

POUR UNE CULTURE DE L'ÉVÉNEMENTIEL RESPONSABLE

AMBITIONS ET STRATÉGIE POUR LA MISE EN OEUVRE
DE PRATIQUES DURABLES AU SEIN DU FESTIVAL D'AVIGNON

PLAN D'ACTION 2020-2021



PRÉSENTATION DU PLAN D'ACTION 2020-2021

Le monde évolue et le Festival d'Avignon avec lui.

La mise en œuvre de pratiques durables s'inscrit dans la continuité d'une politique de développement. Là où nous avons fait plus, nous voulons maintenant faire mieux, penser en termes de qualité, et développer une approche systémique vers un nouveau mode de vie durable.

Le Festival souhaite assumer sa responsabilité d'entreprise vis-à-vis de nos sociétés, et particulièrement au sein du spectacle vivant. Nous aimerions inspirer, comme les artistes nous inspirent.

Le Festival s'adresse à ses salariés, ses spectateurs, ses partenaires, pour construire ensemble un sens de la durabilité qui ferait culture commune.

OBJECTIFS DURABLES

- valoriser et intensifier les actions menées depuis 2011 au sein du Festival d'Avignon
- passer d'une démarche de développement durable à une responsabilité sociétale de l'entreprise
- fédérer une équipe en interne sur les enjeux de la durabilité
- structurer les actions durables de manière transversale
- assurer la qualité de notre travail auprès de nos partenaires et du public

POUR MÉMOIRE

Fondé en 1947, par Jean Vilar, le Festival d'Avignon est aujourd'hui l'une des plus importantes manifestations internationales du spectacle vivant. Chaque année, durant trois semaines, au mois de juillet, le Festival transforme Avignon en ville théâtre et son patrimoine en différents lieux de représentation. Ainsi le Festival investit une vingtaine de lieux dans le Grand Avignon (des lieux de patrimoine tels que la Cour d'honneur du Palais des papes, les Cloître des Carmes et des Célestins, la Cour du lycée Saint-Joseph, des gymnases tels que les gymnases des lycées Mistral, Aubanel, Saint-Joseph et des lieux de spectacles de structures partenaires tels que l'Opéra du Grand Avignon, l'Autre Scène du Grand Avignon, la Chartreuse de Villeneuve lez Avignon, etc.) et accueille une cinquantaine de spectacles pour environ deux cent cinquante représentations. De nombreuses manifestations gratuites sont également proposées durant le Festival tels que le feuilleton théâtral à la médiathèque Ceccano, des expositions, des rencontres, des débats, des lectures, etc. Le Festival d'Avignon délivre chaque année environ 110 000 billets sur ses représentations payantes. Depuis 2014, le Festival d'Avignon est dirigé par Olivier Py, premier artiste à la tête du Festival depuis Jean Vilar. En 2019, le Festival d'Avignon s'est déroulé du 4 au 23 juillet.

SOMMAIRE

PLAN D'ACTION 2020-2021	1
PRÉSENTATION DU PLAN D'ACTION 2020-2021	2
1. LES CHIFFRES DE LA 73ÈME ÉDITION	5
2. PLAN D'ACTION DURABLE 2020	6
2.1. TRANSPORTS	6
2.2. GESTION ET PRÉVENTION DES DÉCHETS	10
2.3. MAÎTRISE DES CONSOMMATIONS.....	13
2.4. POLITIQUE D'ACHATS, CHOIX DES ÉQUIPEMENTS ET DES PRESTATIONS.....	15
2.5. COMMUNICATION ET PROMOTION DE L'ÉVÈNEMENT	17
2.6. ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT	19
2.7. INCLUSION SOCIALE ET SOLIDARITÉ.....	21
3. SUIVI ET ÉVALUATION DE LA DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE	23
3.1. L'ÉQUIPE DURABILITÉ.....	23
3.2. CRITÈRES ET ENJEUX DE L'ÉVALUATION NORMATIVE.....	24

1. LES CHIFFRES DE LA 73ÈME ÉDITION

DATES	Du 4 au 23 juillet 2019 (20 jours)
SPECTACLES	43 spectacles pour 282 représentations totales
LIEUX	37 lieux (dont 16 en itinérance)
ÉQUIPES	789 artistes 33 salariés permanents (CDI) 666 salariés temporaires (CDD, CDDU)

2. PLAN D'ACTION DURABLE 2020

2.1. TRANSPORTS

TRANSPORTS EN COMMUN ET MOBILITÉS DOUCES

Le Festival incite les publics comme les équipes à utiliser différents modes de **transport doux** (vélos, marche) mais également les **transports en commun** à l'année et pendant le Festival. Parfois, il organise directement la mise en place de ces transports. En effet, pendant le Festival, l'association met en place un **service de navettes** payantes (prestataires privés) pour se rendre sur les lieux de spectacles éloignés du centre-ville d'Avignon.

Fréquentation des navettes en 2019

- L'Autre Scène à Vedène :

Pourcentage de spectateurs concernés : 44 % de la jauge (sur un total de 4877 spectateurs)

Remplissage jauge navette : 94% (89,24% + 98,45%) soit 2143 personnes touchées

Prix du billet AR : 4,50€

- Opéra Confluence :

Pourcentage de spectateurs concernés : 42% de la jauge (sur un total de 6708 spectateurs)

Remplissage jauge navette : 80% soit 2797 personnes

Prix du billet AR : 3€

Total : 4940 usagers

Le Festival d'Avignon travaille en collaboration avec le **réseau Orizo** (ex-TCRA) et relaie sur ses différents supports de communication, notamment sur son site internet, les informations concernant les **lieux de spectacles et les transports en commun** : carte du réseau, lignes, horaires des bus et du tramway...

