

# **GUIDE DES ÉVÈNEMENTS ÉCORESPONSABLES À L'UGA**

# PRÉAMBULE

Ce guide pratique pour vous permettre d'organiser des événements écoresponsables est également conçu dans sa mise en page selon une charte éco-responsable pour que son impact environnemental soit réduit.

Il respecte les règles suivantes :

- Format standard européen A4 pour réduire la consommation de papier en cas d'impression
- Mise en page lisible et aérée mais pas trop pour réduire le nombre de pages à imprimer
- Aplats de couleur limités pour faciliter la phase de recyclage et limiter l'utilisation de l'encre lors de l'impression
- Illustrations limitées à la couverture du document
- Niveau de noir des textes à 85% pour réduire la consommation d'encre à l'impression

Nous vous demandons en complément de ne pas imprimer ce document inutilement.

# CINQUANTE ACTIONS POUR ORGANISER DES ÉCO-ÉVÈNEMENTS

L'Université Grenoble Alpes conduit depuis plusieurs années une politique responsable sur le plan sociétal et environnemental. Cette responsabilité assumée peut être illustrée par quelques exemples : favoriser les mobilités douces, réduire les déplacements domicile-travail en voiture, raccorder l'université au chauffage urbain, renforcer une politique de lutte contre les discriminations et un schéma directeur handicap, élaborer une politique d'achats responsable...

Les personnels de l'université s'engagent également de manière croissante sur ces enjeux en développant des projets au sein des laboratoires, des composantes et des services. Cette vitalité collective participe à créer un environnement très favorable à l'accompagnement du changement en matière de transformation écologique.

L'engagement exponentiel de la jeunesse dans la lutte contre le changement climatique constitue une exigence supplémentaire d'exemplarité à l'échelle de notre université.

Ce guide a pour vocation d'accompagner les différents acteurs de l'Université (étudiants et personnels des composantes, services centraux et laboratoires) dans l'organisation d'évènements écoresponsables, qu'ils soient sur les campus ou à l'extérieur.

# SOMMAIRE

<b>POUR BIEN COMMENCER</b> .....	<b>p.4</b>
Deux questions préalables à se poser par rapport à votre projet .....	p.4
<b>PRÉPARER L'ÉVALUATION DE VOS ACTIONS</b> .....	<b>p.5</b>
<b>DOUZE THÉMATIQUES, CINQUANTE ACTIONS</b> .....	<b>p.5</b>
<b>LE CHOIX D'UN SITE ADAPTÉ</b> .....	<b>p.6</b>
Respecter l'environnement du site .....	p.7
<b>LA COMMUNICATION CIBLÉE ET DÉMATÉRIALISÉE</b> .....	<b>p.8</b>
Consommer moins de papier .....	p.9
Faire appel à des fournisseurs «éco-exemplaires» .....	p.10
Valoriser la démarche .....	p.10
Faire savoir par les médias .....	p.11
<b>L'ADHÉSION LA PLUS LARGE POSSIBLE</b> .....	<b>p.12</b>
Intégrer l'équipe organisatrice .....	p.13
Motiver les intervenants et partenaires .....	p.14
Sensibiliser le public .....	p.15
<b>LA GESTION DES DÉCHETS</b> .....	<b>p.16</b>
Réduire les déchets .....	p.17
Trier et valoriser les déchets .....	p.18
<b>LA GESTION DE L'EAU</b> .....	<b>p.21</b>
Préserver la qualité de l'eau .....	p.22
Réduire la consommation d'eau .....	p.22
<b>LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE</b> .....	<b>p.24</b>
Générer des économies d'énergie .....	p.25
<b>L'ATTÉNUATION DES NUISANCES SONORES</b> .....	<b>p.27</b>
Réduire le bruit .....	p.28
<b>LE TRANSPORT ET L'HÉBERGEMENT ADAPTÉS</b> .....	<b>p.29</b>
Trouver des solutions de transport et des hébergements durables .....	p.30
<b>L'ACCESSIBILITÉ GARANTIE</b> .....	<b>p.31</b>
Rendre la manifestation accessible aux personnes en situation de handicap .....	p.32
<b>LES ACHATS RESPONSABLES</b> .....	<b>p.36</b>
Intégrer l'environnement dans les achats .....	p.37
Proposer une restauration écoresponsable .....	p.38
Favoriser une éco-conception des stands .....	p.39
Favoriser l'emploi local .....	p.40
<b>LA SOLIDARITÉ LOCALE</b> .....	<b>p.41</b>
Agir pour la mixité sociale et intergénérationnelle .....	p.42
<b>LE BILAN SYSTÉMATIQUE DE LA DÉMARCHÉ</b> .....	<b>p.44</b>
Réaliser un bilan de la démarche responsable .....	p.45
<b>LES LABELS &amp; LOGOS UTILES</b> .....	<b>p.46</b>
<b>CONTACTS UTILES</b> .....	<b>p.47</b>
<b>FICHE PRATIQUE « OÙ EN ÊTES-VOUS ? »</b> .....	<b>p.48</b>
<b>FICHE PRATIQUE « Charte d'engagement et AUTO- ÉVALUATION »</b> .....	<b>p.50</b>

# POUR BIEN COMMENCER...

**Vous organisez un évènement et souhaitez vous engager ou intensifier une démarche écoresponsable ?** Bravo ! En vous proposant des axes et des méthodes, ce guide pratique va vous aider à concrétiser une approche environnementale, sociale et durable. Pour faciliter sa lecture, vous pouvez commencer par remplir l'autopositionnement en fin de guide qui vous aidera à choisir les parties du guide à consulter en priorité.

Votre objectif premier : laisser une empreinte écologique la plus légère possible après l'évènement, et dans une optique d'amélioration continue. Nos fiches actions, réparties en douze thématiques, assorties de contacts utiles, vont vous guider.

La liste des actions et des contacts n'est pas exhaustive et pourra s'enrichir au fil des retours d'expériences. Enfin, nous vous invitons à privilégier la consultation de ce document en version numérique et à n'imprimer ce guide que si nécessaire.



**Les trois piliers d'une démarche réussie :**

- **Une réflexion dès la conception** le plus en amont possible.
- **Une approche partagée** et des objectifs répartis au sein de l'équipe d'organisation.
- **Une vision à long terme.** Ne pas mettre le curseur trop haut la première année, mais concrétiser quelques actions simples. Au fil des années, l'ambition pourra grandir.

## DEUX QUESTIONS PRÉALABLES À SE POSER PAR RAPPORT À VOTRE PROJET

### 1. OÙ EN ÊTES-VOUS ?

- Si votre évènement n'est pas nouveau, demandez-vous quels ont été ses impacts par le passé.
- Quelles actions ont déjà été menées en matière de développement durable ? Êtes-vous déjà impliqué en faveur de la solidarité et de la citoyenneté locale ? Est-il possible d'aller plus loin ?...
- Ce petit état des lieux facilitera le choix de vos actions.
- Le questionnaire inclus dans ce guide vous aidera à identifier les points sur lesquels vous pourriez travailler.

**Plus d'infos :**

page 48, Fiche pratique «Où en êtes vous?»

### 2. QUELLES ACTIONS CHOISIR ?

- Pour bien vous approprier la démarche, il est important de la concrétiser le plus amont possible, en déterminant une première série d'actions.
- **Ce choix pourra se faire en fonction :**
  - de la nature de l'évènement ;
  - de l'impact environnemental visé (cibler d'abord l'impact le plus important) ;
  - de la faisabilité de l'action ;
  - de la portée de l'action en termes de sensibilisation ;
  - des moyens humains nécessaires ;
  - du coût éventuel de l'action ;
  - de votre motivation sur un thème particulier.



**Miser sur les motivations internes :**

Il est toujours utile de bien identifier au sein de l'équipe organisatrice des compétences ou des motivations particulières vis-à-vis des thématiques d'actions.

Cela vous permettra de désigner à l'avance un ou des référents sur différentes actions engagées.

# PRÉPARER L'ÉVALUATION DE VOS ACTIONS

Une vraie démarche responsable passe par l'objectif d'amélioration continue. Pour inscrire votre évènement dans une dynamique de progression, il est conseillé d'évaluer vos actions. En définissant des indicateurs en amont, vous pourrez collecter des informations indispensables à votre bilan.

## Définir des indicateurs

Des indicateurs simples à mesurer vous aideront à repérer les réussites, les difficultés rencontrées et les améliorations à envisager.

### Par exemple :

- Action « Économies de papier »  
> Quantité de papier consommée
- Action « Tri des déchets »  
> Pourcentage de déchets valorisés
- Action « Achats éco-responsables »  
> Volume financier concerné



AUTO ÉVALUATION DE L'ÉVÈNEMENT			
Organisateur		Manifestation	
Structure :		Titre :	
Contact (Nom et Prénom) :		Date :	
Adresse :		Lieu :	
Tél. :		Nombre de participants (estimé) :	
Mail :			
Avant l'évènement		Bilan, après l'évènement	
Intégrité :		Thèmes traités :	
Savoir-être :		Résultats :	
		OUI NON	
<b>Le choix d'un site adapté</b>			
Respecter le site et ses espaces naturels			
Respecter les riverains et l'absence d'impact environnemental			
Rendre le site accessible			
<b>La communication ciblée et dématérialisée</b>			
Economiser le papier et optimiser le format des documents			
Optimiser les documents électroniques			
Favoriser la communication dématérialisée			
Choisir son imprimateur et/ou son papier selon des aspects environnementaux et sociaux			
Mettre en place une communication éco-responsable			
Faire passer et valider la démarche			
<b>Le partenariat le plus large possible</b>			
Favoriser et solliciter les différents acteurs et bénévoles			
Sensibiliser et intégrer les intervenants à la démarche			
Rendre visible la contribution par des animations			
<b>La gestion des déchets</b>			
Utiliser des grande capacités			
Utiliser de la vaisselle recyclable ou compostable			
Réaliser un tri des déchets à la source des déchets			
Mettre en place le tri des déchets			
Distribuer des produits de poche			
<b>La gestion de l'eau</b>			
Optimiser la gestion de l'eau potable			
Instaurer des sanitaires écologiques			
Mettre en place des systèmes d'arrosage à la carte à la source			
Utiliser des produits écologiques			
<b>La maîtrise de l'énergie</b>			
Favoriser un site éco-équipé, proche des transports en commun			
Faire des économies d'énergie liées au choix des équipements			

## Plus d'infos :

Page 50

Fiche pratique «Auto-évaluation»

# DOUZE THÉMATIQUES, CINQUANTE ACTIONS

Quelques actions peuvent vous suffire à faire entrer votre manifestation dans une dimension écoresponsable. En fonction de vos objectifs, ce guide vous permet de choisir vos actions parmi celles proposées. Dans leur mise en œuvre, vous pourrez être conseillé ou aidé par des structures ressources, ou des contacts locaux. Ce guide vous propose 50 actions accessibles et maîtrisables, classées selon les thématiques ci-dessous.

**LE CHOIX D'UN SITE ADAPTÉ : P.6**

**LA COMMUNICATION CIBLÉE ET DÉMATÉRIALISÉE : P.8**

**L'ADHÉSION LA PLUS LARGE POSSIBLE : P.12**

**LA GESTION DES DÉCHETS : P.16**

**LA GESTION DE L'EAU : P.21**

**LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE : P.24**

**L'ATTÉNUATION DES NUISANCES SONORES : P.27**

**LE TRANSPORT ET L'HÉBERGEMENT ADAPTÉS : P.29**

**L'ACCESSIBILITÉ GARANTIE : P.31**

**LES ACHATS RESPONSABLES : P.36**

**LA SOLIDARITÉ LOCALE : P.41**

**LE BILAN SYSTÉMATIQUE DE LA DÉMARCHE : P.44**

**LES LABELS ET LOGOS UTILES : P.46**

**LES CONTACTS UTILES : P.47**

**FICHE PRATIQUE «OÙ EN ÊTES-VOUS ?» : P.48**

**FICHE PRATIQUE «AUTO-ÉVALUATION» : P.50**

# LE CHOIX D'UN SITE ADAPTÉ

## UN LIEU EN COHÉRENCE AVEC VOTRE DÉMARCHE

Vous allez évidemment choisir votre site en fonction de sa disponibilité, de sa cohérence avec la nature de l'évènement et avec l'affluence estimée. Pourtant, dès cette étape cruciale, vous pouvez déjà inclure la problématique environnementale dans vos critères de décision.



