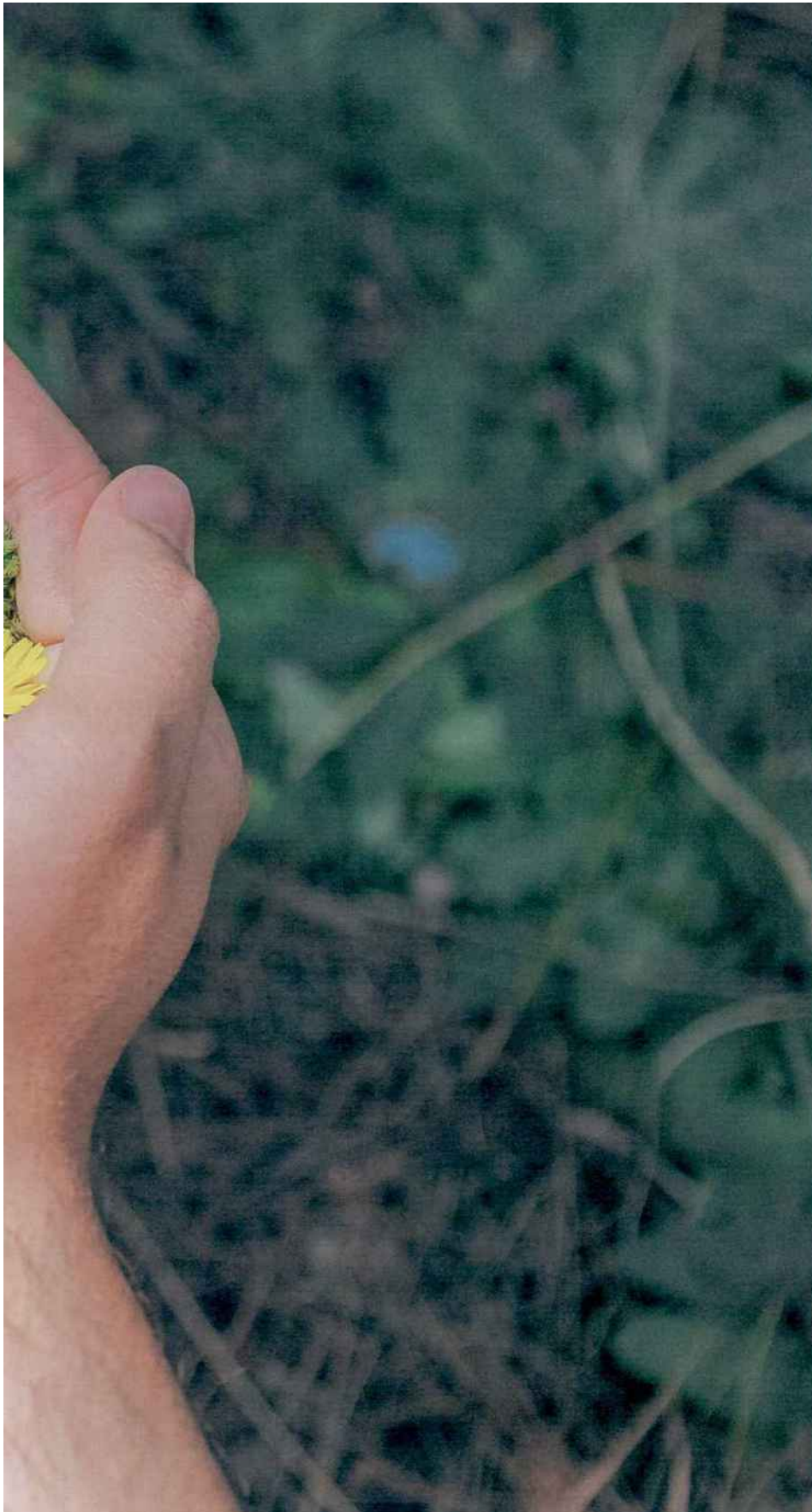




QUAND LES ENTREPRISES S'ENGAGENT

Qu'elle soit consentie du bout des lèvres ou le fruit d'un véritable engagement pour la planète, la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) est désormais un passage obligé pour toute entreprise. En événementiel, des outils... et des hommes les aident à la mettre en place.

