



circular
event
toolkit

Goodies

Pourquoi
c'est
important

Entre 1970 - 2017

**l'extraction annuelle mondiale de
matières premières
a triplé**

**de 27 à 92 milliards
de tonnes**

152 millions
d'enfants sont astreints
au travail

73 millions effectuent des travaux dangereux

48 % de ces enfants
ne sont âgés que de
5 à 11 ans !

98%

des matières premières
**sont produites
hors
Europe.**

L'extraction annuelle mondiale de matières premières a triplé (27 à 92 milliards de tonnes¹) entre 1970-2017, la production de « goodies ou give-aways » contribue à l'entropie générée par l'exploitation massive des ressources de la nature ou de la biosphère.

Les give-aways et autres petits objets fabriqués en série, proviennent majoritairement des pays Asiatique ou les normes environnementales et sociales sont souvent moins avancées qu'en Europe.

En plus des émissions de CO² générées par le transport de ceux-ci, les conditions de travail sont souvent déplorables voire abominables (conditions inéquitables, camps de travail², etc.).

Au niveau social, une des pires situations de travail actuelles concernent la mise au travail des enfants : 152 millions³ d'enfants sont astreints au travail, dont 73 millions effectuent des travaux dangereux. 48% de ces enfants ne sont âgés que de 5 à 11 ans !

La majorité des externalités générées à partir de décisions d'entreprises actives en Belgique sont émises en dehors des frontières Européenne. A titre d'exemple, 98%¹ des matières premières et 83% des émissions de la RBC sont produites en en dehors de la Région. Et en cas de commandes tardives, les externalités augmentent (CO², stress des travailleurs pour la production et la logistique).

Ces petits objets sont conçus pour d'autres segments que celui du secteur événementiel, notamment les ventes via des points de vente ou e-commerce, ce qui induit un suremballage peu utile pour les événements.

La durée de vie et d'usage de ces objets sont souvent limitées, notamment en raison de leurs faibles qualités et solidité, voire faible (ou absence totale de) réparabilité.

Il s'agit par conséquent du poste / budget événementiel pouvant être le plus facilement déplacé pour concentrer les moyens sur les autres fonctions événements créant une valeur ajoutée, des emplois et des impacts positifs environnementaux durables et locaux.

Réponse du secteur

UN RÔLE À JOUER

- Après la crise financière (2008) puis économique (faible croissance, 2009 - ...), la sobriété est plus facilement acceptée, et les give-aways sont de moins en moins utilisés sur les événements, en raison de la prise de conscience des enjeux liés au développement durable et/ou de stratégies de digitalisation accrue et donc d'une forme de « dématérialisation » de l'expérience événementielle.
- Plusieurs fournisseurs proposent des approches dites « durables » et/ou « responsables », basées notamment sur la norme iso 14.001. Dans le meilleur des cas, ils veillent à obtenir les documents relatifs aux respects des normes des travailleurs, à réduire les impacts environnementaux et parfois se limitent à compenser les externalités produites lors de la production et de la livraison des give-away. Dans tous les cas l'ensemble des externalités (humaines et environnementales) ne sont que très rarement réellement intégrées dans le prix de revient.
- Certains give-aways proviennent directement des stocks d'articles des clients-annonceurs et la gestion de la commande-production-livraison n'est plus de la responsabilité de l'agence. Ce qui complexifie encore plus la gestion de l'impact de ces gadgets sur le plan social et environnemental.