Assurez-vous que ce site  
qui vous plaît tellement...  
ne soit pas classé

# mon objectif

## RESPECTER L'ENVIRONNEMENT DU SITE

Bien sûr, un état des lieux du site avant et après l'événement risque de s'imposer et vous devrez sans doute prévoir a minima un gros ménage.

Mais la démarche ne serait que partielle sans une sensibilisation au respect du site choisi pour votre évènement.



**Choisissez un site naturel qui ne présente pas de sensibilité écologique particulière**, évitez les atteintes à la biodiversité et de lourds aménagements de protection

Le saviez-vous ? Le campus Saint-Martin-d'Hères / Gières de l'UGA est labellisé refuge LPO depuis 2021.

### ACTION 1

#### PENSER AUX RIVERAINS

- **Informez les habitants à proximité** de la manifestation.
- **Respectez les propriétés** (chemins, clôtures, portails, etc.).
- **Pensez à une signalétique efficace mais discrète**, aux normes autorisées (amovible, enlevée dans les 7 jours, sans peinture, même effaçable).

### ACTION 2

#### UN SITE ÉCORESPONSABLE

En prenant en compte ces principes, les impacts environnementaux peuvent être réduits en amont.

- **Évitez les lieux naturels fragiles** (Natura 2000, ZNIEF, espaces naturels sensibles...).
- **Limitez les émissions de gaz à effet de serre**, en choisissant un site desservi par des transports en commun.
- **Limitez les aménagements** en choisissant un site déjà équipé.
- **Réduisez les dépenses énergétiques**, en privilégiant des bâtiments éco-conçus.
- **Limitez le transport** en faisant appel à des ressources locales/proches.
- Pensez à un accès à un point d'eau potable, pour **réduire l'utilisation d'eau en bouteille** et faciliter le nettoyage.

#### LIENS UTILES

DREAL Auvergne-Rhône-Alpes - Direction Régionale de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement  
Site : [www.auvergne-rhone-alpes.developpement-durable.gouv.fr](http://www.auvergne-rhone-alpes.developpement-durable.gouv.fr)

DDTM - Direction Départementale des Territoires et de la Mer  
Isère : <https://www.isere.gouv.fr/Services-de-l-Etat/Agriculture-environnement-amenagement-et-logement/Direction-departementale-des-territoires/DDT-presentation-et-organigramme>

Drôme : <https://www.drome.gouv.fr/Services-de-l-Etat/Agriculture-environnement-amenagement-et-logement-DDT-et-DREAL/Direction-departementale-des-territoires-DDT>

Grenoble Alpes Tourisme  
<https://www.grenoble-tourisme.com/fr/>

Valence Romans tourisme  
<https://www.valence-romans-tourisme.com/fr/>

# LA COMMUNICATION CIBLÉE ET DÉMATÉRIALISÉE

## PROMOUVOIR « PROPREMENT » L'ÉVÉNEMENT

Bois, eau, encres et solvants, transport...

Le cycle du papier peut avoir un impact environnemental négatif. Pour en limiter les effets, anticiper vous permettra d'obtenir des résultats concrets.



**Trois objectifs à garder en tête :**

- Limiter au maximum les supports papiers
- Privilégier Internet et les médias locaux (presse, radio, télévision)
- Réaliser des supports de communication réutilisables



# mon objectif

## CONSOMMER MOINS DE PAPIER

Où le papier se recycle mais à quel prix ? Transport et procédés sont très consommateurs d'eau et de polluants. Pour fabriquer 1 kg de papier, il faut en moyenne 500 litres d'eau. Alors quelles sont les alternatives ?



**475 000 par seconde...**

C'est le nombre de feuilles de papier qui sont imprimées dans le monde chaque seconde !

### ACTION 3

#### LIMITER LE PAPIER

- **Estimer avant l'événement les quantités** de tracts et d'affiches réellement nécessaires.
- **Consulter les partenaires sur la quantité d'affiches** qu'ils désirent avant de les imprimer.
- **Préférer pour l'impression, un papier recyclé sans pelliculage** et inférieur à 90g/m<sup>2</sup>.
- **Inclure la mention** : « **Ne jetez pas ce document : triezy-le pour qu'il puisse être recyclé !** ».
- **Éviter de distribuer des tracts** afin de prévenir tout abandon sur le site de la manifestation et ses abords.
- **Privilégier pendant l'événement, les supports réutilisables** (plastifiés, etc.) et créer des «points infos».
- **Pratiquer la mise en page écoresponsable** en veillant aux interlignes, aux formats (pensez au recto-verso), aux longueurs de textes, à la largeur des marges...



**Créer une page spéciale de l'événement sur les réseaux sociaux.** Faire référencer l'événement sur les sites de l'UGA, l'application campus UGA, le portail étudiant...

Direction de la communication : [communication-universite@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:communication-universite@univ-grenoble-alpes.fr)

Direction de la vie Étudiante : [engagement-initiatives@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:engagement-initiatives@univ-grenoble-alpes.fr)

### ACTION 4

#### OPTIMISER LA MISE EN PAGE DES DOCUMENTS ÉLECTRONIQUES

- Penser à **une mise en page favorable à la lecture sur écran** et sur les smartphones pour limiter les impressions.
- **Mentionner sur le document «N'imprimer que si nécessaire».**
- Réaliser un «**format impression**» : une version de votre document sur fond blanc, avec mise en page optimisée et sauts de pages pour éviter les impressions intégrales.
- Pour l'impression d'un document électronique, **privilégier le «2 pages par feuille»** (fonction «mise en page»), en plus du recto-verso.

### ACTION 5

#### OPTER POUR UNE COMMUNICATION «DÉMATÉRIALISÉE»

- Pour économiser beaucoup de papiers et plastiques, **communiquer sur des supports dématérialisés plutôt que sur papier.**
- Côté organisation, **privilégier les échanges et retours de documents par mail et outils de partage de documents type Filesender ou Wetransfert.** Mettre en ligne les documents non-confidentiels : plan d'accès, fiche d'inscription, dossier de presse...
- **Favoriser une communication digitale** (web, réseaux sociaux, newsletters, etc.), les radios, télévisions et les journaux locaux.

# mon objectif

## FAIRE APPEL À DES FOURNISSEURS « ÉCO-EXEMPLAIRES »

### ACTION 6

#### CHOISIR SON IMPRIMEUR ET SON PAPIER

- **Viser les encres végétales** (grandes séries en Offset) ou «HP Latex» et «Mutoh bio» (petites séries en numérique).
- **Cibler du papier éco-labellisé** : l'éco-label européen ou NF Environnement.
- **Choisir un imprimeur labellisé** «Imprim'Vert®», ISO 14001 ou prouvant ses engagements environnementaux.
- **Privilégier le recours au service reprographie de l'UGA** quand c'est possible ([dgdpat-reprographie@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:dgdpat-reprographie@univ-grenoble-alpes.fr))



**Pour du papier recyclé** : s'assurer qu'il a été fabriqué et recyclé "proprement" (ex : ecolabel officiel ou, à défaut, système de management environnemental de type ISO 14001 ou EMAS).

**Pour du papier vierge** : s'assurer que la forêt dont il est issu est gérée durablement (ex : label FSC ou PEFC) et qu'il a été fabriqué «proprement» (ex : ecolabel officiel ou, à défaut, système de management environnemental de l'entreprise de type ISO 14001 ou EMAS).

# mon objectif

## VALORISER LA DÉMARCHE

Donner de la visibilité à vos actions écoresponsables valorise la manifestation elle-même. Après l'événement, un bilan environnemental de la manifestation permet aussi d'informer les participants et de sensibiliser un public plus large. L'évaluation est disponible en ligne: <https://enquetes.univ-grenoble-alpes.fr/v4/s/n8f7zi> et en page 50 de ce guide

### ACTION 7

#### SENSIBILISER LE PUBLIC

- **Valoriser vos engagements** dans les supports de communication.
- **Intégrer un volet «écoresponsable»** sur votre site internet, les réseaux sociaux et dans la conception du merchandising (labels écoresponsables sur les produits).
- **Proposer des objets publicitaires en nombre limité, utiles, réutilisables, issus de matériaux recyclables** et non jetables.
- **Prévoir des panneaux d'information** sur les actions engagées, placés sur des lieux stratégiques et visibles : entrée, bar, coin repos, restauration...
- Pour inciter les visiteurs à s'impliquer, **prévoir un point infos dédié au développement durable**, en libre-service ou avec un animateur. Il peut regrouper les informations utiles : dispositif de tri, horaires des transports en commun, etc.
- **Mettre en place une signalétique éco-conçue**, claire et réutilisable chaque année sur le lieu de la manifestation.
- **Communiquer sur le tri.**
- **Créer une charte de conduite éco-citoyenne** pour le public.

# mon objectif

## **FAIRE SAVOIR PAR LES MÉDIAS**

Valeurs humaines et environnementales, tri sélectif, bénévolat... En communiquant assez tôt sur les ingrédients durables de votre événement, vous pourrez élargir sa visibilité et pourquoi pas intéresser davantage de partenaires.

### **ACTION 8**

#### **MÉDIATISER LA DÉMARCHE**

- **Inclure dans vos dossiers de presse, un dossier spécifique présentant vos actions** et si possible vos résultats des années précédentes et vos objectifs d'amélioration.
- Ne pas seulement cibler les médias locaux «généralistes», **penser aux supports spécialistes du développement durable, aux supports de communication des collectivités, au tissu local (commerçants, partenaires, associations).**
- Dans tous les cas, **rester modeste, sans s'autoproclamer «éco-événement».** Valoriser plutôt la volonté d'amélioration continue et d'action.

#### **Contact local**

**Pour plus d'infos envoyer un mail à :**

Direction de la communication UGA :  
[communication-universite@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:communication-universite@univ-grenoble-alpes.fr)

Pour le campus Valence :  
[communication-campus-valence2607@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:communication-campus-valence2607@univ-grenoble-alpes.fr)

# L'ADHÉSION LA PLUS LARGE POSSIBLE

## ÉLARGIR L'AUDIENCE ET LA NOTORIÉTÉ

Vos objectifs sont clairs : moins d'impact environnemental, des critères sociaux et solidaires dans votre organisation.

Fédérez sur ces principes une large communauté d'acteurs : bénévoles, participants, artistes, techniciens, journalistes, partenaires...



**En interne, chaque acteur doit bien comprendre la finalité des actions qui le concernent.** Pour cela, des réunions plus spécifiques seront nécessaires au sein des différentes équipes.

# mon objectif

## IMPLIQUER L'ÉQUIPE ORGANISATRICE

Pour la réussite de votre programme d'actions responsables, appuyez-vous sur les différents intervenants et participants amenés à s'impliquer dans l'organisation ou le déroulement de votre événement. Comment bien les sensibiliser, les préparer et les former ?  
Votre objectif : que chacun s'approprie la démarche.

### ACTION 9

#### FORMER ET SENSIBILISER LES DIFFÉRENTES ÉQUIPES ET BÉNÉVOLES

- Dès les premières réunions d'organisation, **présenter votre démarche et amorcer le débat.**
- **Sensibiliser les différents acteurs** au sujet via des ateliers (fresque de l'événementiel, du climat, des déchets...)
- **Identifier un responsable général** des actions de développement durable.
- **Envisager une «brigade verte»** : une équipe en charge du tri des déchets, du nettoyage, de la sensibilisation, de la collecte...
- **Veiller à ce que toutes les équipes intègrent des questionnements communs** : Nos objectifs globaux ? Sur quoi veut-on agir ? Quelles expériences peuvent nous inspirer ? Quelles réductions d'impacts vise-t-on ?
- **Partager les actions envisagées** dans les équipes et en débattre, identifier la bonne marche à suivre pour les déchets, les économies d'énergie, d'eau, etc.
- **Présenter la démarche d'amélioration continue.**
- **Planifier la mise en place des actions** (matériel nécessaire, partenaires, bénévoles...)
- **Désigner un(e) coordinateur(trice) «accessibilité».**

#### Plus d'infos :

Contactez la mission RSE ([rse-uga@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:rse-uga@univ-grenoble-alpes.fr)) pour organiser un atelier de sensibilisation



**Vous pouvez créer une charte d'engagement responsable** (objectifs, actions visées). Elle pourra être signée par tous les participants et marquera fortement une adhésion partagée à la démarche.

