

COM'AVENIR
PREMIERS PAS VERS LA
COM'DURABLE

L'APACOM EXEMPLAIRE

Ce guide est imprimé avec des **encres à base végétale**
sur du papier à base de fibres vierges issues de **forêts labellisées**
(Forest Stewardship Council)



Le format et le nombre de pages ont été choisis
afin d'optimiser l'utilisation du papier lors de l'impression.

La technologie **Computer To Plate** a été choisie pour la pré-presse.

L'imprimeur a été sélectionné selon des **critères environnementaux** (adhérent à



conception & création : APACOM / www.inoxia.com

ADEME



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie

APACOM

ASSOCIATION des PROFESSIONNELS
AQUITAINS de la COMMUNICATION

R E G I O N



AQUITAINE

QUE VOULEZ-VOUS COM'AVENIR

COM'AVENIR
PREMIERS PAS VERS LA
COM'DURABLE

ÉDITO DE LA PRÉSIDENTE

La problématique environnementale et, plus globalement, du développement durable, est de la responsabilité de tous, y compris la nôtre, hommes et femmes de communication.

C'est pour ces raisons que l'APACOM a décidé de porter ces valeurs avec le dossier « Communication durable » proposé par l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie (ADEME) et le Conseil régional d'Aquitaine.

Depuis près de 20 ans, des messages d'alerte sont lancés. Les campagnes de sensibilisation se succèdent afin de faire prendre conscience à l'ensemble de la société des dangers qui pèsent sur notre belle planète et sur l'Humanité.

Les solutions passent par une modification définitive de nos comportements. Pour cela, les informations et les messages doivent être diffusés vers l'ensemble de la société, du citoyen au chef d'entreprise, en passant par les collectivités locales.

Les communicants ont un rôle majeur à tenir parce qu'ils sont citoyens, parce qu'ils ont une place privilégiée dans leurs organisations, parce qu'ils sont prescripteurs de conseils sur le contenu, la forme et la diffusion des messages.

La COM'AVENIR : c'est placer au cœur de l'action les membres de l'APACOM. L'expression la plus concrète est l'édition de ce guide. C'est une première. Il doit devenir un ouvrage de référence pour la mise en œuvre de toute opération, de toute communication. Il constitue les premiers pas vers la communication durable.

Nous l'avons voulu simple à consulter, facile à exploiter. Il a été conçu selon des principes de communication durable, tant dans son format que dans le choix du papier et de son traitement.

C'est une première étape vers une éthique de vie qui nous permettra demain de dire "nous avons choisi notre COM'AVENIR !"

Danièle CAILLAU
Présidente de l'APACOM

ÉDITO DE L'ADEME ET DU CONSEIL RÉGIONAL D'AQUITAINE



Le développement durable est une notion qui s'est popularisée depuis le sommet de la terre de Rio en 1992. Simple recherche de nouveaux équilibres, remise en cause profonde de nos modes de développement, oxymore devant céder le pas à la décroissance soutenable ? La question n'est pas tranchée.

Cela ne doit pas nous empêcher de nous mettre en action. Pour les pays du Nord, le chemin du développement durable passe essentiellement par des progrès environnementaux. Nous pouvons nous y engager dès maintenant, chacun à notre niveau et à notre mesure.

Les professionnels de la communication sont bien entendu concernés par ce mouvement. Tout d'abord parce que votre secteur d'activité génère, lui aussi, des impacts sur l'environnement qui peuvent être réduits. Mais surtout, parce que la

communication apparaît comme un outil privilégié pour susciter et accompagner les démarches pour une prise en compte accrue du développement durable. Pour induire des changements de comportements, pour faire connaître les avancées réalisées ou promouvoir les exemples à suivre, vos métiers se situent au cœur de l'action. Les messages que vous portez s'avèreront d'autant plus efficaces et crédibles que les vecteurs de communication que vous concevez et produisez se révéleront eux mêmes respectueux de l'environnement.

C'est donc avec beaucoup d'intérêt et de plaisir que nous soutenons l'initiative de l'APACOM. Vous trouverez dans ce document de nombreuses pistes de progrès, des suggestions simples, mais aussi des questions qui stimuleront sans doute votre créativité et vous amèneront progressivement à construire ce que vous souhaitez COM'AVENIR pour la communication en Aquitaine.

Alain ROUSSET & Rodolphe BOCQUET
Président du Conseil Régional d'Aquitaine Délégué Régional de l'ADEME

>>> L'ENQUÊTE "LA COMMUNICATION DURABLE ET VOUS"

>>> LA COM'AVENIR

La communication et le développement durable
La communication et les enjeux environnementaux
Les impacts de la filière communication sur l'environnement
La production de déchets et la consommation d'eau
La consommation d'énergie, les modes de transport et la qualité de l'air
Les impacts des outils de communication
Le principe de l'éco-conception

>>> LES ÉCO-RÉFLEXES

Les Eco-Réflexes au bureau
Les Eco-Réflexes dans l'édition
Les Eco-Réflexes pour une manifestation
Les Eco-Réflexes et les technologies d'information et de communication
Les Eco-Réflexes pour un objet publicitaire

>>> LES 6 CLEFS DE LA COM'AVENIR

Vérité, Ouverture,
Dialogue, Éthique,
Respect de l'environnement, Engagement

>>> QUELQUES CONTACTS

Environnement, Communication et Développement Durable

"LA COMMUNICATION DURABLE ET VOUS"

L'APACOM a mené au début de l'année 2004 une enquête auprès des communicants de l'Aquitaine et des imprimeurs afin d'évaluer leurs pratiques environnementales.

Plus de 70% des personnes interrogées se disent sensibles aux problématiques de l'environnement et du développement durable. 1 sur 2 estime sa structure engagée en faveur de l'environnement et trouve pertinent d'intégrer les principes du développement durable dans les pratiques professionnelles.

Les actions en faveur de l'environnement sont majoritairement menées sur les secteurs des déchets (68%), de l'eau (54%) et de l'énergie (41%). Pour 33% des sondés, ces secteurs les concernent en priorité.