INSPIRATIONS

- Les artisans locaux actifs⁴ en économie circulaire proposent des articles up-cyclés et recyclables, permettant de réutiliser des ressources disponibles en Belgique, sans en extraire de nouvelles.
- Les acteurs du commerce équitable proposent de plus en plus de produits associant les impacts au niveau humain, aux impacts écologiques au travers d'offres circulaires⁵ en réutilisant des ressources (notamment provenant d'Europe) pour leurs donner une nouvelle vie.
- L'Ouvroir⁶ récupère les bâches promotionnelles et/ou utilisées pour protéger les bâtiments historiques, et transforme ceux-ci dans des accessoires valorisant les marques et lieux partenaires.
- D'autres goodies plus durables et locaux existent (ex : sacs Design Point, kits Permafungi, plantes aromatiques, paniers de produits locaux, crayons avec graines aromatiques...).
- La dématérialisation des goodies peut aussi offrir une alternative aux gadgets offerts pendant les événements, en convertissant ceux-ci en « dons⁷ » notamment pour des causes soutenues par l'annonceur, tout en valorisant le geste réalisé ou encore en proposant des services dans le cadre de l'économie de la fonctionnalité⁸ mutualisant les ressources et objets.
- Une multinationale a décidé d'organiser le don de « cadeaux » par les 600 familles participantes à un événement dédié à la Saint-Nicolas pour encourager la sensibilisation. Ces jouets étant collectés via une organisation⁹, spécialisée en économie circulaire dans le domaine des jouets, pour des familles moins favorisées.
- La conversion de déchets-ressources événementiels² (festivals ou autres événements de grande ampleur) en objets utiles peut aussi être une alternative lors de certains événements, en créant un lien entre le participant-acteur, ses déchets et la transformation de ces derniers en nouveaux objets.
- Des efforts sont également par plusieurs fournisseurs tels que BEWEAR dans la réduction des suremballages nocifs (plastiques).



Goodies

Solutions
concrètes

1. REPENSER, RÉDUIRE et PRÉVENIR

Refuser les goodies

Refuser certains types de goodies ne respectant pas les normes environnementales et sociales

Sensibiliser vos clients.

Sensibiliser et imposer des critères à vos fournisseurs.

Sensibiliser les participants.

Proposer des actions de dématérialisation des goodies.

Réduire les quantités d'objets produits, notamment en intégrant le no-show prévisionnel.

Réduire les matières utilisées pour produire les goodies.

2. RÉUTILISATION

Réutiliser les goodies existants des entreprises, tout en veillant à minimiser la production de nouveaux objets.

Favoriser les dons de stocks « dormants » à des associations actives dans le domaine du réemploi.

Favoriser les dons (ou les partages réciproques) d'objets entre participants.

Réusiner des objets promotionnels ou signalétiques (d'un événement précédent) en goodies upcyclés.

3. RECYCLAGE

Privilégier les fournisseurs disposant d'une approche Cradle-to-Cradle et proposant des accessoires recyclés et recyclables.

Recycler les déchets-ressources de l'annonceur et/ou d'événements (précédents) en objets utiles.

4. COMPOSTAGE

Si les objets sont compostables¹⁰, veiller à ce que ceux-ci soient orientés dans la filière adéquate, le plus localement possible.

5. INCINÉRATION et MISE EN DÉCHARGE

Veiller à ce que les objets soient correctement triés afin d'éviter de minimiser les nuisances, et idéalement de récupérer l'énergie.

1. PRÉVENTION

REFUSER LES GOODIES

- Favoriser l'absence des goodies dans les offres et réunions avec les clients en les invitant à investir dans les métiers, compétences (imagination, coordination, etc.) et productions locales (alimentaire, etc.) à haute valeur ajoutée pour réussir l'événement.

REFUSER CERTAINS TYPES DE GOODIES NE RESPECTANT PAS LES NORMES ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES

- Si le client souhaite absolument offrir des goodies aux participants de l'événement, certains critères essentiels de durabilité doivent être envisagés, pour limiter au maximum les impacts négatifs au niveau humain et environnemental.
- Les critères suivants permettent d'éviter les pires externalités :
- Les labels et certificats relatifs aux conditions de travail (notamment pour éviter le travail des enfants) notamment WFTO¹¹, Fairtrade¹² ou EcoCert¹³.
- Les objets doivent être réparables ET recyclables. En contactant la fédération GO4Circle¹⁴, vous pourrez obtenir la confirmation de la recyclabilité ou non des objets.
- La composition des matériaux non-toxique, et si possible la plus écologique, voire biologique.

