



Pourquoi éco-concevoir sa communication ?

Constats

Les impacts des supports de communication print ou numérique sont multiples :

- Production de déchets (papiers et autres supports print parfois non recyclables)
- Pollution (utilisation et rejets de produits toxiques mais également pollution visuelle)
- Consommation de ressources (bois, énergie, eau, métaux rares)
- Emissions de CO2 et réchauffement climatique : au moins 4 % des émissions de CO2 dans le monde peuvent être imputés au numérique et ce chiffre ne cesse de grimper.

Les technologies de l'information et de la communication ont également des impacts indirects :

- Impacts sociaux (exploitation de la main d'œuvre et travail des enfants, conflits, pillage de ressources)
- Impacts sur la santé (pollution des sols, troubles liés à l'utilisation de TIC : troubles musculo-squelettiques, exposition aux ondes électromagnétiques, fatigue visuelle, stress, troubles de concentration)
- Fracture numérique (géographique, sociale, générationnelle)

C'est la responsabilité de tout émetteur de messages d'analyser et de réduire les nuisances occasionnées.

Enjeux

L'éco-communication est un outil concret au service de la démarche de développement durable du festival. Elle permet de :

- limiter les impacts sur l'environnement de ses actions de communication,
- mettre en cohérence ses activités de communication avec ses discours,
- faire des économies,
- valoriser ses résultats : une démarche d'éco-communication bien menée et sincère peut être expliquée et valorisée auprès des publics, des partenaires...

Objectifs opérationnels

- Réaliser des supports de communication print en adoptant des critères écologiques.
- Réduire les impacts de sa communication numérique.
- Rendre cohérents et concrets les messages dans les actions de communication du festival.
- Permettre à la stratégie de communication de se développer et d'être efficace tout en limitant l'impact de ses activités sur l'environnement.

L'évaluation des besoins

Le projet répond-t-il à un vrai besoin ? Tout nouveau projet de communication doit s'inscrire dans un ensemble cohérent et des objectifs clairs.

C'est seulement lorsqu'on a défini ces objectifs, les cibles, les sujets... que l'on détermine éventuellement s'il y a des supports à créer ainsi que :

- Leur type : évaluer ce qui est plus pertinent entre support print ou numérique, faire la différence entre un support pérenne ou non, réutilisable, dont les infos changent souvent...
- Les quantités en cas d'impression : éviter évidemment de trop imprimer (malgré les offres dégressives des imprimeurs) mais également d'imprimer trop peu : pour des tirages en petit nombre, le ratio "nombre de feuilles perdues / nombre de feuilles imprimées" peut être de l'ordre de 10 %, voire plus et la réimpression oblige à de nouveaux calages des machines.
- Ajuster d'année en année.

Print ou numérique ?

On a beaucoup encensé la dématérialisation pour réduire l'usage du papier. On se rend compte à présent que le numérique a également un impact très important sur l'environnement. A contrario, les papiers issus de forêts gérées durablement garantissent leur régénération.

Il faut savoir choisir son support au cas par cas en fonction du message, de sa pérennité, de la cible, etc. La clé c'est la complémentarité !

L'empreinte du numérique est accrue lorsque le support est consulté à plusieurs reprises : à chaque consultation, les serveurs et les autres infrastructures sont sollicités et consomment de l'énergie (on parle de « charge serveur »). En général il faut donc privilégier les supports print pour l'information non sujette à modification et destinée à être consultée régulièrement (par exemple le programme d'un festival).

Le numérique est idéal pour l'information « de dernière minute » : conseils pratiques, météo, changement de programme, etc.

Un compromis entre les deux existe : le téléchargement !

Il vaut mieux télécharger un programme plutôt que de le consulter régulièrement en ligne... et cela évite de l'imprimer !

La communication print

Conception du document

- Optimiser la mise en page : Aérer mais pas trop. Éviter l'insertion de pages quasi vides entre chapitres, adapter la largeur de la marge selon le mode de reliure, optimiser la taille des interlignes, privilégier le recto-verso...
- Faire des choix graphiques économes : On peut faire du très beau en étant sobre !
- De manière générale, on choisit des couleurs composées à partir de la quadrichromie CMJN et on évite la cinquième couleur ou les effets métalliques type pantone métallique.
- Éviter les choix créatifs qui amènent à utiliser des produits polluants (effets spéciaux, encres métalliques, vernissages...).
- Maîtriser la consommation d'encre : éviter les aplats ou réduire leur densité.
- Choisir le bon format du document : préférer les formats standards (A4, A3...) ou discuter avec l'imprimeur pour choisir les formats générant moins de chûtes.
- Choisir un grammage adapté.