Les outils les plus utilisés sont les plaquettes (63%), les publications périodiques (38%), l'événementiel (22,1%) et les supports issus des nouvelles technologies (sites Internet à 70%). Même si quelques critères environnementaux sont parfois pris en compte dans l'édition (matériaux recyclés et/ou recyclables) et l'organisation de manifestation (distribution raisonnable des documents papier), peu de réflexions sont menées sur l'impact global des outils de communication.

Les communicants aquitains reconnaissent à près de 80% qu'ils ont des progrès à réaliser sur l'utilisation des éco-produits (écolabels,...), sur la politique d'achat, ainsi que sur la sensibilisation et la mobilisation de leurs prestataires. Plus de 60% d'entre eux se disent d'ailleurs prêts à intégrer des critères environnementaux dans leurs cahiers des charges.

une demande forte pour 36% des répondants qui réclament des informations pour les aider à identifier les éco-produits, les éco-entreprises, les interlocuteurs et les aides existantes afin de mettre en œuvre ou d'approfondir des actions.

est la première réponse aux interrogations des communicants.



LA COMMUNICATION ET LE DÉVELOPPEMENT DURABLE

Les professionnels de la communication doivent s'intéresser au développement durable :

- * Parce que l'ensemble des acteurs économiques est concerné, les entreprises industrielles bien sûr mais également les exploitations agricoles, le commerce et les activités de service,...
- * Parce que les entreprises et les collectivités engagées dans des démarches de développement durable souhaitent communiquer sur leur politique, leurs actions, leurs performances et leurs produits.
- * Parce que les annonceurs, les collectivités, les administrations et le grand public sont de plus en plus exigeants sur les performances environnementales et sociales des structures.
- * Parce que "sensibiliser, informer, inciter,..." sont au coeur des métiers de la communication.
- * Parce que, vecteurs des messages, les communicants doivent s'approprier les valeurs du développement durable et les mettre en œuvre dans leurs pratiques professionnelles. De telles démarches existent déjà avec la communication responsable et le marketing éthique,...

LA COMMUNICATION ET LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Les communicants doivent réduire leurs impacts environnementaux :

- * Parce que le respect de l'environnement est, avec l'équité sociale et la rentabilité économique, une des bases du développement durable et que c'est un premier pas en avant.
- * Parce que le cadre réglementaire y incite de plus en plus. Le code des marchés publics force les collectivités territoriales et les administrations à intégrer des critères environnementaux dans leur politique d'achats. Ainsi, leurs exigences sur les biens et les services vont changer et faire considérablement évoluer l'offre et la demande.
- * Parce que ce n'est pas forcément difficile et plus cher. En effet, les actions mises en place réduisent les consommations (eau, énergie, matières premières, ...) et génèrent des économies qui rentabilisent plus rapidement d'éventuels investissements. De plus, chacun peut adapter son rythme et son niveau d'engagement à sa structure et à ses moyens.

LES IMPACTS DE LA FILIÈRE COMMUNICATION SUR L'ENVIRONNEMENT



La filière communication est complexe et compte de nombreux acteurs, parmi lesquels :

- * les fournisseurs (papier, encres, colles, plastiques, matériels électroniques et informatiques,...),
- * les imprimeurs,
- * les photographes,
- * les communicants (agences de communication, de relations publiques, de publicité, responsable de communication des collectivités, administrations et entreprises,...),
- * les agences multimédia,
- * les afficheurs,
- * les distributeurs,
- * les annonceurs,

Chacun de ces acteurs génère, par ses actions de production et de consommation, des impacts, directs et indirects, sur l'environnement.

Les supports de communication mis en œuvre sont également très nombreux :

- * les courriers,
- * les plaquettes,
- * les journaux, magazines et publications diverses,
- * les prospectus et autres publicités,
- * l'affichage,
- * l'intranet et l'internet,
- * le fax,
- * les médias (TV, radio, cinéma),
- * les événements,...

Identifier et quantifier précisément les impacts sur l'environnement de ces supports nécessiterait de mener pour chacun d'eux une étude transversale et multi-critères sur leur cycle de vie.

Néanmoins, l'APACOM, pour répondre aux attentes des communicants d'Aquitaine, a mené une réflexion qui met en évidence des solutions pour réduire ces impacts dans les domaines des déchets, de l'eau, de l'énergie, des transports et de l'air.

LA PRODUCTION DE DÉCHETS ET LA CONSOMMATION D'EAU

L'activité de bureau génère essentiellement des déchets de papiers et d'équipements électriques et électroniques.

Les déchets de papier sont principalement les courriers et enveloppes, les impressions inutiles. La quantité de ces déchets, et donc leur impact environnemental, peuvent être réduits facilement par l'adoption de quelques bons réflexes (voir les Eco-Réflexes au bureau).

L'amélioration environnementale sera plus forte encore avec le tri et la valorisation des papiers et cartons.

Les équipements électriques et électroniques ont des impacts importants sur l'environnement lors de leur fabrication et de leur élimination. Ils contiennent des métaux lourds et des substances toxiques, dangereuses pour la santé et l'environnement.

Il est donc essentiel de les valoriser dans une filière adaptée et certifiée pour qu'ils ne terminent pas dans les filières de recyclage non maîtrisées, souvent dans les pays en voie de développement.

A partir du 31 août 2005, une directive européenne obligera les fabricants à organiser la collecte et la valorisation des déchets d'équipement électriques et électroniques (DEEE). D'ici là, il faut les apporter dans les déchetteries professionnelles, ou les faire collecter par un prestataire agréé.

Les impacts sur l'eau sont surtout liés aux process de fabrication des outils utilisés par la filière communication (papiers, encres, colles, impressions, gestion des déchets,...).