# mon objectif

## MOTIVER LES INTERVENANTS ET PARTENAIRES

Votre ambition écoresponsable est aussi l'occasion pour les intervenants et les partenaires d'afficher leurs engagements en la matière. Parler avec eux des enjeux (planétaires, humains, sociaux, économiques) et des retours en termes d'image est un bon moyen de les motiver.

### ACTION 10

#### SENSIBILISER ET INTÉGRER LES INTERVENANTS À LA DÉMARCHE

- **Identifier les intervenants à sensibiliser** : fournisseurs, partenaires, artistes, sportifs, associations... Les intégrer à la démarche ne fera qu'apporter plus de cohérence et une valeur ajoutée au discours.
- **Créer une charte «d'éco-responsabilité»** impliquant les intervenants (gestion de l'énergie, eau, déchets...). Elle peut inclure des critères de sélection des intervenants. Par exemple, selon l'origine des produits achetés ou l'engagement écoresponsable des fournisseurs.
- **Valoriser les actions écoresponsables** des intervenants.
- **Solliciter des associations utiles** à la sensibilisation.
- **Favoriser la présence d'intervenants locaux** ou d'artistes aux engagements écoresponsables : produits locaux, bio, économie sociale et solidaire.
- **Faire de l'éco-conception un critère essentiel pour le choix de vos prestataires** : pas de moquette jetable, consommation électrique faible, gestion du tri, etc.

#### Plus d'infos :

Page 39 : «Favoriser une éco-conception des stands»



**Mutualisez le transport des équipes** présentes sur la manifestation. Par exemple, pour un tournoi sportif, un seul autocar pour deux équipes d'une même zone géographique. Pour un festival, un espace «covoiturage» sur le site internet pour les bénévoles et intervenants.

# mon objectif

## **SENSIBILISER LE PUBLIC**

La manière dont les visiteurs ou spectateurs se comporteront aura des conséquences importantes sur le bilan écoresponsable de votre manifestation. La réussite de vos actions va donc dépendre aussi de l'implication du public.

### **ACTION 11**

#### **PROPOSER DES ANIMATIONS PERTINENTES**

- **Imaginer des animations ou des jeux qui sensibiliseront les visiteurs** : basket du tri, quiz, etc.
- **Localiser ces animations sur des lieux bien visibles ou stratégiques.**
- **Inviter des associations** ou autres structures locales à tenir un stand autour de thèmes en rapport avec la démarche et la nature de votre événement (sensibilisation aux gestes écocitoyens, à l'économie sociale et solidaire, prévention santé, etc.).

#### **Contact local**

##### **Grenoble Alpes Métropole**

Prêt de pack «écoévénement», escape game sur la prévention des déchets, visites du centre de tri et du Pole'R dédié à l'économie circulaire...

**L'ALEC** - atelier de sensibilisation sur les économies d'énergies, le Do It Yourself...

**Emmaus Connect** - Ateliers de sensibilisation sur les déchets/le réemploi du matériel informatique La Recyclerie Sportive - Ateliers de surcyclage, réparation de vélo, collecte et reemploi de matériel sportif

**La Ligue de Protection des Oiseaux (LPO)** - ateliers de sensibilisation à la faune/flore

#### **À noter**

La mission RSE de l'UGA peut vous accompagner dans la mise en place d'ateliers de sensibilisation lors de vos événements.

**Contact** : [rse-uga@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:rse-uga@univ-grenoble-alpes.fr)



**Quelques exemples d'animations pour accompagner votre démarche** : Conférences / débats / projections de documentaires, stands de sensibilisation, animations ludiques et participatives, ateliers pédagogiques, expositions thématiques, etc.

# LA GESTION DES DÉCHETS

## UN AXE CENTRAL DE VOTRE DÉMARCHE ÉCORESPONSABLE

Votre événement va produire beaucoup de déchets. Attention à ne pas les sous-évaluer. Savoir les traiter sera un axe central de votre démarche éco-responsable. Une bonne gestion des déchets marquera positivement les différents partenaires et le public.



### Les 3 objectifs à garder en tête :

- réduire à la source la quantité de déchets,
- mettre en place le tri sélectif, la collecte et la valorisation des déchets,
- sensibiliser et informer organisateurs et public sur le devenir des déchets.



# mon objectif

## RÉDUIRE LES DÉCHETS

« Le meilleur déchet est celui que l'on ne produit pas ». Assiettes, gobelets, couverts jetables, souvent à base de plastique, sont une part importante des déchets générés lors d'une manifestation. Des solutions alternatives existent pour en réduire la quantité ou les valoriser : vaisselle réutilisable, biodégradable, recyclable...



**9 tonnes**  
C'est la quantité de déchets produits par les 31 000 participants des Courants de la Liberté sur 3 jours en 2017. 3 tonnes d'emballages et déchets biodégradables ont été valorisées !

### ON VOUS PRÊTE NOS GOBELETS

- Le département de l'Isère dispose de gobelets réutilisables qu'il peut mettre à votre disposition.
- Pour bénéficier de ce prêt gratuit, il suffit de remplir un formulaire de demande au plus tard 1 mois avant l'événement. Contacter le Département pour connaître les conditions de prêt et le lieu de retrait des gobelets.
- Pour le reste de la vaisselle, vous pourrez également privilégier l'utilisation de vaisselle en dur réutilisable. Des offres autres que des gobelets sont proposées par différents prestataires .

#### Plus d'infos :

Département de l'Isère

<https://demarches.isereconnect.fr/packs-eco-evenement/pack-eco-evenement-reservation-ponctuelle-de-gobelets/>

Département de la Drôme - SYTRAD - Organiser un éco-événement :

<https://www.sytrad.fr/pendant-vos-evenements.html>

#### ACTION 12

### UTILISER DE LA VAISSELLE COMPOSTABLE (BIODÉGRADABLE) OU RECYCLABLE AVANT L'ÉVÈNEMENT

- **Rechercher un centre de compostage ou une déchetterie** proche de la manifestation. Si aucune solution de traitement n'existe sur le territoire, ne pas utiliser ce type de vaisselle et préférer la vaisselle réutilisable ou recyclable !
- **Mettre en place un partenariat avec les services compétents** pour vous assurer que les déchets issus de la vaisselle compostable seront acceptés par le centre de compostage.
- **S'assurer** de la compostabilité du produit : Norme NF EN 13432.
- **Former vos équipes** pour qu'elles puissent identifier les déchets compostables.

### PENDANT ET APRÈS L'ÉVÈNEMENT

- **Prévoir un tri spécifique** pour cette vaisselle, avec plusieurs lieux de stockage identifiés des déchets compostables (endroits stratégiques : buvette, coin bénévoles, restauration...).
- **Évacuer les déchets compostables** vers le centre de compostage. Selon les partenariats engagés, une structure compétente pourra s'en charger.
- **Évaluer la quantité** (poids et volume). Cette donnée servira pour le bilan.



#### Question de bon sens...

S'il n'existe pas de filière de compostage à proximité...  
Privilégiez la vaisselle lavable et réutilisable  
ou la vaisselle recyclable en carton.

# mon objectif

## TRIER ET VALORISER LES DÉCHETS

Trier les emballages recyclables, c'est assurer leur transformation en nouveaux objets et économiser les ressources naturelles.

### ACTION 13

#### ANTICIPER LA GESTION DES DÉCHETS

##### AVANT L'ÉVÉNEMENT :

- **Recenser le type et la quantité de déchets** que votre manifestation peut produire.
- **Identifier les déchets** qui peuvent être évités.
- **Rechercher les filières de collecte**, tri et valorisation adaptées en vous rapprochant de la Direction Générale Déléguée au Patrimoine à l' Aménagement et à la Transition énergétique (DGD PAT) ou de Grenoble Alpes Métropole



**Des encombrants «réutilisables»** : donnez une seconde vie à vos déchets de type "encombrants" (stands, panneaux, mobilier) ils peuvent aussi intéresser une autre association locale.

TYPES DE DÉCHETS	ESPACES PARTIE PUBLIQUE	ESPACES PRIVÉ PARTIE BACKSTAGE	TYPE CONTENEURS SOUHAITÉ
Papiers, cartons	Bars, restaurateurs, stands-Marchandising,	Catering, Magasin, Arrière scène, Loge artiste, VIP, Presse, Espace partenaire, Espace enfant, QHG bénévoles, Postes de secours, Camping, PC propreté	Bac roulant, bennes ouvertes
Emballages plastiques recyclables Canettes, conserves	Bars, Restaurateurs, Stands, Entrée du site	Catering, Magasin, Arrière scène, Loge artiste, VIP, Presse, Espace partenaire, Espace enfant, QHG bénévoles, Postes de secours, Camping, PC propreté	Bac roulant, Bennes ouvertes
Verre	Bars, Restaurateurs, Entrée du site	Catering, Loge artiste, VIP, Presse	Borne à verre mobile
Matière compostable Bio déchets	Restaurateurs	Catering	Bac roulant, Déchets verts
Déchets d'Equipements Electriques et Electroniques (DEEE)		Espace scénique, Arrière scène	Caisse pour DEEE
Autres			

## ACTION 14

### ORGANISER LE TRI AVANT L'ÉVÉNEMENT

Vous avez estimé vos déchets (voir page précédente), et diminué au maximum la quantité de déchets produits, contactez des structures de collecte et de traitement pour envisager avec elles la collecte et la valorisation des déchets.

- **Créer un partenariat avec une structure compétente en collecte et traitement des déchets** (aide matérielle et/ou humaine). Par exemple, envisager un prêt de matériel de tri auprès de la DGD PAT, ou emprunter des gobelets réutilisables via le département de l'Isère.
- **Définir les emplacements des points tri**, selon le site, le public, vos moyens humains et techniques.
- **Établir les codes couleurs de tri**, identiques à ceux des foyers : emballages = jaune, verre = vert, carton/papier = bleu et ordures ménagères = gris.
- **Mettre en place une signalétique de tri adaptée.**
- **Former vos équipes au tri des déchets** lors de réunions de préparation et lors du montage de votre manifestation (ex : Où se procurer des bacs, auprès de qui ?).

#### Plus d'infos :

Page 13, «Intégrer l'équipe organisatrice»

Page 38, «Proposer une restauration éco-responsable»

## ACTION 15

### CRÉER UN DISPOSITIF DE TRI SELON LA CIBLE

- Adapter les contenants en fonction des points de tri. Exemples (liste non exhaustive)

CIBLES	TYPES DE DÉCHETS	CONTENANTS
Restaurateur / buvettes	Carton, vaisselle recyclable, verre, biodéchets, vaisselle compostable (biodégradable),	Bac jaune pour les emballages recyclables + bac ordures ménagères (OM), colonne à verre, bac à déchets verts
Service logistique / Techniciens	Piles, DEEE, déchets toxiques, cartons, bouteilles, films plastiques	Borne à piles, contenant spécifiques pour les DEEE, contenant spécifiques pour les déchets toxiques, bac jaune pour les emballages recyclables ou à part
Public	Bouteilles, canettes, nourriture, cigarettes, flyers	Double-collecteurs (OM et Recyclables), composteur, bac pour déchets fermentescibles, des cendriers (de préférence dans les passages très fréquentés ou distribuer des cendriers de poches)



#### Faites un plan

Pour une bonne vision d'ensemble, positionnez votre logistique de tri sur les plans du site.



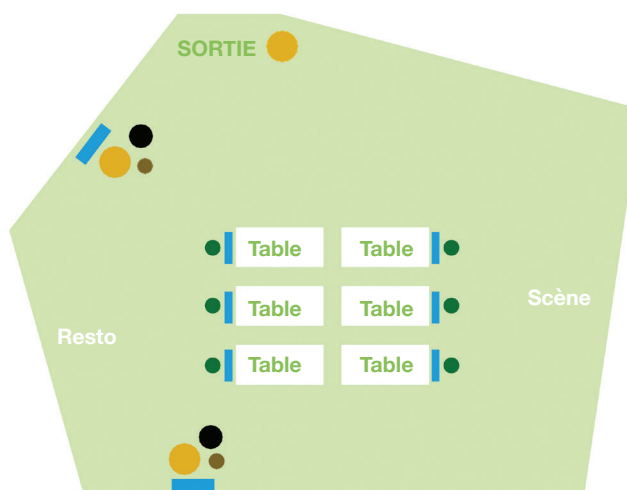
#### Concevez les points tri : contenants

(type de bacs, volume...), codes couleurs, signalétique, mode de fixation, etc

#### Exemple

Plan d'implantation des différentes poubelles et de la signalétique explicative.