Par Stéphane Michel



DOSSIER

RSE



La responsabilité sociale des entreprises (RSE) désigne la prise en compte par les sociétés, des enjeux sociaux et environnementaux dans leurs activités et sa mise en œuvre. D'une certaine manière, comme terme usuel pour les entreprises, elle a succédé à celui de « développement durable » (DD) qui est un concept touchant l'ensemble des activités humaines. Sur la base du volontariat, elle aborde les domaines économiques et les interactions internes (salariés, dirigeants, actionnaires) et externes (fournisseurs, clients, autres). Faite pour durer, elle est désormais un parcours obligé pour l'entreprise et aucun secteur d'activité n'y échappe, pas plus l'événementiel que les autres. Ainsi, près de quinze ans après son apparition timide dans le monde de l'événement, plus une

agence, ni un prestataire, ni un établissement ne la dédaigne ou ne la dénigre. La RSE est même mise en avant, servant souvent de vecteur de communication. Différents labels ou chartes permettent de distinguer ou de mener les progrès effectués par l'entreprise. Citons la certification Iso 20121 qui en événementiel est un passage quasi obligé pour ceux qui sont soucieux d'œuvrer en faveur de la préservation de l'environnement. Évoquons aussi, la SD 21000 française, remplacée officiellement par l'Iso 26000. Quant à la norme Iso 14001, elle concerne le management environnemental et repose sur le principe d'amélioration continue de la performance environnementale par la maîtrise des impacts liés à l'activité de l'entreprise. Créé en 2004, le « Label responsabilité sociale » se positionne comme le garant éthique des bonnes pratiques sociales des acteurs de la chaîne de la relation clients. **Éco-événement**, collectif composé de sept associations professionnelles de l'événement (LÉVÈNEMENT, CSPE, FFM2E, France Congrès, Unimev, Synpase et Traiteurs de France) a aussi la volonté de sensibiliser, informer, encourager, échanger, rassembler et accompagner la filière événementielle vers une démarche écoresponsable et des événements écoconçus. Ces signataires se sont engagés sur plusieurs points. Une charte créée en 2006 et revue en

2012 en est l'un des outils fondateurs aux côtés d'un écocuide, de normes ou d'un agenda des manifestations et événements... Enfin, et la liste n'est pas exhaustive, l'une des dernières nées est la certification anglo-saxonne B Corp, octroyée aux sociétés à but lucratif répondant à des exigences sociétales et environnementales, de gouvernance ainsi que de transparence envers le public.

DES LIEUX AUX DERNIÈRES NORMES

Qu'ils soient parcs des expositions, centres de congrès ou lieux plus modestes, les sites événementiels s'engagent donc à fond dans une politique de RSE, convaincus ou non de son bien-fondé. La majorité suit les consignes et nouvelles règles édictées par l'Europe, d'autres vont encore plus loin dans la démarche et en font une ligne de conduite. Le **Grimaldi Forum** à Monaco, **Exponantes**, le **Centre de congrès de Saint-Etienne**... ont été précurseurs. Ils sont aujourd'hui rejoints par une liste innombrable de lieux divers. Par exemple, sur la Côte d'Azur, le **Centre de congrès de Mandelieu-la-Napoule** a entrepris une démarche RSE à travers sa labellisation Iso 14001. Quant au **Pavillon Dauphine Saint Clair**, il a été certifié Iso 14001 le 22 novembre 2017.

NUTELLA SOUTIEN LES PÂTISSIERS DE DEMAIN

Fortement décriée car utilisant de l'huile de palme, la marque de pâte à tartiner Nutella cherche régulièrement à changer son image en œuvrant dans le bon sens. Elle vient de monter une opération commerciale et de communication, consistant pour les consommateurs qui achètent un dessert avec du Nutella à l'intérieur, à poster le dessert sur Instagram. Par ce geste Nutella reverse « sa part du gâteau » sur le premier million de desserts postés. Part qui peut aller jusqu'à 100 000 euros et sera destinée à des centres de formation qui accueillent chaque année les pâtisseries de demain. Pour les artisans souhaitant participer, il suffit de télécharger et d'imprimer un kit de communication à disposer dans leurs vitrines pour montrer qu'ils participent à l'opération.



Ci-contre :

Le Centre de congrès de Mandelieu-la-Napoule a entrepris une démarche RSE à travers sa labellisation Iso 14001



ENTRETIEN

RODOLPHE DELORD DIRECTEUR GÉNÉRAL DU ZOO PARC DE BEAUVAL



Avez-vous une politique RSE au ZooParc ?

