



Compte-rendu¹ Atelier du 23 octobre 2008

Europôle de l'Arbois (Aix en Provence – 13)

Les interventions :

- 1) **Béatrice TONINI, chargée de communication à l'ADEME délégation PACA** : pistes et outils d'amélioration environnementales pour la conception et la réalisation de publications et manifestations
.....**p.2**
- 2) **Jean-Yves BOUTET, chargé de mission plan climat énergie du Conseil Général de Gironde (33)** : l'expérience du Conseil Général en matière d'intégration des clauses sociales et environnementales dans le marché « stand et communication » et manifestations et festivals du département intégrant les principes de développement durable.
.....**p.4**
- 3) **Christine MIRALLES, chargée de communication, et Valérie BARRE, chargée de projet à l'ARPE** : l'expérience de l'agence en matière de communication notamment lors de l'organisation des Rencontres Régionales de l'Environnement en 2007.
.....**p.6**
- 4) **Caroline VARALL, Association ORANE** : organisation du festival MARSATAC
.....**p.11**

Synthèse des groupes de travail

- édition/impression**p.13**
- restauration**p.15**
- logistique/ organisation de salons**p.17**

Des références pour organiser une manifestation éco-responsable**p.20**

Liste des personnes présentes**p.21**

¹ Remarque : Ce compte rendu ne retrace pas l'ensemble des informations échangées au cours de l'atelier, l'intérêt résidant dans l'échange entre les membres du réseau présents en réunion.

Introduction de la journée par Claude HOLYST, Directeur de l'ARPE PACA :

Claude Holyst, en introduisant cet atelier, a souhaité poser la question de la diversité culturelle et de son expression par le biais des outils de la commande publique.

Trop souvent la question de la commande publique est perçue comme une contrainte administrative, une lourdeur réglementaire. Or cette perception est tout à fait contraire à l'esprit de la Loi MOP qui vise à faire de l'outil commande publique, un moyen d'expression de la politique publique d'une collectivité.

Le fonctionnement et l'existence même du réseau qui nous réunit illustre cette dynamique. Le réseau commande publique et développement durable est la preuve que les administrations territoriales se donnent les moyens de s'engager dans une dimension de développement durable.

Nous connaissons tous les trois premiers axes du développement durable : le social, l'économique et l'environnemental. Les deux derniers sont un peu moins connus : la gouvernance et la diversité culturelle.

Ce dernier axe, la diversité culturelle, mérite une attention toute particulière sur sa transcription dans la commande publique et surtout sur le thème qui nous intéresse aujourd'hui : « éco-communication, éco-manifestation ».

A une époque de banalisation des modèles socio-économiques, où paradoxalement on se mobilise sur la biodiversité, on oublie trop facilement la biodiversité culturelle : dans les pratiques, dans les savoirs, dans les savoir-faire.

Or, non seulement la diversité culturelle (au sens large de la construction d'un mur en pierre sèche à l'organisation d'un festival) mérite d'être conservée et développée en tant que patrimoine culturel matériel et immatériel ; mais elle est aussi facteur d'identité et d'unité, d'intégration et non de division.

Dans une région comme la nôtre, où le renouvellement et l'augmentation de la population sont très importants, une communication et des manifestations qui expriment la diversité et donc l'originalité de nos territoires sont un facteur puissant d'intégration et partant de là, de qualité de vie, de vivre ensemble et donc de gouvernance, d'environnement, d'économique et de social.

Les outils de la commande publique se doivent d'être un moyen de prise en compte de la diversité culturelle, gage de réussite d'une éco-manifestation et d'une éco-communication.

1. Béatrice TONINI, chargée de communication à l'ADEME délégation PACA : pistes et outils d'amélioration environnementales pour la conception et la réalisation de publications et manifestations

Les activités de communication peuvent avoir un réel impact environnemental.

Retour sur l'origine de la prise en compte de la problématique « communication éco-responsable » à l'ADEME :

- > Initiative lancée au cours d'un séminaire communication ADEME 2004
- > Un premier outil « Guide de l'Eco-Communication » - mars 2005 : réf. 5526 – 5000 ex
- > Site dédié / téléchargement **www.ademe.fr/eco-conception**
- > Premières expériences permettant la capitalisation des enseignements
- > 2006 : constitution d'un groupe de travail / chantier prioritaire : préparation V2
- > 2007 : émergence partenariats : Apacom aquitaine, BVP, ANAE, Eco publicité ...et opérations

Les objectifs d'une communication éco-responsable sont les suivants :

- > Limiter concrètement les impacts et inscription dans une perspective de Développement Durable

- > Mettre en cohérence des messages et des vecteurs
- > Valoriser des résultats concrets en matière d'éco-conception auprès des cibles pour un double bénéfice : améliorer l'image de l'entreprise et sensibiliser à la protection de l'environnement.

Il s'agit d'une démarche d'amélioration continue perfectible à envisager dès l'amont du projet :

- Aucun outil ni action à « impact zéro » : optimiser le choix des solutions propres à chaque projet, ses objectifs et contraintes
- d'où un soin particulier à apporter au cahier des charges (intégration considérations /exigences environnementales) et à l'analyse des propositions (avec rigueur et vigilance !) ex : éviter le pelliculage, recours aux encres végétales, papier éco-labellisé, ...La cahier des charges doit être ouvert et précis
- En interne, les compétences environnement et communication doivent travailler ensemble pour définir les objectifs et cibles
- Options pas forcément plus coûteuses
- Logique du « juste nécessaire », de sobriété, de pérennité
- Organiser les retours d'expérience et la diffusion
 - Faire remonter et capitaliser les expériences
 - Valorisation des efforts et résultats par affichage démarche

Quelques pistes ont ensuite été abordées :

- Le choix du support : favoriser le recours à l'édition électronique (internet Cdrom) permettant de limiter le recours à l'impression.
- L'édition Papier :
 - > Optimisation de la mise en page
 - > Recherche de limitation de l'obsolescence du fond et de la forme
 - > Limitation des coupes et formats standards adaptés
 - > Gestion consommation d'encres : nombre et types de couleurs, limitation du recours aux aplats, encres végétales
 - > Évaluation fine du nombre de tirages
 - > Qualité écologique du papier – labels- (ou de tout support)
 - > Finitions : éviter le pelliculage...
- La Diffusion
 - > Réduction et choix des emballages, enveloppes...
 - > Préférences modes de transports écologiques : regroupements, limitation des envois express », livraisons vélo...
 - > Viser juste : entretien du fichier, diffusion raisonnée, électronique....
- Organisation de manifestation :
 - > Choix du lieu : gestion des déplacements, caractéristiques du bâtiment
 - > Eco-conception du stand : montage, exposition, démontage (consommation de ressources, déchets, économies d'énergie...)
 - > Optimisation de la diffusion d'informations
 - > Choix des objets promotionnels qui doivent être porteurs de sens
 - > Collation et vie du stand
 - > Evaluation de l'impact et diffusion des résultats
 - > Bilan carbone et mode de compensation des GES

Enfin, les points clés pour une communication éco-responsable :

- Gestion de projet qualité : contraintes converties en opportunités
- Anticipation - Globalité
- Créativité – imagination – ingéniosité
- Rationalité
- Innovation

- Efficacité : adéquation message vecteur; optimisation moyens / objectifs

Béatrice TONINI a ensuite fait part de l'expérience de l'ADEME en terme de conception de stand éco-responsable

- en Aquitaine Cf. Doc en annexe
- en région PACA (stand EIE) : Cf. cahier des charges et bilan en annexe.