- Emballages
- Verre
- Autres
- Déchets alimentaires compostables
- Panneaux (consignes, affiches...)



## **ACTION 16**

### **PRÉVOIR DES ZONES DE STOCKAGE**

- **Identifier des zones faciles d'accès** pour les bennes ou les bacs et le camion de collecte.
- **Privilégier des emplacements qui limitent les déplacements** pour la présentation des déchets à la collecte.
- **Stocker les emballages recyclables déjà triés à l'écart du public**, pour éviter le mélange avec des déchets non recyclables.

## **ACTION 17**

### **IMPLIQUER LES VISITEURS**

- **Sensibiliser au tri dès l'arrivée du public** : informations sur les consignes de tri, distribution de matériels utiles (cendrier de poche...), etc.
- **Animer des points d'information** avec animations ou jeux, avec l'appui d'ambassadeurs du tri de la collectivité.

#### **Plus d'infos :**

Page 15 : «Sensibiliser le public»

## **ACTION 18**

### **MISSIONNER VOTRE ÉQUIPE DE GESTION DES DÉCHETS**

- **Entretien des points de tri** avec des tournées régulières pour vider les poubelles.
- **Vérifier régulièrement la qualité du tri** pour limiter les erreurs. Dans ce cas, des gants solides devront être distribués par l'organisateur pour assurer la sécurité du personnel.
- **En cas d'erreur de tri, présenter les déchets avec les ordures ménagères.**



#### **Sur la balance...**

Avec votre partenaire du tri, vous pouvez envisager une pesée et une évaluation des volumes des déchets collectés. Ces données vous seront utiles pour un bilan : pourcentage de déchets valorisés, taux de refus, etc.

#### **Contact local**

Direction Générale Déléguée Patrimoine Aménagement et Transition énergétique (DGD PAT) -  
Direction de l'Aménagement  
[dgdpat-amenagement@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:dgdpat-amenagement@univ-grenoble-alpes.fr)

#### **Fiches pour le déploiement du tri à l'UGA**

<https://intranet.univ-grenoble-alpes.fr/l-uga/responsabilite-societale-et-environnementale/dechets/prevention-des-dechets-et-reemploi-789990.kjsp?RH=1519226696728>

#### **Liens utiles**

Citeo - Site : <https://www.citeo.com/>

ADEME - Site : [www.casuffitlegachis.fr](http://www.casuffitlegachis.fr)

# LA GESTION DE L'EAU

## PRÉSERVER LA QUALITÉ, MAÎTRISER LES QUANTITÉS

Nous devons préserver les ressources essentielles, à commencer par l'eau. Les solutions sont nombreuses. Choisir des bâtiments éco-respectueux est déjà un bon point (WC double-chasse, robinets automatiques, récupérateurs d'eau de pluie). Privilégier l'eau du robinet plutôt que l'eau en bouteille ou revoir les méthodes de nettoyage constituent d'autres pistes...



- Eaux de Grenoble produit 85 000 m<sup>3</sup> d'eau par jour.
- Chaque jour un français consomme 148 litres d'eau.
- L'ARS (Agence Régionale de Santé) réalise 5800 analyses par an de l'eau du robinet.

# mon objectif

## PRÉSERVER

# LA QUALITÉ DE L'EAU

Votre obsession première : ne pas polluer la ressource en eau qu'elle soit superficielle ou souterraine. D'où la nécessité de maîtriser l'ensemble de nos rejets pour préserver la qualité de l'eau. Les milieux naturels et toute la biodiversité vous diront merci !

### ACTION 19

#### MAÎTRISER LES REJETS

- **S'assurer de l'usage de produits écologiques labellisés** pour l'entretien et le nettoyage ; ou des produits naturels comme le savon noir.
- **Ne rien jeter dans les caniveaux**, vous deviendriez un pollueur malgré vous, car leur unique fonction est d'emmener les eaux de pluie vers la rivière ou la mer. Vos eaux de lavage doivent aller dans les canalisations d'eaux usées (toilettes, éviers, lavabos).
- **Mettre en place une signalétique vers les sanitaires**, pour faciliter leur accès et éviter de voir l'apparition de toilettes sauvages.

# mon objectif

## RÉDUIRE

# LA CONSOMMATION D'EAU

La facture d'eau n'est pas que financière, elle est aussi écologique. Vous êtes donc convaincus qu'il faut économiser cette ressource vitale. Des solutions abordables sont envisageables.

### ACTION 20

#### VALORISER L'EAU DU ROBINET

- **Consommer l'eau du robinet.**
- **Mettre en place une fontaine à eau**, réfrigérée selon les possibilités et le type de manifestation, alimentée par un tuyau alimentaire.
- **Faciliter son accès au public.**
- **Sensibiliser à une consommation responsable** (panneaux, annonces, etc.).

### ACTION 21

#### ÉCONOMISER L'EAU

- **Privilégier des chasses d'eau à double débit.**
- **Installer des robinets économiseurs**, favoriser des douches économes ou mettre en place des sabliers de douche lors d'un évènement sportif par exemple.
- **Équiper les points d'eau de systèmes anti-gaspillage** : boutons pressions de robinets, réducteurs de débit, aérateurs.
- **Favoriser l'utilisation du lave-vaisselle** et l'utiliser quand il est plein.
- **Réparer immédiatement les tuyaux endommagés.**



**Environ 150 litres par jour**

C'est ce que consomme en moyenne chaque jour un Français, essentiellement pour l'hygiène et le nettoyage, contre 20 litres à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle.

## ACTION 22

### INSTALLER DES TOILETTES SÈCHES

- Ne se lancer dans le projet que si vous avez **des solutions de compostage des effluents**.
- Bien évaluer la **quantité de cabines et de consommables nécessaires**, ainsi que les emplacements des toilettes sèches.
- **Contactez les fournisseurs** : coût, conditions d'installation et d'entretien, accompagnement.
- **Prévoir un lieu de stockage** des sous-produits de toilettes sèches dans l'attente de l'évacuation et du compostage : benne monocoque, contenants étanches.
- **Diffuser les consignes d'utilisation** et des messages de sensibilisation (intérêt écologique) par affichage et/ou animations.
- **Prévoir des équipes** (bénévoles, prestataires) pour l'entretien et la gestion des sous-produits.
- **Penser à l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite** (toilettes aux normes «handicap»).
- **Prévoir** des solutions de lave mains autonomes.



#### **Pas de toilettes sèches sans filière de compostage !**

Il faut donc évaluer les possibilités auprès des collectivités locales, agriculteurs, etc. C'est la priorité ! Il faudra bien sûr s'assurer que ce compostage s'effectue sans risque de pollution (cours d'eau, nappes, sols).

#### **Contact local**

Eaux De Grenoble

<https://www.eauxdegrenoblealpes.fr/50-la-qualite-de-l-eau.htm>

Eaux de Valence

<https://eaudevalence.fr/>

#### **Liens utiles**

Qualité de l'eau distribuée - Évaluer la qualité de l'eau distribuée dans sa commune

[www.eaupotable.sante.gouv.fr](http://www.eaupotable.sante.gouv.fr)

Toilettes sèches :

<https://www.alec-grenoble.org/4790-les-toilettes-seches.htm>

# LA MAÎTRISE DE L'ÉNERGIE

## CHOIX DU SITE, AMÉNAGEMENT, ÉQUIPEMENT, COMPORTEMENTS

Eau, électricité, carburants...

Un évènement peut être très gourmand en énergie. Ceci dans un contexte où les questions de transition énergétique interpellent le public et qu'un changement s'opère dans les têtes. Il est donc nécessaire de bien prendre en compte cette réalité et d'étudier les pistes d'action.



# mon objectif

## GÉNÉRER DES ÉCONOMIES D'ÉNERGIES

La nature du site choisi et son aménagement peuvent vous faire faire de belles économies. Dans un second temps, le choix des équipements aussi sera très important.

### ACTION 23

#### CHOISIR UN SITE «ÉCONOME»

- **Privilégier un site dont l'équipement vous évitera des aménagements** (tentes, toilettes, etc.) donc du transport.
- **Choisir des prestataires locaux** (moins de 100 km).
- **Favoriser un site proche des transports en commun** (lire aussi page 40 «Organiser des solutions de transports collectifs, alternatifs et durables»).
- **Choisir un site raccordé au réseau électrique.**
- **Favoriser un site engagé dans une démarche d'éco-conception** (démarche HQE, systèmes d'économies d'eau, de chauffage, d'éclairage, dispositifs de tri).



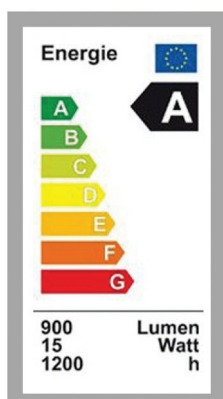
#### Se raccorder ou pas ?

Vous pouvez demander à être raccordé au réseau électrique type «forain» ou «de chantier» (jusqu'à 250 kVA) si votre événement dure plusieurs jours et est éloigné du réseau électrique. Vous éviterez le coût d'un groupe électrogène. Intéressant si votre consommation est suffisamment importante. Dans le cas inverse, le raccordement ne sera pas rentable.

### ACTION 24

#### MAÎTRISER LA CONSOMMATION DES APPAREILS ÉLECTRIQUES

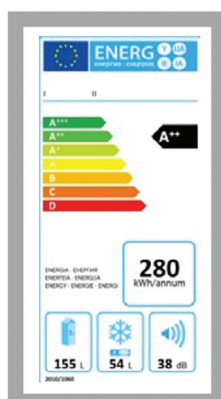
- **Évaluer la nécessité de l'achat ou de la location** d'appareils électroménagers.
- **Se référer à l'étiquette énergie** de ces appareils et des ampoules électriques.
- **Poser des pancartes** près des appareils pour **inciter aux économies d'énergie.**
- **Utiliser des multiprises** pour débrancher les appareils.
- **Éteindre les appareils électriques inutilisés.**  
En veille ils consomment. N'allumer la lumière que si nécessaire.
- **Utiliser au maximum la lumière naturelle.** Selon la météo, envisagez des sources complémentaires. Rester raisonnable sur les quantités et puissances.
- **Choisir des ampoules** ou des sources d'éclairage à **faible consommation d'électricité** : LED, Lampe Basse Consommation (LBC).
- Si nécessaire, **installer un programmateur** qui coupera automatiquement la lumière.
- **Veiller au volume du son.** Les amplis sont gourmands en énergie.
- **Positionner si possible les appareils froids** (congélateurs, réfrigérateurs) à l'écart d'une source de chaleur (four, cuisinière ou près de l'éclairage direct d'une fenêtre).
- **Avoir recours aux énergies renouvelables** pour s'éclairer, se chauffer.



#### L'étiquette ampoule :

Indique la puissance exprimée en watts, l'efficacité lumineuse en lumens, la durée de vie en heure.

**Plus d'info :** [www.ademe.fr/choisir-eclairage](http://www.ademe.fr/choisir-eclairage)



#### L'étiquette énergie :

la bonne référence à l'achat de vos appareils. Apporte des informations sur les consommations énergétiques de chaque appareil et tient compte des progrès en matière de performance énergétique. Les appareils classés A+++ consomment de 20 à 50% d'énergie en moins que ceux classés en A+

**Plus d'info :** Application Ecogator

## ACTION 25

### BIEN UTILISER LES GROUPES ÉLECTROGÈNES ET LES PILES

- **Utiliser un groupe électrogène équipé d'un convertisseur** (ne s'allume que si nécessaire), d'un pot catalytique, d'une bonne insonorisation, se rapprochant le plus possible de la norme EURO 4.
- **Arrêter le groupe électrogène dès que celui-ci n'est plus utilisé**
- **Opter pour des piles rechargeables** (ou accumulateurs) : leur durée de vie est plus longue, produit moins de déchets...