Le Festival invite à utiliser les modes de transport doux (marche, vélo) en proposant notamment aux utilisateurs de **l'application mobile** de calculer leur temps de trajet entre deux horaires de spectacles.

Illustration 1: La carte interactive sur le site du Festival



COVOITURAGE

Par le passé, le Festival a déjà communiqué sur les services d'une plateforme de covoiturage mais le succès n'a pas été au rendez-vous. Pour 2021, le Festival envisage de relayer les informations sur une plateforme de covoiturage fiable et éthique pour engager les participants dans une démarche de collaboration active plutôt que de consommation.

VÉHICULES ÉLECTRIQUES

En 2019, le service technique a testé avec succès l'usage de 4 vélos et de 2 triporteurs électriques pour le déplacement de ses équipes internes et du petit matériel.

En 2020, nous souhaitons augmenter notre flotte et remplacer un ancien véhicule thermique de fonction par un véhicule électrique. De nouveaux racks à vélos permettront à l'équipe permanente d'utiliser davantage les transports doux pendant la manifestation, et des vélos électriques et triporteurs seront utilisés à nouveaux pour les déplacements des équipes et du petit matériel.

ÉVALUATION

Le Festival a participé à une **enquête** menée par le cabinet GECE **sur les modes de transports des festivaliers** et les impacts économiques du Festival.

ORIGINE DES SPECTATEURS ET RETOMBÉES ÉCONOMIQUES

16,5% - des festivaliers habitent la communauté d'agglomération du Grand Avignon

72,5% - des spectateurs proviennent des métropoles hors région Sud

60,5% - d'entre eux sont des touristes qui séjournent sur le territoire

80,5% - d'entre eux résident dans un hébergement marchand

93% - ne seraient pas venus sans le Festival d'Avignon

ARRIVÉE DES TOURISTES SUR LEUR LIEU DE SÉJOUR

55% - sont venus en transport en commun (dont 51% en train)

43% - sont venus en voiture

7,5 – c'est le nombre moyen de nuitées d'un spectateur

MODES DE TRANSPORT DES SPECTATEURS VERS LE FESTIVAL

39% - viennent en transports doux (vélo, marche à pied)

32% - viennent en voiture

28% - viennent en transports en commun

ATTENTES DES FESTIVALIERS

53% - estiment que le Festival devrait proposer des navettes gratuites

40% - des automobilistes déclarent que l'offre de transport en commun ne leur convenait pas

40% - des usagers de transport en commun l'ont fait par souci écologique

Grâce aux résultats de l'enquête, le Festival est en mesure de démontrer la **réelle nécessité d'adapter les modes de transport en commun** aux besoins de la période du Festival (extension des horaires de circulation des lignes de train régionales, parkings relais, garages à vélos, etc.) pour **améliorer nos propositions** en déplacements éco-responsables.

NOS BESOINS ET PRIORITÉS

Les équipes du Festival d'Avignon viennent majoritairement à vélo ou en transports en commun. Les personnes qui habitent plus loin sont confrontées à des horaires trop réduits par rapport à leur période de travail (pas assez de train/bus par heure ou amplitude trop réduite) et se trouvent contraints de venir en voiture individuelle. Ils auraient ainsi besoin d'un **élargissement des horaires des transports**. Les cyclistes revendiquent aussi des **garages à vélos supplémentaires** près **des lieux de représentations**. Enfin, la capacité actuelle des parkings relais atteint rapidement son maximum, et appelle au développement de **nouveaux services d'intermodalité**.

Le principal levier d'action sur les transports pour le Festival d'Avignon réside dans un dialogue ouvert auprès des collectivités en faveur d'une **multiplication de l'offre publique de transports** :

- volumes et horaires adaptés aux représentations
- développement des parkings relais avec navettes fréquentes
- multiplication des parkings à vélo sécurisés

Les équipes saisonnières du Festival guident les spectateurs vers les navettes



2.2. GESTION ET PRÉVENTION DES DÉCHETS

COORDINATION

Le Festival d'Avignon participe au comité de pilotage du projet "**Éco-Festival**" où sont également présents la ville d'Avignon, le Grand Avignon, l'association Avignon Festival & Compagnie (AF&C) et la fédération des commerçants du Grand Avignon. Le comité travaille sur la mise en place de dispositifs permettant d'améliorer l'éco-responsabilité des activités liées à la période du Festival, à travers notamment une politique d'**éducation à l'environnement**.