Nous avons créé, depuis peu, un service RSE. Il est en charge de rassembler et mettre en cohérence l'ensemble des actions de développement durable que nous menions jusqu'à maintenant. Mais il doit surtout emmener Beauval plus avant sur le chemin de la responsabilité sociétale.

La RSE est à la mode, Beauval fait-il comme tout le monde ?

Pas vraiment. Depuis la création du parc, ma mère, Françoise Delord, a toujours lié notre engagement pour la protection des espèces menacées au respect de la nature. Le mot parc accolé à celui de zoo n'est pas une coquetterie.

Cette philosophie est toujours la nôtre, elle fait partie de notre ADN. Comme d'autres, nous faisons de la RSE sans le savoir. Se lancer dans cette démarche est pour nous une évidence. Nous avons toujours mené des initiatives afin de limiter l'empreinte écologique de notre activité.

Avez-vous des exemples de ces initiatives ?

Notre unité de méthanisation, par exemple. Elle permet de créer de l'énergie à partir des fumiers du parc. L'arrêt des herbicides et pesticides depuis plus de 20 ans. Au sein du parc et des serres, le désherbage se fait à la main et nous avons des programmes de protection biologique intégrée. Des auxiliaires (plantes, insectes, animaux) favorisent et préservent naturellement les plantations. Dès que cela est possible, nous cherchons à valoriser nos déchets avec des associations.

Quel est votre ambition ?

Notre souhait est d'embarquer nos parties intéressées (internes et externes) dans un vrai projet d'entreprise. Pour paraphraser un slogan lié à la sécurité, j'aime à penser que la RSE est l'affaire de tous. Après un diagnostic, nous verrons mieux les enjeux prioritaires de notre politique. Dans tous les cas il ne s'agit pas de faire de l'écologisme à tous crins, mais de développer des projets et d'innover sur les trois piliers de la RSE. Et de prendre notre part à notre niveau en tant qu'entreprise dans la préservation de notre environnement.





Il faut dire que son emplacement, au sein du Bois de Boulogne, a conduit ses gérants à mettre en place et à maintenir un système de management environnemental conforme à cette norme, version 2015. **Pour Lyon For Events**, l'actualité passe par cet élan sur la RSE, fruit d'un engagement dans des process plus vertueux sur le plan social et plus écologiques. « S'inscrivant totalement dans l'engagement global du groupe, la certification ISO 20121 obtenue en novembre dernier pour deux de nos quatre sites lyonnais illustre la démarche vertueuse qui nous porte depuis plusieurs années en matière de développement durable et de management responsable. Cette dynamique vise non seulement l'engagement et la cohésion d'équipe mais aussi le Food & Beverage, avec notamment de la vaisselle compostable et le remplacement des bouteilles plastique par du verre réutilisable, mais encore la gestion environnementale des bâtiments, la gestion des déchets, l'installation de bornes électriques ou la redistribution

de repas », précise Sylvain Douce, directeur général du Centre de Congrès de Lyon, en charge de la politique RSE des sites lyonnais de **GL events**. Désormais les exigences sociétales en

matière d'hygiène sont de plus en plus élevées et la responsabilité des employeurs vis-à-vis des salariés et des clients est mise à l'épreuve. Très récemment, **les Domaines de Fontenille**



Les Domaines de Fontenille ont reçu la certification Safeguard du Bureau Veritas



à Lauris (84) ont reçu la certification Safeguard du Bureau Veritas, un label fondé sur un standard commun développé avec toutes les filières et autorités, pour rassurer les clients et les salariés (Check in et check out distanciés ; mise à disposition généralisée de gel désinfectant ; formation des équipes aux gestes barrière et aux nouveaux protocoles ; protocole strict de désinfection des chambres et fréquence accrue du

nettoyage et désinfection de tous les espaces publics avec produits et équipements certifiés...). C'est le premier Small Luxury Hotel of the World dans le monde à obtenir cette certification. « Celle-ci a été possible grâce à l'excellent travail des équipes dirigées par Laurent Branover, le directeur de la Collection, depuis la réouverture, à la préparation de sortie du Covid-19 et aux protocoles de déconfinement mis en œuvre par tous dès la mi-mai **aux Bords de Mer**, au **Domaine de Fontenille** et aux **Hortensias du Lac** », précisent Frédéric Biousse et Guillaume Foucher, cofondateurs du site.

