



## Notice explicative du projet N°9.10

### **Démarche d'amélioration continue pour l'éco-manifestation « Ça Sonne à la Porte! » - édition 2013 par la Communauté de Communes La Porte Normande**

Fiche-dispositif N°9 : valorisation du patrimoine local culturel tout en sensibilisant au respect de l'environnement et au développement durable

**Comité de Programmation du 6 janvier 2014**

## **I. DESCRIPTIF DU PROJET**

### **1. Présentation du projet**

#### ➤ **Contexte :**

La huitième édition du festival « Ça Sonne à La Porte! » (CSALP) a lieu le 08 juin 2013 à Grossoeuvre.

« Ça Sonne à La Porte! » est un festival gratuit et tout public. C'est un événement culturel pluri-artistiques, une vitrine du paysage musical normand où amateurs, confirmés et professionnels se partagent l'affiche.

C'est un festival familial où toutes les tranches d'âge se retrouvent autour d'une programmation éclectique.

Conscients de leurs responsabilités en matière de respect de l'environnement, les organisateurs du Festival CSALP! recherchent depuis sa création des solutions destinées à limiter les nuisances environnementales de son exploitation.

En 2012 déjà les organisateurs ont développé un ensemble de mesures pour faire de « Ça Sonne à La porte! » une éco-manifestation. Cette année, il s'agit de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue afin d'améliorer la limitation de l'impact du festival sur l'environnement en pensant toujours plus d'items dans l'optique de la préservation de l'environnement et du développement durable.

La Communauté de Communes La Porte Normande voit aussi, dans le caractère événementiel du festival, une occasion unique pour sensibiliser le grand public au développement durable.

#### ➤ **Objectifs du projet :**

- Proposer une animation culturelle d'envergure régionale sur le territoire de la Communauté de Communes La Porte Normande
- Tisser et renforcer le lien social sur le territoire (rassembler les habitants autour de l'organisation du festival ou lors du festival en lui-même)
- Sensibiliser les festivaliers et les bénévoles aux gestes éco-citoyens

#### ➤ **Public ciblé :**

Tout public, tranches d'âge très large.

## ➤ **Contenu :**

Tous les items liés à l'organisation du festival ont été analysés sous l'angle du respect de l'environnement :

### **Réduction de la production de déchets à la source :**

- ✓ mise en place de gobelets réutilisables et recyclables
- ✓ consignation des bouteilles
- ✓ incitation des festivaliers à pratiquer le tri sélectif
- ✓ éco-conception de la communication papier et limitation de l'usage du papier pour la communication avec la mobilisation des médias tels que la presse locale (la Dépêche, Paris-Normandie...), le web (création d'un site internet dédié au festival : [www.csalp.fr](http://www.csalp.fr)) et la radio (Principe Actif, France Bleu)

### **Réduction de la consommation d'eau :**

- ✓ mise en place de toilettes sèches
- ✓ sensibilisation par un animateur nature au fonctionnement des toilettes sèches et l'intérêt en termes d'économie d'eau potable

### **Réduction des émissions de CO<sub>2</sub> :**

- ✓ incitation à la pratique du covoiturage
- ✓ programmation de groupes régionaux

### **Réduction de la consommation électrique :**

- ✓ installation d'éclairages leds

### **Valorisation des produits fermiers, bio, de saison :**

- ✓ approvisionnement auprès de producteurs locaux

### **Réduction des pollutions :**

- ✓ une signalétique d'information sur l'objectif de préservation de l'environnement et de sensibilisation à la propreté du site.
- ✓ disposition de cendriers et de poubelles de tri sélectif partout sur le site
- ✓ impression des documents de communication sur de papier recyclé

## ➤ **Calendrier de réalisation (déclinaison des étapes) :**

- Novembre 2012 - février 2013 : programmation des groupes
- Décembre 2012 - mars 2013 : chiffrage de l'événement et recherche de financements
- Avril 2013 - juin 2013 : communication, campagne d'affichage et animation des bénévoles
- 8 juin 2013 : festival
- Juillet 2013 : bilan

## **2. Localisation de l'opération**

➤ **Lieu de réalisation de l'opération :** Commune de Grosseoeuvre, stade

### ➤ **Zone géographique d'où proviennent les bénéficiaires :**

- |  |                            |
|--|----------------------------|
| - Communauté de communes La Porte Normande | - Départements limitrophes |
| - Pays d'Avre, d'Eure et d'Iton            | - Région Haute-Normandie   |
| - Département de l'Eure                    | - Région parisienne        |