L'eau est peu utilisée au bureau (sanitaires et coin cuisine par exemple) mais des économies peuvent être tout de même réalisées. Pour cela, il faut équiper les sanitaires de dispositifs économes (double chasse d'eau, robinet à détecteur de mouvement,...) et adopter de bons comportements de consommation.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Un européen consomme en moyenne **200L par jour**, un américain 600L contre seulement 20L pour un habitant d'un pays sans accès à l'eau "courante".

Enfin, si rien n'existe dans votre structure, vous pouvez devenir force de proposition et sensibiliser votre direction et vos collègues.



LA CONSOMMATION D'ÉNERGIE, LES MODES DE TRANSPORT ET LA QUALITÉ DE L'AIR

Les bureaux sont équipés d'ordinateurs, d'imprimantes, de photocopieurs, ... tous consommateurs d'énergie.

Le chauffage, la climatisation et l'éclairage des locaux sont également de gros consommateurs d'énergie.

Réduire des consommations d'énergie, c'est réduire nos émissions de CO₂.

Les bons réflexes à adopter sont simples :

- * choisir des appareils plus économes en énergie (classe A, label Energy Star, NF Environnement et label européen,...).
- * ne pas laisser les appareils électriques en veille et les éteindre pendant les fermetures de bureau (midi, soir, week-end et congés).
- * régler le chauffage ou la climatisation à une température raisonnable pour la saison.

Ainsi, en réduisant vos factures d'électricité et de chauffage, vous réaliserez des économies conséquentes tout en économisant la planète !

LE SAVIEZ-VOUS ?

Votre fournisseur d'énergie peut vous proposer de vous fournir de l'**électricité verte** issue de sources d'énergies certifiées renouvelables par un organisme de contrôle indépendant.

LE SAVIEZ-VOUS ?

En milieu urbain, sur 100 déplacements, 82 se font en voiture, 12 en transports collectifs et 6 à vélo. 50% des trajets en voiture font moins de 3 km et n'excèdent pas 5 minutes. Or, sur de tels trajets, avec un moteur froid, **une voiture consomme 3 fois plus et pollue donc 3 fois plus.**

Le secteur des transports représente 25% de la consommation mondiale d'énergie et 28% des émissions de gaz à effet de serre.

Actuellement, 96 % de l'énergie des transports est issue des produits pétroliers, qui sont les principaux polluants.

Il est donc indispensable d'optimiser toutes les livraisons (volume, poids, distance) et de **privilégier les transports propres et économes en énergie.**

Que ce soit pour les déplacements strictement professionnels ou les trajets domicile-travail, il faut privilégier les transports en commun et les modes de déplacement alternatifs à l'automobile (marche, vélo, transports en commun,...).

LES IMPACTS

DES OUTILS DE COMMUNICATION

Peu d'études sur l'impacts des outils de communication sont disponibles actuellement. Les recherches ont d'abord porté sur les supports papier : papier recyclé, encres à base végétales, modes d'impression,...

Cependant, on peut déjà présenter les résultats suivants :

L'UTILISATION DE PAPIER À BASE DE FIBRES RECYCLÉES EST BÉNÉFIQUE

Le recyclage du papier à usage graphique et du papier-carton apporte des améliorations non négligeables pour la consommation d'énergie, d'eau, les rejets de CO₂, de COV et d'eau chimiquement polluée et pour la réduction des déchets. (source ADEME - Bilan environnemental sur les filières de recyclage : l'état des connaissances ACV) Le pourcentage de fibres recyclées contenues dans un papier est inscrit dans le logo de l'Association des Producteurs et Utilisateurs de papiers-cartons Recyclés. (APUR - www.apur-papiersrecycles.com)



- 60%** pourcentage de fibres recyclées compris entre 50% et 69%
 - 80%** pourcentage de fibres recyclées compris entre 70% et 89%
 - 100%** pourcentage de fibres recyclées supérieur à 90%
- N° d'agrément, signature de l'APUR

L'UTILISATION D'ENCRE À BASE D'HUILES VÉGÉTALES EST FAVORABLE

Les encres sont composées de pigments (17%), d'additifs (8%), de résines (45%) et d'un mélange (30%) de distillats de pétrole et d'huiles végétales (soja, lin,...). Les encres "végétales", ou à base d'huiles végétales, ont un taux d'huiles végétales élevé.

Les encres végétales apportent une **amélioration environnementale** puisque les huiles végétales sont issues de la biomasse, ressource renouvelable, et que l'émission potentielle de composés organiques volatils (COV), est inférieure à celle des encres "classiques".

(Source Centre d'Etudes et de Recherche des Industries Graphiques)



LA SUBSTITUTION D'OUTILS INFORMATIQUES ET ÉLECTRONIQUES AUX SUPPORTS PAPIER SEMBLE ÊTRE PLUTÔT BÉNÉFIQUE

A condition qu'elle soit accompagnée de bonnes pratiques pour éviter que les gains sur les économies de papier et d'encre soient annulés par des **"impressions sauvages"** et des consommations électriques inutiles par les destinataires.

Le recours aux e-mailing est sans doute préférable aux courriers papier et la mise en ligne de données sur un **site Web** est, quant à elle, préférable à une diffusion trop large de plaquettes ou d'autres annuaires.

Les équipements électriques et électroniques ont toutefois des impacts importants lors de leur fabrication et de leur élimination. **Les filières de récupération et de valorisation** doivent être mises en place prochainement par les fabricants.

Les consommables, notamment les cartouches d'encre, sont maintenant couramment récupérés par les fabricants ou des associations pour être réutilisés.

L'AFFICHAGE EST PRÉFÉRABLE À LA DISTRIBUTION DE DOCUMENTS

La réalisation d'une affiche ou d'un panneau lors d'une manifestation évite l'impression en grand nombre de documents.

L'affichage extérieur non autorisé est **une source de pollution visuelle**. Ainsi, pour mieux appliquer la réglementation beaucoup de collectivités locales révisent leur règlement local de publicité et réduisent le nombre et la taille des panneaux, **en concertation avec les afficheurs et des associations**.



