

# LE GUIDE DE LA COMMUNICATION ÉCOREPONSABLE

## De vos événements



10 conseils  
pour adopter les bons gestes et  
faire de votre engagement un  
atout de communication

**BAHIJA KIBOU**

*La meuf de la com*

---



Il y a de quoi  
s'arracher les  
cheveux quand  
on souhaite  
adopter une  
posture  
écologique en  
communication.

DANS CET EBOOK, VOUS  
TROUVEREZ QUELQUES D'ACTIONS  
CONCRÈTES QUI VOUS  
PERMETTRONT DE RÉDUIRE  
L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE  
VOS ÉVÈNEMENTS





# Les impacts environnementaux des événements

EN MOYENNE, UNE MANIFESTATION QUI RASSEMBLE  
1000 PERSONNES CONSOMME :

- 100 kg de papier soient 2 arbres, 30 000 litres d'eau.
- 200 KWh d'énergie soient 3 ans d'éclairage avec une ampoule économique (15 w).
- 500 kg de déchets, soit environ la production d'un Français en un an.



# Le saviez-vous?

- 49.7% des émissions sont liées au transport des festivaliers,
- 29.5 % au transport des œuvres, des équipes artistiques et du transport logistique,
- 19.9% à l'alimentation et aux boissons,
- 0.9% des impacts relèvent du merchandising, de l'électricité et des déchets.

79% DE  
L'IMPACT  
CARBONE  
EST DÛ  
AU  
TRANSPORT  
DES  
PERSONNES  
ET À LA  
LOGISTIQUE





# 01

## Choisir un lieu adapté

Un lieu facilement accessible en transports collectifs (métro, tramway, train, bus...), à vélo, à pied, afin d'éviter l'utilisation des voitures individuelles (personnelles, taxis...).

Invitez les hôtels à participer à des actions pour faciliter l'usage de transport collectif (mise à disposition de vélos, navettes dédiés...)

## Mode de transport doux

Précisez dans la communication et les invitations les informations pratiques nécessaires : plan d'accès en transports en commun à partir des gares et des aéroports, temps de parcours, arrêts de bus ou de métro, station de vélo, présence de piste cyclable, parking à vélo.





## Systeme de transport en collectif

Pour organiser les transferts, mettez en place un systeme de transport en navettes collectives ou encore un systeme de location de vélos.

Et si cela est envisageable, offrez un pass de transports en commun valable pour la durée de l'événement.



## L'hébergement

Plusieurs labels permettent de repérer les hébergements qui s'engagent résolument dans une démarche de réduction de leurs impacts environnementaux.

Favoriser le camping sur place et l'hébergement chez l'habitant et cherchez à mettre en place des partenariats avec les hôteliers locaux.



# 02

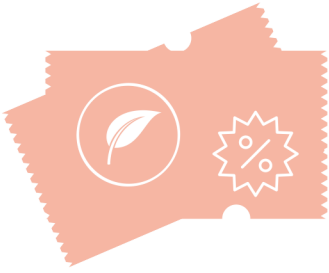
## Penser local

- Privilégier les invités, artistes, et intervenants locaux. Ce serait un gain pour la qualité des créations, le bien-être des équipes et les échanges dans les territoires où elles s'inscrivent, alors qu'aujourd'hui bien des professionnels doivent « enchaîner les dates » à un rythme fou en faisant le tour de la France
- favoriser les fournisseurs et partenaires locaux (bar, restauration, etc.)

## La mutualisation

- Et chercher la mutualisation des tournées, expositions, diffusions entre plusieurs partenaires locaux, de multiplier le nombre de représentations ou d'activités des professionnels sur chaque territoire (masterclass, collaborations avec des artistes locaux, conférences, actions)
- Emprunter, partager et échanger avec les acteurs locaux de votre territoire





# 03

## Tarification préférentielle

VALORISER LES COMPORTEMENTS VERTUEUX :

- Proposer un tarif réduit sur présentation des titres de transport
- cadeau de "communication" (goodie...) aux spectatrice.eur.s qui a utilisé une mobilité décarbonée
- concours sur les réseaux sociaux pour les personnes qui sont venue en vélo (photo, course...)

etc.