#### Déchets dangereux !

Les ampoules économiques ou fluocompactes sont à considérer comme des déchets dangereux. Elles doivent être ramenées dans un point de vente ou à la déchèterie. Il en va de même pour l'électroménager (Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques). Les piles aussi sont des déchets dangereux. Il faut les collecter et les orienter vers une filière adaptée (à partir d'un point de collecte chez les vendeurs par exemple).

#### Liens utiles

Guide Topten - Le classement écologique des produits et appareils économes et efficaces en énergie Site : [www.guidetopten.fr](http://www.guidetopten.fr)

# L'ATTÉNUATION DES NUISANCES SONORES

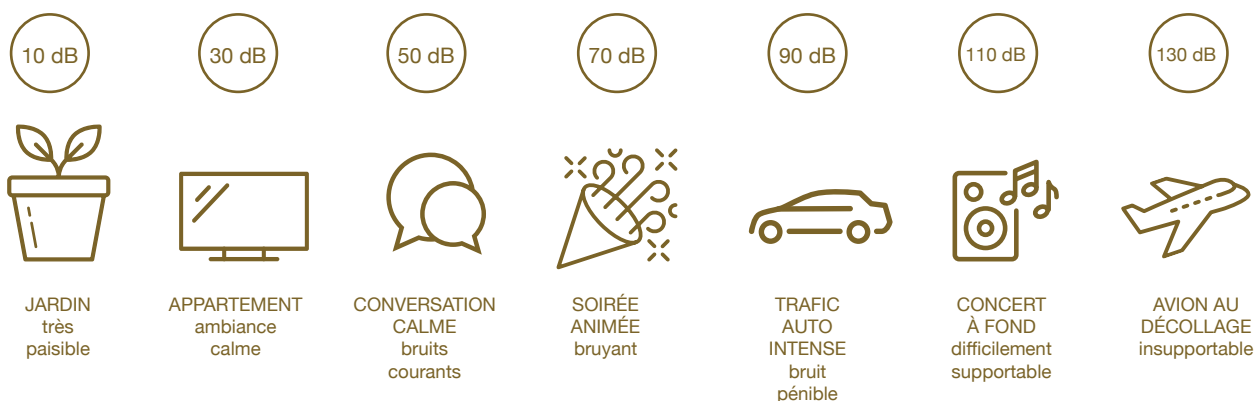
## PRÉVENIR ET LIMITER LE BRUIT

Le bruit est nocif... Reconnu comme une menace sérieuse pour la santé, il est à l'origine de déficits auditifs, de troubles de la communication, de perturbation du sommeil, de maladies cardiovasculaires... Sa prise en compte est incontournable dans une démarche éco-responsable.



### A vos sonomètres !

Pour les sonorisations de plein air, assurez-vous que le niveau de pression acoustique ne dépasse pas 95 dB(A) en crête (utiliser un sonomètre).



# mon objectif

## RÉDUIRE LE BRUIT

Santé du public et des intervenants, confort des riverains... Limiter l'émission et la propagation du bruit vous permettra de mieux dormir sur vos deux oreilles d'organisateur.

### **ACTION 26**

#### **MAÎTRISER LE SON DE LA MANIFESTATION**

##### **EN AMONT DE LA MANIFESTATION**

- **Éviter les lieux trop proches des habitations.**
- **Obtenir un arrêté municipal** auprès de la mairie.
- **Informers les riverains** de la possible gêne le temps de l'évènement.
- **Réaliser si possible une étude préalable** pour retenir une configuration de sonorisation impactant le moins possible les riverains.

##### **PENDANT LA MANIFESTATION**

- **Prévoir des bouchons d'oreilles ou des casques antibruit** pour le public (partenariats possibles avec des associations ou mutuelles).
- **Intégrer des messages de prévention sur le bruit**, notamment pour un festival de musique.
- **Limiter les horaires de diffusion sonore** (arrêtés municipaux en vigueur ou autres textes réglementaires).
- **Encadrer les horaires de livraison** (privilégier les transports en véhicules électriques).

#### **Contact local**

Les associations peuvent récupérer auprès du centre de santé des kits de matériel de prévention dans le cadre d'organisation d'événements festifs. Dans ce kit, ils retrouvent notamment : des bouchons d'oreille, des protections de verre, des éthylotests, des réglettes alcools, des préservatifs...

**Pour en savoir plus :** [prevention-soiree@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:prevention-soiree@univ-grenoble-alpes.fr)

# LE TRANSPORT ET L'HÉBERGEMENT ADAPTÉS

## LA CHASSE AUX GAZ À EFFET DE SERRE

Le transport des marchandises et des personnes peut représenter plus de 90 % des émissions de gaz à effet de serre (GES) d'un événement, dont une grande partie liée aux déplacements des visiteurs, du public. En agissant sur les pratiques, on peut grandement diminuer ces impacts. La question de l'hébergement est aussi à intégrer dans vos réflexions.

# mon objectif

## TROUVER DES SOLUTIONS DE TRANSPORT ET DES HÉBERGEMENTS DURABLES

Pour que le public utilise des modes de transport doux, respectueux de l'environnement, il est souvent nécessaire de mettre en place un dispositif développé, bien visible et incitatif.

### ACTION 27

#### ENCOURAGER LE COVOITURAGE

- **Promouvoir le covoiturage** sur les supports de communication.
- **Dédier une partie du site internet à la mise en relation des covoitureurs.**
- **Proposer des tarifs de parking incitatifs.** Exemple : gratuité à partir de 4 passagers.

### ACTION 28

#### ENCOURAGER LES TRANSPORTS COLLECTIFS

- **Contactez les collectivités organisatrices de transports collectifs** pour voir les transports en commun les plus proches et éventuellement adapter à la desserte.
- **Communiquer sur les transports en commun** en détaillant l'offre (horaires, tarifs, circuits).
- **Intégrer à votre site internet les conditions d'accès** valorisant les modes de transports alternatifs à la voiture.
- **Offrir des avantages aux utilisateurs** : consommation gratuite, remise sur achats, etc.

### ACTION 29

#### ENCOURAGER LE VÉLO

- **Mettre en place une signalétique incitative.**
- **Prévoir des parkings sécurisés pour les vélos**, s'il n'en existe pas à proximité. Pour les réaliser, se procurer des barrières de sécurité, se rapprocher du SMMAG (Syndicat Mixte Mobilités de l'Aire Grenobloise) ou de Valence Romans Mobilités (VRM) pour la mise à disposition de racks à vélo sous conditions.
- **Proposer des avantages aux utilisateurs de vélo** (exemple : consigne gratuite).

### **ACTION 30**

#### **PROMOUVOIR LES MODES DE TRANSPORTS ALTERNATIFS**

- **Favoriser les alternatives à la voiture** (transports en commun, covoiturage, vélo, marche...).
- **Valoriser les infos pratiques** : plans et horaires des transports en commun.
- **Mettre en avant le système de covoiturage sélectionné.**
- **Rappeler l'impact environnemental** et économique des déplacements doux.



Pensez à proposer des transports et hébergements accessibles aux personnes en situation de handicap. (Voir aussi p31 à 35 «L'accessibilité garantie»)

### **ACTION 31**

#### **PROPOSER DES HÉBERGEMENTS ÉCORESPONSABLES**

- **Choisir des lieux d'hébergements faciles d'accès** ou proches du lieu de la manifestation.
- **Positionner les hébergements sur un plan de transports en commun**, ce qui permettra aux locataires d'utiliser ces transports collectifs.
- **Ouvrir un hébergement provisoire** type camping à proximité de l'évènement.
- **Inciter les prestataires d'hébergement à participer à la démarche.**
- **Favoriser des lieux d'hébergements ayant une démarche environnementale.**

#### **Contact local**

Syndicat Mixte Mobilité de l'Aire Grenobloise : <https://smmag.fr/>

Service M vélo + : <https://www.veloplus-m.fr/>

Valence Romans Mobilités: <https://www.valenceromansmobilités.fr>

pour tout ce qui concerne le transport collectif, les vélos en libre services Libélo, l'autopartage ou le covoiturage.

# L'ACCESSIBILITÉ GARANTIE

## **BIEN ACCUEILLIR TOUS LES PUBLICS**

Comment des personnes en situation de handicap peuvent-elles autant profiter de votre événement qu'une personne valide ? D'une manière plus globale comment accueillir tous les types de publics aux événements ?

Pour vous accompagner dans cette réflexion, n'hésitez pas à travailler avec des associations ou organismes qui vous donneront leurs recommandations et vous transmettront précisément les réglementations applicables. Tout en gardant à l'esprit que les personnes handicapées ne sont pas uniquement celles se déplaçant en fauteuil roulant.



# mon objectif

## RENDRE LA MANIFESTATION ACCESSIBLE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

La réglementation a établi des critères précis d'accessibilité. C'est sur cette base que vous élaborerez un plan d'accessibilité pour votre manifestation. Des aménagements et des actions simples, adaptés à chaque type de handicap, permettent de s'inscrire dans une véritable politique d'ouverture.

### ACTION 32

#### S'ORGANISER, SE FAIRE CONSEILLER ET SE FORMER

- **Désigner un(e) coordinateur(trice) « accessibilité ».**
- **Contactez des associations spécialisées** pour proposer et améliorer le plan d'accessibilité, sensibiliser les intervenants dans l'organisation, les équipes d'accueil (notamment lever les appréhensions sur le « savoir-être »).
- **Analyser l'accueil et la chaîne du déplacement** (transports, aménagements et signalétique) sous l'angle de l'accessibilité.



#### Informez en amont

Pour favoriser la présence à votre événement de personnes en situation de handicap, il est indispensable qu'elles et leurs accompagnants soient rassurés et informés sur les conditions d'accessibilité : stationnement, accès toilettes, dispositifs spécifiques... Publiez ces informations sur votre site internet et sur place lors de l'évènement.

### ACTION 33

#### PRÉVOIR LE STATIONNEMENT

- **Prévoir des emplacements de stationnement réservés** (largeur mini de 3,30 m), signalés, proches du site.
- **Un cheminement carrossable doit être mis en place** depuis ces places jusqu'à l'entrée du site.
- Il est pertinent de **prévoir un « dépose minute »** juste devant l'entrée du site.
- Il est possible de **prévoir des places de stationnement temporaires** en cas d'absence ou de nombre insuffisant de places accessibles.

### ACTION 34

#### ÉTUDIER LE CHEMINEMENT

- **Prévoir des cheminements :**
  - en surface dure et plane (ou compensés par de faibles plans inclinés et équipés d'une main courante).
  - non glissants, sans obstacle (câbles dans des gaines), ni seuils de plus de 2 cm.
  - de couleurs différenciées.
- **S'assurer de la largeur des portes et des entrées** pour le passage d'un fauteuil roulant (1,20 m).
- **Prévoir des portiques de sécurité** d'une largeur minimale de 0,77 m.
- **Prévoir des repères visuels** sur les parois vitrées des portes (sur les cheminements ou en bordure immédiate). Recommandation : deux bandes horizontales d'une largeur de 5 cm, situées respectivement à 1,10 m et 1,60 m de hauteur.
- **Prévoir pour les déficients visuels un cheminement contrasté** en couleurs et en textures, et supprimer tout obstacle inférieur à 2,20 m de hauteur et supérieur à 15 cm de largeur.

## ACTION 35

### PROPOSER UNE SIGNALÉTIQUE ADAPTÉE

- **Prévoir des panneaux situés de façon homogène** sur le site, sur des supports non brillants.
- **Concevoir une signalétique avec un contraste de couleur** (utilisation d'outils type Contrast Finder ou Metaforweb), avec une distance de lecture entre 5 et 25 cm.
- **Veiller à un éclairage évitant tout effet d'éblouissement**, de reflet ou de contrejour sur la signalétique.
- **Prévoir des panneaux visibles** et lisibles en position debout comme assise.
- **Associer le texte et l'image** pour les personnes en situation de handicap mental.



#### Les obstacles à hauteur

Pour les personnes aveugles ou malvoyantes, les obstacles à hauteur doivent être matérialisés au sol de manière contrastée. Cet aménagement doit présenter une hauteur supérieure à celle d'une marche, pour éviter la confusion lors de la détection à la canne (de façon générale, privilégier les aménagements d'une hauteur supérieure aux genoux).