ECOSYSTEM SUR LES ROUTES DU TOUR

Ecosystem, l'éco-organisme en charge de la collecte et du recyclage des équipements électriques en France, s'associe pour la première fois au Tour de France en tant que « partenaire responsable ». Afin de lancer son site « Jedonnemontelephone.fr » et de mobiliser les Français en faveur de la cause environnementale, l'entité déploie un dispositif de communication d'envergure. Jérémie Roy, ancien coureur pro, en est l'ambassadeur, chargé de sensibiliser les médias spécialisés dans le sport et leurs abonnés, à l'importance du recyclage des appareils électriques et électroniques. « Notre participation au Tour se doit d'être au bénéfice de l'intérêt général. Elle se repose sur 3 leviers : la puissance avec de grands relais média nationaux, la proximité avec notre approche géolocalisée ville par ville et l'engagement grâce aux outils physiques et digitaux que nous proposons à toutes les bonnes volontés qui décident de nous aider », détaille Donatien Drilhon, adjoint à la direction de la communication chez Ecosystem.

Sur le Tour, Ecosystem intègre la caravane avec quatre voitures et une distribution de goodies tels que des kits de sécurité (bandes et gilets réfléchissants). Dans les 35 villes étapes, l'organisme met à disposition des collectivités locales tous les outils de communication nécessaires à la promotion du site (bannières web, affiches, visuels, contenu pour les réseaux sociaux, urnes de collecte...). Et sur chaque ligne de départ et d'arrivée, ses équipes déploient un dispositif de sensibilisation pédagogique et ludique autour du thème de l'économie circulaire. Des animations conviviales et des jeux de sensibilisation concernant la 2^e vie des équipements électriques sont également proposés aux spectateurs du Tour.



PRESTATAIRES ET AGENCES CONCERNÉS

Côté prestataires, nombreux, désormais, sont ceux qui vont dans le bon sens. Les traiteurs, par exemple, ont bien compris tous les atouts d'une utilisation de produits issus du bio et/ou de la culture raisonnée. Beaucoup ont décidé de ne travailler que les produits de saison. Un premier pas. Parallèlement, **Traiteur de France** travaille sur la gestion des plats non consommés afin d'éviter le gâchis alors que **Té-Créateur d'instantanés**, qui a inscrit la RSE dans son ADN, œuvre depuis sa naissance sur l'emploi et l'insertion par l'activité économique. Pour réduire l'empreinte écologique, **Saint Clair Le traiteur** poursuit depuis 2008 sa démarche de développement durable sur trois volets : environnemental, économique et social. Son adhésion dès 2009 au Global Compact, pacte mondial de l'ONU intégrant ces préoccupations, scelle l'engagement du traiteur dans cette démarche. Afin de formaliser ses efforts, Saint Clair a décidé de mettre les moyens nécessaires pour obtenir la



Saint Clair Le traiteur poursuit depuis 2008 sa démarche de développement durable sur trois volets : environnemental, économique et social.



certification Iso 20121 à horizon 2021, témoin d'une démarche d'amélioration continue en matière d'événementiel responsable. Dans cette optique et afin d'accélérer sa transition, une responsable RSE a été spécialement recrutée afin d'atteindre avec succès ce challenge. L'offre Saint Clair se caractérise par des produits alliant inventivité, esthétique et respect des ressources naturelles.

Le prestataire privilégie ainsi l'achat de produits alimentaires français et issus d'une agriculture biologique ou raisonnée, en particulier pour les matières premières brutes. Pour lutter contre l'érosion de la biodiversité marine, Saint Clair adhère au programme