SENSIBILISER VOS CLIENTS

- La sensibilisation des clients aux enjeux sociétaux est facilitée notamment par les Objectifs du Développement Durable, définissant les grandes priorités sociétales à réaliser, et dans lesquels de nombreuses entreprises décident de s'investir pour augmenter leur responsabilité sociétale.
- Une réflexion aussi sur les impacts environnementaux et sociaux en amont de la production des goodies ainsi que la fin de vie de ceux-ci peut aussi permettre aux clients de prendre conscience des enjeux.

SENSIBILISER & IMPOSER DES CRITÈRES À VOS FOURNISSEURS

- Les critères illustrés au point 1.2 peuvent servir de « socle » de base pour définir l'offre de goodies proposées aux clients qui souhaitent impérativement offrir des objets aux invités de leurs événements.
- L'échelle de LANSINK peut aider les fournisseurs à prendre conscience des possibilités d'application de l'économie circulaire dans leur domaine, ainsi que dans leurs contacts avec leurs propres fournisseurs.
- Des partenaires (locaux) actifs en économie circulaire¹⁵ (commerce équitable & économie circulaire, upcycling, réusinage, etc.) peuvent être d'une grande aide.

SENSIBILISER LES PARTICIPANTS

La sensibilisation des participants concerne principalement les explications ludiques du choix du client de :

- Soit refuser d'offrir des goodies (une démarche particulièrement utile pour des événements récurrents dont les participants étaient habitués par le passé à en recevoir).
- Soit d'offrir des goodies respectant les critères de durabilité (voir point 1.2.) afin de valoriser les choix décidés par la marque.

Il est possible aussi de proposer des goodies à la demande. Par exemple, en demandant aux participants de d'en exprimer la demande explicite en arrivant sur l'évènement (avec une case à cocher sur le formulaire d'inscription).

PROPOSER DES ACTIONS DE DÉMATÉRIALISATION DES GOODIES

- L'approche de dématérialiser les goodies, en proposant soit une alternative de dons à une ou plusieurs associations, ou encore d'offrir (la découverte) des services en économie de la fonctionnalité peut être proposée comme alternative à des clients souhaitant absolument faire un « geste ».

RÉDUIRE LES QUANTITÉS D'OBJETS PRODUITS, NOTAMMENT EN INTÉGRANT LE NO-SHOW PRÉVISIONNEL

- Si l'annonceur souhaite absolument distribuer des produits, l'ajustement des quantités fabriquées, et distribuées peut tenir compte du nombre de participants habituels aux événements précédents, et surtout tenir compte du « no-show » (de minimum 10%) par rapport au nombre de personnes inscrites

RÉDUIRE LES MATIÈRES UTILISÉES POUR PRODUIRE LES GOODIES

- La commande d'objets (notamment produits sur mesure) permet d'envisager plusieurs formes, matériaux, intrants (vernis, couleurs, etc.) qu'il est possible de minimiser en fonction des possibilités techniques des fournisseurs.

2. RÉUTILISATION

RÉUTILISER LES GOODIES EXISTANTS DES ENTREPRISES, TOUT EN VEILLANT À MINIMISER LA PRODUCTION DE NOUVEAUX OBJETS

- Les annonceurs disposent parfois d'un stock existant de goodies qu'ils souhaitent distribuer. Dans ce cas, il est utile d'encourager vos clients à découvrir les alternatives aux goodies pour le futur (voir 1.1 à 1.6).
- Par ailleurs, il est préférable de ne pas intégrer sur les Goodies fabriqués des éléments de Branding qui les rendront très vite obsolètes (date ou lieu de l'évènement, par exemple). Ils seront ainsi plus facilement réutilisables.