LES EFFORTS RÉALISÉS LORS DE LA FABRICATION DES OUTILS DE COMMUNICATION ONT UNE PART PRÉPONDERANTE DANS LEUR BILAN ENVIRONNEMENTAL

C'est pourquoi il est nécessaire de :

- * favoriser les produits à base de matériaux recyclés et/ou recyclables et fabriqués par des entreprises engagées dans la protection de l'environnement,
- * favoriser les prestataires engagés dans des démarches environnementales (certification ISO 14001 ou EMAS, opérations Imprim'Vert et RéflexNature des Chambres de Métiers, ...).

Les imprimeurs et photographes aquitains peuvent participer à l'opération de gestion des déchets pilotée par la Chambre de Métiers et la Fédération de l'Imprimerie et de la Communication Graphique. Ces imprimeurs et ces photographes **seront identifiables respectivement par les logos Imprim'Vert et RéflexNature**.



LE PRINCIPE DE L'ÉCO-CONCEPTION

Tout produit, ou service, a des impacts sur l'environnement, par sa fabrication, sa distribution et son traitement en tant que déchet, liés à l'utilisation de ressources naturelles, à la consommation d'énergie, d'eau et aux rejets de substances dans l'air, l'eau et les sols.

L'amélioration des performances environnementales d'un produit peut commencer par l'adoption de quelques bonnes pratiques (utilisation de matériaux recyclés, optimisation des consommations d'énergie, d'eau, réflexions sur le devenir en tant que déchet, ...) puis être ensuite approfondie en se posant, à chaque étape de la vie du produit, des questions sur **les impacts environnementaux générés**.

L'éco-conception permet de réduire les impacts sur l'environnement en menant **une réflexion multi-critères** (consommation de matières et d'énergies, émissions dans l'air et dans l'eau, déchets, ...), sur le cycle de vie du produit ou du service.

L'ANALYSE DU CYCLE DE VIE est un outil d'aide à la décision qui recense et quantifie, tout au long du cycle de vie des produits, les flux physiques de matière et d'énergie. Il en évalue les impacts potentiels puis interprète les résultats obtenus en fonction de ses objectifs initiaux.

La "Fleur" de l'écolabel européen (www.eco-label.com) et la marque **NF Environnement** (www.marque-nf.com) certifient les bonnes performances environnementales des produits et services sur l'ensemble de leur cycle de vie.



LE BON RÉFLEXE

Ayez toujours en tête la notion de cycle de vie quand vous concevez un produit ou un service et tentez par des choses simples de limiter les nuisances à l'environnement. **Pour la planète, il n'y a jamais de petit bénéfice.**

Les fiches Eco-Réflexes vous aident à débiter dans l'éco-conception de vos propres produits.



AU BUREAU

L'ÉNERGIE



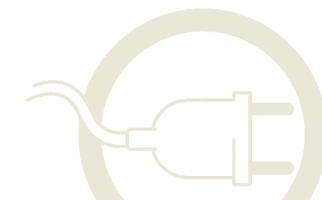
COMMENT RÉDUIRE MA CONSOMMATION ÉLECTRIQUE ?

- * Optez pour les lampes basse-consommation. **Elles consomment 5 fois moins et durent 8 fois plus longtemps** que les lampes à incandescence classiques ou les halogènes. N'allumez les lampes halogènes que si nécessaire, elles sont énergivores. Un lampadaire halogène de 350 W consomme l'équivalent de 23 lampes basse-consommation !
- * Achetez de préférence les appareils de faible consommation (catégorie A et label Energy Star). Les économies de fonctionnement amortissent rapidement votre investissement.
- * Pensez à éteindre la lumière et les équipements électriques que vous n'utilisez pas. Ne les oubliez pas quand vous quittez le bureau le soir et en fin de semaine.

La veille des appareils informatiques peut représenter jusqu'à **15% de la consommation annuelle** d'électricité d'une entreprise tertiaire. Ne mettez pas en veille les appareils électriques et débranchez-les si possible.



- * Réglez votre chauffage et votre climatisation à des températures raisonnables (pas trop chaud l'hiver, ni trop frais en été).
- * Faites installer un thermostat programmable. Pour 1°C gagné, c'est près de 7% de consommation en moins.
- * Gardez les fenêtres fermées quand la climatisation fonctionne et pensez à baisser le chauffage, ou la climatisation, pendant les fermetures prolongées (week-end, congés).
- * Au bureau comme en voiture, **limitez l'usage de la climatisation** si possible (énergivore et polluante) et **préférez l'installation de protections solaires**.





LES MATIÈRES PREMIÈRES ET LES DÉCHETS



COMMENT RÉDUIRE LES IMPACTS LIÉS AU PAPIER ET À L'ENCRE ?

- * Utilisez des enveloppes et des papiers fabriqués avec des fibres recyclées, et/ou issues de forêts gérées durablement, idéalement titulaires d'écolabel(s) officiel(s) (écolabel européen, NF Environnement, Ange bleu, Cygne Blanc, ...) ou d'une autodéclaration (Marque Retour, FSC, PEFC).
- * Imprimez en recto-verso ou en "2 pages sur 1 feuille",
- * Évitez les impressions inutiles (courriels, rapports d'émission de fax,...), Utilisez les versos comme papier brouillon. N'écrivez le rapport d'émission du fax que si nécessaire.
- * Triez et faites valoriser les papiers. Imprimez en N&B et en qualité brouillon tant que possible.
- * Retournez vos cartouches d'encre et vos toners vides à votre fournisseur ou au fabricant. Certains d'entre eux les récupèrent gratuitement et mettent à votre disposition des pochettes de retour.

QUE FAIRE DES AUTRES DÉCHETS ?

- * Participez au tri collectif mis en place par votre collectivité. Amenez le verre aux points d'apport volontaire.

