

Document 1



**Lisez le document.**

Quels sont les mots que vous (re)connaissez dans ce document ? Quels mots les composent ?

*Assainissement : Ass/sain/issement*

**Analyse du document :**

1. Quel type de document est-ce ?

*une infographie*

1. Reconnaissez-vous la structure du document ?

*calendrier, par exemple*

1. Quels éléments composent les cases/icônes ?

*phrases + images, chiffres*

1. Est-ce que quelque chose se détache du document ?

*la dernière case : différente des autres*

1. Qui parle ? A qui ? Dans quel but ? ou Comment pensez vous qui a rédigé ce document? Pourquoi? À qui l'auteur s'adresse-t-il?

*ONU (+ UNESCO) : à tout le monde/public pour informer sur leurs objectifs DD et sensibiliser la population mondiale.*

**Regardez plus attentivement les icônes.**

1. Avez-vous eu connaissance de ce genre d'initiative ? En avez-vous fait l'expérience ?

2. Voudriez vous faire partie d'un projet de ce genre? Pourquoi?

3. Quels sont vos actions relatives au développement durable?

Faire parler les étudiants sur ces 2 sujets et leur apporter un feedback. Alimenter la discussion en posant des questions qui pousseront leur réflexivité à ce propos.



Lisez le document, faites bien attention d'aller dans le sens de lecture "normal" de gauche à droite.

- I. Qu'est-ce-que vous comprenez du document ?
- II. Quel est le message ?
- III. Qui parle ? Pourquoi ?

*Quelqu'un, on ne sait pas qui. Il veut émettre une critique des regards vis-à-vis du développement durable et de sa signification par rapport à différents points de vue. Sensibiliser les internautes, les faire rire (c'est un meme).*

- I. Dans quel but ce document a-t-il été créé ?

*L'auteur veut créer une prise de conscience de la population mondiale dans leurs choix de consommation (et où ils font leurs achats).*

- I. Comment l'auteur argumente sa position ?

*Il met en jeu les émotions de ses lecteurs afin de leur faire comprendre qu'une multinationale ne prend pas forcément à cœur l'écologie, mais ne la voit que comme une manière de plus de générer de l'argent en se prônant "écoresponsable".*

- I. Quel moyen l'auteur choisit-il pour mettre en jeu les faits présentés ?

*Il utilise l'ironie pour atteindre son objectif.*

- I. Ce document est-il fiable ?

*Non. L'auteur ne donne aucune source, aucune donnée scientifique.*

### Document 3 Nestlé

<https://www.nestle.fr/media/nectlé-france,-engagé-en-faveur-du-développement-durable>

**Cliquez sur le lien et lisez attentivement le document.**

I. Comprenez-vous tous les mots de vocabulaire ?

\*les gaz à effet (greenhouse gas) de serre absorbent le rayonnement infrarouge émis par la surface terrestre et contribuent à l'effet de serre.

**Compréhension :**

**Répondez aux questions suivantes:**

I. Quel genre de texte vous venez de lire? Donnez des argument.

*Article en ligne, daté, actualités*

I. À quelle occasion cet article a été rédigé?

*COP 21 de décembre 2015*

I. Qui a rédigé cet article?

*Pas vraiment stipulé... trace les propos de Richard Girardot : Président Directeur Général Nestlé France*

I. À qui il est adressé?

*Aux consommateurs*

I. Avec quel objectif?

*Montrer que le groupe est engagé écologiquement parlant*

I. Énumérez des engagements de Nestlé relatifs au développement durable (4 engagements)

- *Agroforesterie : plantation d'arbres*
- *Recyclage*
- *Réduction des gaz à effet de serre*
- *Production durable : qualité des sols et de l'eau, productions agricoles écoresponsable et bien-être animal*

I. Quel est l'attitude de l'auteur par rapport aux faits présentés?

*Ton plutôt neutre, mais les informations partagées ne sont que celles que le groupe veut bien partager avec les internautes. Ils ne parlent pas de tous les côté néfastes auxquels le groupe prend part.*