Personne en situation de handicap mental



Personne sourde ou malentendante



Personne malvoyante ou aveugle



Personne handicapée motrice

## ACTION 36

### CONCEVOIR DES POINTS D'ACCUEIL ADAPTÉS ET COMMUNIQUER

- **Prévoir l'accessibilité des cheminements** vers la zone d'accueil.
- **Positionner les présentoirs accessibles** en fauteuil (entre 50 cm et 130 cm).
- **Utiliser des banques d'accueil pour visiteurs en position assise.**
- **Prévoir un crochet** pour les personnes utilisant une canne.
- **Communiquer sur les actions spécifiques** mises en œuvre pour les personnes en situation de handicap.



La mise à disposition d'une chaise à proximité du guichet d'accueil participe à la qualité et au confort d'accueil des personnes à grande « fatigabilité ».



#### Pour les malentendants aussi

Pour les personnes malentendantes, prévoyez une information par affichage et si possible un dispositif d'aide à l'audition, par exemple comme une boucle magnétique permettant à un malentendant appareillé d'entendre uniquement un interlocuteur sans être perturbé par les bruits ambiants.

### Contact local

Service Accueil Handicap UGA <https://handicap.univ-grenoble-alpes.fr/>

### Liens utiles

Délégation ministérielle à l'accessibilité

01 40 81 21 22 [dma.sg@developpement-durable.gouv.fr](mailto:dma.sg@developpement-durable.gouv.fr)

[www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politiques/accessibilite](http://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/politiques/accessibilite)

Ministère de la culture

Plus d'info : [www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Developpement-culturel/Culture-et-handicap/Informations-pratiques/Pictogrammes](http://www.culturecommunication.gouv.fr/Thematiques/Developpement-culturel/Culture-et-handicap/Informations-pratiques/Pictogrammes)

## ACTION 37

### PRÉVOIR DES CONDITIONS ADAPTÉES

- **Proposer des tarifs spéciaux** (groupes de personnes handicapées, accompagnants, publics à revenus modestes...).
- Pour les personnes en fauteuil roulant et leurs accompagnants, **réserver des emplacements de spectateurs**. En cas de spectacle assis, prévoir des emplacements de 80 à 130 m de largeur. Installer une estrade accessible en cas de spectacle debout.
- **Prévoir des sanitaires aux normes accessibilité**.
- Pour les malentendants, selon le type d'évènement, **prévoir si possible une transcription écrite simultanée**.
- Pour les handicaps visuels, **prévoir des supports audio**, en gros caractères, en braille et/ou thermoformés.
- **Autoriser l'accès aux chiens guides et d'assistance**.
- **Proposer du matériel d'aide au déplacement** : fauteuils roulants, cannes de marche, déambulateurs.



#### Et pourquoi pas une vidéo...

Une vidéo de présentation avec les informations pratiques concernant la manifestation (horaires, programme, etc.) peut être produite à destination d'un public sourd ou malentendant via un film traduit en langage des signes (pour les personnes sourdes) et sous-titré (pour les personnes malentendantes).

# LES ACHATS RESPONSABLES

## SOUTENIR DE NOUVELLES FILIÈRES

Matériel technique, nourriture, boissons, prestations en tous genres... En tant qu'organisateur, vous allez signer beaucoup de chèques. Votre stratégie d'achats doit donc tenir une bonne place dans votre stratégie écoresponsable. Acheteur, vous avez aussi le pouvoir d'aider à la mise en place et au développement de nouvelles filières économiques locales.

Pour les projets portés par les structures de l'UGA (directions, composantes et laboratoires), la direction des achats vous accompagne dans votre démarche et la définition de vos besoins ([service-achats@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:service-achats@univ-grenoble-alpes.fr)).

# mon objectif

## INTÉGRER L'ENVIRONNEMENT DANS LES ACHATS

En choisissant des prestataires soucieux de leur qualité environnementale, vous favorisez des pratiques écoresponsables au sein des professions intervenant sur la manifestation (techniciens, restaurateurs, commerçants, etc.). Avant tout achat, se questionner sur ses besoins réels et sur les alternatives à l'achat neuf : location, prêt, mutualisation, produits reconditionnés...

### ACTION 38

#### PROPOSER DES ACCESSOIRES ÉCORESPONSABLES

- **Se questionner sur l'utilité et la cohérence de ces accessoires** avec votre démarche.
- **Préférer des produits éco-labellisés** (éco-label européen ou NF Environnement).
- Pour les textiles, **préférer des produits fabriqués à base de fibres naturelles** éco-labellisées et/ou issues de l'agriculture biologique.
- **Rechercher des matières premières naturelles** ou travaillées avec faible impact environnemental (distance de fabrication, conditions sociales...).
- **Prévoir des objets promotionnels utiles** (produits locaux...), réutilisables, sans piles et en nombre limité, ou proposer des alternatives immatérielles (place de cinémas, de théâtre...)
- **Favoriser les emballages recyclables.**
- **Proposer des sacs réutilisables ou biodégradables.**
- **Consulter le marché UGA «Fourniture d'objets promotionnels éco-responsables»**

### ACTION 39

#### COMMANDER LOCAL

- **Privilégier les prestations et produits de proximité** et autant que possible issus du commerce équitable.
- **Privilégier les produits issus de structures d'insertion sociale** telles que les ESAT (établissement et service d'aide par le travail), les SIAE...
- **Veiller à ce que les partenaires de chaque filière respectent les conditions de travail** légales.



#### La règle des 5 R appliquée à la stratégie d'achats

- Refuser tout achat non indispensable dont on peut facilement se passer
- Réduire en achetant la juste quantité selon le besoin réel
- Réutiliser en évitant d'acheter du neuf et en privilégiant l'occasion
- Redonner à la terre ce qu'elle nous a donné en compostant les matières organiques
- Recycler ce que l'on a dû acheter mais que l'on ne peut plus utiliser

# mon objectif

## PROPOSER UNE RESTAURATION ÉCORESPONSABLE

Gérée en interne ou sous-traitée, la restauration doit être à la fois qualitative et accessible. Vos priorités : des produits de saison et locaux, labellisés, issus du commerce équitable. Sans passer du jour au lendemain au tout « local bio équitable », il est possible de repérer des produits intéressants dans cette optique.

### ACTION 40

#### ALLER VERS UNE ALIMENTATION « ÉCOLOGIQUE »

- Favoriser la relation directe avec le producteur.
- Utiliser des produits sans OGM (Organisme Génétiquement Modifié).
- Utiliser des produits issus de l'agriculture biologique (AB) ou d'une exploitation en cours de conversion ou de produits issus d'une agriculture durable.
- Consommer des produits de saison, plutôt locaux.
- Proposer de la restauration adaptée aux différents types de régimes alimentaires (végétariens...)



#### Recours aux marchés traiteurs

Pour les structures de l'UGA, les marchés traiteurs prévoient différentes formules permettant de s'adapter au plus près de vos besoins (marchés disponibles sur l'intranet de l'UGA)

#### Impact carbone de l'alimentation

Un repas végétarien émet 18 fois moins de carbone qu'un repas carné (viande de boeuf - source: ADEME).

### ACTION 41

#### PENSER AUSSI «CONDITIONNEMENT» ET «APPROVISIONNEMENT»

- Gérer au mieux les quantités pour éviter les gaspillages.
- Privilégier les produits non emballés, en vrac ou grand contenant.
- Préférer les produits sous emballages recyclables.
- Préférer les produits locaux ou régionaux.
- Privilégier des produits servis dans de la vaisselle réutilisable ou compostable. (Lire aussi la thématique «La gestion des déchets», page 16)



#### Discussions au menu...

Circuits courts, commerce équitable, aliments sains... Votre stratégie en matière de restauration est l'occasion d'animer la réflexion. Prévoir des panneaux d'information, des espaces de discussion pour informer le public et poursuivre la sensibilisation.

# mon objectif

## **FAVORISER UNE ÉCO-CONCEPTION DES STANDS**

L'aménagement du site peut intégrer des matériaux recyclés et réutilisés. Une approche d'écoconception est possible tout au long du cycle de vie d'un stand, sans nuire à son esthétique, à sa fonctionnalité ni à la sécurité des visiteurs.

### **ACTION 42**

#### **ÉLABORER SON STAND**

- Étudier la possibilité de louer le stand chez un partenaire local : meilleure durée de vie, transport limité.
- **Privilégier les stands réutilisables.**
- **Utiliser de préférence des matériaux recyclables** ou fabriqués à base de produits recyclés.
- **Bien vérifier les normes de sécurité**, notamment incendie et les normes accessibilité. (Voir aussi p 31 à 35, «L'accessibilité garantie»)
- **Privilégier les matériaux durables, réutilisables** : aluminium plutôt que plastique, canisses plutôt que bâches plastiques...
- **Favoriser l'emploi d'objets récupérés.**
- **S'assurer de la traçabilité du mobilier** en bois (local, label FSC ou PEFC).
- **Utiliser une signalétique réutilisable** d'année en année.
- **Préférer les dalles de moquettes modulables** et réutilisables ou recyclables, faciles d'entretien et en matière recyclée, comme le pneu.
- **Choisir des panneaux dont les traitements et colles utilisant des produits dangereux sont limités.**
- **Privilégier les éclairages économes** et prévoir un interrupteur sur chaque stand.
- **Fabriquer ou réparer son matériel dans l'un des fablabs de l'UGA.**

#### **Contact**

Fablabs de l'UGA : <https://lc.cx/ntLW8U>

## ACTION 43

### VÉGÉTALISER

Opter pour des plantes et fleurs autochtones et cultivées en France, louées localement. La provenance des végétaux et leur mode de culture, notamment pour les fleurs coupées, peuvent générer de forts impacts environnementaux (pesticides, engrais, émissions de CO2 du chauffage de la serre, du transport, de la chambre froide...).



#### Impliquez les exposants !

Les exposants peuvent être nombreux sur un évènement et il apparaît donc nécessaire de les inciter à fabriquer leur stand selon des critères environnementaux. L'organisateur pourra avertir les exposants des préconisations environnementales spécifiques sur l'évènement.

#### Liens utiles

Direction des Achats de l'UGA [service-achats@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:service-achats@univ-grenoble-alpes.fr)

Ecolabels - Pour s'y retrouver parmi la multitude d'écolabels  
[www.simplementecolabel.fr](http://www.simplementecolabel.fr)

Mes courses pour la planète - Guide pratique en ligne de la consommation responsable  
[www.mescoursespourlaplanete.com](http://www.mescoursespourlaplanete.com)

Passeport Eco-produit  
[www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/77947\\_7113\\_passeport\\_eco-produit\\_interactif.pdf](http://www.ademe.fr/sites/default/files/assets/documents/77947_7113_passeport_eco-produit_interactif.pdf)

## mon objectif **FAVORISER L'EMPLOI LOCAL**

La plupart des manifestations sont complètement intégrées dans leur territoire, à travers le public qu'elles accueillent, les personnes qu'elles emploient et les traditions qu'elles mettent en avant. Favoriser cet ancrage local permet de s'appuyer sur tout le potentiel de proximité.

## ACTION 44

### CHERCHER LES RESSOURCES EN LOCAL

- Pour l'équipement du site ou de la salle, **impliquer des prestataires du territoire.**
- **Penser aux artistes locaux**, intermittents ou techniciens, près de chez vous.
- **Les graphistes et/ou artistes plasticiens peuvent valoriser votre évènement** (expositions, totems, signalétique originale, ateliers enfants).
- Si les compétences sont absentes en interne, solliciter l'intervention d'artistes professionnels extérieurs (musiciens, comédiens, clowns, etc. ) ou de sportifs.



#### Identifier les acteurs locaux

Pour contacter des comédiens, musiciens, plasticiens, techniciens, tournez-vous vers les différents réseaux locaux existants : associations professionnelles, collectivités locales, autres organisateurs d'évènements...

La Direction de la Culture et de la Culture Scientifique et Technique de l'UGA peut vous apporter des conseils sur ce volet : [action-culturelle@univ-grenoble-alpes.fr](mailto:action-culturelle@univ-grenoble-alpes.fr)



# LA SOLIDARITÉ LOCALE

## **UN TEMPS DE COHÉSION SOCIALE ET DE CITOYENNETÉ**

Convivialité, rencontres, partage... Un événement responsable s'inscrit aussi dans une logique de solidarité locale. En veillant à l'accessibilité culturelle et sociale de votre manifestation, vous pourrez peut-être même favoriser l'emploi local ou l'insertion.