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le verre, l'acier et l'aluminium sont **100% recyclables et à l'infini.**

- * Portez vos déchets non-ménagers (électriques, électroniques, mobiliers, ...) dans les déchetteries. Le cas échéant faites appel à un prestataire
- * Déposez vos piles et accumulateurs dans les conteneurs mis à votre disposition par votre commerçant ou par votre municipalité.
- * Optez pour les piles vertes, sans mercure et sans cadmium, ou mieux, pour les accumulateurs qui peuvent être rechargés plusieurs centaines de fois.
- * Portez vos déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) dans les déchetteries professionnelles ou les confiez à des entreprises spécialisées dans leur collecte et leur traitement.

>>> POUR APPROFONDIR

LE GUIDE DES DÉCHETS DE L'ADEME SUR WWW.ADEME.FR/AQUITAINE



TRANSPORTS



COMMENT RÉDUIRE LES IMPACTS LIÉS À MES DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS ?

- * Préférez les transports en commun, le vélo et la marche quand c'est possible, vous irez parfois plus vite qu'en voiture.
- * Pensez au co-voiturage avec vos collègues ou vos voisins.
- * Pensez aux coursiers à vélo pour les livraisons de colis en ville.
- * Adoptez une conduite souple. A vitesse moyenne égale, une conduite agressive peut augmenter la consommation de carburant de 30 à 40%.
- * En cas d'arrêt prolongé (livraisons, courses ...), coupez le contact : vous réduirez bruit et pollution.
- * Envisagez l'acquisition d'un véhicule plus propre. Les vélos électriques, les véhicules électriques, hybrides (essence et électricité) et les carburants plus propres (GPL, gaz naturel, biocarburants,...) peuvent **bénéficier d'aides financières et de réductions d'impôt.**
- * Privilégiez la consommation de produits locaux, **vous réduirez ainsi la pollution liée aux transports.**

L'AIR



COMMENT AMÉLIORER LA QUALITÉ DE L'AIR DANS MON ENVIRONNEMENT PROFESSIONNEL ?

- * Laissez une ventilation permanente suffisante (ne jamais obstruer les grilles d'aération).
- * Bien aérer les pièces, surtout celles occupées par des photocopieuses ou du matériel informatique.
- * **Respectez les lieux non-fumeurs.**



DANS L'ÉDITION



CHOIX DU PAPIER

QUEL PAPIER DOIS-JE CHOISIR ?

- * Choisissez un papier (ou carton) fabriqué avec des fibres recyclées, et/ou issues de forêts gérées durablement, idéalement titulaire d'écocertification(s) officielle(s).

Il faut toujours privilégier les produits titulaires d'un écolabel officiel (écolabel européen, NF Environnement, Ange bleu, Cygne Blanc, ...) ou d'une autodéclaration de leur fabricant ou de leur distributeur (Marque Retour, FSC, PEFC)

CHOIX DU FORMAT

EXISTE-T-IL UN FORMAT OU UN NOMBRE DE PAGES À PRIVILÉGIER ?

Oui et non.

- * En format 21*29,7 cm, le nombre de pages intérieures optimal est de 8, 16, 24, 32, ...
- * En format 21*15 cm, le nombre de pages idéal est de 16, 32, 48, ...

Le rognage est alors minimal et toute la feuille est utilisée.

N'hésitez pas à poser la question à votre imprimeur.

GESTION DES COULEURS

COMMENT RÉDUIRE L'IMPACT DES ENCRE SUR MON DOCUMENT ?

- * Limitez la consommation d'encre en optimisant le remplissage des couleurs (caractères rouges sur fond blanc plutôt que l'inverse par exemple).
- * Limitez également l'utilisation des encres de couleur qui contiennent des composés métalliques susceptibles de polluer les sols et l'eau.
- * Si possible, privilégiez la bichromie plutôt que la quadrichromie plus gourmande en encre et en produits chimiques.

CHOIX DE L'ENCRE

QUELLE ENCRE CHOISIR ?

- * Il est préférable de choisir des encres à base d'huiles végétales, elles émettent généralement moins de COV que les encres à base de distillat de pétrole et sont en partie issues de ressources renouvelables.



CHOIX DU COLLAGE, DE LA FINITION ET DU FAÇONNAGE

QUEL COLLAGE, QUELLE RELIURE ET QUEL FAÇONNAGE CHOISIR ?

- * Favorisez les pliages et les découpages.
- * Favorisez les colles végétales ou à base d'eau, recyclables et biodégradables.
- * Évitez les colles synthétiques.
- * Évitez le vernissage (pelliculage, d'impression, eau et UV) qui génère lors du recyclage des résidus qui doivent être incinérés.
- * Limitez l'utilisation de matériaux pouvant gêner le recyclage (CR-Rom, agrafes, spirales, ...).

CHOIX DES PRESTATAIRES

COMMENT CHOISIR UN PRESTATAIRE RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT ?

- * Faites figurer des exigences environnementales dans votre cahier des charges.
 - * Choisissez un prestataire capable de justifier ses actions en faveur de l'environnement (gestion des effluents, des déchets, de l'énergie, système de management environnemental, optimisation des livraisons, ...).
 - * Favorisez les prestataires engagés dans des démarches environnementales (certification ISO 14001, Imprim'Vert, RéflexNature, ...).
- Certaines techniques sont moins polluantes, par exemple la préresse en Computer To Plate, qui ne nécessite ni film ni produits chimiques
- * Demandez des copies de Bordereaux de Suivi de Déchets garantissant la bonne gestion des déchets.

EMBALLAGE ET TRANSPORT

COMMENT OPTIMISER L'EMBALLAGE ET LE TRANSPORT ?

- * Réduisez le volume et le poids des emballages pour réduire les déchets, de plus vous réduirez la consommation d'énergie et la pollution atmosphérique lors de la livraison.
- * Pensez aux produits de calage issus de la filière agricole (flocons de maïs, ...).
- * Favorisez les transports propres.

VALORISATION DE LA DÉMARCHE ENVIRONNEMENTALE

COMMENT VALORISER LES EFFORTS ENVIRONNEMENTAUX RÉALISÉS ?

- * Faites figurer les logos des écolabels employés. Ou une phrase du type « imprimé sur papier avec 80% de fibres recyclées et avec des encres végétales », par un imprimeur Imprim'Vert, ...).

