

Votre évènement sportif s'inscrit dans une démarche de développement durable, pour une stratégie globale il faut également penser à une **communication numérique** qui prend en compte les impacts environnementaux. La communication est un poste important dans votre évènement, elle est le reflet de votre manifestation, tout l'enjeu est là ! Vous souhaitez une communication numérique attractive, innovante, originale **mais responsable**. Cette fiche, **sans être exhaustive**, vous apportera les principaux outils pour vous orienter dans cette démarche.

NB : nous vous proposons en complément une fiche **Actions !** sur la communication papier responsable (cf [LCI](#))



La communication numérique désigne les actions qui visent à diffuser des messages via un média numérique comme les applications mobiles ou encore le Web.

Les enjeux d'une communication numérique responsable pour un évènement sportif sont donc de limiter son impact environnemental, réaliser des économies, de sensibiliser les différents publics ainsi que de mettre en cohérence ses discours avec ses actions.

La communication numérique à quel moment de l'évènement ?

- ↳ Posts sur les réseaux sociaux et site internet d'informations pratiques avant évènement
- ↳ Accès sous forme de téléchargement aux programmes et flyers
- ↳ Communication interne à destination du comité d'organisation, des bénévoles, des participants, des partenaires, des collectivités locales, se faisant généralement par mail ou groupe de discussion
- ↳ Post sur les réseaux sociaux de photos/vidéos, le jour de l'évènement (faire des Direct sur Fb le jour même par exemple)
- ↳ Post sur les réseaux sociaux et site internet sur un retour en image et un bilan après évènement



Quelques constats

Une recherche d'**une minute** sur Internet consomme 100 watts sur un ordinateur fixe, 20 watts sur un ordinateur portable, quelques watts sur une tablette, et encore moins sur un téléphone (Source : [ADEME](#))

En 2019, l'empreinte environnementale du **numérique mondial** représente un **7^{ème} continent de la taille de 2 à 3 fois la France** (Source [GreenIT](#))

34 milliards d'équipements peuplent le monde en 2019, pour 4,1 milliards d'utilisateurs, ce qui représente **8 équipements par utilisateur**. (Source [Carbo Academy](#))

Envoyer un email comprenant une pièce jointe de 1 MB revient à générer la même quantité de gaz à effet de serre (GES) que celle causée par la **production d'un sac en plastique** (Source [Greenly.earth](#))

Faire le choix entre imprimer ou télécharger

Lors de chaque consultation en ligne, les serveurs sont sollicités et consomment de l'énergie (on parle ici de « charge serveur »).



Ce qui implique que ; si le document est amené à être consulté de nombreuses fois (**planning, parcours, liste participants, bénévoles,**) il est préférable de privilégier un support papier. Sinon, la solution est de télécharger le document pour éviter une consultation en ligne (inciter également le public à télécharger le document lors de la consultation en ligne).



Néanmoins, **s'il s'agit d'une information simple** (informations sur la date, le lieu, l'accès au parking, conseils pratiques, ...), il faudra ici privilégier le numérique comme le mail ou un post sur le site internet.

Les mails

*Une newsletter envoyée à une personne équivaut à 10 gr. de CO2.
*Un mail sans pièce jointe équivaut à 4 gr. de CO2.
*Selon l'organisation Carbon Literacy Project, envoyer une photo de 1 Mo à dix destinataires équivaut à parcourir 500 mètres en voiture.

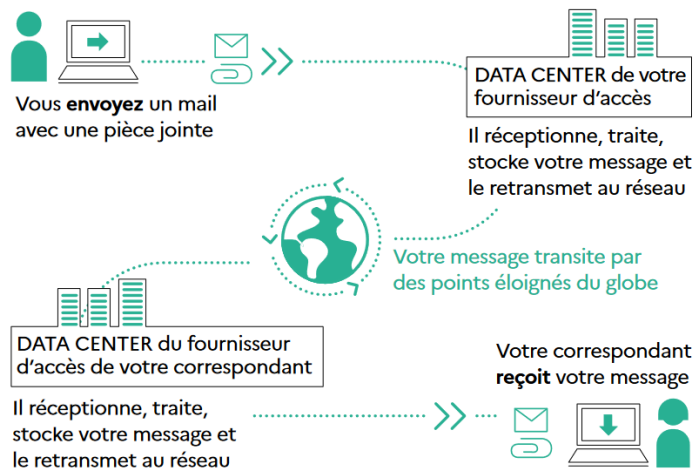
Afin de réduire au mieux notre impact environnemental avec l'outil e-mail, des solutions simples existent. En voici quelques-unes :