I. Est-ce que ces faits vous font douter? Pourquoi?

*Nestlé parle de nectlé, pas de preuves scientifiques*

## MON ÉVÈNEMENT ZERO WASTE

12  
ACTIONS

POUR AMORCER  
UNE DEMARCHE  
ZERO DECHET,  
ZERO GASPILLAGE



www.zerowaste.france.org

## LE SECTEUR ÉVÈNEMENTIEL ET LA PRODUCTION DE DÉCHETS

### UNE FORTE CONCENTRATION

Un événement est une **concentration de personnes, de matériel et d'énergies en un même endroit pour une période limitée dans le temps**. Les événements de grande ampleur impliquent la présence d'une équipe d'organisateur, de bénévoles, du matériel, notamment de décoration ou de sonorisation, des transports, un hébergement, des intervenants, des prestataires et fournisseurs. **Créer un événement, c'est produire des impacts positifs - de belles rencontres, un moment à partager, un message à faire passer - mais aussi négatifs, notamment sur l'environnement.**

### QUELQUES CHIFFRES

Un événement peut être à l'origine d'une forte pression sur l'environnement et les ressources naturelles. À titre d'exemple, le secteur de l'événementiel consomme 4 millions de m<sup>2</sup> de moquette par an. L'organisation d'une convention peut entraîner la production de 14 kg de déchets par participant et celle d'un séminaire international jusqu'à 34 kg par invité ! Selon l'Ademe, une manifestation moyenne de 5 000 personnes générerait 2,5 tonnes de déchets, consommant 1 000 kWh d'énergie et 500 kg de papier.

### UNE MARGE DE MANŒUVRE IMPORTANTE

Un événement étant par définition éphémère, les produits jetables peuvent sembler « indispensables » à première vue. Pourtant, il est possible

de les limiter. Certains festivals remplacent les gobelets jetables par des gobelets réutilisables. Rock en Seine, premier festival d'envergure à être passé aux gobelets consignés en 2006, économise ainsi 4 à 5 tonnes de plastique chaque année. « Grâce aux gobelets réutilisables, aux toilettes sèches et aux cendriers de poche distribués gratuitement, il est plus facile de laisser un site propre après le passage de 30 000 festivaliers, se félicite également Maimouna Fall, du festival Les Plages Electroniques à Cannes. Si le secteur de l'événementiel est pour l'instant un gros producteur de déchets, la marge de progression est importante sur plusieurs plans. En effet, de nombreux angles d'attaque sont envisageables, de la restauration à la vaisselle, en passant par la décoration ou les supports d'informations. Sur des événements importants une ou deux actions clés peuvent réduire de manière significative la quantité de déchets produits. Pour un impact majeur, la coordination et la conjonction des actions avec le client et les prestataires est nécessaire, et il faut parfois imaginer et développer de nouvelles solutions. Enfin, un événement rassemble en un même lieu de nombreux participants et représente donc une occasion de sensibiliser à la question des déchets, de diffuser un message mais aussi des idées d'actions à entreprendre au niveau individuel.

Cf. Guide Poitou-Charentes des Eco-manifestations, Janvier 2014

### ACHATS

## ACTION 7

## JE NÉGOCIE AVEC MES FOURNISSEURS

→ OU COMMENT ANTICIPER L'EMBALLAGE AUTOUR DE MES PRODUITS

### LE PRINCIPE

Lors d'une commande, vous réfléchissez au produit que vous souhaitez mais il n'est pas évident de connaître son emballage, d'où l'intérêt de discuter avec le fournisseur pour se renseigner sur les emballages, trouver la bonne alternative au produit souhaité et évoquer les possibilités de consigne et de reprise des emballages de transport.

### LE -

Cette action permet de sensibiliser et engager d'autres acteurs dans votre démarche. Se faire livrer sans emballages superflus vous fait aussi gagner du temps à la livraison et de la place lors du stockage.

### MISE EN ŒUVRE

Vous pouvez informer vos fournisseurs de votre démarche dès le départ grâce à un protocole d'entente et lui signaler que vous n'avez pas besoin d'emballages individuels. Vous pouvez réclamer de grands conditionnements et vous renseigner sur la reprise des emballages et contenants de livraison : les bouteilles et leurs caisses ou fûts peuvent notamment être repris via un système de consigne.



Fûts stockés en vue de leur retour au fournisseur

### RETOUR D'EXPÉRIENCE

Le festival ardennais, Le Cabaret Vert se fait livrer la totalité des boissons servies aux festivaliers dans des contenants consignés. Les emballages qui ne repartent pas sont filtrés : les t-shirts de l'équipe et du stand souvenir sont livrés par carton de 100 pièces et non emballés individuellement.