Matière : bois sans solvant, facilement stockable et empilable, protection en textile recyclé

Il est à noter que la conception éco-responsable de ces 2 stands n'a pas entraîné de surcoût.

Béatrice TONINI a également évoqué l'outil EcoPublicité, premier outil d'évaluation de l'impact environnemental des campagnes de publicité du point de vue de la production et de la diffusion lancé par PricewaterhouseCoopers (PwC), Havas Media France, l'ADEME et le Groupe LVMH.

Accessible en ligne via le site internet www.ecopublicite.com, l'outil peut être utilisé sous deux versions : une version simplifiée, gratuite et accessible à tous, qui donne, à partir de données clés d'une campagne, une évaluation de ses émissions de CO₂ et de ses déchets et une version complète, avec l'ensemble des indicateurs et la possibilité de conserver les paramètres successifs de plusieurs campagnes est accessible sur abonnement payant pour une licence d'un an à 10 000 euros HT. Cf. doc en annexe.

Enfin une notice pour organiser une éco-manifestation en région est proposée par l'ADEME PACA (Cf. doc en annexe).

A noter :

La formation ADEME sur l'éco-communication pourrait être organisée en Provence Alpes Cote d'Azur si les demandes sont nombreuses.

L'ADEME peut proposer un appui financier à la réalisation d'un bilan carbone d'une manifestation si celui-ci est réalisé dans le cadre d'une démarche globale de développement durable.

2. Jean-Yves BOUTET, chargé de mission plan climat énergie du Conseil Général de Gironde (33), retour d'expérience du Conseil Général en matière d'intégration des clauses sociales et environnementales dans le marché « stand et communication » et manifestations et festivals du département intégrant les principes de développement durable.

La prise en compte du développement durable dans la politique d'achats du Conseil général de Gironde depuis 2006 s'est faite simultanément avec la mise en œuvre de son agenda 21.

Petit historique :

- Contrat de développement durable avec les collectivités depuis 1999 puis mise en œuvre d'un Agenda 21 depuis 2003 (92 actions prévus pour 2007-2008)
- Eco-conditionnalité des aides en terme d'investissement depuis 2006 : 10 cibles de développement durable ; les collectivités doivent en respecter au minimum 3.
- Création du comité départemental des Agendas 21 et « hotline » Agenda 21 (ingénieur conseil)

- En interne pour les achats : mise en place d'une validation en amont ; la fiche « verte » doit être validée en amont (quel niveau de performance ? investissement et achat, ...)
- Depuis peu, un ingénieur a été recruté pour intégrer des clauses sociales dans les marchés.

Comment monter un marché de communication ?

- Stand : 1^{er} marché a été infructueux car la commande était mal comprise et uniquement centré sur le stand. Après analyse de l'échec du 1^{er} marché rédaction d'un 2^{ème} marché global : « communication et stand »
- Ce marché a été réalisé dans le cadre d'un stage : la personne stagiaire a travaillé à la fois avec le service communication et la mission agenda 21 : cette tierce personne a joué un rôle fondamentale et efficace « d'assistance à maîtrise d'ouvrage »
- « conception et réalisation de stands éco-responsables et de leurs supports de communication » - marché de 3 ans à bon commandes (min : 150 000€ TTC ; max : 245 000 € TTC)
- Pas de lot séparé
- Bordereau unitaire fourni dans les enveloppes
- Pas de surcoût par rapport au marché précédent : ceci vient du fait d'un réel travail sur l'analyse des besoins, les matériaux utilisés et l'optimisation des consommations d'énergies
- 3 propositions sont en cours d'analyse
- Evaluation : le prestataire doit proposer une grille d'évaluation (fonctionnement technique du stand et de la communication)

Des éléments clés pour que l'appel d'offres soit fructueux :

- Vérifier l'offre disponible avant de lancer un marché pour éviter l'infructuosité
- Indiquer clairement la volonté politique du maître d'ouvrage dès le titre du marché en le qualifiant de « éco-responsable » ou « éco-conçu »
- le conseil général a pu bénéficier du travail amont réalisé par ADEME, Région et APACACOM auprès des professionnels de la communication montrant les attentes grandissantes des collectivités en matière de développement durable et la nécessité pour eux de s'adapter.

Critère de jugement des offres :

- donner les références en matière d'éco-communication et vérifier la prise connaissance par les candidats de la Charte ADEME, Région et APACOM
- 60% valeur technique dont :
 - o 15% note de présentation de la méthodologie, maquette et calendrier de réalisation
 - o 20% note de présentation de la stratégie
 - o 10% performance et créativité de l'éco-conception
 - o 15% fiche technique détaillée : modularité, adaptabilité (transport, facilité montage/démontage, stockage du stand)
- 40% prix

A noter : Journal du CG 33 (4 exemplaires par an) : papier recyclé, encre végétal, imprimeur imprim'Vert, pas trop lourd. Amélioration possible : diffusion du journal par une autre voie sachant que le papier reste pour les élus un mode important.

L'ensemble des éléments du marché du Conseil Général de Gironde est en annexe du compte rendu.

Des questions se posent :

Comment contrôler les clauses environnementales insérées dans le marché notamment en terme de certification, éco-label ou équivalent ?

Que mettre exactement comme clauses dans le CCTP ? Cf. atelier de l'après-midi.

En terme de manifestations et festivals éco-responsables en Gironde : un mini guide est en cours de réalisation en lien avec l'ADEME et le réseau départemental des Agendas 21 des collectivités.

J.Y. BOUTET a insisté sur la nécessaire structuration de la filière « communication » en terme de développement durable afin de disposer d'une offre importante et diversifiée.

De plus, la Gironde travaille également sur l'amélioration de l'aspect « solidarité » et lien intergénérationnel des festivals et manifestations.