# mon objectif

## AGIR POUR LA MIXITÉ SOCIALE ET INTERGÉNÉRATIONNELLE

Votre évènement peut être une excellente occasion de faire se rencontrer différentes générations, des publics issus de tout milieu avec une pratique du sport et de la culture variée.

### ACTION 45

#### PROPOSER DES ACTIONS DE MÉDIATION CULTURELLE

**Imaginer une offre adaptée pour des publics en difficulté** (handicap, précarité ou exclusion) ou des scolaires.

L'UGA propose chaque année des temps forts institutionnels, culturels, sportifs...

Votre évènement peut s'intégrer à ces temps forts et profiter ainsi de publics déjà ciblés et de plans de communication existants.



#### Quelques idées...

Besoin d'un coup de main ?

Prenez contact avec la Direction de la Vie Étudiante. Pour sensibiliser le public, prévoyez des animations en relation avec des associations, sur ces sujets de solidarité.

### ACTION 46

#### PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT DES JEUNES

- **Associer les structures sociales à découvrir** ou même les associer à **l'organisation de votre évènement** (décoration, installation, animation...) : IME (Institut Médico-Educatif), IMPro, Maison de quartier, MJC, milieu éducatif.
- **Rencontrer des structures organisatrices** de chantiers ou d'accueil de jeunes, pour leur présenter votre projet.
- **Élaborer un outil de communication pour sensibiliser les jeunes.**
- **Programmer des activités qui permettent aux jeunes d'exercer des responsabilités**, des tâches concrètes et formatrices.
- **Impliquer des jeunes en soutien** sur des missions de type communication, diffusion, montage technique et logistique, accueil du public.
- **Recruter des personnes en service civique.**



#### L'aide du service civique

Le Service Civique est un dispositif qui peut vous permettre d'impliquer des jeunes dans votre projet. C'est un engagement volontaire au service de l'intérêt général ouvert aux 16-25 ans, élargi à 30 ans aux jeunes en situation de handicap. Accessible sans condition de diplôme, il est indemnisé et s'effectue en France ou à l'étranger.

## **ACTION 47**

### **MOBILISER DES PARTENAIRES SUR LES QUESTIONS DE MIXITÉ SOCIALE ET INTERGÉNÉRATIONNELLE**

- **Rencontrer les responsables** des établissements scolaires et des structures sociales ou éducatives très en amont de la manifestation pour leur présenter le projet.
- **Bâtir ensemble un programme d'actions**, de médiation et d'accompagnement de leurs publics, en vue de leur participation.
- **Favoriser les clauses d'insertion sociale** dans les marchés publics passés dans le cadre de votre manifestation.

## **ACTION 48**

### **DÉVELOPPER DES PARTENARIATS AVEC LES STRUCTURES LOCALES**

- **Proposer des animations / mise à disposition de matériel / participation bénévole à la logistique de la manifestation.**
- **Solliciter les comités des fêtes notamment quand la manifestation a lieu sur un territoire rural.**
- **Proposer des actions de médiation culturelle ou sportive** à des publics «prioritaires» à des tarifs privilégiés.
- **Animer une équipe associative** en amont du projet afin qu'elle participe à la réflexion, qu'elle s'approprie le projet et qu'elle s'interroge sur les messages à faire passer.
- **Définir et programmer collectivement** l'objet et la forme de la manifestation.
- **Associer en interne des personnes motivées au projet.**
- **Associer associations, notamment étudiantes, bénévoles et professionnels** dans l'étude de faisabilité technique et financière de la manifestation.
- **Faire se rencontrer les différents acteurs durant la manifestation** pour faciliter la compréhension d'une action concertée et que chacun y trouve sa juste représentation.

### **Contacts locaux**

Associations étudiantes de l'UGA :

<https://etudiant.univ-grenoble-alpes.fr/experiences-et-engagements/vous-engager-dans-la-vie-associative/annuaire-des-associations/annuaire-des-associations-etudiantes-1400485.kjsp?RH=1573563794576>

Association Alpes Solidaire <https://www.alpesolidaires.org/annuaire>

### **Liens utiles**

Service civique - Ministère de la ville, de la Jeunesse et des Sports

[www.service-civique.gouv.fr/](http://www.service-civique.gouv.fr/)

# LE BILAN SYSTÉMATIQUE DE LA DÉMARCHE

## S'ÉVALUER POUR PROGRESSER

Vous avez mené vos actions pour réduire l'impact environnemental de votre évènement, y intégrer de la solidarité ou sensibiliser le public. L'heure est maintenant à l'évaluation, pour vous améliorer et aussi continuer à promouvoir votre démarche.

# mon objectif

## RÉALISER UN BILAN DE LA DÉMARCHE RESPONSABLE

Même si l'impact environnemental n'est pas toujours simple à quantifier, il est essentiel de tenter une évaluation de vos actions. Elle sera une base de travail précieuse pour l'avenir et peut vous permettre de valoriser votre démarche et informer le public.

### ACTION 49

#### FAIRE LE BILAN DES ACTIONS

Un bilan de votre démarche permet d'informer les participants sur l'impact des actions et de sensibiliser plus largement.

- **Rappeler en introduction les grandes lignes de votre démarche responsable :** Pourquoi ? Pour quels objectifs ? Avec quels partenaires ? etc.
- **Présenter chaque action engagée :** objectifs, préparation, mise en place, matériel, ressources humaines, coût, partenaires, prestataires, etc.
- **Établir un bilan des actions.** Présenter les résultats en termes de réduction d'impact environnemental et/ou de réalisation des objectifs... Selon les actions, présenter des résultats chiffrés. Vos indicateurs doivent être simples et définis avant la mise en place des actions pour faciliter le recueil des données. Un bilan Gaz à effet de serre de l'événement pourra notamment être réalisé.
- **Faire figurer aussi les difficultés rencontrées** ou les actions qui n'ont pas abouti.
- **Lister, si possible, les pistes d'amélioration,** les autres actions et objectifs chiffrés envisageables pour l'avenir.

### ACTION 50

#### RÉALISER UNE ENQUÊTE AUPRÈS DU PUBLIC

Objectif : évaluer l'impact de votre démarche sur le public et l'efficacité de votre communication.

- **Élaborer votre questionnaire selon vos objectifs et vos ressources.** Les questions possibles sont nombreuses et dépendent de vos moyens et du type d'informations souhaitées. On peut intégrer des questions fermées ou des questions ouvertes plus longues à traiter.
- **Exemples de questions :**
  - Avez-vous connaissance de la démarche responsable engagée avant de venir sur l'événement ? Si oui, par quels moyens ?
  - Les actions engagées vous paraissent-elles utiles ?
  - Avez-vous été bien informé sur les actions mises en place ?
  - Que pensez-vous de l'intégration de critères socio-environnementaux dans l'organisation d'une manifestation ?
  - Vous sentez-vous concerné par cette démarche ?
  - Avez-vous participé aux actions mises en place ? Tri des déchets ? Économies d'eau ? Etc.
  - Le tri des déchets est-il correctement mis en place sur le site ? La signalétique est-elle claire ? Les points tri sont-ils assez nombreux ?
  - D'où venez-vous ? Quel moyen de transport avez-vous utilisé pour vous rendre sur l'événement ?
  - L'accessibilité aux personnes en situation de handicap était-elle suffisante et correctement mise en place ?
  - Y avait-il assez de stands d'information sur le site de l'événement ? L'information transmise était-elle claire ? Pertinente ? Etc.
  - Souhaitez-vous voir se multiplier ce genre d'initiatives ?

#### Plus d'infos :

Page 48 Fiche pratique «Auto-évaluation»

# Labels et logos utiles



**2** Label de base connu et reconnu pour les produits issus de l'agriculture biologique qui a toutefois perdu de son exigence avec la nouvelle réglementation européenne.



**2**  
**3** Garantit des produits sains et de qualité qui contribuent à préserver et entretenir notre planète.



**2** Charte qui garantit le respect conjoint de critères bio et solidaires et équitable.



**1**  
**3** La certification écologique officielle française.



**2** Labellise les produits issus de l'agriculture bio-dynamique, plus exigeante que l'agriculture biologique.



**4** **TriMan**  
Obligatoire pour tous les produits de consommation soumis à une consigne de tri, tels que les textiles, les meubles ou encore les emballages ménagers (excepté les emballages en verre).



**3** Labellise les produits issus de l'agriculture bio-dynamique, plus exigeante que l'agriculture biologique.



**4** **Tidy Man**  
Invite les consommateurs à jeter l'emballage du produit dans une poubelle « Ne jeter pas par terre ».



**1**  
**3** Certifie le respect de critères environnementaux communs à l'Union Européenne sur tout le cycle de vie du produit.



**4** **Poubelle barrée**  
Symbole indiquant que le déchet doit être collecté par une filière spécifique et ne doit pas être jeté dans une poubelle classique.



**1** Certifie que le bois qui a été utilisé dans un produit provient de forêts ou de plantations gérées de manière responsable et durable.



**4** Symboles d'identification des matériaux  
Peuvent servir à identifier les matériaux lors du tri et faciliter leur recyclage. Ils n'ont donc aucune signification en terme de caractéristiques écologiques spécifiques.



**1**  
**2** Garantit que le produit répond aux critères du commerce équitable portant sur les conditions de production et la rémunération du producteur.



**1** GOTS certifie l'origine biologique du coton, il est issu d'une harmonisation de sept acteurs Historiques.



**4** **Anneau de Möbius**, symbole de recyclage  
1. Ce produit ou cet emballage est recyclable  
2. Ce produit ou cet emballage contient 50% de matières recyclées.



**1** Symbole français indiquant que l'imprimeur respecte certaines normes environnementales (élimination conforme des déchets dangereux, non utilisation de produit toxique...).

**1** Fournitures (papier, textile...)

**2** Alimentation et boissons

**3** Entretien et nettoyage

**4** Tri

# Contacts utiles

STRUCTURES	LIENS	CONTACT
Direction de la communication UGA	<a href="https://www.univ-grenoble-alpes.fr/universite/organisation/l-administration-centrale/les-directions-">https://www.univ-grenoble-alpes.fr/universite/organisation/l-administration-centrale/les-directions-</a>	communication-universite@univ-grenoble-alpes.fr
Direction de la Vie Étudiante	<a href="https://www.univ-grenoble-alpes.fr/universite/organisation/l-administration-centrale/les-directions-">https://www.univ-grenoble-alpes.fr/universite/organisation/l-administration-centrale/les-directions-</a>	engagement-initiatives@univ-grenoble-alpes.fr
Mission RSE UGA		rse-uga@univ-grenoble-alpes.fr
Direction générale déléguée Patrimoine Aménagement et Transition énergétique - Direction de l'Aménagement		dgdpat-amenagement@univ-grenoble-alpes.fr
Reprographie		dgdpat-reprographie@univ-grenoble-alpes.fr
Direction de la Culture et Culture Scientifique et Technique dont l'Ouvre Boîte	<a href="https://culture.univ-grenoble-alpes.fr/">https://culture.univ-grenoble-alpes.fr/</a>	action-culturelle@univ-grenoble-alpes.fr
Service Accueil Handicap UGA	<a href="https://handicap.univ-grenoble-alpes.fr/">https://handicap.univ-grenoble-alpes.fr/</a>	
Fablabs de l'UGA	<a href="https://www.univ-grenoble-alpes.fr/formation/dispositifs-innovants/des-espaces-d-apprentissage-innovants/fablabs/fablabs-393244.kjsp">https://www.univ-grenoble-alpes.fr/formation/dispositifs-innovants/des-espaces-d-apprentissage-innovants/fablabs/fablabs-393244.kjsp</a>	
EVE - Espace Vie Étudiants	<a href="https://www.eve-grenoble.fr/">https://www.eve-grenoble.fr/</a>	contact@eve-grenoble.fr
Centre de santé		prevention-soiree@univ-grenoble-alpes.fr
Direction des achats		service-achats@univ-grenoble-alpes.fr
Direction des services mutualisés du campus UGA Valence Drôme Ardèche		rse-valence@univ-grenoble-alpes.fr
ADEME Auvergne Rhône Alpes (Agence de la transition écologique)	<a href="https://www.ademe.fr/direction-regionale/auvergne-rhone-alpes/">https://www.ademe.fr/direction-regionale/auvergne-rhone-alpes/</a>	
Région Auvergne Rhone Alpes	<a href="https://ecomanif-sport-auvergne-rhone-alpes.fr/">https://ecomanif-sport-auvergne-rhone-alpes.fr/</a>	drdjscs-ara-sport@jscs.gouv.fr
ANAÉ (Collectifs d'associations professionnelles de l'événement)	<a href="http://www.evenementresponsable.fr/">http://www.evenementresponsable.fr/</a>	
ADERE (Auto Diagnostic Environnemental pour les Responsables d'Evènements)	<a href="http://www.evenementresponsable.fr">www.evenementresponsable.fr</a>	
Ministère des sports	<a href="http://developpement-durable.sports.gouv.fr">developpement-durable.sports.gouv.fr</a>	Espace Collaboratif
Grenoble Alpes Métropole	<a href="https://www.grenoblealpesmetropole.fr/491-organiser-un-evenement.htm">https://www.grenoblealpesmetropole.fr/491-organiser-un-evenement.htm</a>	
RESES (Réseau Étudiant pour une Société Écologique et Solidaire)	<a href="https://le-reses.org/label-ecofest/">https://le-reses.org/label-ecofest/</a>	margot.heer@grenoble-em.com et margaux.ennassih@grenoble-em.com
Association 2 kg de culture	<a href="https://www.2kgdeculture.com/">https://www.2kgdeculture.com/</a>	

