

2. Je mobilise mes bénévoles

Si vous souhaitez donner une réelle impulsion éco-responsable à votre évènement, il sera nécessaire, dès la conception, de mobiliser tous les bénévoles autour de cette thématique..

Pourquoi mobiliser ?

La démarche d'éco-exemplarité est un projet qui fédère parce qu'elle concerne un sujet qui nous touche tous professionnellement mais aussi personnellement. Parce qu'elle est porteuse de sens, la communication responsable, comme toute démarche en faveur du développement durable, est donc idéale pour mobiliser, voire remotiver les bénévoles en interne.

Comment mobiliser ?

Pour une démarche réussie, il est indispensable de travailler avec toutes les parties prenantes et définir leur niveau d'intervention.

- Montrer l'exemple : c'est-à-dire votre investissement personnel dans la démarche. Prenez des mesures ponctuelles pour relancer la dynamique, en évitant de prendre des décisions contradictoires à l'opposé total des objectifs fixés.
- Sensibiliser dès le départ, par des réunions, des rencontres, vos bénévoles sur les enjeux écologiques, financiers de votre démarche.
- Former les équipes sur les enjeux environnementaux et le rôle de la communication. Une ou plusieurs personnes référentes peuvent alors être identifiées au préalable, au regard de leurs compétences ou de leurs motivations particulières pour le sujet afin de sensibiliser et d'expliquer la démarche à l'ensemble des bénévoles du projet. Selon la taille de l'évènement, un réseau de communicants responsables peut même être mis en place.
- Impliquer les personnes qui vont réaliser des achats (buvette, restauration) pour qu'elles fassent des choix cohérents avec les engagements.
- Utiliser les affiches proposées par le SYTRAD pour mettre en valeur vos engagements auprès des participants et montrer l'exemple.
- Communiquer en interne pendant les 6 phases du projet. Il est important de faire savoir (par un intranet dédié, un web magazine mensuel, des réunions, des mails, ou autres) les évolutions de la démarche. La communication interne permet de relayer les actions, faire connaître les résultats, valoriser les efforts, relancer, dynamiser.