3. Christine MIRALLES, chargée de communication, et Valérie BARRE, chargée de projet à l'ARPE, : l'expérience de l'agence en matière de communication notamment lors de l'organisation des Rencontres Régionales de l'Environnement en 2007

L'ARPE avec la 18^e édition des Rencontres régionales de l'environnement a souhaité initier une démarche éco-responsable afin d'inscrire les principes de développement durable tout au long de l'organisation de cette manifestation.

Comme toute approche de développement durable, l'éco-responsabilité est une démarche de progrès et d'amélioration continue : elle doit être menée progressivement mais résolument !

Aussi, l'agence s'est efforcée de mener une réflexion sur l'ensemble des postes constitutifs de l'organisation d'une manifestation.

Un pictogramme

Un pictogramme permettait aux exposants et visiteurs de reconnaître les actions éco-responsables mises en œuvre pendant la manifestation



Le lieu

Le choix du lieu des rencontres s'est porté sur l'Europôle de l'Arbois notamment pour ses nombreux atouts en terme de développement durable : un site certifié ISO 14 000, un site naturel.

Vers une communication éco-responsable...

1. La conception d'un support de communication

L'objectif de l'ARPE est de réduire l'impact écologique de ses actions de communication sur l'ensemble de la chaîne graphique (conception, fabrication et diffusion d'un outil).

- Quel est le public ciblé ?

- Quelle est la pérennité du document ?

Suivant le caractère éphémère ou pérenne du document : dématérialisation (site Internet, CD-Rom : actes des Rencontres, diaporamas...) ou conception d'un document papier.

2. La fabrication d'un support

2a - le format

L'ARPE essaie d'éviter les formats qui génèrent beaucoup de chutes de papier (A4 française et italienne, 21x24 cm française et italienne, documents d'appel : 29.7x10.5 cm, marque-page : 29.7x5 cm, cartes postales : 13x18 cm et formats spécifiques pour les Rencontres : programme : 15x21 cm, format d'affiches en fonction du site d'accueil : 40x60 cm, 80x120 cm, 120x176 cm).

2b - le choix du papier

Un papier écologique est un papier qui, à performances identiques (grammage, blancheur rigidité, tenue) est source de moins d'impacts sur l'environnement, sur l'ensemble de son cycle de vie. Le papier recyclé est apparu dans les années 60 (invendus de presse, chutes de papier). Aujourd'hui, le papier recyclé offre une large gamme de choix (papiers issus de la collecte sélective, de déchets organiques, papiers fabriqués à partir d'algues...).

Afin qu'un papier puisse mentionner l'appellation « recyclé », il lui faut contenir au moins 30% de fibres recyclées dans sa constitution totale.

L'ARPE a opté pour un papier blanc 100% recyclé « Oxygen offset » d'INAPA. C'est un papier fabriqué en France, qui génère donc moins de transports que le papier « Cyclus » (éco-labellisé mais fabriqué au Danemark). L'ARPE essaie d'engager une démarche éco-responsable sur son choix de papier, l'idéal étant de choisir un papier éco-labellisé de fabrication française (ce qui n'existe pas à l'heure actuelle).

D'autres papiers recyclés de création, offrant une qualité supérieure, ont été testés par l'ARPE mais de nombreuses difficultés sont apparues. Deux papetiers italiens (Fedrigoni et Favini) fabriquent des papiers très intéressants et haut de gamme (30% à 60% de fibres recyclées pour le « symbol free life » et l' « alga carta ». Ce dernier a d'ailleurs bénéficié d'un programme Life pour les nouvelles technologies propres car il intègre dans sa composition des algues issues de la lagune de Venise).

Les difficultés rencontrées : la plupart des papiers recyclés de création sont fabriqués par des entreprises étrangères et non référencés par les papetiers français (hormis Cyclus). Ce qui contraint l'imprimerie avec laquelle l'ARPE travaille à s'adresser directement au fabricant. L'approvisionnement est d'une part très aléatoire et les volumes à commander sont d'autres part très contraignants (par exemple : 10 tonnes minimum par achat).

Le MAPA qui lie l'ARPE à l'imprimerie court sur une durée d'un an. L'imprimerie ne s'engage donc pas sur des achats de papiers aussi conséquents (risque financier en cas de non écoulement du papier, coût de stockage).

La deuxième difficulté est liée à la recherche d'un papier éco-labellisé. En effet, en Europe, seulement 4 papetiers ont engagé une démarche d'éco-labellisation (Cartiere cariolaro Italie, Dalum papir Danemark – fabricant du « Cyclus », UPM kymmene Finlande, Stora enso Suède).

Un papetier français avait mis au point un papier blanc 100% recyclé issu de la collecte sélective des villes de Rhône-Alpes : « City green » qui était en cours d'éco-labellisation. Les difficultés de collecte ont contraint l'entreprise à stopper cette fabrication.

Afin d'éviter les risques liés à la qualité du papier retenu pour un document, l'ARPE demande systématiquement un échantillon de papier à l'imprimerie. Chaque échantillon de papier est comparé à un échantillon commandé directement par l'ARPE au fabricant.

2c – la mise en page

Privilégier les couleurs claires, les dégradés.

Eviter les aplats

Travailler avec les 4 couleurs de référence (cyan, magenta, jaune, noir). Les autres couleurs (type argent, or ou cuivre par exemple) sont fabriquées à partir de particules métalliques. Un pantone génère, à l'impression, une plaque en plus (donc plus d'eau de rinçage etc...).

2d – le Bon à Tirer (BAT)

Le document finalisé est envoyé à l'imprimerie via un serveur FTP. Le BAT est renvoyé à l'ARPE par le même moyen, ce qui évite l'impression d'un document papier envoyé par la poste ou remis en main propre par un coursier. L'ARPE ne demande pas de Cromalin (ou de Matchprint) et vérifie précisément les couleurs en activant les références CMJN du pdf haute résolution, document utilisé pour valider le BAT.

3. L'impression du document

3a – Procédé FTP

Pas de films, économie d'eau (on passe directement du fichier à la plaque d'imprimerie).

3b – Composition des encres utilisées

L'imprimerie choisie par l'ARPE utilise exclusivement des encres végétales (constituées à partir d'huiles de lin, de soja, de colza, de tournesol, de résine de pin). Les pigments sont issus d'argile. L'imprimerie n'utilise ni solvant ni alcool dans les encres.

3c – Vernis de protection

L'imprimerie choisie par l'ARPE utilise un vernis acrylique à base d'eau. Il est plus écologique et évite le jaunissement du document. Le vernis UV offset (à base de solvant) et le pelliculage (pellicule plastique posée sur le document qui ne permet pas le recyclage) prolongent la durée de vie du document mais ces deux procédés ne sont pas écologiques.