TRI DES DÉCHETS

Depuis 2019, le Festival **poursuit sa politique de réduction et de tri des déchets en continuant** de trier séparément les gobelets plastiques, les déchets recyclables, les bouteilles plastiques et canettes, les cartouches d'encre, piles usagées et téléphones portables, le papier et petits cartons, le verre mais également le bois et le tissu et le fer. Le Festival a augmenté son volume de collecte, de tri et de recyclage grâce à une meilleure identification des poubelles de tri sur ses différents sites (permanents et temporaires) et à l'intensification de possibilité de tri dans l'espace public:

- En interne, une meilleure identification des poubelles de tri pour les équipes par l'achat de nouveaux bacs en 2019.
- Les lieux de représentations sont également équipés en bacs de tri, et ce dès le début du **montage** et jusqu'à la fin du **démontage**, ainsi que dans les zones de **coulisses**, ainsi qu'aux ateliers de construction.
- Chaque année, un travail est mené en amont du festival avec le Grand Avignon et la Ville d'Avignon pour la mise à disposition de **150 bacs de tri biflux**. Le Grand Avignon et la Ville d'Avignon **assure la collecte** et le transport des déchets jusqu'au centre de traitement et de valorisation du Grand Avignon, à Vedène.
- Les déchets qui ne sont pas valorisés dans les circuits des collectivités sont retournés vers des **filières indépendantes** : cartouches d'encre, gobelets plastiques à usage unique, piles usagées, téléphones portables, tissus.
- Les matériaux de construction sont triés et les chutes des filières bois et métal font l'objet d'une **revalorisation économique**.

En 2020, les signataires de la charte écofestival ont créé une **carte transversale** qui permette l'**identification de 100% des lieux** nécessitant un renforcement en bacs de tri. En raison d'un nombre important d'erreurs de tri, le Festival d'Avignon a décidé d'investir durablement dans des équipements qui permettront une meilleure identification.



Le Festival d'Avignon récupère les déchets électroniques

DÉCHETS COMPOSTABLES

En 2019, un compost a été installé à la **FabricA**, lieu de création et de répétition du Festival d'Avignon, accueillant tous les types de publics dont des artistes en résidence et des jeunes bénéficiaires de nos actions d'éducation artistique et culturelle (EAC). À terme, il pourrait servir le projet voisin de **jardin partagé** qui est en cours de création par l'association Semailles dans un quartier où la réappropriation de l'environnement participe au renforcement des relations sociales de proximité.

En 2020, un projet de compost est en cours au niveau du **cloître Saint-Louis**, où les équipes vont pouvoir bénéficier pleinement du nouvel espace cuisine et d'un petit extérieur.

INDICATEURS RECYCLAGE 2019

Verre

18m3 – le volume de verre collecté sur le bar et les lieux de réception

42h – le volume horaire consacré à la collecte sur le site Pasteur et le bar Saint-Joseph

24 – le nombre de passages effectués par les agents de collectivités

Gobelets plastiques

184kg – volume recyclé avec Elise

640L – volume total d'accueil des 8 corbeilles

3850L – volume total d'accueil des 5 bacs

3 – le nombre de collectes effectuées

Déchets Industriels Banals

21,4 tonnes (bois, fer, textiles etc)

Papiers

10,488 tonnes (papiers, cartons)

2020-2021 : ZÉRO DÉCHETS PLASTIQUES À USAGE UNIQUE

Le Festival d'Avignon est signataire depuis 2019 de la charte "Drastic on Plastic" du COFEES (Collectif des Festival Eco-Responsables et Solidaires). À ce titre, il s'engage sous trois ans à remplacer l'utilisation de plastiques à usage unique par des alternatives durables.

Le Festival d'Avignon gère quatre **lieux de convivialité**, dont deux qui proposent de la restauration. Les responsables de ces espaces sont sensibilisés aux enjeux de durabilité.

Cette année, dans le cadre de sa politique "zéro déchets plastiques à usage unique", le Festival se rapproche d'associations et de **prestataires** pour investir dans l'achat ou la location de solutions alternatives (vaisselle 100% compostable, lave-vaisselles professionnels), ainsi que des structures de réinsertion pour gérer la vaisselle réutilisable (ecocup) pendant le Festival.

À l'année, les équipes du Festival d'Avignon utilisent de la vaisselle lavable au sein d'un nouvel **espace cuisine** inauguré en février 2020.

Ces démarches conduiront le Festival à une réduction drastique de l'utilisation du plastique à usage unique. Cela se traduit notamment par la **suppression des gobelets plastiques à usage unique** sur les lieux de réception du Festival, et permettant ainsi l'économie de 184kg de gobelets (indice 2019). Un système **d'écocup** neutres consignés sera mis en place sur l'ensemble des lieux de réception. De plus, le public, les équipes et les artistes seront incités à se munir de **gourdes personnelles**. La boutique officielle du Festival proposera également des gourdes à la vente.

NOS BESOINS ET PRIORITÉS

Le Festival souhaite participer à une collecte du Grand Avignon pour **mieux comprendre le schéma de valorisation** des déchets et adapter ses actions de tri.

Le Festival aimerait **mutualiser les achats** de matériel durable avec les autres festivals membres du COFEES. Nous avons besoin notamment de **12 000 écocup** (2 lots de 6000 qui tournent) avec un **lavage centralisé** au niveau de la plonge du lycée Saint-Joseph.

L'un des principaux leviers d'action sur les déchets pour le Festival d'Avignon réside dans la nécessité de former le personnel et de le sensibiliser notamment pour les saisonniers et intermittents (créer des affichettes/pictos pour rappel). Aussi, la création d'une **charte fournisseurs** réclamant la mise en place systématique d'équipements compostables, lavables ou recyclables pour mettre fin à l'usage des plastiques à usage unique.