Choix de l'imprimeur

- Choisir un imprimeur local permet de réduire les transports, de se rendre sur place pour voir les papiers, facilite le dialogue... Les imprimeries en ligne à l'étranger proposent effectivement des prix compétitifs mais ne garantissent pas les droits des salariés.
- Se renseigner sur ses machines et leurs performances. Pour certains supports par exemple, l'impression numérique ne nécessite pas le développement de films et donc l'utilisation de produits toxiques. C'est également plus économique.
- Le label Imprim'Vert ne garantit pas que l'imprimeur mène une démarche environnementale globale, il concerne seulement la gestion des déchets dangereux. (Liste des imprimeries labellisées : imprimvert.fr)
- La norme ISO 14001 est une norme de management environnemental



Le dialogue avec l'imprimeur est essentiel : il est en veille sur les nouveaux procédés, connaît ses machines et sera donc de bon conseil.

Les papiers

Les papiers labellisés

Ils prennent en compte les impacts environnementaux sur tout le cycle de vie (sources des matières premières, procédés de fabrication). Ils ne garantissent pas forcément une teneur précise en fibres recyclées.

- Eco-label européen : Approche environnementale globale (prise en compte de toutes les étapes du cycle de vie du papier : consommation d'énergie, rejets gazeux, effluents liquides, origine des fibres, gestion des forêts, utilisation de substances chimiques, gestion des déchets, etc.). www.eco-label.com
- Cygne blanc : Ses niveaux d'exigences sur les critères écologiques sont similaires à ceux définis par l'écolabel européen www.svanen.nu/Eng/products
- Ange Bleu : Il est axé essentiellement sur l'utilisation de fibres recyclées sans exigences spécifiques quant à la gestion environnementale du recyclage. Il apporte néanmoins des garanties par rapport aux teneurs en recyclés et sur la non-utilisation de certaines substances dans le process de fabrication www.blauer-engel.de.

Les encres

Les encres dites végétales sont fabriquées avec des solvants à base d'huiles végétales et non minérales. Elles présentent plusieurs avantages :

- Une moindre toxicité
- Elles sont fabriquées avec des substances renouvelables (colza, maïs, lin...) contrairement aux encres minérales issues de la pétrochimie.
- Un meilleur transfert : des couleurs plus brillantes, plus intenses.
- Un séchage et une résistance aux frottements supérieures sur certains papiers

Les papiers recyclés

Un papier est dit recyclé quand il est fabriqué à partir d'au moins 50 % de fibres de cellulose issues de la récupération des déchets de papier et de carton.

Le papier peut se recycler au moins 6 fois et sa fabrication est moins gourmande en eau, en électricité et génère moins de CO2 qu'un papier classique.

Les labels de certification forestière

Les deux labels FSC et PEFC permettent de s'assurer que le papier est issu de forêts gérées de façon responsable ou durablement.

La certification PEFC est accordée sur la base d'un engagement d'amélioration continue de gestion forestière alors que la certification FSC impose un niveau de qualité initial à la forêt.

Seul l'imprimeur peut communiquer le logo adéquat à apposer sur les supports, il ne peut être utilisé sans un numéro de droit d'usage.

Autres supports prints

Les événements impriment également des bâches ou d'autres supports grand format :

- Essayer de les réserver aux supports pérennes
- Trouver une solution pour faire des modifications de façon simple
- Réutiliser (verso...)
- Privilégier des supports recyclés, recyclables, de récup plutôt que les bâches ou panneaux plastiques : par exemple la toile, le tissu, le bois...

Valoriser sa démarche d'éco-communication

Pour valoriser ses choix responsables d'impression, la mention sur les documents doit être claire et précise, et correspondre à un avantage spécifique du produit : - « Imprimé sur papier X % recyclé » - « Imprimé sur du papier certifié écolabel européen »

- « Imprimé avec des encres à base d'huiles végétales sur du papier certifié écolabel européen ».

Ne pas apposer le logo Imprim' Vert, qui est une marque déposée et réservée à l'engagement de l'imprimeur.