Les documents imprimés pour les Rencontres sont utilisés pendant un an, le vernis acrylique suffit à protéger l'impression.

3d – Les labels imprimerie

L'imprimerie choisie par l'ARPE est labellisée « Imprim'vert », « Print environnement », certifiée FSC et PEFC, Iso 9001 et 14001.

« Imprim'vert » est un label distribué par la Chambre de commerce et d'industrie (il porte notamment sur la gestion des déchets dangereux).

« Print environnement » est un label distribué par l'industrie graphique (favoriser l'achat de papier écologique, de matériel économe en énergie et en polluants, optimiser la consommation de papier, garantir les conditions de stockage des déchets dangereux, améliorer la consommation d'énergie et d'eau, réduire les déchets à la source, leur stockage, leur tri et leur élimination).

Les certifications FSC et PEFC prouvent la traçabilité totale du papier utilisé : il n'y a pas de rupture dans la chaîne, depuis l'arbre jusqu'à l'imprimerie, en passant par l'usine, la pâte à papier, la fabrication du papier.

Certification Iso 9001 : process qualité / Certification Iso 14001 : audit environnemental

4. La diffusion d'un support

Diffuser sans éparpiller, rationaliser et optimiser les besoins :

Maîtriser les quantités à imprimer

Mettre en téléchargement sur le site Internet l'ensemble des documents

Les interventions des conférenciers sont accessibles en ligne, sur le site Internet de l'Agence. Aucun document papier n'a été distribué lors des ateliers.

La documentation en libre service sur le stand de l'agence était limitée et la consultation en ligne privilégiée :

- les exemplaires en consultation sur place étaient téléchargeables sur le site internet de l'ARPE
- les documents en libre-service répondaient à des exigences de développement durable

Suppression de certains supports qui généraient beaucoup de papier pour une diffusion peu efficace et une utilisation sur une trop courte durée (exemple 1 : catalogue des exposants – plus de 100 pages : il n'est plus imprimé depuis 2003. L'ensemble des fiches exposants est consultable sur Internet et se fait quotidiennement sur le site. Exemple 2 : Le pré-programme et le programme des Rencontres : quantités imprimées réduites d'1/3).

Livraison : en un point (ARPE ou lieu des Rencontres pour les documents remis sur place), limitation du suremballage (exemplaires livrés dans des cartons, pas de film plastique).

En cas d'envoi en nombre : utilisation d'un film plastique biodégradable, limitation de l'utilisation d'enveloppes.

5. Les objets promotionnels

Les objets promotionnels proposés par l'Agence répondaient à des objectifs de développement durable :

- les sacs cabas distribués aux congressistes étaient réutilisables et fabriqués en toile de jute
- la bouteille de vin était issue de production régionale certifiée BIO
- un plant de myrte, espèce endémique méditerranéenne, était aussi offert, issu d'une pépinière locale.

Le Salon

Les exposants ainsi que les prestataires, intervenants et congressistes étaient invités à respecter les termes de la charte éco-responsable.

Il s'agissait de sensibiliser les exposants à la démarche par le biais du dossier technique de l'exposant proposant des pistes et recommandations pour mieux prendre en compte le développement durable dans le cadre de : l'hébergement, les modalités d'accès au site, le nettoyage du site, la gestion des déchets, la restauration, la réutilisation des badges, la communication, les toilettes, la conception des stands.

Par ailleurs, le salon étant situé en extérieur, la lumière naturelle a été favorisée, évitant ainsi l'éclairage artificiel particulièrement énergivore.

Le stand de l'ARPE

Le stand de l'agence intégrait un certain nombre de principes de développement durable dans sa conception (cloisonnement réutilisable, mobilier en carton recyclé et recyclable...)

A noter : il conviendra de vérifier le respect de la réglementation en matière de sécurité incendie car peu de prestataires proposent des produits « mobilier » ignifugés classés M1 ou M2 nécessaires pour une manifestation accueillant du public.

- Les panneaux réalisés avec des encres végétales

- La décoration : récupération (galets, pommes de pins...)
- La restauration : apéritif vin Bio local (Bouches-du-Rhône), traiteur proposant des produits Bio, biscuits apéritifs Bio, café Bio, filtres à café en bambou, thé Bio, eau de source locale, jus de fruit Bio, biscuits Bio, olives issues de la production régionale, sucre Bio, fruits frais issus de la production locale. Ces produits étaient servis dans des gobelets en carton et amidon de maïs, des mélangeurs en bois, des assiettes en bois et feuilles de palmier (100 % biodégradable), serviettes et essuie-tout en papier recyclé

Le prix du stand éco-conçu :

L'ARPE a affirmé sa volonté d'organiser un salon éco-responsable en décernant en 2007, un prix du stand « éco-conçu » à l'exposant ayant eu une approche innovante et durable dans la création et l'aménagement de son stand et répondant aux objectifs de :

- *minimiser les impacts environnementaux*
- *réduire les émissions de gaz à effet de serre*
- *diminuer la facture énergétique*

Le jury représenté par la Région, la DIREN, l'ADEME, l'Agence de l'Eau et l'ARPE a délibéré en faveur du stand de l'Office National des Forêts qui répondait à la fois aux critères définis par le règlement mais présentait aussi un intérêt en terme de reproductibilité à grande échelle, modularité, ingéniosité et esthétisme. En outre, ce stand, conçu en bois certifié PEFC, était parfaitement adapté à l'image de l'exposant.

Les toilettes

Des toilettes écologiques sans eau et sans produits chimiques étaient mises à disposition des visiteurs. Cette initiative fut une réussite grâce notamment à la présence du fournisseur qui, en assurant la promotion de son produit, fournissait les informations souhaitées par les utilisateurs et rassurait les plus craintifs.

Accessibilité et transports

Le site internet de l'ARPE rubrique rencontres – informations pratiques incitait à l'utilisation de modes de transports plus économes en énergie pour accéder au site de la manifestation : trains, bus, co-voiturage.

Il était également conseillé d'utiliser l'éco-comparateur des différents modes de transports proposé par le site www.voyages-sncf.com.

Enfin la communauté du Pays d'Aix mettait à disposition des personnes à mobilité réduite des navettes électriques entre les parkings de l'Arbois et le salon de l'éco-développement.

Espaces restauration

L'appel à projet pour les 3 espaces restauration de la manifestation indiquait clairement les exigences sur les produits : « *biologiques, produits locaux, issus de l'agriculture raisonnée, de saison, produits issus du commerce équitable, utilisation de produits biodégradables (carton, amidon de maïs,...), de vaisselle réutilisable ou en matériaux recyclés ou recyclables si jetables. Le prestataire devra afficher la provenance et la caractéristique des produits proposés.* »

Les deux restaurateurs retenus, un restaurateur d'appellation Bio et un restaurateur ayant adapté pour l'occasion sa carte, ont respecté convenablement les exigences du cahier des charges.

