|  |  |
| --- | --- |
| **AGENDA 21 - CNOSF** | ***Article 2.1***  ***Intégrer le développement durable au cœur des stratégies de communication*** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Plus-value de l’action** | Economique |  | 1 | 2 | 3 | **4** | 5 |
| Sociale |  | 1 | 2 | 3 | **4** | 5 |
| Environnementale |  | 1 | 2 | **3** | 4 | 5 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Niveau territorial**  **(plusieurs possibles)** | 🗹 Club | 🗹Comité | 🗹Ligue | 🗹Fédération |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Objectifs** | Sensibiliser à une meilleure prise en compte de critères sociaux-environnementaux dans l’organisation d’une manifestation.  Mettre en avant sa démarche.  Mobiliser les partenaires. | | | | |
| **Public(s) visé(s)** | Tout public | | | | |
| **Mise en œuvre (description)** | Temps passé, matériel nécessaire, ressources humaines,  **Communiquer** sur son engagement responsable permet d’offrir une visibilité plus large et de toucher des partenaires engagés dans la démarche et/ou souhaitant mettre en avant leur implication.  Les médias sportifs et locaux seront inévitablement présents pour couvrir la manifestation, cependant il existe également des **médias** spécialisés, **spécialistes du développement durable**.  Il est important de réaliser un dossier spécifique, qui sera inclus dans les différents dossiers de presse. Ce dossier présentera les actions mises en place, et sera agrémenté par des photos qui illustreront la démarche. | | | | |
| Obstacles rencontrés, solutions trouvées… | | | | |
| **Partenaire(s) et aide(s) obtenue(s)** |  | | | | |
| **Partenaire(s) et aide(s) éventuelle(s)** |  | | | | |
| **Coût** | Absent | Abordable | Moyen | Cher | Très cher |
|  | | | | |
| **Indicateur(s) / Evaluation** | * Nombre de médias ayant traité de la démarche * Nombre d’articles publiés Questionnaire de satisfaction | | | | |
| **Pour plus de renseignements …** | Contact « personne ressource » | | | | |