DIFFUSION

COMMENT LIMITER LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX LIÉS À LA DIFFUSION DU DOCUMENT ?

- * Si une diffusion par courrier est prévue, optimisez le fichier de diffusion (vérification des adresses, actualisation des contacts, ...).
- * Envisagez une diffusion par courriel. Prévoyez la mise en ligne du document.
- * Si le document représente un nombre de pages important (rapport d'études, ...), prévoyez une synthèse (quelques pages) qui vous diffuserez plus largement.
- * Vous diffusez des conseils de bonne utilisation du papier (en signature de vos e-mails par exemple).



POUR UNE MANIFESTATION

CHOIX DU LIEU

QUELS CRITÈRES DOIS-JE PRENDRE EN COMPTE ?

- * Choisissez un site de bonne qualité environnementale (économie d'énergie, d'eau, tri des déchets, ...), idéalement certifié ISO 14001 ou EMAS.
- * Choisissez un site bien desservi par les transports en commun (bus, tramway, métro, train,...) et facilement accessible à vélo ou à pied.

GESTION DES DÉCHETS, DE L'ÉNERGIE, DE L'EAU...

QUE DOIS-JE PRÉVOIR ?

Si le site n'est pas équipé :

- * Prévoyez ou renforcez la collecte et le tri des déchets. Vous pouvez organiser une collecte sélective collective ou seulement traiter vos déchets, que vous pourrez apporter à votre déchetterie.
- * Mettez en place des équipements pour limiter les consommations d'eau et d'énergie (équipements électriques de classe A et/ou écolabellisés).
- * N'oubliez pas que moins de consommation, c'est plus d'économies !

RELATIONS AVEC LES PRESTATAIRES

COMMENT CHOISIR MES PRESTATAIRES ?

- * Faites figurer des exigences environnementales (gestion de l'énergie, des ressources, des déchets, des transports, ...) dans votre cahier des charges.
- * Choisissez un prestataire capable de justifier ses actions en faveur de l'environnement (gestion des effluents, des déchets, de l'énergie, système de management environnemental, optimisation des livraisons, ...).
- * Favorisez les prestataires engagés dans des démarches environnementales, idéalement certifiés ISO 14001 ou EMAS, et disposant de matériels économes en énergie (éclairage, sonorisation,...).



CONCEPTION D'UN STAND

COMMENT CONCEVOIR UN STAND À IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX RÉDUITS ?

- * Favorisez les matériaux à base de matières renouvelables (bois par exemple) ou recyclés et/ou recyclables, et idéalement écolabellisés (FSC et PEFC pour le bois,...).
- * Favorisez les colles végétales ou à base d'eau, recyclables et biodégradables pour ne pas gêner, voire empêcher le recyclage des différents matériaux.
- * Optimisez le volume du stand démonté et ses emballages afin de réduire la quantité de déchets et d'optimiser le transport.
- * Pensez aux produits de calage issus de la filière agricole (flocons de maïs,...).
- * Réduisez les consommations d'énergie avec des équipements économes en énergie et un interrupteur général afin de stopper la consommation électrique lorsque le stand est fermé au public.
- * Envisagez le réemploi et la valorisation d'une partie ou de la totalité de votre stand.
- * Lors du montage et du démontage du stand, les opérateurs ont des consignes pour trier et valoriser efficacement les déchets.
- * Limitez l'usage d'accessoires jetables (verres, assiettes, couverts, nappe,...) et favorisez les accessoires réutilisables.



DIFFUSION DE DOCUMENTS OU D'OBJETS

COMMENT CONCEVOIR UN STAND À IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX RÉDUITS ?

- * Diffusez les informations sur vos efforts en faveur de l'environnement aux organisateurs de l'événement, aux autres participants et au public.
- * Limitez la diffusion de documents papier (libre service limité, mise à disposition de synthèse, commande sur le stand, distribution ciblée, ...).
- * Disposez de supports d'informations fixes, pérennes, ou actualisables (panneaux, supports informatiques,...) permettant de limiter la diffusion de documents papier.
- * Récupérez les documents mis à disposition pour une utilisation ultérieure ou pour le recyclage.
- * Favorisez la diffusion d'objets promotionnels utiles, si possible à base de matériaux recyclés et/ou recyclables et idéalement écolabellisés.

LES TECHNOLOGIES D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION



CHOIX DU PRESTATAIRE

QUELS CRITÈRES DOIS-JE PRENDRE EN COMPTE ?

Vous choisissez un prestataire engagé dans une démarche environnementale mettant en œuvre des actions pour :

- * Economisez le papier, l'énergie, et l'eau.
- * Triez et valorisez ses déchets, notamment les Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques (DEEE), à faire traiter dans une filière adaptée (élimination) ou donnés à des associations (d'aide à l'insertion professionnelle, ...).
- * Achetez du matériel informatique respectueux de l'environnement (faible consommation d'énergie, facilité de démontage pour l'entretien et la valorisation des matériaux, ..., écolabels NF Environnement, Energy Star, TCO).
- * Idéalement l'entreprise sera certifiée ISO 14001, ou EMAS, ou bénéficiera d'un plan de gestion environnementale.

UTILISATION DE L'OUTIL

COMMENT RÉDUIRE L'IMPACT DE L'OUTIL LORS DE SON UTILISATION ?

Dispensez des recommandations :

- * Sur la bonne utilisation des outils informatiques (ne pas laisser les appareils en veille, les éteindre lorsqu'on quitte le bureau, faire recycler les cartouches d'imprimantes, valoriser les DEEE,...).
- * Sur les bonnes pratiques d'impression (impressions juste nécessaires, impressions recto-verso, impression en 2 pages sur 1, pour économiser du papier et de l'encre).
- * Prévoyez des versions imprimables des documents sur vos pages Web et les CD-Roms.

LIVRAISON

COMMENT RÉDUIRE L'IMPACT DE L'OUTIL LORS DE SA LIVRAISON ?