Une gestion éco-responsable des déchets...

Inciter les visiteurs, congressistes et exposants à effectuer le tri des déchets, tels étaient les objectifs du dispositif mis en place :

- Une mini-déchetterie à proximité du salon permettait de trier les déchets produits et collectés pendant les 2 jours de la manifestation : papiers/cartons, canettes, déchets fermentescibles, verre, emballages, déchets résiduels.
- 5 animateurs de l'association AVIE assistés de 17 chariots « retricycle », ont collecté, dans le salon, les salles de conférences et les lieux de restauration, les déchets triés.
- Les déchets organiques collectés ont été valorisés en « lombricompost » par la Ferme lombricole de Cabriès.

Des points à améliorer :

- Les transports : visiteurs et intervenants
- La gestion des déchets : mieux évaluer les quantités
- L'évaluation à prévoir en amont de la manifestation
- La restauration et notamment le tri des déchets
- La conception des stands
- La communication : optimisation des besoins

4. **Caroline VARALL, association ORANE** : retour d'expérience sur l'organisation du festival MARSATAC

MARSATAC est un festival marseillais (esplanade du J4) de musiques actuelles et électroniques.

Un logo en 2008 significatif de la stratégie adoptée :



- 10 ans cette année
- 27 000 personnes sur 3 jours de festival
- Objectif : MARSATAC durable et solidaire : les 8 commandements du festivalier.
- Brigade verte : info sur le tri des déchets et ramassage des déchets
- 25 000 gobelets ramassés soit 57% des gobelets distribués grâce à l'opération « 40 gobelets ramassés : une boisson offerte ». Idée pour les années prochaines : un gobelet « consigné » réutilisable à conserver pendant toute la soirée et la durée du festival à l'image du festival « scènes d'été en Gironde ».
- Toilettes sèches : 2 prestataires pour disposer de 40 toilettes sèches : à noter l'insuffisance de matériels par prestataires obligeant de faire appel à deux d'entre eux.
- Incitation au covoiturage et à l'utilisation des transports en commun
- Evaluation des émissions de CO2 dues au transport des artistes : estimation par le GERES pour compenser ces émissions en finançant des projets de développement durable : environ 600€ de compensation pour 40 artistes sur 3 j
- Restauration : questionnaire lors de l'appel à candidature + fiche de recommandations transmise aux prestataires
- Communication : développer le site internet plutôt que le papier
- Décoration et matériaux : écolabels privilégiés et partenariat avec EMMAUS, artiste en résidence

- Espace prévention : consommation alcool, drogue...
- Actions ciblées pour la staff et les artistes : coiffeur, ostéopathie, ...

Les axes à privilégier pour 2009 :

- * Bilan carbone
- * Politique de transport
- * Réduction des déchets
- * Réduction de la consommation énergétique
- * Renforcement de la visibilité
- * Étendre l'action
- * Avoir un rôle de facilitateur

L'après midi, des groupes de travail ont été constitués afin d'affiner les critères pouvant être intégrés dans les CCTP des marchés de :

- o Groupe 1 : édition/impression
- o Groupe 2 : restauration
- o Groupe 3 : logistique/ organisation de salons

Vous trouverez ci-après une synthèse des éléments recueillis lors de ces ateliers.



Groupe 1 : édition – impression

La forme du marché :

Il n'y a pas de formes idéales pour intégrer les exigences environnementales et sociales. Un problème semble être récurrent pour l'identification des besoins.

- L'allotissement

Il permet aux petites entreprises de répondre à certains lots. Il permet aussi de cibler les exigences environnementales sur des lots spécifiques et par sur la totalité du marché si la collectivité n'est pas sûre de l'offre existante.

- Un marché à bons de commande sur plusieurs années

Pour des quantités importantes de travaux, il permet de réduire les démarches administratives et d'imposer des exigences environnementales sur les besoins connus. Toutefois ce marché reste difficile car la définition des besoins reste souvent approximative pour les années n+1,2...

- L'accord cadre

L'accord cadre permet de définir l'achat avec les fournisseurs en intégrant les exigences environnementales mais cette procédure semble lourde car chaque achat devra quand même passer en Commission d'Appel d'Offre.

Aucune collectivité du groupe n'a testé cette solution.

La définition des besoins (article 5) :

C'est lors de la définition des besoins que l'on peut intégrer un maximum d'exigences environnementales et sociales.

Or cette phase semble être difficile du fait de l'organisation des collectivités qui sépare la demande technique et la demande administrative et financière.

L'idéal est que le service achat et le service technique construisent ensemble le marché. Pour mener à bien leur réflexion, ils peuvent utiliser la fiche de l'ADEME (cf.doc.joint n°1).

Intitulé du marché :

« Eco-conception et éco-impression de documents de communication »

Cet intitulé permet de définir l'achat plus précisément mais réduit les offres possibles.

Si l'acheteur craint de limiter les offres, il peut utiliser un intitulé plus classique

Deux choix se posent à l'acheteur :

- soit **il exige** des caractéristiques environnementales des offres, en intégrant directement des spécifications techniques précises dans le cahier des charges (par exemple : papier 100 % recyclé), les offres ne répondant pas à cette exigence n'étant pas recevables,
- soit **il évalue** des caractéristiques environnementales des offres en identifiant des critères de choix des offres

Les spécifications techniques (article 6) :

Si l'acheteur souhaite exiger des caractéristiques environnementales des offres, il intègre directement des spécifications techniques précises dans le cahier des charges (par exemple : papier 100 % recyclé), les offres ne répondant pas à cette exigence n'étant pas recevables,
« Le titulaire utilisera des papiers, encres et techniques performantes en matière de protection de l'environnement. Il sera force de proposition auprès du maître d'ouvrage pour limiter les impacts environnementaux liés à la conception, l'impression et la diffusion du document. »

Les conditions d'exécutions du marché (article 14)

1- Une réunion de calage de l'écoconception

« Une réunion permettra de valider le programme des travaux et la mise en application des recommandations techniques qui ont pour objectif d'intégrer l'éco-conception à chaque étape de la conception et de l'impression. »

2- Livraison des documents

Le prestataire veillera à limiter dans la mesure du possible à limiter ses déplacements pour la conception et la livraison des documents.

☺ Des idées à retenir pour la diffusion :

- L'envoi en nombre (routage) peut être fait par un CAT.
- Le boîtage par des étudiants en contrat temporaire avec la collectivité
- Envoi sous enveloppes NFenvironnement ou films recyclables

La sélection des candidatures (articles 45 et 50) : savoir-faire, capacités techniques des candidats

Certains prestataires peuvent être certifiés ISO 14000 et/ou EMAS (certifiant la mise en place d'un Système de management environnemental), ISO 9000 (certification qualité).

