples en Paca

Marsatac (Marseille, 13)

Le festival de musiques actuelles est engagé depuis 2008 dans un programme de réduction de son impact environnemental : gestion des déchets, incitation aux transports doux, optimisation des consommations électriques, restauration locale et bio, communication éco-responsable... **Point remarquable : lors de l’édition 2010, 50 % des éclairages sur les différentes scènes étaient assurés par des diodes électroluminescentes (LED),** permettant une réduction des consommations électriques jusqu’aux deux tiers pour la plus petite scène du festival.

Aires libres (Saint-Martin-de-Crau, 13)

Événement musical et pluridisciplinaire dont la particularité est d’avoir lieu sur de grands sites naturels, Aires libres intègre depuis sa création en 2005 une dimension éco-responsable : recyclage et gestion des déchets, achats durables, transports collectifs, gobelets consignés, toilettes sèches, Bilan Carbone ®...

Point remarquable : Aires libres fait un effort particulier pour sensibiliser les publics à l'écologie et au développement durable en milieux festif et naturel (ateliers artistiques et pédagogiques, visites guidées du site et de la réserve naturelle, balades en ânes ou en VTT, point info nature).

Les voix du Gaou (Six-Fours, 83)

Organisé dans un environnement d’exception situé sur la réserve naturelle classée Natura 2000 de la Lagune du Brusc, ce festival de musiques actuelles conduit depuis l’édition 2009 plusieurs actions éco-responsables : sensibilisation du public et des intervenants, tri des déchets, limitation des consommations électriques, réalisation du Bilan Carbone ® de l’événement...

Point remarquable : à l’issue du festival, une opération de nettoyage de l'île du Gaou et de ses abords est réalisée en partenariat avec l'association Surfrider, avec l’aide de nombreux bénévoles.

Les plages électroniques (Cannes, 06)

Dès sa création en 2006, ce festival de musiques électroniques a porté un soin tout particulier au respect des plages sur lesquelles ont lieu les concerts. Les actions pour 2010 portent sur l’utilisation de gobelets consignés réutilisables, la mise en place de toilettes sèches, le tri sélectif des déchets et la mise en place de navettes pour le public.

Point remarquable : le festival a mis en place un Agenda 21 recensant les engagements pris pour réduire son impact sur l’environnement et les pistes d’améliorations pour les années à venir.

L’événementiel éco-responsable

Des exemples en Paca

Les Rencontres régionales de l’environnement

Depuis 2007, ce rendez-vous biennal des professionnels de l’environnement organisé par l’Arpe respecte une Charte éco-responsable en 10 points, appliquée à l’ensemble de l’organisation, avec pour objectif un événement exemplaire, démonstratif et innovant dans la mise en application des principes de développement durable. Sont privilégiés la gestion des déchets, la communication responsable, la sensibilisation des visiteurs, une logistique limitant les émissions de gaz à effet de serre, une incitation à l’utilisation de transports alternatifs au véhicule individuel, une restauration privilégiant les circuits courts et l’agriculture biologique ou raisonnée. L’ADEME Paca a soutenu ce volet éco-responsabilité en 2007 et 2009. Elle a également participé au jury du Prix du stand éco-conçu.

Point remarquable : en 2009, l’Arpe a réalisé le premier Bilan Carbone ® sur l'ensemble de la manifestation, ce qui a permis de sensibiliser et mobiliser l’équipe organisatrice, et de préparer les progrès en éco-responsabilité de l'édition 2011.

La participation à Pollutec des éco-entreprises de Paca

Une démarche collective et éco-responsable est en développement depuis 2003, concrétisée notamment par **un stand commun éco-conçu (primé en 2006 et 2008) et un Bilan Carbone ®.**

Le stand éco-responsable de l’ADEME Paca

Rendre l’éphémère durable

Le stand, déchet en puissance

Généralement réalisé pour une occasion unique, pas toujours mobile ni démontable, un stand traditionnel utilise des ressources naturelles telles que le bois, et des matériaux qui peuvent être très polluants (moquette...). **Après l’événement, le stand devient immédiatement déchet s’il n’est pas stocké pour réutilisation.**

Une démarche d’ingéniosité et d’esthétisme

Déjà vigilante sur les modes de conception, de réalisation et de diffusion de ses éditions, **la Direction régionale ADEME Paca a cherché dès 2005 à minimiser les impacts liés à la tenue de son stand sur les foires et salons.** S'inspirant des enseignements du Guide « Éco-communication, vers une communication éco-responsable », l’Agence a élaboré un cahier des charges, lancé une consultation et retenu FabriK3, collectif de jeunes designers motivés par la complexité de l'exercice : résoudre de façon ingénieuse et esthétique le paradoxe entre le caractère éphémère des événements et le principe de durabilité propre à toute politique en faveur de la protection de l'environnement. **Présenté pour la première fois à la Foire de Marseille en 2005 par le réseau régional des Espaces INFO>ÉNERGIE, nominé aux Trophées Planète gagnante de l'ADEME début 2006, sélectionné par l'Observeur du Design 2006, ce stand est le résultat d’une démarche aboutie (mais toujours perfectible) en terme d’éco-conception.**

Un stand éco-conçu dans les moindres détails

Le stand s’étend sur une surface de 35 m^2 modulaire (avec une réserve de 4 m^2). **Chaque élément du stand est étiqueté de sa “carte d’identité écologique” détaillant ses partis pris d’éco-conception :**

- **matériau** (bois issu de forêts écogérées),
- **fabrication, transport, montage/démontage, stockage** (mobilier empilable pour un encombrement réduit : volume à déplacer = 2 m^3 seulement),
- **emballages** (réutilisables, légers et peu volumineux),
- **cycle de vie du produit** (conception résistante pour une solution durable et valorisation énergétique et/ou matière possible),
- **adaptabilité** (éléments modulables et ajustables en fonction des usages et de l'espace).

Les caractéristiques techniques et esthétiques de ces éléments limitent les épreuves du temps, de l’usage, des modes...
Sur le stand, l'équipe d'animation met en œuvre des choix de vie quotidienne responsables : éclairage performant, distribution raisonnée des documents, vaisselle recyclable...

Le stand éco-responsable de l’ADEME Paca

Rendre l’éphémère durable

Des bénéfices utilisateurs et un cycle de vie bien compris

Le mobilier : robustesse et pérennité

- **Créatif :** adaptable aux surfaces d’exposition et aux attentes d’utilisateurs les plus variées.
- **Matériau solide, réparable, naturel et recyclable :** un multiplis de bouleau, issu de forêt éco-gérée (éco-label PEFC), dont la découpe optimise les chutes.
- **Fabricant unique :** pas de transport entre fournisseurs.
- **Conception mono-matière :** réduction des interventions durant la transformation et l’installation, valorisation énergétique ou recyclage plus aisé.

La logistique : simplicité et modularité

- **Éléments faciles** à manipuler.
- **Montage / démontage** peu gourmand en personnel.
- **Optimisation des masses** en transport et stockage.
- **Emballage durable :** couvertures en textile recyclé très résistant.

Accessoires/signalétique : lavables et recyclables

- **Tapis** en linoléum à base de matières naturelles.
- **Moquette** en polypropylène recyclable.
- **Poubelle, cendrier et autres accessoires** provenant de matériaux détournés ou recyclés.
- **Éclairage** en lampes à économies d’énergies.
- **Banderoles** en polyester recyclable.
- **Couverts** réutilisables pour les collations.