Néanmoins, on peut faire apparaître une mention du type : « Document imprimé par une entreprise Imprim'vert qui garantit la gestion des déchets dangereux dans les filières agréées ».



Gérer la fin de vie des supports imprimés

Tous les papiers se recyclent ! (les seules exceptions concernent les papiers souillés, les mouchoirs en papier, et les papiers très spéciaux comme le papier photo).

Pourtant le taux de recyclage du papier en France n'est que de 55%. Pour bien gérer la fin de vie des papiers :

- Avant de jeter, réutiliser les papiers vierges en papier brouillon.
- Proposer les surplus à des écoles, centre de loisirs etc. Les grandes affiches et papiers colorés peuvent notamment leur être utiles.
- Collecter les papiers dans un endroit propre et sec, en utilisant des poubelles adaptées et dotées d'une signalétique claire sur le tri du papier.
- Selon les consignes de tri locales, le papier est à mettre soit dans le bac jaune de recyclage, soit à part (dans un autre bac ou autre contenant). En fonction de la quantité, il est possible aussi de faire appel à une entreprise spécialisée dans le recyclage du papier (ex : la Feuille d'érable).

Voir la fiche
Action !
Le surcyclage des
bâches au festival
Maintenant

Les autres supports (comme les bâches en plastique) peuvent connaître une seconde vie en étant réutilisés pour créer des sacs, des transats...

La diffusion

- Orienter le choix des médias et des supports de communication en fonction des modes d'informations des publics ou de ceux qu'on souhaite toucher
- On peut privilégier la qualité à la quantité et préférer un grammage plus important (180-200g) pour les supports affiches, flyers, pour avoir une belle tenue. La tenue permet d'intéresser les publics. La satisfaction d'une personne à trouver un bel objet au niveau de la prise en main favorise le bouche à oreille.
- Ajuster les quantités à déposer dans les commerces, réseaux touristiques, culturels et rechercher de nouveaux réseaux. Mettre à jour les adresses de la liste de distribution.
- Utiliser des présentoirs pour installer les supports, qui réduisent le gaspillage et les déchets, rechercher de la verticalité (se voit plus) ; choisir un mobilier qui met en valeur les supports ; ranger fréquemment.
- Grouper les envois, penser les circuits de diffusion et envisager des véhicules moins polluants (vélos, véhicules électriques...), éviter les transports express.
- Limiter les emballages, préférer des emballages recyclés et recyclables.
- Eviter la diffusion non-sollicitée (mano a mano, voitures...).
- Il n'est pas forcément judicieux de se tourner vers les solutions les moins onéreuses (bénévoles pas formés, pas payés, qui ne connaissent pas les lieux). Cela coûte plus cher en énergie et en papier (les supports vont à la poubelle quand les personnes s'en lassent ; un maximum de supports est mis aux endroits où il y a de la place...).

Voir la fiche
Action !
Les affiches en
circuit court de la
Carène

Voir la vidéo
Action !
Le Zéro flyer à
Panoramas

La communication numérique

La dématérialisation permet :

- Une réduction des déchets liés à la consommation de papier
- Plus de souplesse pour les informations éphémères (un support papier peut renvoyer vers un site où les informations sont toujours à jour)
- Une relation différente au public (communauté, participation...)

Mais ce n'est pas parce que c'est dématérialisé que ça n'a pas d'impact ! Sans compter que l'utilisation exclusive d'internet peut couper de certains publics.

Site internet

- Alléger son site internet : supprimer les fonctionnalités et plugins inutiles, préférer un design simple et épuré, limiter et redimensionner images et vidéos, laisser le choix à l'utilisateur de lancer les vidéos ou non, utiliser des plugins (type caches) pour augmenter la vitesse de chargement, préférer le blanc.
- Si le site propose des documents imprimables, penser à en faire une version spéciale (si possible en noir et blanc, limitation des aplats, sur moins de pages, etc.)
- Ajuster la taille et le format des médias : certains contenus ne nécessitent pas d'être uploadés (ou consultés) en haute qualité
- Choisir un hébergeur dont les serveurs se trouvent au plus près des lecteurs du site (en France si la cible est essentiellement française).
- Choisir un hébergeur « vert » : qui optimise l'efficacité énergétique de ses serveurs, utilise des énergies renouvelables pour les alimenter, compense les émissions de carbone...