- * L'emballage est optimisé (poids et volume) et fait appel à des matériaux respectueux de l'environnement.
- * Privilégiez les transports propres.

POUR UN OBJET PUBLICITAIRE

CHOIX DE L'OBJET

QUELS CRITÈRES DOIS-JE PRENDRE EN COMPTE ?

- * Préférez un objet utile, qui sera conservé et/ou un objet symbolique, sensibilisateur.
- * Favorisez les objets produits et/ou distribués par des entreprises respectueuses de l'environnement (engagement dans une démarche environnementale, charte environnement, certification ISO 14001, ...).
- * Préférez un objet à base de matériaux recyclés ou renouvelables et ayant des qualités environnementales, garanties par le fabricant/fournisseur et, idéalement, certifiées par un écolabel officiel.
- * Si l'objet est constitué de plusieurs matériaux, ils sont facilement séparables pour permettre un tri et une valorisation efficace.
- * Préférez un objet sans pile ni batterie. S'il en contient malgré tout, choisissez un objet dont la pile, ou la batterie, est facilement accessible pour être jetée dans un conteneur spécial.
- * Les prestataires sollicités sont engagés dans une démarche environnementale (déchets, énergie, certification ISO14001, EMAS,...).
- * Si un emballage est prévu, c'est parce qu'il est réellement indispensable et il a été optimisé par l'utilisation de matériaux respectueux de l'environnement et la réduction des poids et volume.

RELATIONS AVEC LES PRESTATAIRES

COMMENT CHOISIR MES PRESTATAIRES ?

- * Faites figurer des exigences environnementales (gestion de l'énergie, des ressources, des déchets, des transports,...) dans vos cahiers des charges.
- * Choisissez un prestataire capable de justifier ses actions en faveur de l'environnement (gestion des effluents, des déchets, de l'énergie, système de management environnemental, optimisation des livraisons,...).
- * Favorisez les prestataires engagés dans des démarches environnementales, idéalement certifiés ISO 14001, ou EMAS, et disposant de matériels économes en énergie.

MISE EN VALEUR DES CARACTÉRISTIQUES ENVIRONNEMENTALES

COMMENT VALORISER MA DÉMARCHE SUR L'OBJET ?

- * Faites figurer les logos des écolabels dont est titulaire l'objet.
- * Faites également figurer des phrases informatives (comme imprimé avec des encres végétales,...).

COM'AVENIR

LES 6 CLEFS
LES 6 CLEFS
LES 6 CLEFS

LES 6 CLEFS DE LA COM'AVENIR

Communiquer de façon responsable et durable, c'est comprendre et traduire dans toutes nos actions, les nouvelles attentes sociales, économiques et environnementales de la société.

La **COMMUNICATION DURABLE** repose en partie sur un acquis marketing et créatif éprouvé mais est radicalement différente d'une communication publicitaire classique.

Elle **n'est pas qu'un simple mix de communications existantes** (communications publicitaire, événementielle, politique, verte, environnementale, de crise, de proximité, participative, ...), mais **une communication spécifique**, la plus complète, la plus globale.

Elle doit permettre d'**assumer une interdépendance** entre les différents environnements : **social, culturel, naturel, économique et politique** et ne pas traduire systématiquement les désirs de l'Homme en « pulsion » consumériste.

Elle endosse aussi sa part de responsabilité dans l'instauration et le renforcement de liens sociaux en établissant un véritable échange relationnel humain. Elle veille à ce que les communications à but commercial, basées sur le marketing et la publicité, remplissent ce contrat social.

Consciente de son pouvoir « inné » de conviction et de sa très grande influence sur les sociétés, la **Communication durable** s'impose une **charte éthique** rigoureuse au travers de **6 critères principaux**.

VÉRITÉ

Les publicités ne doivent pas induire en erreur le public sur la réalité des actions entreprises par l'annonceur en faveur du développement durable, que ce soit au niveau interne ou sur les propriétés de ses produits ou services.

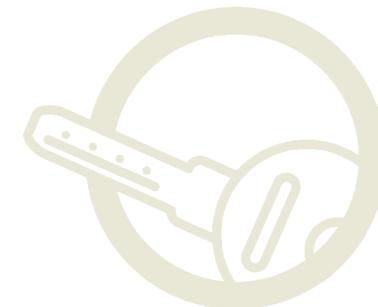
- * L'annonceur ne doit pas utiliser de symbole ou de signe prêtant à confusion avec les labels officiels.
- * Toutes les informations délivrées par l'annonceur sur ce thème doivent être réelles et véridiques
- * L'annonceur ne doit pas sur-évaluer dans sa communication les actions en faveur de l'environnement et/ou du développement durable
- * De même, l'engagement d'une entreprise sur un produit ne permet pas une communication globale de l'entreprise sur le développement durable
- * L'annonceur ne peut se prévaloir d'actions qui sont imposées à tous par la législation
- * La promesse est en adéquation avec l'offre réelle.



OUVERTURE

Toute communication met son annonceur en position de pouvoir toujours donner à ses publics des réponses à leurs questionnements sur ses activités dans une démarche transparente.

- * L'annonceur doit être capable de justifier de la conformité des engagements dans chacun des piliers du développement durable
- * Si la communication utilise des chiffres ou sondages, comme arguments, ils doivent pouvoir être justifiés par la détention chez l'annonceur de documents véritables, objectifs et actualisés.
- * La communication ne peut recourir à des démonstrations ou conclusions scientifiques si elles ne sont pas conformes à des travaux scientifiquement reconnus.





DIALOGUE

Pour concrétiser une action de communication durable, il faut s'entendre et s'écouter pour agir. L'annonceur organise l'écoute et le dialogue avec l'ensemble des parties prenantes de sa structure dans un souci d'adaptation à leurs attentes.