### LOGISTIQUE

## ACTION 8

## JE COLLECTE LES OBJETS RÉUTILISABLES

→ OU COMMENT RECUPERER CE QUI PEUT ÊTRE À LA FIN DE L'ÉVÈNEMENT

### LE PRINCIPE

Cette action est particulièrement pertinente pour des événements réguliers (réunions d'entreprises, salons professionnels, etc.) et les objets non personnalisés. Un badge transparent distribué à l'entrée, un stylo et un bloc notes, une clé usb d'informations ou un plan mis à disposition (et non remis automatiquement) sont souvent réutilisables. Le principe est alors simple : collecter à la fin de l'événement ce qui ne sera plus utile au participant, mais pourra resservir lors d'une prochaine manifestation.

### LE -

Chaque objet récupéré représente une petite économie pour l'événement suivant. Il est aussi possible de mutualiser le stock récupéré (pour les badges par exemple) avec d'autres organisateurs.

### MISE EN ŒUVRE

Ne procédez pas à une distribution automatique mais mettez à disposition

des participants. À la sortie de votre événement, disposez des bacs de récupération. Vous pouvez mettre en place une incitation à retourner l'objet, comme un système de consigne (sur les gobelets par exemple) ou une autre forme de motivation comme une boisson gratuite ou un tirage au sort sur les badges restitués. Les bacs de récupération peuvent aussi représenter pour son projet favori en déposant son badge ou autre objet dans le bac associé.

### RETOUR D'EXPÉRIENCE

Catherine Boulay, référente développement durable chez Exponentes, explique la démarche de la société : « Nous agissons sur le recyclage, le compostage mais aussi sur la réutilisation. Pour nos événements, nous mettons en place des bacs de récupération des badges. C'est un objet fréquemment utilisé en salon, cela évite d'en acheter à chaque fois. »

### COMMUNICATION

## ACTION 11

## JE LIMITE LES CADEAUX ET OBJETS GRATUITS

→ OU COMMENT TROUVER UNE ALTERNATIVE AUX GOODIES

### LE PRINCIPE

Lors d'événements d'entreprises ou de salons sponsorisés, les partenaires affichent leur présence avec des petits cadeaux (stylos, carnets, goodies divers) souvent superflus. Même si un carnet ou un stylo sont utiles dans l'absolu, en avoir un stock chez soi n'est pas nécessaire et est source de déchets. L'objectif est de redéfinir l'utilité du cadeau afin de trouver la meilleure alternative.

### LE -

Le partenaire peut remplacer ses goodies par des expériences supplémentaires pour les participants, proposer une alternative plus écolo et originale et améliorer ainsi son image.

### MISE EN ŒUVRE

Si vos partenaires ont besoin de visibilité, ils peuvent, au choix, offrir le buffet, personnaliser les fruits ou la nourriture notamment grâce à des tampons à encre comestible, aménager un espace détente, proposer une animation (bar à jus de

fruits, massage, séance de yoga...). Si le but est de laisser un souvenir, le gadget est remplacé par un stand photo. La mise en place d'un sac de goodies virtuel est aussi une belle opportunité de communication et de proposition de contenu aux participants.

### RETOUR D'EXPÉRIENCE

Pour l'édition 2015 du Ouishare Fest, le traditionnel sac de goodies a été remplacé par son équivalent numérique, comprenant des cadeaux dématérialisés tels que des coupons de découverte pour de nouveaux services, contribuant ainsi à réduire la distribution de cadeaux physiques. Donatienne Laviolette, nous explique : « L'objectif est multiple : ne plus avoir d'objets dont l'utilité est relative à chacun, proposer du contenu à valeur ajoutée aux participants qui perdure au-delà de l'événement. »

### COMMUNICATION

## ACTION 12

## J'ADAPTE MES SUPPORTS DE COMMUNICATION

→ OU COMMENT HARMONISER SA COMMUNICATION À SA DEMARCHE

### LE PRINCIPE

Qu'elle soit imprimée ou dématérialisée, toute action de communication a un impact et il est donc important d'avoir une réflexion de fond afin d'établir l'utilité de chaque support de communication pour choisir le plus pertinent. L'impression consomme de l'énergie, du papier et de l'encre mais attention à ne pas tomber dans le tout numérique, au risque d'avoir un impact plus important (énergie consommée par les serveurs, risque que les participants impriment davantage à domicile et pas nécessairement de manière écologique, fracture numérique). Il faut donc adapter votre communication à la logique de l'événement.