Certains portent l'appellation Imprim'vert.

Critères de choix des offres (article 53) :

Si l'acheteur souhaite évaluer des caractéristiques environnementales des offres, en identifiant des critères de choix des offres il peut demander aux prestataires de renseigner un questionnaire dans une annexe du CCTP et inviter les prestataires à s'en servir pour indiquer leur application (cf. doc ADEME Eco-communication 2005 p17 ou document joint n°2)

Rajouter références (tableau eco com ADEME) et CCTP ADEME Angers et annexes dont questionnaire



Groupe 2 : restauration

La définition des besoins (article 5) :

Exigences en terme de protection de l'environnement :

- Service de traiteur écologique et/ou biologique et/ou équitable
- Service de restauration écologique et/ou biologique et/ou équitable
- Repas à thème (ex : découverte des produits issus de l'agriculture biologique) et choix du menu (menu végétarien, menu sans alcool, ...)
- Définir les lots spécifiques et variantes

Exigences en terme de développement social :
idem

Les spécifications techniques (article 6) :

Le contenu de la prestation doit être équilibré et diversifié

Exigences en terme de protection de l'environnement :

- produits issus de l'agriculture biologique ou équivalent en conformité avec le Règlement 2092/91/CEE modifié concernant le mode de production biologique
- produits de saison
- produits ayant des éco-labels ou équivalent (ex : Marine Stewardship Council pour le poissons)

Limite : ne pas demander d'AOC ou de produits locaux

Préciser :

- Une part de x% de produits bio et/ou de saison
- Sans OGM

Vaisselle et mobiliers :

- Vaisselle biodégradable ou non jetable et lavable
- Fiche techniques des appareils (froids et chauds) + contrats d'entretien
- Nappes et serviettes en tissu sans repassage
- Démarche d'éco-conception du mobilier (si possible)
- Limiter l'utilisation de verrines et de mini-plats
- Gérer et trier les déchets et s'assurer de la filière de collecte
- Privilégier la décoration de saison : fleurs de « saison »

Emballages

- Eviter le suremballage et les produits en emballages individuelles (ex : les dosettes de sucre)
- Privilégier les produits en vrac

- Préférer les emballages recyclables et constitué d'un seul matériau
- Proposer des bouteilles d'eau en verre consignés plutôt qu'en plastique

Exigences en terme de développement social :

- produits respectant les critères internationaux du commerce équitable définis par FLO (Fairtrade Labelling Organisation) ou équivalent. La conformité de ces règles devra être garantie par une organisation indépendante (Max Havelaar ou équivalent)
- partenariat avec des organismes (ex : pour le mobilier, partenariat avec EMMAUS)

Les conditions d'exécutions du marché (article 14)

Exigences en terme de protection de l'environnement :

- Sensibilisation du personnel sur les produits, le service, la gestion des déchets, ...
- Afficher la démarche par une information du public sur les produits proposés (fiches...)

Exigences en terme de développement social :

- Personnel en insertion ou CAT : % du personnel ou description de la politique d'insertion de l'organisme

La sélection des candidatures (articles 45 et 50) : savoir-faire, capacités techniques des candidats

Exigences en terme de protection de l'environnement :

- Demander le Bilan carbone des produits (si disponible) ou kilomètres parcourus par le produit
- Comment traiter vous les déchets ? Demander le schéma d'organisation de la gestion des déchets
- Demander un mémoire développement durable (environnement et social) qui décrit l'approche de l'entreprise.
- Préciser si l'entreprise est certifiée selon des normes ou référentiels (ex : ISO 14001 ou équivalent)
- Demander la licence en agriculture biologique ou l'attestation de conformité
- Part de production biologique : la notation prendra en compte l'augmentation de la part de produits bio, dès lors qu'elle est supérieure au minimum requis.

Exigences en terme de développement social :

- description de la politique d'insertion de l'organisme
- Préciser si l'entreprise est certifiée selon des normes ou référentiels (ex : OHSAS 18001, SA 8000 ou équivalent)



Groupe 3 : organisation de salons / conception de stands

Il s'agissait de définir des critères pouvant être intégrés dans 2 types de marchés :

- l'organisation d'un salon : infrastructure (chapiteaux, cloisons...)
- la conception d'un stand

Il est à noter que travailler sur ces deux types de marché a constitué, pour le groupe de travail, une difficulté car peu de collectivités présentes étaient concernées par l'organisation globale d'une manifestation exceptée l'association organisatrice de Marsatac et l'ARPE pour les Rencontres régionales de l'environnement.

La définition des besoins (article 5) :

Intégrer explicitement dans le **titre du marché** l'entrée développement durable en qualifiant l'objet du marché par les termes « **éco-responsable** » ou « **éco-conçu** » par exemple.

Cela permet d'indiquer clairement aux prestataires la volonté du maître d'ouvrage dès la définition de l'objet du marché.

Dans les **éléments de contexte** il peut être indiqué la politique de la structure en matière de développement durable (agenda 21, charte de développement durable...), cela n'aura de sens que si il existe une politique globale de développement durable au sein de la structure intégrant une partie achats « éco-responsables ».

Cela permet également de légitimer la demande.

Ce point constitue un signal fort par rapport à la concurrence et permet un effet d'entraînement de la commande publique responsable sur les marchés.

Les spécifications techniques (article 6) :

Pour une conception de stand : indiquer que le stand devra être en accord avec l'image que souhaite afficher la collectivité : exemple : collectivité proche du territoire, des habitants, souhaitant développer durablement son territoire...

- Dans les **spécifications techniques**, concernant les exigences en terme de protection de l'environnement, il peut être indiqué :
 - o Le prestataire proposera des éléments démontables (faible volume de rangement et de poids : facilement transportable) et modulable (adaptable à toute manifestation et toute surface)
 - o En terme d'utilisation : demander des éléments associant ergonomie, esthétisme, solidité (en fonction du nombre de réutilisation souhaité) et éco-conception
 - o Le prestataire devra proposer des équipements à faible consommation d'énergie : des ampoules basse consommation, des leds ; pour les équipements électriques, des équipements de basse consommation (vérifiable par la classification énergétique de l'appareil) ; ainsi qu'un éclairage performant mais économe
 - o Le prestataire devra proposer un stand réutilisable X fois
 - o Demander de prévoir une signalétique réutilisable et modulable

Les conditions d'exécutions du marché (article 14)

Indiquer que le prestataire, en exécutant la commande, devra se conformer aux principes d'éco-conception et éco-communication tel que définit dans l'objet du marché.