2.3. MAÎTRISE DES CONSOMMATIONS

ÉCLAIRAGES

En 2019, le Festival d'Avignon a continué de faire migrer son parc lumières vers de la **technologie LED**, moins énergivore et qui dégage moins de chaleur, notamment pour s'adapter aux normes techniques de sécurité sur les plateaux.

- Achat d'un lot de matériel d'occasion (12 rampes LED LDDE, 8 découpes LED ETC, 4 PAR LED ETC) à la Cie « Les ateliers contemporains » (Claude Regy).

- Achat de 2 découpes LED forte puissance à la société Robert Juliat (Découpe modèle « Charles »), utilisation de 6 appareils à la Cour d'Honneur via un complément en partenariat et location.

Cette **transition de notre parc lumières** doit s'accélérer en 2020 avec une incidence positive sur notre consommation d'énergie.

CONSOMMATION COURANTE

Nous portons une attention sur l'**efficacité énergétique** des appareils électriques que nous achetons ou que nous louons. L'augmentation de nos usages informatiques (logiciels plus performants, e-mailing généralisé en interne, utilisation de services décentralisés en "cloud-computing"...) se traduit par une **hausse des consommations d'électricité**, d'où la nécessité d'une réflexion sur la **sobriété énergétique**, ainsi qu'un approvisionnement en électricité d'origine renouvelable.

ÉLECTRICITÉ RENOUVELABLE

En 2019, le Festival a mis en place un partenariat avec **Enercoop** pour alimenter **6 lieux** de spectacles en **électricité d'origine 100% renouvelable** : le gymnase du lycée Aubanel, le lycée Saint-Joseph, le lycée Mistral, le gymnase Paul Giera, le cloître des Carmes et le musée Calvet.

Le plan d'action 2020-2021 implique d'**élargir ce partenariat** sur les lieux permanents du Festival notamment la FabricA et l'appartement rue Crillon, ainsi que d'autres lieux mis à disposition par la ville. Ce souhait implique une **collaboration active** avec les propriétaires des bâtiments. Le **Cloître Saint-Louis**, où les salariés travaillent à l'année, appartient par exemple à la Ville d'Avignon, et le Festival compte sur l'implication municipale pour évoluer vers une alimentation en électricité verte.

EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

Le Festival d'Avignon va procéder à un **audit énergétique** de la FabricA afin de mieux identifier ses consommations et les solutions possibles (ex : Gestion Technique Centralisée (GTC), panneaux solaires).

CLIMATISATION

La lutte contre la canicule est une contrainte croissante pour le Festival d'Avignon et pour la ville, qui voient se multiplier les dispositifs de climatisation fortement consommateurs en énergie et producteurs de chaleur supplémentaire à l'extérieur des bâtiments. L'enjeu est double : il consiste d'une part à équiper les lieux de spectacles avec des **blocs de climatisation** plus performants, et d'autre part à améliorer l'**isolation énergétique** des bâtiments. Le second bloc climatisation du gymnase Aubanel a été changé en avril 2019. Le changement du premier en 2018 avait généré 14% d'économies sur la facture énergétique. Avec ses 2 nouvelles CTA (centrale de traitement d'air) la climatisation du gymnase Aubanel est diminuée de moitié.

En 2021, nous réaménagerons les **guérites de la billetterie** sur les lieux de spectacle pour rendre leur usage possible pour le personnel et le matériel malgré les fortes températures. Nous travaillons également au réaménagement de la **boutique** du Festival pour diminuer son impact énergétique et mettre en cohérence les produits mis en vente avec l'infrastructure. Des solutions bioclimatiques sont à l'étude pour éviter le recours à la climatisation de ces espaces ouverts (difficiles à rafraîchir).

L'EAU, BIEN COMMUN DE L'HUMANITÉ

En 2019, le Festival a testé la mise à disposition de **toilettes sèches** pour le public, et souhaite reconduire ces installations en 2021. Nous étudions également la possibilité d'installer des **mousseurs** sur les robinets de nos bâtiments permanents pour réaliser des économies. Le Festival d'Avignon souhaite privilégier l'utilisation de l'**eau** potable issue des réseaux publics. Pour rappel, la France est un des pays possédant les meilleurs systèmes de traitement pour assurer un accès de qualité à l'eau potable. Ainsi deux lieux de réceptions seront désormais équipés de **fontaines reliées directement à l'eau publique**, en remplacement de quatre fontaines à bombonnes plastiques.

INDICATEURS

50% d'économies d'énergies grâce aux nouveaux blocs climatisation du lycée Aubanel (2019)

32 lots d'éclairages LED utilisés en 2019

NOS BESOINS ET PRIORITÉS

Les équipes techniques ont des connaissances de base sur les consommations énergétiques des appareils, mais expriment le besoin d'une **formation approfondie** et détaillée sur les **critères d'évaluation** qui nous permettraient de mieux évaluer et adapter nos actions.

Le Festival d'Avignon souhaite attirer l'attention sur la proportion que représente le pic de consommations énergétiques liées à son activité estivale, par rapport à ses consommations annuelles, certes plus "discrètes" mais qui enregistrent le plus de dépenses dans le temps (chauffage et alimentation du cloître Saint-Louis et de la FabricA). C'est sur ces **lieux permanents** que nous pourrions agir le plus efficacement, avec le concours des collectivités, en assurant un équipement en **LED** et un approvisionnement avec **Enercoop**, et en installant par exemple un système de **Gestion Technique Centralisée** (GTC) ainsi que des **panneaux solaires**.