## II. EVALUATION DU PROJET

### ➤ **Indicateur(s) de réalisation (moyens mis en œuvre à travers l'action) :**

1. Part des producteurs locaux parmi les stands restauration : 2/3
2. Nombre de toilettes sèches installées : 12
3. Nombre de poubelles mises à disposition sur le site : 14 (7 ordures ménagères + 7 recyclage)

### ➤ **Indicateur(s) de résultats (effets attendus) :**

1. Nombre de festivaliers attendus en 2013 : environ 3 000
2. Part des repas à base de produits locaux servis : 35%, soit environ 450 repas
3. Taux de valorisation des déchets : 35%, soit 2,5m<sup>3</sup> de déchets recyclables récoltés sur 7 m<sup>3</sup> de déchets au total

### ➤ **Critères de notation**

#### **Partenariat/Concertation :**

Le projet de festival 2013 a été défini, dès le bilan de l'édition 2012, en concertation avec le Syndicat Mixte du Pays d'Avre, d'Eure et d'Iton afin d'amplifier les performances des critères environnementaux retenus.

Des recherches d'expériences ont été effectuées pour tirer partie des festivals plus expérimentés en matière de limitation de l'impact sur l'environnement.

#### **Caractère pilote/Innovation :**

Les organisateurs du festival « Ça Sonne à La Porte! » font preuve d'innovation en instaurant une démarche d'amélioration continue au fil des éditions. Cette pratique est inédite dans le domaine culturel sur le Pays d'Avre, d'Eure et d'Iton.

#### **Diagnostic ascendant :**

- *Qui a réalisé le diagnostic/constat ?* Le chargé de mission responsable du festival
- *Comment ?* En constatant la possibilité d'améliorer les résultats obtenus lors de l'édition 2012
- *A quelle échelle ?* En tirant partie des retours d'expérience d'autres festivals
- *Un document a-t-il été réalisé ?* Oui, un document de présentation du festival 2013

#### **Social :**

La communication sur les possibilités de covoiturage dote le festival d'une meilleure accessibilité pour les visiteurs. L'accès au festival est gratuit et adapté aux personnes à mobilité réduite.

#### **Ecologie/Environnement :**

De nombreuses actions ont été mises en œuvre pour limiter l'impact environnemental du festival.

Les animations sur le tri sélectif et la préservation de la ressource en eau font du festival un véritable outil de sensibilisation du grand public aux enjeux environnementaux.

#### **Economie :**

Engager une démarche éco-responsable, implique généralement la réalisation d'économies de fonctionnement (réduction des consommations d'eau, d'électricité, de consommables, etc.).

Par ailleurs, les efforts environnementaux ont séduits d'avantages de financeurs (publics et sponsors privés). Ces derniers ont contribué, avec la rationalisation des dépenses, à pérenniser la manifestation en période de restrictions budgétaires.

L'organisation d'un festival sur un territoire suppose un certain nombre de dépenses, artistiques et logistiques, et la venue de festivaliers peut également entraîner un complément d'activité pour les commerçants et acteurs économiques locaux.

### III. PLAN PREVISIONNEL DE FINANCEMENT DU PROJET

Nature des dépenses	Montant HT en €
Alimentation	6 008,10
Prestations de services	13 349,81
Location installation du site	8 020,21
Communication	2 454,74
<b>Coût prévisionnel du projet</b>	<b>29 832,86</b>

Financement d'origine publique	Montant en €
<i>Financeurs publics sollicités</i>	<i>7 701,17</i>
Etat	
Conseil Régional	2 933,78
Conseil Général	3 300,50
Autres (commune, PNR, EPCI...) : Commune de Grosseoeuvre	1 466,89
<i>Autofinancement : maître d'ouvrage public</i>	<i>4 771,06</i>
Autofinancement	4 771,06
Emprunt	
<b>Sous-total contrepartie nationale</b>	<b>12 472,23</b>
<b>Financements européens (FEADER) sollicités dans le cadre de LEADER</b>	<b>9 037,12</b>
<b>Sous-total financements publics</b>	<b>21 509,35</b>

Financement d'origine privée	Montant en €
Autofinancement : maître d'ouvrage privé	
Autofinancement public non co-finançable	
Autres financeurs privés	2 345,94
<b>Sous-total financeurs privés</b>	<b>2 345,94</b>

Recettes prévisionnelles générées par le projet	Montant en €
Buvette, emplacements, merchandising, vente gobelets	5 977,57
<b>Sous-total recettes prévisionnelles</b>	<b>5 977,57</b>

<b>TOTAL = coût général du projet</b>	<b>29 832,86</b>
---------------------------------------	------------------