Indiquer que le prestataire devra former les agents aux techniques de montage et démontage du stand.

Exigences en terme de protection de l'environnement :

- les matériaux devront être majoritairement issus du recyclage et être recyclable (vérifier que la filière de recyclage du matériau existe bien en France, ce n'est pas le cas de la moquette par exemple). Le prestataire devra préciser le cycle de vie des matériaux constituant le stand : fabrication, recyclage, valorisation, élimination finale.
 - Demander l'utilisation d'encre végétales pour l'impression des différents supports et l'utilisation, s'il y a lieu, de peinture possédant le label NF environnement et/ou l'écolabel européen ou équivalent.
 - Les conditionnements devront permettre de limiter les emballages, déchets et déplacements (volumes). Ces conditionnements pourraient être réutilisables
 - Le prestataire devra proposer des équipements à faible consommation d'énergie : des ampoules basse consommation, des leds pour un éclairage performant et économe, des équipements de basse consommation (vérifiable par la classification énergétique de l'appareil)
 - Le prestataire devra proposer un stand réutilisable X fois
 - Exiger des écolabels ou équivalent pour les différents matériaux constituant le stand
 - Demander de prévoir une signalétique réutilisable et modulable
- Globalement on peut aussi intervenir sur les variables suivantes, ceci sera à construire avec le service des marchés :
- **Chapiteaux** : demander au prestataire (si cela n'est pas discriminatoire : à construire avec le service des marchés) une évaluation de l'émission de CO2 de sa prestation (au regard des volumes et poids déplacés, distances parcourues, modes de déplacement), notamment en lui conseillant de la calculer avec des outils de calcul gratuits de type « CO2 solidaire » qui calcule par rapport aux coûts de transport, ecomparateur ADEME/voyage-SNCF
 - **Revêtements de sols** : demander un revêtement au sol réutilisable (selon le cas) et/ou recyclable et ayant une filière de recyclage en France. Demander que ce matériau soit en conformité avec les normes de sécurité, soit adapté à la durée de l'événement / le nombre d'utilisation (normes d'usure, de résistance,...) ;
 - **Cloisons** : souvent le prestataire propose des produits qui ne sont pas recyclables et/ou valorisables ; un fort questionnement réside dans l'analyse des réponses et la capacité de jugement du commanditaire au regard des résultats du cycle de vie des matériaux et des émissions de CO2 ; le soucis est le manque d'étiquettes indicatives (ex : étiquette énergie) ; si un critère est demandé, il faut pouvoir le vérifier, le mesurer et l'analyser de la façon la plus objective possible ; aujourd'hui les commanditaires manquent d'outils ; il est possible cependant de faire ressortir des contraintes liées au conditionnement et au stockage dans le CCTP et demander un écolabel ou équivalent ;
 - Prévoir des interrupteurs indépendants entre éclairage et alimentation électrique du stand : privilégier l'éclairage naturel pendant la journée (possible selon le lieu).

A NOTER :

- Le CG 33 teste aujourd'hui un lancement de marché **via un seul document, dans le cadre d'un MAPA** regroupant RC, CCTP et CCAP ; ce travail conduit à co-construire le marché avec les services administratifs et les services techniques
- Lorsqu'on a des difficultés à proposer un cahier des charges clair dans les spécifications techniques (compte tenu d'une méconnaissance du marché notamment et des nouvelles technologies existant) dans un marché, le lancement d'un concours d'idées a été suggéré.

- Dans le contexte actuel de connaissance en terme juridique et technique, travailler sur des marchés intégrant de nouvelles données sur des filières en émergence et peu structurées conduit à accepter de lancer un marché avec une prise de risque sur le type de réponse mais peut aussi permettre d'obtenir des réponses originales et innovantes ; il est indispensable dans ce cas de travailler étroitement avec le Président de la Commission de sélection des offres
- Il faut être vigilant à ne pas inscrire des critères trop restrictifs ; travailler sur des recommandations et les faire évoluer par un processus d'amélioration continue année après année semble plus judicieux pour le demandeur mais aussi pour faire évoluer le marché progressivement
- Une autre possibilité est de donner dans le RC le prix estimé de la prestation, charge au prestataire de rentrer dans ce cadre en faisant preuve d'innovation et d'originalité en terme d'éco-conception notamment ; cependant, cette information « seule » n'ajoute aucune contrainte sur l'éco conception de la prestation ;
- **Concernant la signalétique**, l'impression numérique sur des grands formats pose problème aujourd'hui car les matériaux de support ne sont ni valorisables ni recyclables ;
- Construire un cahier des charges type semble difficile car il sera propre à la prestation demandée et sera aussi, dans le cadre d'organisation de salons, dépendant du lieu de la manifestation
- La question du tri sélectif sur les salons est primordiale : il s'agit de veiller à la collecte sélective avant (montage des stands), pendant et après (démontage des stands) la manifestation

Rajouter référence et CCTP CG 33 et ADEME




Des références pour organiser une manifestation éco-responsable

- **Boite à outils Eco-communication de l'ADEME délégation PACA :**
<http://www.ademe.fr/paca/pages-ademe/boite-outil-eco-communication.asp>
- Guide édité par l'ADEME : « **Eco-communication : vers une communication plus éco-responsable** » (2004) :
<http://www2.ademe.fr/servlet/getDoc?cid=96&m=3&id=29087&p1=00&p2=09&ref=17597>
- **Les professionnels de l'événementiel se mobilisent pour le développement durable :**
www.eco-evenement.org
- **Guide des "éco-manifestations" en Poitou-Charentes**
<http://www.poitou-charentes.fr/fr/environnement/eco-manif/index.dml>
- Guide Méthodologique « **organisation de conférences neutres en carbone** », co-édité par les Ministères en charge des Affaires étrangères, du développement durable, de l'enseignement et la recherche :
http://www.effet-de-serre.gouv.fr/images/documents/GUIDE%20M_thodo.pdf
- **"Organiser un éco-événement en Nord-Pas-de-Calais" :**
<http://eco-evenements-npdc.org>
- **"Que voulez-vous COM'AVENIR : COM'AVENIR premiers vers la COM'DURABLE" :**
<http://www2.ademe.fr/servlet/doc?id=50257>
- **Dossier éco-communication du magazine ADEME & VOUS** – décembre 2007 janvier 2008 (Cf. pièce annexée au compte-rendu)
- **Notice pour une éco-manifestation** – ADEME Délégation PACA (Cf. pièce annexée au compte-rendu)
- **Petit guide des manifestations responsables en Gironde**, Conseil Général de Gironde, novembre 2008 (Cf. pièce annexée au compte-rendu)

L'ensemble de ces références est également accessible depuis le site de l'ARPE PACA www.arpe-paca.org rubrique Ecodéveloppement/réseau PACA commande publique et développement durable.