2.4. POLITIQUE D'ACHATS, CHOIX DES ÉQUIPEMENTS ET DES PRESTATIONS

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le Festival achète parfois du **matériel d'occasion** pour permettre aux objets les plus durables d'aller au bout de leur cycle de vie, comme nous l'avons fait pour les **30 lots d'éclairage LED**.

De la même manière, nous commençons à acheter et mettre à disposition des téléphones portables professionnels de marque "**Fairphone**", plus faciles à réparer, dans le but de participer à la **lutte contre l'obsolescence**.

En 2020-2021, nous poursuivons la démarche consistant à aménager les lieux de réception avec des **matériaux de récupération**.

Le Festival étudie également la possibilité d'utiliser la **monnaie locale** "La Roue" au sein de sa boutique.

PRESTATAIRES

Pour 2020, le Festival d'Avignon continue d'intégrer des critères environnementaux dans le choix de ses fournisseurs et prestataires (cahier des charges, labels, certification, étiquetages...) :

- **carton** biosourcé, recyclé et/ou recyclable (fournisseur RAJA)
- approvisionnement en **produits ménagers** et d'entretiens éco-labélisés (Coldis).
- démarches en **circuit court** et au niveau local, au niveau de l'alimentation notamment
- utilisation de **papiers** biodégradables, recyclables et issus de forêts gérées durablement pour l'impression de nos supports de communication (Imprimeurs : Orta et Maury)
- produits quasi-exclusivement **sans solvants** (essentiellement à l'eau) en ce qui concerne droguerie et peintures.
- **aliments** livrés frais, locaux, biologiques, si possible en vrac ou dans de gros contenants
- poursuite de notre partenariat avec **Biocoop** auprès de qui nous bénéficions d'une remise automatique de 10% sur tous nos achats.
- partenariat avec un prestataire pour une **restauration rapide** 100% bio et 100% vaisselle recyclée ou recyclable (prestataire 2019 : NENA)
- présentation de davantage de produits locaux et/ou conçus avec des matériaux ou ingrédients respectueux de l'environnement dans la **boutique officielle** du Festival d'Avignon.
- création d'une **charte fournisseurs**, notamment en ce qui concerne la restauration.
- offre de **collations de qualité** s'inscrivant dans une démarche éco-responsable aux bénéficiaires de nos actions EAC, et élargissement de cette pratique à nos rencontres avec le publics (Rencontres à la FabricA, Conférence de presse etc).
- prise en compte de la **localisation** dans le choix des partenaires. Nous travaillons par exemple avec un nouvel imprimeur à Lyon pour les programmes de l'édition 2020, ainsi qu'avec notre imprimeur Orta à Avignon pour les plus petites communications.

FOCUS : LA BOUTIQUE

Une gamme de produits éco-responsables a été sélectionnée et mise en vente à la boutique du Festival en 2019. Il s'agit de produits fabriqués à base de matières plus respectueuses de l'environnement et/ou de produits locaux (T-shirts et tote-bags en coton bio, crayons et toupies en bois brut, Carnets en papier recyclé, Miel de production locale, Châles en laine mérinos, Espadrilles, etc.). C'est une ligne qui se développera cette année.

NOS BESOINS ET PRIORITÉS

En 2020, le Festival souhaite travailler en priorité sur la rédaction et la promotion de sa **charte fournisseurs**, garantissant ainsi la qualité des démarches entreprises au sein de sa politique d'achats, de choix des équipements et des prestations. Cette démarche s'accompagne d'un travail de sensibilisation auprès des équipes internes qui peuvent désormais accéder à un **annuaire des prestataires éco-responsables**.

Illustration 3: Le Festival valorise le savoir-faire de Provence



2.5. COMMUNICATION ET PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT

DÉMARCHE QUALITÉ

Nous intégrons des critères environnementaux dans la conception de nos supports de communication, comme l'utilisation courante de **papier écolabellisé**, ainsi que dans l'évaluation des offres d'impression. Ainsi, nos documents de communication sont produits par l'entreprise Avignonnaise Orta avec des **encres végétales** sur des papiers biodégradables, recyclables et issus de forêts gérées durablement. Pour les feuilles de salles, tracts et affiches, le papier est recyclé à 25% et bénéficie de plusieurs certifications (Forêt FSC, sans chlore, sans acide, ISO 9706, sans métaux lourds etc.)

CHANTIER DE DÉMATÉRIALISATION

Nous réalisons un suivi des quantités imprimées et diffusées afin d'**adapter le nombre d'impressions** d'une année sur l'autre pour éviter le gaspillage : le travail important mené en 2019 autour de la **communication dématérialisée** a été renforcé par le passage en version numérique des contrats de travail et bulletins de salaires, et via la mise en ligne et en téléchargement de différents supports de communication ainsi que le lancement d'une application permettant de remplacer le guide du spectateur.

Le Festival met en ligne et en **téléchargement différents supports de communication afin de limiter les impressions**. En 2019, la diminution des papiers imprimés est de :

- moins 30 000 guides du spectateur (1,71 tonne)
- moins 2 000 avant-programmes (24.57 kg)
- moins 2 000 cartes postales (10.5 kg)
- 2 000 guides du professionnel avec une diminution de 16 pages (185 kg)
- Soit plus de **2 tonnes de papier économisés**.

