



Une analyse fonctionnelle des besoins pour aller vers plus de sobriété dans les achats d'objets promotionnels Toulouse Métropole (31)



Région Occitanie
Département Haute-Garonne

Bénéficiaire

Toulouse Métropole

Partenaires

Direction régionale de l'ADEME en Occitanie

Modalités

Nb de jours d'accompagnement : 4 J

Financement : ADEME

Les chiffres-clés du projet

Le montant annuel de dépenses est de 260K€.

Date de lancement

Novembre 2020

POURQUOI AGIR ?

Les objets promotionnels (goodies) sont des supports courants de communication pouvant être distribués par les collectivités en interne (à destination des employés) ou à l'occasion d'événements (culturels, sportifs, etc.) qu'elles organisent ou supportent.

Pourtant, l'impact environnemental de ces objets est considérable. Ils ont souvent une durée de vie limitée, ne sont pas recyclables et ne sont parfois même pas utilisés par leurs bénéficiaires.

Consciente de ces enjeux, la métropole toulousaine avait déjà fixé de nombreux objectifs structurants dans le cadre de la construction de son schéma de promotion des achats publics socialement et écologiquement responsables (SPASER). Elle a mobilisé le cadre de cet accompagnement pour retravailler en profondeur sa stratégie de communication en visant des achats d'objets promotionnels moins quantitatifs, plus qualitatifs et porteurs de ses valeurs et de ses politiques.

Soutien technique et financier de la DR ADEME

La Direction régionale Occitanie de l'ADEME a apporté un soutien technique et financier à Toulouse Métropole pour accompagner la construction de sa démarche d'achats responsables d'objets promotionnels en phase de définition des besoins. La mission a été confiée à SYNETHIC.

Présentation et résultats

Deux ateliers de travail ont été réalisés dans le cadre de l'accompagnement auprès des parties prenantes clés de cet achat pour la collectivité, dont la direction de la communication de Toulouse Métropole.

Ils ont permis de :

- Générer une prise de conscience collective des enjeux avec les principales directions utilisatrices,
- Sensibiliser à l'impact écologique et social de l'achat de ces produits et de leur distribution auprès des publics ciblés,
- Analyser ensemble, sous le prisme d'une analyse fonctionnelle, les véritables besoins de la collectivité en matière de communication (quel est le message que je souhaite faire passer ? A qui ?).

Les ateliers ont permis de construire les bases d'une politique achat pour les objets de promotion du territoire. Ils ont notamment permis de définir :

- Les objets qui ne devraient plus être achetés par la collectivité,
- Les caractéristiques d'un objet plus responsable (par exemple : produit par une structure de l'ESS du territoire, ou bien bénéficiant d'un ecolabel)

Ils ont avant tout permis d'instaurer la mise en œuvre de bonnes pratiques systématiques pour les acheteurs de ces objets au sein de la collectivité, dont des questionnements préalables à l'achat autour des enjeux liés à la production, distribution et utilisation de ces produits.

- L'achat et la distribution de ces objets sont-ils indispensables ?
- Quelle politique de communication autour de la sobriété ?
- L'achat et la distribution de ces objets sont-ils porteurs de sens ?

Facteurs de reproductibilité

Les facteurs clés de succès de la stratégie de Toulouse Métropole sont :

- Un travail majeur sur la définition de ses besoins, mobilisant l'implication de toutes les parties prenantes clés,
- Une reprise de contrôle de la politique achat d'objets promotionnels par la direction de la communication, permettant de clarifier les orientations stratégiques à suivre pour les acheteurs.

“

Cet accompagnement a permis de faire travailler ensemble des équipes qui n'en ont pas l'habitude, de construire les premiers jalons de la démarche. Nous avons pu enrichir la réflexion qui nourrit notre stratégie de communication : il s'agit d'inciter désormais à la distribution unique d'objets utiles, valorisant notre territoire et porteurs de sens, dont les citoyens de la métropole toulousaine pourront être fiers et devenir ambassadeurs.

Nicolas DELAMARE

Acheteur projet modernisation et achats responsables pour Toulouse Métropole

”

Focus

L'approche innovante par l'analyse fonctionnelle du besoin montre ici tous ces intérêts. Les principes de cette approche :

- Identifier les besoins de la collectivité qui justifient l'achat d'objets promotionnels par un verbe d'action,
- Interroger le sens de l'action conduite autant en termes d'impact local que global.

POUR EN SAVOIR PLUS

■ Sur le site internet de l'ADEME : <https://bibliothèque.ademe.fr/dechets-economie-circulaire/489-panorama-sur-la-notion-de-sobriete.html>

■ Le site du bénéficiaire <https://www.toulouse-metropole.fr/>

Le site de l'ADEME en Région <https://www.occitanie.ademe.fr/>

CONTACTS

- Bénéficiaire
Nicolas DELAMARE
Tél : 05 81 91 75 82
Nicolas.DELAMARE@toulouse-metropole.fr
- ADEME Direction régionale Occitanie
ademe.occitanie@ademe.fr
- Accompagnateur
amo@synethic.fr