



## Charte des objets publicitaires/goodies durables

**Préambule :** Face aux enjeux environnementaux et climatiques actuels, il est impératif que nos sociétés opèrent une transformation profonde. L'engagement de notre établissement en faveur de la transition environnementale s'inscrit à travers son schéma directeur de durabilité approuvé en CA le 23 février 2024.

**Objectif de la charte :** La présente charte expose et établit les valeurs, les normes et les pratiques d'Avignon Université en matière d'achat d'objets publicitaires (goodies) dans une perspective de durabilité

### 1- Principes des goodies durables à Avignon Université

#### **L'évaluation de la nécessité :**

L'objectif du goodies est de véhiculer l'image de marque de l'établissement. Celle-ci peut être mise en avant et diffusée selon d'autres modalités, plus cohérentes avec son engagement dans une démarche de transition comme par exemple la proposition de bien immatériel (proposition de don à une association).

#### **En cas de choix d'un bien matériel :**

- **Opter pour des objets publicitaires :**
  - Durables dans le temps,
  - Utiles,
  - A usage non-unique,
  - Eventuellement réutilisables pour d'autres événements (éviter le logotypage lié à l'événement).
- **Critères de sélection à considérer pour nos choix éco-responsables :**
  - **Matériaux :** privilégier les matériaux recyclés, recyclables, et avec un impact limité sur l'environnement.
  - **Fabrication éthique :** choisir des fournisseurs respectant des normes sociales et éthiques dans la fabrication des produits, en s'assurant de la traçabilité des articles. Privilégier des fournisseurs locaux.
  - **Réduction des déchets :** minimiser les emballages et éviter les emballages plastiques.
  - **Transport :** privilégier les options de livraison à faible impact environnemental et les fournisseurs locaux.
- **La quantité d'objets produits doit être adaptée à l'évènement et au public :**
  - Commander ou produire les justes quantités,
  - Laisser la possibilité au public de l'évènement de refuser l'objet,
  - Remettre à la Direction de la Communication les objets non distribués lors de l'évènement, pour usage ultérieur dans un autre cadre.

La Direction de la communication a une liste d'objets publicitaires qui respectent cette charte. Cette liste est régulièrement mise à jour. Si vous avez des questions sur ces critères ou besoin d'aide pour choisir un objet promotionnel, contactez la Direction de la communication à l'adresse suivante : [cellule-communication@univ-avignon.fr](mailto:cellule-communication@univ-avignon.fr)



## 2- Définitions

- **Goodies** : objets promotionnels offerts lors de manifestations, réceptions, accueils de personnes extérieures ou en interne lors d'événements institutionnels, récompenses, etc. Ils servent à faire connaître une marque, à véhiculer une image à ce titre, ils sont des outils et des supports de la communication institutionnelle faisant passer un message pérenne. Du stylo au tote-bag en passant par le produit alimentaire, la réflexion sur les goodies et leurs usages lors d'événement (interne et externe) est devenu un enjeu communicationnel essentiel.
- **Goodies durables** : goodies qui, en comparaison de l'offre de goodies traditionnelle, ont un impact environnemental réduit. Ils contribuent ainsi à diminuer l'empreinte de nos activités sur la planète notamment en matière de pollution plastique, déforestation, émissions de gaz à effet de serre. Il est vecteur de sens par l'alignement des pratiques professionnelles avec le défi de la transition, et l'inscription dans une démarche collective.