En 2020, la dématérialisation se poursuit avec l'acquisition d'un **logiciel métier** plus performant ainsi qu'une restructuration du réseau informatique et la mise à jour de l'application mobile. À cette démarche s'ajoutera en 2021 la mise en place d'un système de boîtes présentes à la sortie des spectacles et encourageant les spectateurs à la **remise en circulation des programmes**.

VALORISATION

En 2019, le Festival d'Avignon communique sur sa **démarche éco-responsable** au travers de son site internet, son programme, son guide du jeune spectateur (par le biais d'un focus spécifique, avec une double page dédiée en 2019), le cahier des régisseurs, le livret des compagnies et le guide d'accueil de la FabricA.

En 2020 et 2021, notre engagement sur la priorité environnementale sera valorisé à travers une **communication spécifique** sur l'ensemble de nos supports (programme, dossier de presse, réseaux sociaux), ainsi que la mise en place d'une rubrique dédiée à la « responsabilité sociétale et environnementale » suite à la refonte du **site internet**.

2.6. ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT

À TRAVERS LA PROGRAMMATION

La programmation du Festival amène le public à s'interroger sur des **enjeux de société**, et notamment en ce qui concerne l'environnement.

En 2019, deux temps des **ateliers de la pensée** étaient en lien direct avec les préoccupations environnementales qui touchent nos sociétés contemporaines : "Le sentiment de la nature" et "Comment vivre avec la fin du monde ?".

En 2020, plusieurs événements de la programmation devaient continuer d'aborder des sujets liés à la question environnementale, notamment La Revue du Crieur et Mediapart sur le thème des "mondes invisibles, mondes secrets, mondes sauvages", et Amnesty International autour d'une rencontre sur l'action collective face à la **crise climatique**.

VIA LA FORMATION INTERNE

La **lettre d'information durable** lancée en 2019 continue cette année, avec une sortie trimestrielle à mensuelle, dans le but d'informer les salariés du Festival sur l'avancée de nos actions en interne.

En 2021, l'ensemble de nos **supports de communication** interne à destination des équipes (cahier des régisseurs, livret des compagnies, guide d'accueil de la FabricA et prochainement le guide des salariés) comprendront une partie intégrant les enjeux de durabilité.

L'objectif pour chacun - permanents, saisonniers et intermittents - est d'évoluer durablement vers des pratiques éco-responsables, en **se formant** pour développer des compétences, capacités, connaissances et savoirs-être en matière de durabilité et RSE.

Un dossier présent sur le réseau interne des équipes leur met à disposition des guides thématiques et diverses **ressources** sur l'événementiel durable en provenance de différents organismes reconnus pour leur travail sur l'écologie : ADEME, WWF, NégaWatt... Les salariés sont ainsi sensibilisés en interne, par exemple, sur l'impression en recto verso et en noir et blanc ou sur le tri dans les messageries électroniques.

Le Festival d'Avignon est également membre du **réseau COFEES** (Collectif des Festivals Ecoresponsables et Solidaires) en région Sud. Nous disposons grâce à cela de nombreuses ressources, ainsi qu'à une formation en ligne "Festival éco-responsable" via le **MOOC** (Massive Online Open Course) du **Collectif des Festivals de Bretagne**.

ÉDUCATION ARTISTIQUE ET CULTURELLE (EAC)

Mener une politique de durabilité, c'est aussi participer à la construction d'un **environnement social** sain et durable. Ceci représente le cœur de métier du Festival d'Avignon, depuis sa création. Les bilans de notre action au sein du paysage culturel national ainsi que des actions d'EAC menées auprès du jeune public sont disponibles auprès des services de relations avec le public du Festival.

INDICATEURS

41% - des spectateurs connaissent les engagements écoresponsables du Festival d'Avignon

NOS BESOINS ET PRIORITÉS

- Dégager du **temps de formation** et identifier des structures et aides à la formation pour les équipes qui sont souvent aux prises avec l'opérationnel.
- Identifier des **supports d'information** pertinents sur les bonnes pratiques à adopter au sein de l'association, et dans la société en général.
- Partager notre **expérience** avec les autres festivals à travers les réunions du COFEES.

Le public du Festival au Feuilleton Ceccano



2.7. INCLUSION SOCIALE ET SOLIDARITÉ

Parce que la dimension sociale est complémentaire de l'action environnementale, et parce que le Festival d'Avignon participe historiquement à la démocratisation de la culture, **vers une démocratie culturelle inclusive**, nous tenons à rappeler ici nos actions engagées auprès des publics les plus éloignés.

PERSONNES EN SITUATION PARTICULIÈRE

En 2019, le Festival a travaillé à la mise en place de **dispositifs inclusifs** pour les personnes malvoyantes, malentendantes ou à mobilité réduite - agents d'accueil formés par un expert culture-handicap, communication à travers une rubrique et une adresse dédiée, feuilles de salle en gros caractère et en braille, audio-description, séances spéciales, places spécifiques et plan d'accès aux lieux, traduction des vidéos de la programmation et de la conférence de presse en langue des signes française (LSF). Nous collaborons également avec des **entreprises d'insertion** pour la collecte des déchets plastiques et verre (ELISE et Régie de Quartier du Grand Avignon).

