

[Mettre en place une action – Eco-communication](#)

ECO-COMMUNICATION

La communication est un point essentiel à travailler pour adopter une démarche éco-responsable. En effet, les activités de communication contribuent fortement à de multiples impacts environnementaux, à travers la réalisation et la diffusion de publications.

Avoir une communication réfléchie permet d'être cohérent avec le reste de la démarche et d'obtenir de véritables résultats concrets qu'il est possible de valoriser ensuite auprès des différentes cibles.

La mise en place d'une communication éco-responsable permet alors de véhiculer une image responsable de son organisation puis de sensibiliser le public cible au respect et à la protection de l'environnement, à travers ces messages.

Points clés

- ✓ Optimisation de la diffusion des supports d'information
- ✓ Supports de communication : choix de conception et d'impression
- ✓ Labellisation dans le choix d'impression
- ✓ Communication interne
- ✓ Choix d'un partenaire
- ✓ Communication externe
- ✓ Communication sur site
- ✓ Solutions de communication alternatives

✓ **Optimisation de la diffusion des supports d'information**

Pour optimiser la diffusion des supports, deux solutions s'envisagent.

Il s'agit de diffuser raisonnablement les documents imprimés, notamment grâce à une évaluation précise des quantités et un ajustement du nombre de tirages en fonction des expériences passées.

De plus, il convient de favoriser les supports électroniques, à travers l'utilisation d'un site internet, des réseaux sociaux, de la messagerie électronique et de toutes nouvelles technologies de l'information et de la communication pouvant remplacer l'usage du papier.

✓ **Supports de communication : choix de conception et d'impression**

La conception est une étape primordiale pour l'utilisation et la durée de vie du document.

Il convient d'organiser au mieux l'information : en effet, il s'avère judicieux de réfléchir sur les informations susceptibles d'évoluer et d'intégrer dans les documents à imprimer seule l'information qui se veut être durable puis de diffuser les autres renseignements sur des supports électroniques. Egalement, il est possible de proposer une synthèse du document en version papier et de mettre à disposition la version complète en format électronique, pour permettre aux personnes intéressées de ne consulter que la partie souhaitée.

De plus, il convient de faire un choix sur le format et le graphisme du document : nombre et types de couleurs pour optimiser la consommation d'encres : recto-verso, brouillon, nombre de pages, peu de couleurs, papier recyclé, labellisé, etc.

Pour réduire les quantités de papier utilisé, il s'agit donc de penser à l'intérêt de l'impression du document et de sa durée de vie puis d'évaluer le nombre de tirages, pour ne pas gaspiller.

Il en est de même pour les informations postées sur les supports électroniques : favoriser une lecture facile à tous publics pour éviter l'impression, mettre en page un format spécifique d'impression, inciter si besoin à l'impression recto-verso et penser à la vie du document.

✓ **Labellisation dans le choix d'impression**

Plusieurs types de labellisations existent et peuvent être conseillées dans le choix des impressions.

Il existe une démarche de gestion environnementale du procédé de fabrication et de recyclage du papier (certification ISO 14001 ou EMAS, système communautaire de management environnemental et d'audit).

Il est également possible d'utiliser du papier répondant aux exigences d'un écolabel (écolabel européen pour le papier « copying paper », écolabel nordique « printing paper » ou écolabel allemand « recycled paper »), ou un papier recyclé (la boucle de Möbius ou l'association des Producteurs et des Utilisateurs de papiers-cartons Recyclés APUR)

Le choix d'un imprimeur est également essentiel, notamment à travers le label Imprim'Vert, privilégiant les encres végétales.

Plus globalement, on retrouve différents labels liés à la gestion durable des forêts (le Forest Stewardship Council (FSC) ou le Programme de Reconnaissance des Certifications Forestières (PEFC)).

✓ **Communication interne**

Il s'agit de faire une meilleure utilisation des technologies de l'information et de la communication au sein des structures sportives, notamment pour l'organisation de réunions, formations et autres rencontres de travail impliquant des déplacements.