Une concertation la plus large possible devra être mise en place en amont du projet. La réussite de la concertation passe par quelques règles d'or :

- * Éviter les préjugés pour écouter et se forger une opinion.
- * Faire intervenir la concertation très tôt, largement avant la prise de décision.
- * Appliquer les principes de transparence, de neutralité et d'indépendance.
- * Examiner toutes les opinions tout en gardant à l'esprit que la concertation n'est pas la recherche du consensus à tout prix.
- * Répondre aux questions et rendre compte des suites données au projet.
- * Se concerter n'induit pas une co-décision, chacun exerce sa responsabilité.
- * Accompagner le projet tout au long de son développement jusqu'à sa réalisation.



ÉTHIQUE



Conscient du pouvoir de conviction de la communication, de son influence sur la société, tout communicant, par respect pour le critère éthique de la communication responsable, exprime et signe concrètement son engagement moral.

- * Le communicant, l'annonceur, l'agence, l'entreprise, engage sa crédibilité professionnelle et personnelle dans l'utilisation à bon escient de tout mode de communication.
- * Le communicant exprime cet engagement dans la durée et s'interdit toute forme de communication pour des produits, services ou actions nuisibles à long terme pour la société.
- * Le communicant utilise les techniques de communication adaptées en intégrant les engagements suivants :
 - Respecter la capacité de jugement de chacun (donner tout critère permettant l'analyse simple, claire et vraie du message).
 - Respecter les libertés de chacun (acceptation de la réception des messages).
 - Respecter la vie privée de chacun (par le choix de la collecte et la diffusion des données).

RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT



Toute communication élaborée, construite puis diffusée sous quelque forme et quelque moyen que ce soit, doit refléter la préoccupation du communicant : **son respect de l'environnement.**

- * Dans un comportement quotidien par l'utilisation de tous moyens adaptés à la sauvegarde de l'environnement.
- * Par le choix de stratégies et vecteurs ou supports de communication optimisés.

Toute référence à l'environnement doit répondre aux objectifs suivants :

- * Présenter les actions significatives entreprises par le communicant, l'annonceur, l'agence, en matière d'environnement.
- * Présenter les caractéristiques positives en matière d'environnement dans la mesure où le produit y contribue.
- * Informer sur le bilan véritable du produit en matière d'environnement.

ENGAGEMENT



L'annonceur qui choisit de s'engager dans une démarche de développement durable se place dans une démarche de **communication responsable**. Cette communication doit donc respecter certaines règles faisant référence au concept général de développement durable telles que :

- * La communication doit respecter les principes généraux de véracité, d'objectivité de modestie et de loyauté (dire ce que l'on fait, donner des preuves ; rendre des comptes ; respecter les règles de transparence ; être loyal à l'égard de ses concurrents).
- * Elle ne doit pas abusivement présenter ce seul élément comme constitutif d'une politique générale de développement durable de l'entreprise (faire avant de dire ; agir avant de communiquer ; ne pas exagérer son engagement ; ne pas sous-estimer les réalisations de ses concurrents).
- * L'annonceur doit être capable de justifier de la conformité de ses engagements dans les autres domaines du développement durable.
- * Cet engagement implique l'entreprise mais aussi toute la chaîne des intervenants, sous-traitants et partenaires.

>>> POUR APPROFONDIR

RECOMMANDATIONS DU BVP SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ET SUR LES ARGUMENTS ÉCOLOGIQUES.

"THE GREEN OFFICE GUIDE FOR COMMUNICATION AGENCIES" DE L'EACA

"L'ENTREPRISE VERTE" DE ELIZABETH LAVILLE (UTOPIES)

VERS UNE COMMUNICATION PLUS ÉCO-RESPONSABLE :

"PISTES ET OUTILS POUR LA CONCEPTION ET LA RÉALISATION DE PUBLICATIONS ET DE MANIFESTATIONS DURABLES" DE L'ADEME (SORTIE FIN 2004)



>>> ENVIRONNEMENT

AGENCE DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE (ADEME) :
www.ademe.fr

AGENCE DE L'EAU ADOUR-GARONNE :
www.eau-adour-garonne.fr

CHAMBRE DE MÉTIERS DE GIRONDE :
www.cm-bordeaux.fr

CHAMBRE DE MÉTIERS DES PYRÉNÉES ATLANTIQUES :
www.cm64.com

CONSEIL RÉGIONAL D'AQUITAINE :
www.aquitaine.fr

DIRECTION RÉGIONALE DE L'INDUSTRIE,
DE LA RECHERCHE ET DE L'ENVIRONNEMENT (DRIRE) :
www.aquitaine.drire.gouv.fr

MINISTÈRE DE L'ÉCOLOGIE ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :
www.ecologie.gouv.fr



>>> COMMUNICATION

ASSOCIATION DES PROFESSIONNELS AQUITAINS DE LA COMMUNICATION :
www.apacom-aquitaine.com

ASSOCIATION DES AGENCES DE CONSEIL EN COMMUNICATION (AACC) :
www.aacc.fr

BUREAU DE VÉRIFICATION DE LA PUBLICITÉ (BVP) :
www.bvp.org

CENTRE D'ÉTUDES ET DE RECHERCHES DES INDUSTRIES GRAPHIQUES
(CERIG) :
www-cerig.efpg.inpg.fr

EUROPEAN ASSOCIATION OF COMMUNICATION AGENCIES (EACA) :
www.eaca.be

FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DES PEINTURES, ENCRE, COLLES,
COULEURS ET ADHÉSIFS (FIPEC) :
www.fipec.org

GROUPEMENT PROFESSIONNEL DE LA SÉRIGRAPHIE FRANÇAISE (GPSF) :
www.gpsfr.org

>>> DÉVELOPPEMENT DURABLE



SITE FRANCOPHONE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE :
www.agora21.org

ASSOCIATION CONSODURABLE :
www.consodurable.org

MAXHAELAAR, LABEL DU COMMERCE ÉQUITABLE :
www.maxhelaarfrance.org

ASSOCIATION POUR LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE
DES ENTREPRISES (ORSE) :
www.orse.org

NOVETHIC, CENTRE DE RESSOURCES ET D'EXPERTISE
SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES
ET L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE :
www.novethic.fr