FAVORISER LES DONS DE STOCKS « DORMANTS » À DES ASSOCIATIONS ACTIVES DANS LE DOMAINE DU RÉEMPLOI

- Après les actions de sensibilisation (cf. Solution 1.3.), vos clients décideront peut-être de bannir les goodies, et dans ce cas, une option intéressante pourrait être d'offrir ceux qui lui restent aux acteurs de l'économie sociale et solidaire actifs dans le réemploi, notamment les membres de RESSOURCES.
- Passer via une telle plateforme permet aussi de fixer les conditions du don, notamment la suppression éventuelle du logo de la marque (ou autres inscriptions éphémères).

FAVORISER LES DONS (ou le partages réciproques) D'OBJETS ENTRE PARTICIPANTS

Les clients ouverts aux approches alternatives, seront peut-être intéressés par l'approche visant à inviter les participants

- Soit échanger des objets entre eux (par exemple dans des incentives internes aux entreprises).
- Soit effectuer des dons au profit d'une association par exemple lors d'une action pour la Saint-Nicolas en offrant des jouets inutilisés.

RÉUSINER DES OBJETS PROMOTIONNELS OU SIGNALÉTIQUES (d'un événement précédent) EN GOODIES UPCYCLÉS

- La transformation d'anciens goodies et/ou de déchets (bâches, autres) en goodies upcyclés peut se réaliser en favorisant des acteurs locaux actifs en économie circulaire.

3. RECYCLER**PRIVILÉGIER LES FOURNISSEURS DISPOSANT D'UNE APPROCHE CRADLE-TO-CRADLE ET PROPOSANT DES GOODIES RECYCLÉS ET RECYCLABLES**

- L'utilisation de matières recyclées et recyclables doit être privilégiée pour la production de nouveaux goodies, afin notamment de réduire l'impact dans l'extraction, et la transformation de nouvelles ressources.
- Cette approche doit idéalement se réaliser selon une approche (labelisée ou non) « cradle-to-cradle¹⁶» avec une responsabilisation du partenaires-prestataire qui récupère les goodies (non distribués) et veille à sa réutilisation et ensuite au recyclage le plus performant possible.

RECYCLER LES DÉCHETS-RESSOURCES DE L'ANNONCEUR ET/OU D'ÉVÉNEMENTS (précédents) EN OBJETS UTILES, FONCTIONNELS OU DÉCORATIFS

Il est possible de recycler des déchets ressources en recyclats¹⁷ (plastiques PET-PP- PEHT) pour produire des objets de « petite taille » dont des goodies, notamment via la technique d'injection de plastique produit.

4. COMPOSTAGE

SI LES OBJETS SONT COMPOSTABLES, VEILLER À CE QUE CEUX-CI SOIENT ORIENTÉS DANS LA FILIÈRE ADÉQUATE, LE PLUS LOCALEMENT POSSIBLE

- Certains goodies fabriqués entièrement avec des matières végétales (ex : maïs) peuvent être réintégré dans le biotope proche de l'événement, avec l'accord du gestionnaire du site et l'implication de son personnel.
- Si les solutions de compostage (locales) ne sont pas possibles, il existe les sacs poubelles organiques. Ceux-ci permettront la biométhanisation des ressources organiques. Veillez à ce qu'à la fin de l'évènement, des poubelles à déchets organiques (les sacs orange à Bruxelles) soient disponibles en quantité suffisante et qu'elles soient collectées par l'organisme compétent.

5. INCINÉRATION et 6. MISE EN DÉCHARGE

VEILLER À CE QUE LES OBJETS SOIENT CORRECTEMENT TRIÉS AFIN D'ÉVITER MINIMISER LES NUISANCES, ET IDÉALEMENT DE RÉCUPÉRER L'ÉNERGIE

- Si, malgré tous vos efforts, vous ne pouvez pas faire autrement que de produire, distribuer des goodies, et devez jeter le stock de goodies restant « non réutilisables ou recyclables », veuillez à utiliser les dans les sacs blancs et containers « tout venant ».