### LE -

Cette réflexion permet de poser les bonnes questions et d'optimiser la portée des campagnes de communication menées.

### MISE EN ŒUVRE

Proposer du numérique pour des informations qui n'auront pas besoin

d'être consultés plusieurs fois. Au contraire, pour le programme et le plan complexe d'un événement de plusieurs jours, il sera plus pertinent de proposer une version papier éco-imprimée. Pour les supports papier, préférez les grandes affiches aux flyers et concevez-les de façon à pouvoir les réutiliser (en évitant par exemple d'apposer la date ou le nom de l'événement sur la signalétique pouvant être réutilisée à d'autres occasions). Prêtez également attention aux matériaux utilisés (plus ou moins solides suivant l'usage), au format, aux finitions (supports plastifiés ou non suivant que l'on prévoit de les réutiliser ou de les recycler), ainsi qu'au volume. Vous pouvez aussi créer des supports multi-fonctions (flyer, entrée, bon consommation). Dans tous les cas, il est préférable de mettre à disposition plutôt que de distribuer systématiquement. Enfin, vous pouvez utiliser des clean tags, c'est-à-dire un pochoir au sol ou sur les murs, dont le visuel est tracé grâce au nettoyage de la surface et non à l'utilisation de peinture.

## Didactisation de la deuxième visioconférence

<b>Réactions en vrac</b>	Que pouvez-vous dire sur le document que vous avez eu à lire ? Des réactions ? Connaissez-vous la démarche « 0 déchets » ?
<b>Compréhension littérale</b>	Qu'est-ce que vous avez compris du document ? <i>Qu'est-ce qu'un évènement? éco-responsable ? Comment organiser un évènement éco-responsable ?</i> Y-a-t-il des passages qui ne vous paraissent pas clairs ? Y-a-t-il des mots ou des structures que vous ne connaissez pas ?
<b>Genre : reconnaissance et caractéristiques</b>	Quel type de document ? <i>Charte avec des démarches à suivre pour la création d'un évènement éco-responsable notamment dans la démarche « 0 déchets »</i> Que pouvez-vous retrouver dans ce document ? Comment est organisé le document et le texte ? <i>Une organisation en points qui sont des « actions » ainsi qu'une partie explication (ex page 3).</i> Y-a-t-il des images ? À quoi servent-elles ? <i>Premier document : attirer le regard. Troisième page : illustrer les propos</i> Que pouvez-vous dire sur les couleurs et la typographie ? <i>Les couleurs, les titres en majuscule, et des parties de texte mises en gras pour mettre en avant et en valeur certains points</i> Que pouvez-vous dire sur le premier document : l'introduction à la charte ? <i>Iconographie, des couleurs, annonce 12 actions, on voit le thème, la source etc.</i>
<b>Énonciation</b>	Qui parle ? Quand ? D'où ? <i>Association zerowatefrance en lien avec la région Poitou-Charentes et son guide d'éco-manifestations de 2014</i> À qui est destiné ce document ? <i>Aux professionnels/organiseurs pour l'organisation d'évènements éco-responsables</i> Quel est le but du document ? <i>Inciter à agir, à « amorcer une démarche zéro déchet »</i>
<b>Regard critique : Comment la structure argumentative fonctionne-t-elle ? (sur la structure et sur le fond) Quels contre-arguments sont possibles ?</b>	Quelles sont les actions proposées ? <i>Négocier avec les fournisseurs, collecter les objets réutilisables, limiter les cadeaux et objets gratuits : anticiper, récupérer, trouver des alternatives...</i> Comment fonctionne la structure du document ? En quoi l'organisation influe-t-elle sur le type de document et son but ? Que pensez-vous de cette proposition ? Trouvez-vous des inconvénients à cette démarche ? Pensez-vous que ce n'est pas réalisable ? <i>Difficile à mettre en place : demande beaucoup d'organisation. Le coût du projet et de sa mise en place. La difficulté de trouver des partenaires. La difficulté de faire en sorte que les participants suivent les « règles » mises en place.</i>
<b>Débat : Demander le point de vue des étudiants sur le document</b>	Choisir une ou deux initiatives et leur demander s'ils en connaissent et s'ils peuvent en parler Connaissez-vous ce type de démarche ? En existe-il dans votre région/ville ?

Tableau présenté lors du passage à l'oral pour la didactisation des documents.