- Privilégiez l'outil « répondre » à l'outil « répondre à tous » afin de réduire la liste des destinataires.
- Evitez les pièces jointes inutiles ou compressez les pièces jointes, envoyer le lien vers le serveur local/drive si possible, favoriser le format HTML
- Ne pas mettre de photo dans sa signature de mail (car représentée comme une PJ)
- Supprimer régulièrement les courriels qui ne servent pas. Souvent les mails classés dans « messages envoyés » et « corbeille » peuvent être supprimés car le stockage n'est pas utile. Tout ce qui n'est pas supprimé est stocké dans les data centers (**40%** de la consommation électrique des data centers est utilisée uniquement pour le refroidissement de ceux-ci).
- Utiliser le logiciel [Cleanfox](#) qui trie les mails automatiquement (sans vol de données personnelles)
- Mettre à jour vos listings et ainsi éviter des envois sur des adresses erronées.
- **Privilégier le sms** au mail

Il est important d'être assidu dans la réalisation de ces solutions afin d'obtenir un résultat appréciable.

Alléger ses mails

L'ENVOI D'UN MAIL: COMMENT ÇA MARCHE?



Source : ADEME

Le site internet de mon évènement ou de ma structure

- Choisir un concepteur site web éco - responsable (si vous ne créez par vous-même votre site)
- Rédiger un cahier des charges éco-responsable pour la réalisation de votre site
- Evitez les fonctionnalités inutiles ainsi que la lecture automatique des vidéos et optimiser la taille des fichiers.
 - Eco conception d'un site Web, [le guide](#)
- Si le site le permet, il est préférable d'utiliser la **version nuit** (ou « dark mode »). Les pixels noirs sont 6 fois moins gourmands en énergie que les pixels de couleur.
- Préférer un design simple et épuré
- Favoriser un site accessible pour tous, selon le Référentiel Général d'Accessibilité pour les Administrations ([RGAA](#))
- Choisir un hébergeur responsable (qui utilise des énergies renouvelables pour alimenter les serveurs, qui compense les émissions de carbone..)



Le Green Code Label récompense l'éco-conception des sites internet. Il s'appuie sur un référentiel précis, consultable en ligne : label.greencodelab.org

- Inscription à la newsletter : informer les personnes sur la collecte et la gestion de leurs données et la possibilité de se désabonner de la newsletter (la loi [RGPD](#), du 20 juin 2018)
- Evaluer la performance énergétique de son site internet :
 - <https://www.ecoindex.fr/>
 - Mesurer le poids et le nombre de newsletters envoyées

Communiquer sur les réseaux sociaux de façon responsable

- Favoriser le contenu « responsable » d'un post :
 - Optimiser les images ou ne pas mettre d'images
 - Privilégier un lien vers une vidéo plutôt que le lancement automatique
- Entrer une cible pour votre post pour être plus efficace et donc créer moins d'impact environnemental
- Programmer la diffusion (cela permet de réguler le temps passé sur les réseaux et d'être régulier dans la publication)
- Se renseigner sur les réseaux sociaux éco-responsables et sélectionner des RS adaptés à votre public - Plus d'information [ICI](#).
- Valoriser votre engagement pour une communication numérique responsable

BONUS

Les autres actions possibles de réduction d'impact pour les équipements numériques

- Activer la **mise en veille automatique** et le mode économie d'énergies des appareils
- **Baisser** la luminosité des écrans.
- S'équiper d'un **ordinateur portable** plutôt qu'un fixe (*consomme 50 à 80% en moins d'énergie*)
- **Débrancher la connexion internet** des locaux les nuits et les week-ends
- Réparer avant de jeter les appareils défectueux ou les jeter dans les **DEEE*** (Déchets Equipements Electriques et Electroniques)
- Allonger la durée de vie de vos équipements numériques
- Taper directement l'**adresse** d'un site, ou l'enregistrer dans ses **favoris**, plutôt que d'écrire de soi-même le site auquel on veut se rendre, afin de diviser par 4 l'émission de Gaz à Effet de Serre (GES).
- **Eviter d'ouvrir trop d'onglets** en même temps car cela chauffe les serveurs
- Utiliser un moteur de recherche innovant gratuit : **Ecosia**, qui compense les émissions de carbone en plantant des arbres par exemple ou **Lilo**, qui permet de d'aider à la mise en œuvre de projets solidaires.

Ressources :

[Le guide la communication responsable](#), ADEME (payant)

Le site [Communication responsable](#), ADEME

[GreenIT.fr](#), communauté d'acteurs numériques responsables (à l'origine de démarches de sobriété numérique, numérique responsable, éco-conception de service numérique et slowtech, lowtech et plus globalement à un avenir numérique alternatif, plus enviable pour nos enfants)