En 2020-2021 les efforts d'inclusion se poursuivent et s'intensifient avec la traduction d'un spectacle en audiodescription et l'installation de boucles magnétiques pour les personnes malentendantes sur trois lieux de spectacle. À la FabricA s'installera également une maquette tactile à destination des personnes malvoyantes, qui pourront bénéficier par ailleurs de l'intégration de nouvelles fonctionnalités sur le site internet. Enfin, le Festival souhaite collaborer avec davantage de **prestataires ESAT** et mener une politique de **recrutement inclusif** avec le relais de l'AGEFIPH.

LIEN SOCIAL DE PROXIMITÉ

En 2019, le Festival d'Avignon continue d'effectuer un **travail de proximité** avec tous les habitants du quartier de la FabricA, et avec les commerçants locaux pour ses achats, notamment en alimentation. Le Festival a notamment travaillé avec un groupe de femmes d'une association de quartier pour offrir des **collations solidaires** auprès des 200 enfants et adultes bénéficiaires des actions d'éducation artistiques et culturelles.

En 2020, nous souhaitons **étendre ce partenariat** aux "Rencontres avec le public", en accompagnant les associations de quartier dans le choix de produits alimentaires plus durables.

SOLIDARITÉ

En 2019, au cours des ateliers de la pensée, le Festival d'Avignon a organisé un "week-end pour une République de l'hospitalité", et fait appel à des associations et ONG de **solidarité internationale** pour faire connaître leur travail et nourrir une réflexion commune sur l'entraide au sein de la société civile : la LICRA, Amnesty international, SOS Méditerranée.

En 2020, l'accueil des organisations de solidarité internationale devait être reconduit dans le Festival avec des interventions d'**Amnesty International** sur "Plus jamais seuls (violences du monde et réponses collectives)" ainsi que de la **LICRA** sur la figure du bouc émissaire.

POLITIQUE SOCIALE

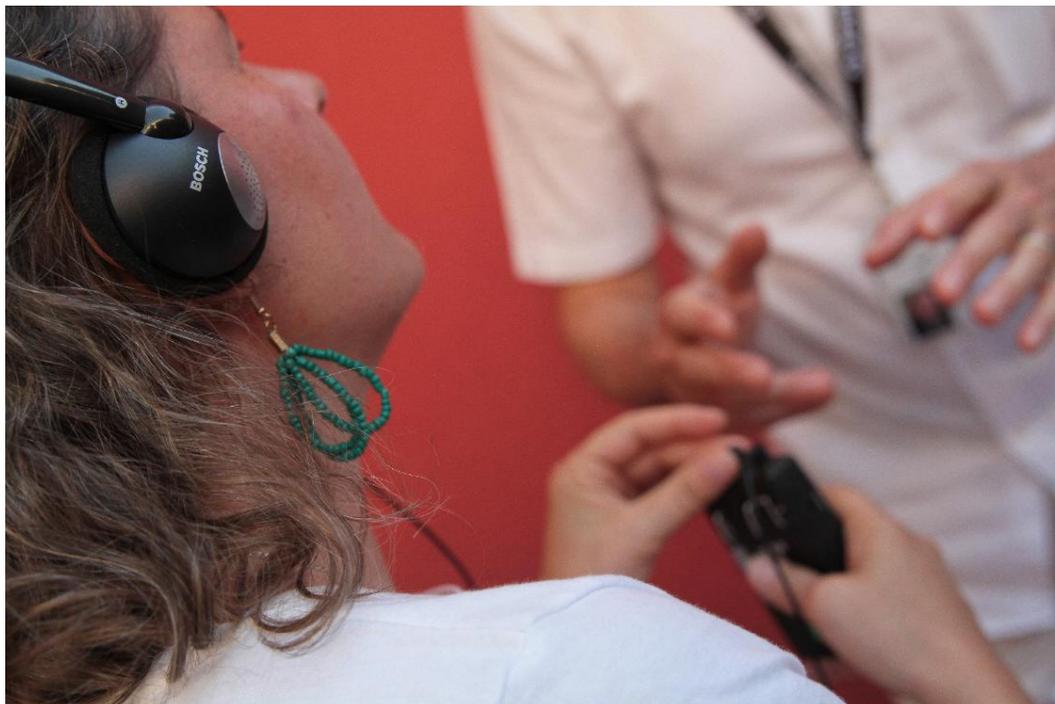
Chaque mois, le **CSE** (Comité Social et Economique) se réunit pour écouter la parole des représentants du personnel. Son rôle est de veiller au respect des conditions de travail, en ce qui concerne notamment la sécurité des salariés, la représentativité, l'égalité salariale, l'organisation du travail, etc. De plus, les **réunions de service** hebdomadaires ainsi que la réunion interservices mensuelle permettent de faire remonter les besoins courants des équipes de direction : temps de travail, matériel à disposition, espaces de travail et de convivialité... et d'assurer la cohésion globale des différents salariés.

Un travail sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes est mené en 2020 en association avec les services d'AUDIENS pour garantir et identifier les critères d'appréciation du respect de cette égalité au Festival.

