

ORGANISER UNE MANIFESTATION ÉCO-RESPONSABLE

LA COMMUNICATION

OBJECTIF

Réduire l'empreinte écologique, réduire les coûts et montrer un engagement concret envers le développement durable et la responsabilité sociale.

COMMENT FAIRE ?

- Réduire l'utilisation de papier**, réaliser un suivi des quantités imprimées et diffusées et ajuster les tirages
- Imprimer en recto verso, limiter les aplats de couleur, éviter les pelliculages
- Utiliser un **papier recyclé** ou passer par un imprimeur certifié Imprim'Vert®, choisir des supports et des produits ecolabellisés (NF environnement, ecolabel européen...)
- Pérenniser la **signalétique** : utiliser une signalétique (panneaux, bâche, kakémono...) réutilisable, sans date et stockable.
- Limiter l'achat et la distribution d'**objets promotionnels**, choisir des objets utiles et écoconçus, offrir une « expérience » plutôt qu'un objet publicitaire : une séance d'entraînement avec une personnalité, un dîner dans un restaurant local...
- Dématérialiser la communication**, privilégier les outils de communication digitale en fonction du public visé (habitants, touristes, professionnels, sportifs, jeunes, seniors...).

ASTUCES ÉCO

- Diversifier** au maximum les canaux de communication, penser à la presse, à vos partenaires, vos sponsors... pour faire passer l'information
- Utiliser les services www.panneaupocket.com et www.pros-decibelles-data.espacepro.tourinsoft.com

RESSOURCES EN LIGNE

- Informations réglementaires sur le **site de la ligue de l'enseignement** : www.associations-lpdl.org



Attention : La mention « Ne pas jeter sur la voie publique » doit apparaître lisiblement sur les flyers ainsi que le logo « Triman ».

TÉMOIGNAGES



« Pour la communication papier, **on optimise nos documents**, on calcule au plus juste les quantités imprimées et diffusées et on choisit si possible du papier recyclé. On inscrit tous nos événements sur Décibel Data (on a suivi une formation avec l'Office de tourisme, pour la saisie des événements). **On communique aussi beaucoup par voie de presse**, dans les médias locaux, à la radio... ».

Morgane et Elise, Maison du Patrimoine Oral de Bourgogne - Anost



« **On communique très peu avec du papier** et on ne pense pas avoir perdu de public suite à l'arrêt des flyers. On pose quelques affiches, on utilise les réseaux sociaux, le site de l'Office de tourisme et on a un calendrier sur notre site internet... On relaie les informations grâce à nos sponsors. On sollicite aussi la presse locale et spécialisée. **On a des banderoles réutilisables et une signalétique pérenne** ».

Olivier, Vincent et Nino, Club Alpin Mâcon



« Nous utilisons les services Panneau pocket et Décibel Data, les communes relaient bien nos informations. On a gardé un affichage dans des points stratégiques et on essaie d'adapter le nombre d'affiches à l'évènement proposé. On sollicite la presse locale, c'est une publicité gratuite et facile. On n'hésite pas à envoyer des articles et des photos que l'on prend nous-même ».

Fanny, Économie solidarité partage - Tournus



« Nous n'avons pas la volonté d'accueillir plus de monde sur le festival. C'est aussi une démarche écologique, **pour éviter de déplacer le public en masse**. On s'est recentré sur l'essentiel : une communication digitale et quelques flyers et affiches. **On limite les envois de mail**, car c'est aussi une forme de pollution. Nous avons renoncé aux bâches. Notre signalétique est **majoritairement en bois peint** et nous les réutilisons chaque année. Nos uniques goodies sont des t-shirts pour nos bénévoles ».

Faustine, Festival Saint Rock La Clayette

« Nous avons imaginé un affichage avec des banderoles en tissu réutilisables ».

Agnès, Village solidaire - Matour