Sont également annexés au présent compte-rendu les pièces suivantes :

- Documents power point des interventions
- Cahier des Charges du marché « stand et communication » du Conseil Général de Gironde
- Bilan du stand ADEME/EIE Foire internationale de Bordeaux – 2006
- Bilan du stand ADEME/EIE Foire internationale de Marseille – 2005

ATELIER RESEAU PACA COMMANDE PUBLIQUE ET DEVELOPPEMENT DURABLE

JEUDI 23 OCTOBRE 2008

Liste des personnes présentes

ORGANISMES	NOM – PRENOM	FONCTION	E-Mail	Edition /impression	Restauration	organisation des salons	EMARGEMENT
ADEME	Béatrice TONINI	Chargée de communication	beatrice.tonini@ademe.fr				
Aéroport de la Côte d'Azur	DEZON Véronique	Acheteur			X		
Aéroport de la Côte d'Azur	RUGIU Corinne	Chargée de communication environnement	Corinne.rugiu@cote-azur.aeroport.fr	X			
Aéroport Nice Côte d'Azur	VIEUXLOUP Sylvie	Chargée de management environnement	Sylvie.vieuxloup@cote-azur.aeroport.fr			X	
ARPE PACA	BARRE valérie	Chargé de mission	v.barre@arpe-paca.org				
ARPE PACA	CIMIOTTA Nathalie	Assistante	n.cimiotta@arpe-paca.org				
ARPE PACA	GARRIDO Stéphanie	Chargée de mission	s.garrido@arpe-paca.org				
ARPE PACA	HOLYST Claude	Directeur	c.holyst@arpe-paca.org				
ARPE PACA	MICHEL Audrey	Coordonnatrice	a.michel@arpe-paca.org				
ARPE PACA	MIRALLES Christine	Chargée de mission	c.miralles@arpe-paca.org				

ORGANISMES	NOM – PRENOM	FONCTION	E-Mail	Edition /impression	Restauration	organisation des salons	EMARGEMENT
ARPE PACA	PICAZO Jean-Michel	Chargé de mission	Jm.picazo@arpe-paca.org				
ARPE PACA	HALBEDEL Sandrine	Adjointe au Directeur	s.halbedel@arpe-paca.org			X	
Association ORANE	Béatrice DESGRANGES	Directrice	beatrice@marsatac.com				
Association ORANE Festival Marsatac	VARRALL Caroline	Assistante de production	Production1@marsatac.com			X	
CC Sainte Baume Mont Aurélien	SAINTE LUCE Nicolas	Chargé de communication	com@porteduvar.fr	X			
CG Gironde	Jean-Yves BOUTET	Chargé de mission	Jy.boutet@cq33.fr				
Commune d'Arles	ALLARD-VERNIER Colette	Chargée de projet agenda 21	c.allard-vernier@ville-arles.fr			X	
Commune d'Avignon	MERON Isabelle	Chargée de communication	Isabelle.meron@mairie-avignon.com	X			
Commune d'Avignon	BOUCET Marc	Chargé de mission environnement	Marc.boucet@mairie-avignon.com	X			
Commune de Marseille	HERMITTE Corinne	Directeur	chermitte@mairie-marseille.fr			X	
Commune de Marseille	VIAL Marie Hélène	Adjoint directeur général	mhvial@mairie-marseille.fr			X	
Commune de Marseille	COHEN Sam	Responsable planification	scohen@mairie-marseille.fr			X	
Commune de Nice	MARRO Chantal	Responsable service restauration	Chantal.marro@ville-nice.fr		X		

ORGANISMES	NOM – PRENOM	FONCTION	E-Mail	Edition /impression	Restauration	organisation des salons	EMARGEMENT
Commune de Nice	FERRETTI Carole	Administratif et technique service restauration	carole.ferreti@ville-nice.fr		X		
Commune de Nice	LEFORT Patrick	Chef de service	Patrick.lefort@ville-nice.fr	X			
Commune de Rognac	DUWEZ Audrey	Chargée communication et événementiel	aduwez@mairie-rognac.fr				
Commune de Rognac	GREBERT Cathia	Infographiste	cgrebert@mairie-rognac.fr				
Commune de Rognac	LAPRUN Aymeric	Responsable service environnement et risques majeurs	alaprun@mairie-rognac.fr				
Commune de ROGNAC	WAROUX Didier		dwaroux@mairie-rognac.fr		X		
Commune de Simiane Collongue	MIALHE Véronique	Chargée de communication	Service.communication@simiane.fr	X			
Conservatoire du Littoral	CLAMENS LISE	Chef de pôle administratif et financier	l.clamens@conservatoire-du-littoral.fr	X			
CPA	AMADEI Stéphanie	Directrice adjointe communication	s.amadei@agglo-paysdaix.fr			X	
CPA	CHEMINADE Gaëlle	Chargée de projet	g.cheminade@agglo-paysdaix.fr			X	
CPA	SALES Celine	Service ecologie urbaine	csales@agglo-paysdaix.fr		X		
Envirobat Méditerranée	COUDERC Béatrice	Chargée de communication	b.couderc@envirobat-med.net				
Europole de l'Arbois	Christelle DEBLAIS	Chargée de mission	cdeblais@europole-med-arbois.org				

ORGANISMES	NOM – PRENOM	FONCTION	E-Mail	Edition /impression	Restauration	organisation des salons	EMARGEMENT
Lycée agricole de Valabre	PARISI Alice	Chef de projet dossier agenda 21	Alice.parisi@educagri.fr			X	
Parc National du Mercantour	GAUDIN Sophie	Chargée de mission infrastructure et équipements	Sophie.gaudin@mercantour-parcnational.fr	X			
REGION PACA	PETIARD Christine	Chargée d'achats /direction de la communication	cpetiard@regionpaca.fr		X		
Région PACA	SERR Fabien		f.serr@regionpaca.fr			X	
SAN OUEST PROVENCE	BAUDA Virginie	Acheteur	ybauda@ouestprovence.fr	X			
SMAEMV	THOMANN Vincent	Chargé de communication	communication@smamv.fr			X	

Contacts :

Animation :

ARPE (Agence Régionale Pour l'Environnement), Valérie BARRE ;
tel 04 42 90 90 67 - v.barre@arpe-paca.org / <http://www.arpe-paca.org>

Partenaire :

Europôle Méditerranéen de l'Arbois, technopôle de l'environnement, Christelle DEBLAIS
tel 04 42 97 17 20 - cdeblais@europole-med-arbois.org / www.europole-med-arbois.org