

Mettre en place une communication responsable pour un événement d'affaires

Fiche élaborée en partenariat avec l'ART Grand Est

Description

La communication associée à un événement professionnel n'est pas sans impact : génération de déchets, pollution liée aux produits toxiques utilisés dans la production des supports de communication, consommation de ressources (bois, métaux rares, électricité, eau etc.) et émissions de CO₂.

Néanmoins, la communication *print* ne doit pas être bannie au profit d'une communication 100% numérique. En effet, selon l'Ademe¹ 2,5% des émissions de gaz à effet de serre de la France sont liées au numérique, ce chiffre est de 3,6% à l'échelle mondiale.

Ainsi, un organisateur d'événements peut réduire l'impact environnemental de sa communication en effectuant une campagne au plus près des besoins et en ciblant le public finement. De plus, aligner cette campagne avec les initiatives éco-responsables mises en place pour l'événement renforce non seulement son image, mais contribue également à sensibiliser efficacement les participants.

Étapes à suivre pour mettre en œuvre la pratique

Évaluer les besoins en communication

Chaque support de communication doit être questionné sur sa nécessité, son usage (objectifs et cibles), et sa forme (type de support, quantité) afin d'assurer une action de communication pertinente.

- **Utiliser un mélange équilibré entre les supports *print* et les supports web** : privilégier les supports imprimés pour les informations fréquemment consultées (programme, plan, etc.), car chaque consultation en ligne (site web, réseaux sociaux, etc.) augmente l'impact environnemental. Si un document est disponible en ligne, il est conseillé d'encourager son téléchargement, ce qui réduit l'empreinte écologique par rapport à des consultations répétées. Pour les informations de dernières minutes ou qui sont amenées à changer régulièrement, une communication numérique est plus adaptée.
- **Assurer un suivi et une analyse des quantités distribuées** afin d'adapter les commandes au plus juste pour les événements suivants. Mettre les supports de communication à disposition des participants plutôt que de les distribuer systématiquement.

THÈME

Sensibilisation et changement de comportement

OBJECTIF

Connaitre et réduire son empreinte carbone)

PRATIQUE

Mettre en place une communication responsable pour un événement d'affaires

DIFFICULTÉ



¹ <https://infos.ademe.fr/magazine-avril-2022/faits-et-chiffres/numerique-quel-impact-environnemental/>

- Pour les évènements récurrents, anticiper la réutilisation des supports de communication (roll-ups, bâches etc.) : privilégier des choix graphiques sans date, préférer les supports recyclés et recyclables.
- Proposer les bâches et autres supports semblables aux structures qui réutilisent ces matières pour la fabrication de nouveaux objets (pochettes, sacsques vélos, sacs...)
- Privilégier une communication *print* raisonnée et responsable :
 - Optimiser la mise en page et les choix graphiques : pas d'espace vide, recto-verso, largeur des marges adaptée, sobriété dans les choix de couleurs, éviter les effets métalliques, les effets spéciaux qui nécessitent l'usage de produits polluants.
 - Privilégier des formats standards (A5, A4, A3, ...) ou des formats générant le moins de chute possible.
 - Sélectionner un grammage de papier adapté et éviter le pelliculage qui rend difficile leur recyclage. Le papier fabriqué à partir de 50% minimum de fibres issues de la récupération des déchets de papiers, nécessite moins d'eau.
 - Privilégier un imprimeur local, labellisé **Imprim'Vert** (garantissant la gestion des déchets dangereux), certifié norme ISO 14001.
 - Choisir des papiers labellisés : **Ecolabel Européen** (prend en compte toutes les étapes du cycle de vie), **Cygne blanc** (critères similaires à l'Ecolabel), **Ange bleu** (utilisation de fibres recyclées).
 - Choisir des papiers issus de forêts gérées durablement : la certification PEFC (engagement d'amélioration continue), certification FSC (niveau de qualité initiale de la gestion de la forêt exigé).
 - Choisir des encres végétales : peu toxiques, fabriquées à base de ressources renouvelables (lin, colza, maïs...).
 - Prévoir la collecte et le recyclage du papier.
- Réduire l'impact de la communication numérique :
 - Alléger son site internet : design simple et épuré, limiter les images et vidéos, supprimer les plugins inutiles, adapter la qualité des contenus (le HD n'est pas toujours nécessaire).
Pour tester l'impact environnemental de son site internet : <https://www.ecoindex.fr/>
 - Choisir un hébergeur vert (optimisation énergétique des serveurs, énergies renouvelables) et dont les serveurs sont en France si la cible est française.
 - Penser à l'accessibilité des contenus à tous les publics (handicaps visuels, dyslexie, etc.).
 - Pour toute communication par mail ou via newsletter, privilégier le format HTML, minimiser le poids des pièces jointes (les compresser), rendre le mail et l'information visible pour éviter les impressions (ou prévoir une version à imprimer avec un impact minimal grâce à une mise en page adaptée).
- Proscrire le *greenwashing* ou "écoblanchiment" :
L'ADEME qualifie ainsi toute allégation pouvant induire le public en erreur sur la qualité écologique réelle d'un produit ou d'un service, ou sur la réalité de la démarche de développement durable d'une organisation, quelles que soient ses modalités de diffusion. Il « désigne une communication qui utilise de façon abusive l'argument écologique. » (ORSE - Abécédaire RH & RSE)
Toutes les informations communiquées à propos de la démarche éco-responsable de l'évènement ou de l'organisation doivent être vérifiées et exactes.

Parties prenantes à impliquer

- Organisateur d'évènements
- Agence de communication externe
- Chef de projet sur l'évènement
- Expert éco-conception de site internet
- Imprimeurs et partenaires fournisseurs des supports de communication

Aspects financiers

Coûts :

En cas de refonte du site internet, des coûts sont à prévoir pour l'expert en éco-conception. Frais de personnel pour la conception des campagnes de communication au plus près des besoins. Les diagnostic et travail de recherche vers les productions de support de communication les plus respectueuses de l'environnement

Réduction des coûts :

L'étude qui précise des besoins de communication permet de réduire les quantités, rationaliser les choix et achats. L'utilisation de supports non millésimés permet leur réutilisation.

Suivi de la mise en œuvre

Les supports *print* utilisés, non utilisés et non commandés ou créés (poids et nombre d'exemplaires).

Les caractéristiques (labellisation, certification...) des imprimeurs et des matériaux utilisés.

L'impact du site internet (grâce à <https://www.ecoindex.fr/>)

Nombre et poids des mails ou newsletter envoyés

Ressources

[Adapter la promotion aux besoins | Le site de la communication responsable \(ademe.fr\)](https://www.ademe.fr/)

[Fiche Communication.pdf \(lecollectifdesfestivals.org\)y](https://www.lecollectifdesfestivals.org/y)

Fiche 12 : <https://www.zerowastefrance.org/wp-content/uploads/2018/03/mon-evenement-zero-waste.pdf>

[Calaméo - Guide ADEME Ecomanifestations Antilles Guyane 2020 \(calameo.com\)](https://www.calameo.com/)