**Vous pouvez en faire une vraie stratégie de communication!**



# 04

## Les médias numériques

OPTEZ POUR LA COMMUNICATION EN LIGNE :

- Plutôt que l'impression de supports physiques tels que des flyers, des affiches ou des dépliants. Utilisez les médias sociaux, les sites web, les courriels et les newsletters pour atteindre votre public cible de manière plus durable.
- Privilégier PDF et QR Codes quand c'est possible.
- Créez un site web ou une page dédiée à l'événement : Utilisez un site web ou une page spécifique pour fournir toutes les informations nécessaires sur votre événement, y compris les détails, les horaires, les conférenciers, les activités, les partenaires, etc. Cela permet de réduire l'utilisation de matériel imprimé.
- Invitations numériques : Au lieu d'envoyer des invitations papier, privilégiez les invitations numériques par courriel ou par le biais de plateformes d'inscription en ligne. Cela permet d'économiser du papier et de réduire les déchets.

**Mais attention à privilégier des images en basse définition suffisante pour le web et limiter les vidéos trop lourdes sources de pollution numériques !**

**Objectif : Ciblage optimisé en e-mailing : actualisation permanente des bases de données afin d'éviter des envois inutiles ; ciblage en fonction de l'activité du contact.**



# 05

## Penser réutilisable

### LA SCÉNOGRAPHIE, LE BAR ET LES STANDS :

- Privilégiez un style et des couleurs sobres qui se démodent généralement moins vite.
- Optez pour des éléments facilement manipulables et démontables.
- Choisissez des équipements robustes, réutilisables, réparables, modulables. Prévoir une signalétique éco-conçue et/ou revalorisable (kakemono sans date pour réutilisation année après année)
- Identifiez en amont la partie déchets et la partie récupérable des stands.

### PARTAGEZ DES CONTENUS ÉCORESPONSABLES :

- Lors de la promotion de votre événement sur les médias sociaux, partagez des messages et des contenus mettant en valeur les initiatives écologiques de votre événement, comme l'utilisation d'énergie renouvelable, la réduction des déchets, la sensibilisation à l'environnement, etc.

### UTILISEZ DES GOODIES ÉCOLOGIQUES :

- Si vous prévoyez de distribuer des articles promotionnels, optez pour des produits respectueux de l'environnement, tels que des stylos recyclables, des gourdes réutilisables ou des sacs en coton biologique. Évitez les objets jetables qui finissent souvent par être jetés rapidement.



# 07

## Arrêter de prévoir large

MINIMISEZ LE GASPILLAGE :

- Si votre événement inclut des repas ou des rafraîchissements, veillez à minimiser le gaspillage alimentaire en planifiant les quantités avec soin. Encouragez le compostage des déchets alimentaires et utilisez des contenants recyclables ou compostables.
- Si vous devez imprimer affiches ou programme, prévoyez le nombre nécessaire, quitte à devoir faire de nouvelles impressions en cours de campagne afin d'éviter les impressions inutiles.

**Utilisation de papier recyclé ou éco-labellisé, recto verso, pas d'aplat consommateur d'encre, encres végétales.**

NEW  
NEW  
NEW  
NEW

08

# Participer aux nouveaux modèles

PARTAGEZ DES CONTENUS ÉCORESPONSABLES :

- Lors de la promotion de votre événement sur les médias sociaux, partagez des messages et des contenus mettant en valeur les initiatives écologiques de votre événement, comme l'utilisation d'énergie renouvelable, la réduction des déchets, la sensibilisation à l'environnement, etc.
- Sensibilisez les participants à l'écoresponsabilité : Incluez des informations sur les pratiques écoresponsables de votre événement dans les communications et sensibilisez les participants à l'importance de réduire leur impact environnemental lors de l'événement.
- 

REPRÉSENTATION ET PROMOTION DE LA DIVERSITÉ

- Lutter contre toutes les formes de discrimination durant l'événement.
- Promouvoir la parité homme / femme au niveau des intervenants, débats et conférences. - Promouvoir la diversité ethnique au niveau des intervenants, débats et conférences. - Être attentif au parcours des personnes en situation de handicap.
- Favoriser la cohésion d'équipe entre les différents services impliqués dans la fabrication d'un événement.