Newsletter et mailing

- Envoyer des mails moins lourds : préférer le format HTML, supprimer les pièces jointes qui ne sont pas nécessaires, compresser les autres
- La mise en place d'une lettre d'information nécessite de respecter un certain nombre de règles telles que l'information des personnes sur la collecte et la gestion de leurs données personnelles (adresse électronique) et la possibilité de se désabonner de cette lettre (Loi RGPD du 20 juin 2018 sur la protection des données)
- Faciliter la lecture à l'écran pour éviter les impressions et réalisez un "format impression", une feuille de style css print, avec une mise en page spécifique pour limiter les consommations d'encre et de papier.

L'éco-conception web

Le premier et principal levier d'action pour limiter l'impact environnemental de son site internet se joue dès sa conception.

Eco-concevoir son site internet avec l'aide d'un développeur garantira un site plus léger, plus rapide, plus accessible, moins énergivore et moins coûteux en maintenance.

Le Green Code Label récompense l'éco-conception des sites internet. Il s'appuie sur un référentiel précis, consultable en ligne : label.greencodelab.org

BONUS

un site internet responsable c'est également un site accessible !

C'est-à-dire permettant aux personnes handicapées et plus généralement à tous les utilisateurs, quels que soient leurs dispositifs d'accès ou leurs conditions d'environnement d'accéder aux contenus web.

La publicité sur internet

- Éviter les formats intrusifs (pleine page, bande son ou vidéo par défaut).
- Laisser la possibilité à l'internaute de fermer la publicité s'il ne souhaite pas la voir.
- S'assurer de l'identification de la nature de la publicité et de la lisibilité de son émetteur.
- Respecter la loi Sapin sur la publicité qui précise que l'achat d'espace publicitaire est uniquement possible dans le cadre d'un contrat de mandat entre l'annonceur et l'agence média.
- Attention : aujourd'hui avec les bloqueurs de publicités, la publicité en ligne n'est pas toujours efficace

EVALUER SA DÉMARCHE D'ECO-COMMUNICATION

INDICATEURS	DONNÉES À COLLECTER
Communication print	
<ul style="list-style-type: none">• Les consommations de papier et autres supports print utiles, non utilisées et évitées• La localisation de l'imprimeur, l'origine du papier• La qualité environnementale des supports	<ul style="list-style-type: none">• Poids de chaque type de documents et nombre d'exemplaires.• Poids des stocks restant après la manifestation.• Poids des supports recyclés et revalorisés• Les caractéristiques, démarches et engagements des imprimeurs• Les caractéristiques des matériaux utilisés (provenance, labels...)
Communication numérique	
<ul style="list-style-type: none">• Empreinte environnementale du site internet	<ul style="list-style-type: none">• Score Eoindex : Ecoindex permet d'évaluer la performance environnementale des pages internet : ecoindex.fr• Nombre et poids des newsletters envoyées

Ressources et contacts utiles

Sites ressources

LE SITE COMMUNICATION RESPONSABLE DE L'ADEME : <https://communication-responsable.ademe.fr/>

GREEN-IT GreenIT.fr est la communauté des acteurs du numérique responsable qui s'intéressent, entre autre, à la sobriété numérique, à l'écoconception des services numériques, à la lowtech, et plus globalement à un avenir numérique alternatif. <https://www.greenit.fr/>

ECOINFO EcoInfo est un groupement interne au CNRS qui regroupe des ingénieurs, des chercheurs, des étudiants des secteurs de la recherche et de l'enseignement supérieur en France autour d'un objectif commun : agir pour réduire les impacts (négatifs) environnementaux et sociétaux des TICs (Technologies de l'Information et de la communication) <https://ecoinfo.cnrs.fr/>

Guides

LE GUIDE DE LA COMMUNICATION RESPONSABLE, ADEME, 2020 (payant)

ECO-CONCEPTION WEB, LES 115 BONNES PRATIQUES, Frédéric Bordage, Eyrolles, 2015 (payant)

FICELLES RÉDUIRE LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DU NUMÉRIQUE, le Collectif des festivals

Retours d'expériences

LE ZÉRO FLYER AU FESTIVAL PANORAMAS, le Collectif des festivals

LES AFFICHES EN CIRCUIT COURT À LA CARÈNE, le Collectif des festivals

LE SURCYCLAGE DES BÂCHES AU FESTIVAL MAINTENANT, le Collectif des festivals

Edition : décembre 2020