# Où en êtes vous ?

<b>La communication ciblée et dématérialisée</b>			
Utilisez-vous du papier recyclé et/ou écolabellisé pour les supports de communication ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Ciblez-vous la diffusion de vos supports de communication ? (Ex : Nbre de tracts distribués, lieux de diffusion, publics privilégiés)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Privilégiez-vous une diffusion électronique ou groupée ? (Ex : Newsletter, site Internet, journaux locaux)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Communiquez-vous en direction des médias sur vos actions éco-responsables ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>L'adhésion la plus large possible</b>			
Formez-vous les intervenants sur la gestion durable de l'événement (bénévoles, partenaires) ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Sensibilisez-vous et informez-vous le public à la démarche ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Installez-vous des points d'information (avec le soutien d'une association locale) ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>La gestion des déchets</b>			
Essayez-vous de réduire les quantités de vaisselle jetable ? (Ex : Vaisselle lavable si possible, compostable, etc.)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Organisez-vous la gestion et le tri des déchets ? (Ex : Papier, cartons, plastiques, verres recyclables, déchets organiques)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>La gestion de l'eau</b>			
Proposez-vous de l'eau du robinet ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Mettez-vous en place un système d'économie d'eau ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Utilisez-vous des produits écologiques pour le nettoyage ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Installez-vous des toilettes sèches ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>La maîtrise de l'énergie</b>			
Mettez-vous en place des systèmes d'économies d'énergie ? (Ex : Eclairages basses consommation, énergies renouvelables, etc.)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>L'atténuation des nuisances sonores</b>			
Réalisez-vous une étude sonore préalable ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Mettez-vous à disposition du public des bouchons d'oreilles ou casques antibruit ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>Le transport et l'hébergement adaptés</b>			
Incitez-vous/informez-vous des possibilités de covoiturage, de transports collectifs, de vélo via vos supports de communication ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Prévoyez-vous des conditions avantageuses pour le public qui utilise les transports collectifs ou le vélo ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>Les achats responsables</b>			
Intégrez-vous des aspects environnementaux dans vos choix de produits ou dans ceux de vos prestataires ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Pour la restauration, proposez-vous des produits de saison, issus de l'agriculture locale, biologiques ou équitables ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Aménagez-vous le site en utilisant des matériaux recyclés ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Distribuez-vous des objets promotionnels éco-conçus ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>L'accessibilité garantie</b>			
Facilitez-vous l'accès et la participation aux publics à mobilité réduite ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
<b>La solidarité locale</b>			
Favorisez-vous la participation des publics en difficultés ? (Ex : Tarifications sociales, jeunes, adultes, personnes âgées, etc.)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Agissez-vous en faveur de la mixité sociale, de la rencontre des générations ou des différents publics ?	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense
Développez-vous des partenariats avec les acteurs locaux pour l'événement, voire au-delà ? (Ex : collectivités, associations, centres sociaux, établissements scolaires, etc.)	<input type="checkbox"/> Oui	<input type="checkbox"/> Non	<input type="checkbox"/> On y pense



## **Vous avez une majorité de « Oui »**

**Bravo, vous êtes bien engagé !**

Mais avez-vous des indicateurs chiffrés pour suivre l'évolution de ces résultats ?

Pouvez-vous aller plus loin, lancer de nouvelles actions, renforcer les partenariats ?

Partagez-vous vos résultats en interne, auprès des partenaires, du public ou des médias ?

Les rubriques thématiques du guide vous donneront sans doute des pistes pour accentuer votre démarche.

## **Vous avez une majorité de « On y pense sérieusement »**

**C'est un bon début, continuez !**

Pour enclencher une vraie démarche, évaluez maintenant votre situation.

Sur quelles actions souhaitez-vous agir en priorité, en fonction de vos capacités humaines et financières ?

Connaissez-vous des personnes intéressées par le sujet qui pourraient vous rejoindre ?

Que vous manque-t-il pour franchir le pas ?

Les rubriques dédiées aux thématiques qui vous intéressent et les fiches actions vous éclaireront sur la marche à suivre.

## **Vous avez une majorité de « Non »**

**Ne culpabilisez pas, si vous avez répondu à ce sondage, c'est le signe que vous êtes prêt !**

Ce guide va vous aider à avancer dans vos réflexions pour faire vos premiers pas vers une démarche responsable pour l'organisation de votre évènement.

# Charte d'engagement et auto évaluation de l'évènement

**Organisateur**

Structure : \_\_\_\_\_  
 Contact (Nom et Prénom) : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Adresse : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Tél. : \_\_\_\_\_  
 Mail. : \_\_\_\_\_

**Manifestation**

Titre : \_\_\_\_\_  
 Date : \_\_\_\_\_  
 Lieu : \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Nombre de participants (environ) : \_\_\_\_\_




## Avant l'évènement

## Bilan après l'évènement

### Je m'engage à...

(Cocher les cases)

	Thème traité		Réussite		
			😊	😐	😞
<b>Le choix d'un site adapté</b>					
<input type="checkbox"/> Respecter le site et ses espaces naturels	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Respecter les riverains et s'assurer qu'ils aient l'information	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Rendre le site accessible	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>La communication ciblée et dématérialisée</b>					
<input type="checkbox"/> Économiser le papier et optimiser le format des documents	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Optimiser les documents électroniques	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Favoriser la communication «dématérialisée»	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Choisir son imprimeur et / ou son papier selon des aspects environnementaux et sociaux	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Mettre en place une communication éco-responsable	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Faire savoir et valoriser la démarche	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>L'adhésion la plus large possible</b>					
<input type="checkbox"/> Former et sensibiliser les différentes équipes et bénévoles	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Sensibiliser et intégrer les intervenants à la démarche	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Rendre festive la sensibilisation par des animations	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>La gestion des déchets</b>					
<input type="checkbox"/> Utiliser des gobelets réutilisables	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Utiliser de la vaisselle recyclable ou compostable	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Réaliser un état des lieux relatif à la gestion des déchets	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Mettre en place le tri des déchets	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>La gestion de l'eau</b>					
<input type="checkbox"/> Signaler les points d'eau potable	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Installer des toilettes sèches	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Mettre en place des systèmes d'économie d'eau (Ex: sablier de douche)	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Utiliser des produits écologiques	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>La maîtrise de l'énergie</b>					
<input type="checkbox"/> Favoriser un site déjà équipé, proche des transports en commun	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Faire des économies d'énergie liées au choix des équipements	<input type="checkbox"/> OUI	<input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -

Avant l'événement	Bilan après l'événement			
Je m'engage à...	Réussite			
(Cocher les cases)	Thème traité			
<b>L'atténuation des nuisances sonores</b>				
<input type="checkbox"/> Limiter les horaires de diffusion de la musique	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Réaliser une étude sonore préalable, afin de retenir la configuration de sonorisation impactant le moins de riverains	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Pour les sonorisations de plein air : s'assurer que le niveau de pression acoustique ne dépasse pas 95 dB(A) en crête (utiliser un sonomètre)	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>Le transport et l'hébergement adaptés</b>				
<input type="checkbox"/> Communiquer un maximum sur les modes de transports alternatifs (Internet, flyers, médias etc.) : horaires des trains à partir de la gare la plus proche, plans de bus, horaires des navettes, etc.	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Promouvoir les sites de covoiturage (mise en relation de conducteurs et passagers)	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Prévoir des avantages pour le public utilisant les transports collectifs	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Prévoir des parkings pour les vélos	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Proposer des hébergements intégrant des aspects éco-exemplaires	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>Les achats responsables</b>				
<input type="checkbox"/> S'assurer de la qualité environnementale et sociale	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Promouvoir des accessoires promotionnels de qualité éco-exemplaire	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Proposer une restauration éco-responsable	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Favoriser une éco-conception des stands	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>L'accessibilité garantie</b>				
<input type="checkbox"/> Accompagner les personnes en situation de handicap	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Permettre l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite, malvoyantes, malentendantes, en situation de handicap psychique	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>La solidarité locale</b>				
<input type="checkbox"/> Mettre en place des actions de médiation culturelle	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Mobiliser les partenaires du territoire pour une mixité sociale et intergénérationnelle	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Agir en faveur de l'engagement des jeunes	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Intégrer la vie associative comme gage de démocratie participative	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Favoriser l'emploi local	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<b>Le bilan systématique de la démarche</b>				
<input type="checkbox"/> Réaliser un bilan : des actions engagées	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -
<input type="checkbox"/> Réaliser une enquête auprès du public	<input type="checkbox"/> OUI <input type="checkbox"/> NON	<input type="checkbox"/> ++	<input type="checkbox"/> +	<input type="checkbox"/> -

Commentaires. Demandes de conseils sur certains thèmes. Besoins d'informations complémentaires...

## POUR QUE LA FÊTE SOIT COMPLÈTE

Vous organisez un festival musical, un salon du livre, une sortie culturelle...

Le public vous dira merci, mais pas forcément l'environnement. Car quel qu'il soit, tout événement produit des déchets et des déplacements. Il est souvent gourmand en eau, en électricité, en décibels...

Vous vous demandez donc comment y introduire une dimension écoresponsable. Ce guide est fait pour vous. Il vous donnera des clés pour maîtriser vos impacts sur l'environnement, mais aussi stimuler la solidarité locale,

sensibiliser votre public et vos partenaires au développement durable.

Douze thématiques et cinquante fiches actions dans lesquelles vous pourrez piocher à votre guise, selon vos possibilités et votre projet.

Vous y trouverez de quoi interroger vos pratiques et en initier de nouvelles, avec une idée simple en tête : progresser.

## 12 THÉMATIQUES D'ACTIONS

- Le choix d'un site adapté
- La communication ciblée et dématérialisée
- L'adhésion la plus large possible
- La gestion des déchets
- La gestion de l'eau
- La maîtrise de l'énergie
- L'atténuation des nuisances sonores
- Le transport et l'hébergement adaptés
- L'accessibilité garantie
- Les achats responsables
- La solidarité locale
- Le bilan systématique de la démarche

## POUR TOUS LES PROFILS D'ORGANISATEURS

Le guide s'adresse à toute personne, association ou structure, souhaitant organiser une manifestation (sportive, culturelle, touristique, etc.), quelle que soit sa taille et le niveau de départ de la démarche de transformation écologique.

Il a pour objectif d'accompagner les organisateurs dans une démarche plus écoresponsable, dans le respect de la réglementation en vigueur.

Ce guide a été réalisé par l'Université Grenoble Alpes à partir du document «50 actions pour organiser des éco-événements» réalisé par le SYVEDAC, la Communauté urbaine Caen la mer, la Ville de Caen, et soutenu par la Région Normandie.