**C'est en construisant un nouveau modèle dominant que nous pouvons faire évoluer les mentalités de façon profonde.**



09

## Travailler avec ceux qui partagent vos valeurs

- Partenaires (associations et médias), sponsors et autres participants :
- Travailler pour sensibiliser les partenaires et participants en amont de l'événement sur le caractère écoresponsable de l'événement.
- Dialogue avec nos partenaires et sponsors sur la sensibilisation aux événements écoresponsables.
- Mise en place d'opérations pratiques de sensibilisation, animations le jour de l'événement.

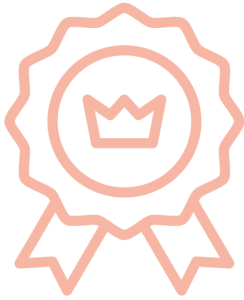
**Se réunir avec ceux qui partagent votre engagement vous permettra de gagner en visibilité et développer votre réseau de partenaires.**



# 10

## Les organisateurs, bénévoles et salariés

- Communiquer sur la politique de développement durable mise en place par l'organisateur
- Intégration d'un volet Environnement sur son site internet.
- Informer et sensibiliser les salariés à la démarche écoresponsable des événements.
- Développer des événements ludiques et participatifs pour favoriser la prise de conscience de vos collaborateurs-trices



# La communication éthique est également vertueuse pour votre image

- En termes d'image : le public est plus enclin à venir sur une manifestation propre, engagée, respectueuse et responsable.
- Une meilleure valorisation auprès du public mais aussi des partenaires financiers qui commencent à inclure des critères concernant l'éco responsabilité.
- Initier ce type de démarche permet aussi de s'ouvrir à de nouveaux réseaux et de travailler en partenariat avec des services publics (collecte de déchets, animation, prêt de matériel...), des producteurs locaux, mais également d'autres structures ayant initié des démarches de ce type.



# Sources

- Les impacts de l'événementiel

- ADEME : L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) propose une rubrique sur les événements durables, où vous trouverez des informations sur la communication responsable et d'autres aspects de l'organisation responsable d'événements.

<https://www.ademe.fr/>

- « DÉCARBONONS LA CULTURE ! » : LE RAPPORT DU SHIFT PROJECT

The Shift Project est un think tank qui œuvre en faveur d'une économie libérée de la contrainte carbone. Nous sommes une association loi 1901 d'intérêt général, guidée par l'exigence de la rigueur scientifique. Notre mission consiste à éclairer et influencer le débat sur la transition énergétique.

<https://theshiftproject.org/article/decarboner-culture-rapport-2021/>

- CHARTE POUR DES ÉVÉNEMENTS ÉCORESPONSABLES - SURFRIDER FOUNDATION

- CHARTE ÉTHIQUE DES ÉVÉNEMENTS ÉCO-RESPONSABLES



*Bahija Kibou*

Communication & formation

“  
Mon crédo démystifier  
le marketing et surtout  
le rendre accessible  
pour valoriser les  
projets qui changent le  
monde  
”

Communicante joyeuse, j'anime les communautés créatives et entrepreneuriales par la conception graphique, le conseil & la formation.

Je suis sûre d'une chose : tout est possible, il suffit de travailler en synergie pour y accéder.

Pour nourrir cette conviction et aider d'autres à suivre ce chemin, je peux être la chargée de communication qui va mener une stratégie de communication puissante pour donner la meilleure visibilité à votre projet.

Je propose également de vous y guider par des ateliers thématiques, des coachings individuels et des formations pour découvrir les subtilités des réseaux sociaux, et mettre en place les stratégies pour optimiser sa visibilité.

Suivez-moi et  
découvrez conseils &  
astuces pour vous  
simplifier la com'



@lameufdelacom

*La meuf de la com*

[www.bahijakaa.com](http://www.bahijakaa.com)