POLITIQUE JEUNESSE ET DIVERSIFICATION DES PUBLICS

Souhaitant diversifier son public, le Festival d'Avignon a mis en place une offre tarifaire **4/40** permettant aux jeunes de 18 à 26 de bénéficier d'un tarif préférentiel de 4 spectacles pour 40€.

Depuis 2019, le Festival s'est associé avec Avignon Université pour conduire une étude de faisabilité pour l'implantation d'un **hébergement éphémère** à destination des jeunes adultes (18/26 ans, en lien avec notre offre tarifaire). En effet, ce public est économiquement plus fragile et rencontre des difficultés pour se loger en juillet en Vaucluse. Les étudiants avignonnais en particulier, pour la majorité d'entre eux, voient leur contrat de location se terminer au mois de juin pour faire place à de la location touristique de haute saison aux tarifs majorés. Cette étude fait appel à de nombreuses compétences et permet de fédérer les équipes, mais aussi de créer du lien auprès de nouveaux partenaires et sur le territoire du **Grand Avignon** qui soutient ce projet.



Les spectateurs prennent en main les dispositifs d'audiodescription

3. SUIVI ET ÉVALUATION DE LA DÉMARCHE ÉCO-RESPONSABLE

3.1. L'ÉQUIPE DURABILITÉ

ORGANISATION DES POSTES

En 2019, le Festival d'Avignon réorganise le travail et mobilise de nouvelles ressources humaines en interne pour mettre en œuvre son éco-responsabilité :

- Réorganisation du poste de « Responsable d'administration », personne en charge du développement durable : allègement des missions, à partir de janvier 2020, afin de permettre une plus grande disponibilité de cette personne sur le sujet
- Embauche et encadrement d'un jeune en Contrat d'apprentissage sur 10 mois, à partir de janvier 2020, et à temps partiels pour assurer la mise en œuvre d'actions "développement durable".

LES RÉFÉRENTS DES SERVICES

En 2020, le Festival d'Avignon met en place des outils de coordination pour amener des personnes **référentes** au sein de chaque service à travailler en concertation. Leur rôle consiste notamment à prendre le temps de s'informer pour servir de personne ressource, et à faire remonter les informations et besoins de leur service.

ATELIERS DE TRAVAIL COLLABORATIF

De mars à juin 2020, l'équipe de référents consacre 4 ateliers de travail collaboratifs sur les enjeux de la durabilité. Le but est de préparer au mieux les équipes, d'anticiper les besoins et actions et d'améliorer la coordination de manière collégiale.

NOS BESOINS ET PRIORITÉS

- Anticiper la mise en place des actions durables transversales
- Étudier la possibilité de créer prochainement un poste de responsable RSE, et de restructurer l'ensemble des fiches de poste pour inclure les missions relatives à la durabilité de manière systématique.
- Participer à la création d'un poste mutualisé aux festivals du Grand Avignon membres du COFEES (Collectif des Festivals Eco-Responsables et Solidaires en région Sud). Ce poste à durée déterminée et à temps plein permettra de relayer des problématiques
- S'inscrire dans des réseaux d'acteurs mobilisés sur le développement durable (en complément du COFEES) et reconsidérer la teneur de nos partenariats actuels (flécher et circonscrire notre participation)

3.2. CRITÈRES ET ENJEUX DE L'ÉVALUATION NORMATIVE

INVESTIR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

En 2020, le Festival a mis en place une coche "durabilité" dans la nouvelle procédure des bons de commande, pour quantifier les **dépenses financières** qui participent à l'effort écologique.

DÉMARCHE QUALITÉ

Un premier **bilan carbone** avait été réalisé en 2011, le Festival continue de s'appuyer sur les préconisations et méthodes issues de cet outil pour identifier les pistes d'amélioration et travailler sur un prochain bilan carbone en 2021.

Nous sommes en cours d'étude pour le passage éventuel d'une certification **ISO 20121 – événementiel durable**, dans le but de marquer la cohérence globale du travail fourni par le Festival d'Avignon pour s'inscrire dans une démarche d'éco-responsabilité.

EN GUISE DE CONCLUSION : LES LIMITES DE L'ÉVALUATION

L'indispensable travail d'évaluation permet de faire une **analyse comparative** dans le temps de nos usages en eau, électricité, déchets, c'est-à-dire en consommation d'**énergie primaire**, pour mesurer les économies effectuées. Certaines de nos actions telles que la dématérialisation induisent des impacts indirects et invitent à considérer des indicateurs plus larges que les seules consommations du Festival, mais de tels outils nous manquent encore à ce jour.

Enfin, quand bien même nous aurions diminué nos consommations énergétiques, nous ignorons le **seuil** à partir duquel l'impact de notre activité serait à considérer comme étant neutre ou négligeable. Pour être totalement efficaces et cohérentes, il semble que l'ensemble de nos mesures gagneraient à s'inclure dans une comptabilité et une **analyse systémique** qui mette en lien les impacts induits à la fois par les organisations et ceux des individus.

Toute consommation, même si elle conduit à une revalorisation des déchets, contient une part d'entropie. Vivre, c'est consommer du vivant, consommer nos vies. Comment la culture peut-elle malgré tout **apporter du sens** dans nos vies ? Comment l'événementiel culturel peut-il prendre sa place dans une **société durable** ? Ce sont les questions du Festival d'Avignon à ce jour, et qui justifient nos démarches d'**éco-responsabilité au quotidien**.