Le travail de bureau et prises de contact avec les partenaires sont à privilégier avec ce type de technologie. Le but est de limiter les déplacements en favorisant l'utilisation des mails, d'un intranet, de visioconférences, afin de réduire la quantité de papier.

Il convient donc d'informer tous les partenaires afin de les sensibiliser à ces nouveaux procédés et de travailler conjointement dans un but commun.

Egalement, la formation de l'ensemble du personnel à la démarche est nécessaire. Il est possible notamment lors d'un évènement de former des hôtesse à aider des visiteurs à cibler et à orienter leurs demandes et éviter ainsi la collecte systématique de tous les documents d'un stand.

✓ **Choix d'un partenaire**

Dans une démarche de partenariat, une organisation peut exiger de se rapprocher de partenaires ayant une politique développement durable. Il s'agit alors d'évaluer les caractéristiques environnementales de son partenaire, avec la possibilité d'intégrer un paragraphe attitré à la démarche dans un accord de partenariat.

Egalement, la structure sportive peut se donner un objectif (en pourcentage) de fournisseurs à avoir qui ont une démarche responsable. Ainsi, il est possible par la suite de communiquer sur ces partenariats et de les valoriser.

✓ **Communication externe**

La communication externe est nécessaire pour véhiculer la visée environnementale de la manifestation ou d'une structure. L'évènement peut être la vitrine du savoir-faire en matière d'éco-responsabilité.

L'enjeu est alors de rendre l'information accessible à tous en faisant connaître la démarche responsable et en étant cohérent dans toutes ses actions, ses supports choisis et ses messages véhiculés.

Pour promouvoir le développement durable, il est possible de faire intervenir des personnalités qui diffusent le message, « donnent l'exemple » ou encore montrent les bonnes pratiques afin que chacun d'entre nous soit sensibilisé et puisse appliquer des principes de développement durable. Enfin, il s'avère essentiel de communiquer sur les résultats obtenus et les évolutions mesurées.

✓ **Communication sur site**

La communication sur site doit être claire et compréhensible. Pour diffuser des messages, il convient d'utiliser des logos, images ou sigles permettant une lecture et une compréhension simple et rapide.

Ensuite, il s'agit de signaler les divers lieux d'un évènement et de les organiser de façon optimale. Par exemple, nous pouvons noter qu'une bonne organisation des documents sur un stand peut permettre de diffuser moins de prospectus inutiles pour certains et donc de réduire les quantités produites et in fine les déchets. Il s'agit aussi d'éviter la distribution de documents en lots.

De plus, il est possible d'utiliser divers outils informatiques (ordinateur, de bornes tactiles ou tout autre outil) permettant de consulter en ligne les informations nécessaires à la bonne organisation de l'évènement (horaires, programmation, etc.).

S'il y a recours à de la communication ou de la publicité par l'objet, il est préférable de privilégier les objets « utiles », respectueux de l'environnement, apportant une sensibilisation au développement durable.

✓ **Solutions de communication alternatives**

Nous pouvons aujourd'hui penser à diverses solutions de communication alternatives.

Le site internet est la source de base, il convient qu'il soit le plus complet possible et mis à jour. Il peut notamment présenter les diverses informations de l'évènement ou de la structure : modalités de transport, programmation, informations pratiques, politique de développement durable, etc.

A côté de ce média, le Web 2.0 avec les réseaux sociaux est une source d'informations essentielle puisqu'il est possible de partager de l'information à moindre coût.

Ensuite, on voit apparaître de nombreuses applications mobiles téléchargeables, qui pourrait permettre d'avoir par exemple en direct le programme sur son mobile ou encore un plan du site.

Egalement, il est possible de prévoir des écrans d'affichage sur le site au lieu de distribuer le programme en masse qui est une importante source de déchets.

Enfin, il est possible de travailler sur la billetterie, en privilégiant les inscriptions et les billets électroniques pour l'achat à l'avance. Le participant présente juste son mobile comme preuve d'achat et comme porte d'entrée sur le site. Cette méthode permet aussi de mieux connaître ses cibles.