

L'organisation d'un événement, que ce soit un colloque ou une réunion technique demande des moyens humains et matériels conséquents, et présente donc un coût non négligeable. Offrir un contenu de qualité qui répond aux besoins des participants, et ce, dans un cadre serein, demeure la principale préoccupation des organisateurs.

Supports associés :

- S3 : Exemple de charte d'engagement
- S5 : Obligations réglementaires des entreprises concernant les déchets
- S6 : Quiz de sensibilisation à la prévention des déchets
- S7 : Argumentaire à destination des entreprises
- S10 : Exemple de rétroplanning d'événement
- S14 : Liste des tâches incontournables pour la préparation d'un événement

L'essentiel :

Conséquent à organiser, mais intéressant en terme d'impact, les principales tâches à retenir sont :

- Préparation (Budget, Comité organisation)
- Accueil
- Animation
- Inscription
- Organisation matérielle
- Satisfaction
- Calendrier
- Bilan

Cibles

Difficile de satisfaire toutes les entreprises en même temps. Les préoccupations d'un artisan ou d'un commerçant diffèrent beaucoup de celles d'un chef de grande entreprise / industrie. Cibler par secteur d'activité (automobile, hébergement), par taille d'entreprise (PME, PMI, TPE) ou par zone (site portuaire, zone d'activités) aide à construire le contenu de l'événement afin de répondre au plus près des attentes des acteurs locaux.

Gains attendus pour les entreprises

Un événement (colloque, réunion technique) est l'occasion de tisser des liens avec d'autres entreprises, de faire partie des acteurs moteurs du territoire, de communiquer sur son activité.

Pour les entreprises, cet événement permet également de disposer d'informations pour répondre aux enjeux (environnementaux, économiques, sociaux).

- **Gains économiques** directement liés à une réduction des déchets : coûts de production (achat des matières et consommables dont proviennent les déchets) et coûts de gestion interne et externe des déchets.
- **Gain en notoriété** : les actions mises en place pourront être valorisées par la collectivité, les partenaires, la presse et l'entreprise elle-même auprès de ses clients, fournisseurs et salariés.
- **Gain en sécurité** : optimiser le stockage ou éviter l'utilisation de substances dangereuses (substitution) réduit aussi les risques pour les salariés.

Objectifs

- **Sensibiliser / informer** sur la gestion et à la prévention des déchets afin de réduire les déchets de l'entreprise et susciter l'adhésion.
- **Valoriser** les entreprises "pionnières" : observation des bonnes pratiques et dialogue autour de cas concrets.
- Inscrire les entreprises du territoire dans une **dynamique pérenne et collective**.
- Présenter les labels existants (Imprim'vert®, Garage Propre, Envol), les dispositifs d'aide (subventions), les réseaux existants (club environnement)...
- Aider les entreprises à identifier et mettre en place des **actions** qui leur permettront de limiter leurs coûts directs et indirects de gestion des déchets.

Éléments de méthode

Choisir le format de l'événement : colloque ou réunion technique ?

Colloque	Réunion technique
<ul style="list-style-type: none">- sur un thème particulier- nombre de participants important- plénière ou en ateliers simultanés- information descendante essentiellement	<ul style="list-style-type: none">- visée plus restreinte : secteur d'activité, territoire- dimension "pratico-pratique"- 1 ou plusieurs groupes de travail- échanges favorisés avec les participants

Construire le programme de l'événement

Pour construire le programme, voici quelques questions préalables :

- Quel est l'**objectif** de cet événement ? Quelles retombées concrètes attendez vous ?
- Quelles sont les **attentes** des participants ? Votre thème de travail correspond-il à une attente réelle ?
- Quel **contenu** et sous quelle forme le transmettre ? Quelle durée ?
- Quel(s) **intervenant(s)** ? Sur quels critères les choisir ? Sont-ils complémentaires ?
- Avez-vous besoin d'une **prestation d'accompagnement** ? Pour l'organisation et/ou l'animation ? Un professionnel maîtrise les techniques d'interview et de prise de parole en public, il sait assurer le bon rythme de l'événement pour en garantir l'efficacité, sur la forme et sur le fond.
- Qu'attend-on des participants ?

Mobiliser les entreprises

Le public entreprise n'est pas facile à mobiliser. Il est donc important de **définir un temps de mobilisation et un mode de présentation adapté au public.**

Quelques astuces :

- Intégrer l'événement dans un programme connu des entreprises facilitera leur participation. (exemple : petits déj' de chambres consulaires, programme de conférences d'un club d'entreprises).
- Choisir une date et un horaire qui conviennent aux entreprises cibles. Par exemple, une réunion de commerçants pourra être locale et de préférence le lundi, en début de soirée et hors vacances scolaires. Attention à prévenir suffisamment à l'avance.
- Faire participer des entreprises à la préparation (éventuellement).
- Viser un programme attractif et adapté, voire avec la présence de personnalité(s).
- Lancer les **invitations** avec une véritable stratégie de communication : conférence de presse, publi-reportage, interviews, articles dans les revues professionnelles, sollicitation de réseaux professionnels ou utilisation de listing (SIRENE)...

Bon à savoir :

- Plaquette de sensibilisation : «[La réduction des déchets en entreprise – ça marche, ça rapporte et ça profite à tous](#)».
- Prévoir un rétroplanning (S10)
- Si vous souhaitez organiser une réunion d'échanges, des formes originales permettent d'aboutir rapidement à des résultats concrets. Par exemple : réunir des entreprises d'un même secteur d'activité pour traiter d'un problème commun (identifié par exemple lors d'une phase précédente).

Pour en savoir plus :

- [ADERE](#) : Autodiagnostic environnemental pour les responsables d'événements
- [Site ADEME sur l'éco-communication](#)
- [Guide de l'éco-communication](#)
- [Eco-événement](#)