Goodies

Partenaires
et fournisseurs

circular
event
toolkit

- Les artisans du cluster CircleMade¹⁸ et/ou les entreprises de travail adapté¹⁹
- GO4Cicle
- MCA-RECYCLING
- Bel Albatros²⁰
- LOOOPS (pour les jouets)²¹
- RESSOURCES²²
- ONG, ou acteurs de l'économie de la fonctionnalité²³



Goodies

Ressources
complémentaires

circular
event
toolkit

Des ressources complémentaires sont disponibles sur le site Web du projet : www.circular-event.eu



circular
event
toolkit

Goodies

Checklist

Ma checklist - AVANT L'ÉVÉNEMENT

- J'ai consulté le client pour être certain qu'il souhaitait proposer des Goodies aux participants.
- J'ai proposé au client des Goodies recyclés, écologiques ou recyclables.
- J'ai vérifié que les Goodies proposés étaient fabriqués dans le respect des règles sociales et environnementales les plus élevées (labels).
- J'ai intégré à mon système d'invitation un élément de formulaire permettant aux participants de ne pas recevoir de Goodies.
- J'ai vérifié que mes Goodies n'intégraient pas de mentions qui les rendront obsolètes après l'évènement.

Ma checklist - PENDANT L'ÉVÉNEMENT

- Je veille à ce que les Goodies soient distribués de manière à éviter le gaspillage.

Ma checklist - APRÈS L'ÉVÉNEMENT

- Je veille à ce que les Goodies restants soient soigneusement conservés pour pouvoir être réutilisés.

¹ Note Cédric Chevalier, 2019, L'économie circulaire : levier de la RBC pour respecter ses limites bio-capacitaires & climatiques

² <https://info.arte.tv/fr/pratiquement-tous-les-produits-chinois-bon-marche-proviennent-dun-camp-de-travail>

³ <https://www.ilo.org/ipec/ChildlabourstatisticsSIMPOC/lang--fr/index.htm>

⁴ Plusieurs exemples tels que les membres du Cluster CircleMade, de Ressources, ou actives dans l'écosystème Recy-K.

⁵ <https://www.oxfammagasinsdumonde.be/blog/2018/10/12/artisanats-en-transition-experimenter-de-nouvelles-formes-de-partenariats/#.XfJkxG5FxFMs>

⁶ <http://www.l-ouvrir.be/services#fourth>

⁷ <https://www.oxfamsol.be/fr/oxfam-semballe-mettez-une-chevre-sous-le-sapin>

⁸ <https://www.fr.usitoo.be/>

⁹ <https://loops.be/>

¹⁰ Seul actuellement TÜV AUSTRIA, l'ancien AIB-Vinçotte, a une certification de 'home compostable', la seule qui garantit que les plastiques sont bien compostés dans un compost à domicile. Bon à savoir : le compostage des plastiques ne génère rien dans le compost : la matière solide se dégrade à 100% en CO2 et en eau. Ces plastiques n'apportent donc aucune plus-value dans un compost.

¹¹ <https://wfto.com/>

¹² <https://www.fairtradebelgium.be/>

¹³ <https://www.ecocert.com/>

¹⁴ <https://go4circle.be/>

¹⁵ Tels que les membres du Cluster Circle.Made, de Ressources, des Entreprises de Travail Adaptées (L'ouvrir, la Ferme Nos Pilifs, etc.) ou actives dans l'écosystème Recy-K, les importateurs de produits du commerce équitables tels qu'Oxfam Magasins du Monde.

¹⁶ <https://www.ecoconso.be/fr/content/cradle-cradle-materiaux>

¹⁷ Intrants issus du recyclage, souvent présentés sous forme de granulats

¹⁸ <https://hub.brussels/fr/events/circlemadeontour/>

¹⁹ <https://febrap.be/>

²⁰ <http://belalbatros.com/>

²¹ <https://loops.be/>

²² <https://www.res-sources.be/>

²³ Usitoo.be , cycad.be, oxfamsol.be