Mr Goodfish et privilégie ainsi l'achat de poissons dont les stocks sont jugés en bon état et pêchés à l'âge adulte, afin d'assurer au moins une reproduction avant pêche. De plus, pour concilier respect des ressources naturelles et éthique animale, le traiteur utilise exclusivement, depuis le début de l'année, des œufs de poules élevées en plein air, en partenariat avec un fournisseur local. Conscient de son impact environnemental, Saint Clair mène aussi une politique active de gestion des déchets. Sur son site de production, un système de tri sélectif poussé a été mis en place et les résultats de 2019 s'avèrent prometteurs pour la suite. En décoration, les sociétés proposant des meubles en carton alvéolaire font florès. Le carton est utilisé seul ou associé à d'autres écomatériaux (bois, liège, bambou, fibres végétales), pour créer des ambiances esthétiques, insolites et écoresponsables. Les moquettes peuvent être réutilisables, les goodies sont en amidon de maïs... Des agences se sont spécialisées dans le conseil et la mise en œuvre d'une RSE par les entreprises. Comme **Green Événements**, incontournable en matière de conception responsable des événements à qui l'on doit Le Ouai, dont l'édition 2020 a eu lieu, le 25 août, à **La Cité Fertile**, à Pantin. L'occasion de témoignages multiples et inspirants sur quatre thématiques :

organiser des événements zéro déchets ou zéro net carbone ; mettre en place une alimentation durable et rendre les événements et les entreprises de la filière plus inclusifs. Le tout en présence de Jean-Baptiste Lemoyne, Secrétaire d'État chargé du Tourisme et Olivia Grégoire, Secrétaire d'État chargée de l'Économie sociale, solidaire et responsable. **Sidièse** se veut une agence

“ GREEN ÉVÉNEMENTS A ORGANISÉ LE OUAÏ, QUI A EU LIEU LE 25 AOÛT, À LA CITÉ FERTILE, À PANTIN ”

conseil en communication plus responsable. Elle poursuit son développement par le gain de nouveaux clients comme la Fehap, fédération regroupant près de 5 000 établissements en France (Ehpad, hôpi-

taux, centres d'hébergement, crèches...) qui a choisi l'agence pour élaborer une campagne destinée à valoriser l'existence du secteur de la santé et du social privé solidaire. Comme Clarins qui a renouvelé sa confiance dans l'agence pour la conception et l'élaboration de son rapport RSE ou Ademe. Investisse-

ment, dédiée au financement de projets innovants d'infrastructure dans le domaine de la transition énergétique et écologique, qui a souhaité être accompagnée pour la refonte de son identité graphique et la création de son nouveau site Internet. « Alors que Sidièse fête, cette année, ses 20 ans, la croissance de l'agence, la confiance et la fidélité de nos clients témoignent d'une dynamique formidable autour de nos sujets d'expertise : la transition écologique et le nouveau récit des marques et des entreprises », se félicite Gildas Bonnel, président de Sidièse. La mission de Sidièse : accélérer, par ses conseils et actions de communication et de mobilisation, l'intégration du développement durable dans la stratégie des organisations. Gérée par trois associées professionnelles de la filière depuis vingt ans, **Cravate & Sandalettes**, est une agence de tourisme d'affaires et d'événementiel qui imagine des événements d'entreprise depuis 2014, se voulant « différenciants » par leur esprit et leur format. « Notre particularité réside dans notre capacité à déplacer les lignes classiques des manifestations professionnelles. L'émotion et le sens sont au cœur de notre réflexion stratégique et nous les conjuguons pour construire des formats inédits,



Ci-contre :
L'agence Cravate & Sandalettes a développé une nouvelle gamme centrée sur l'authenticité, la simplicité et les rencontres



ENTRETIEN

AGNÈS RAMBAUD-PAQUIN VICE-PRÉSIDENTE DE DES ENJEUX ET DES HOMMES

Depuis dix-sept ans, le cabinet conseil Des Enjeux et des Hommes facilite la transition des organisations vers des modèles plus durables, en apportant aux dirigeants d'entreprises et à leurs collaborateurs les clés pour les inventer avec leur écosystème. Sa vice-présidente Agnès Rambaud-Paquin, évoque pour nous la RSE.

RSE, développement durable, quelle est la différence ?

Ces notions ont mis trente ans à se stabiliser. Disons que le concept de développement durable est utilisé à l'échelle de la planète. Les Nations Unies ont défini dix-sept objectifs du DD (ODD) qui définissent des cibles à atteindre à l'horizon 2030 pour répondre à des objectifs généraux comme : éradiquer la pauvreté sous toutes ses formes et dans tous les pays, protéger la planète et garantir la prospérité pour tous. La RSE est la contribution des entreprises à ces grands enjeux. Elle recouvre différentes dimensions : environnement, social et économie. Cette dernière ne pouvant se développer sainement si elle n'embarque pas les deux autres.

Difficile aussi de s'y retrouver dans la multitude de labels, chartes, référentiels...

Ils sont, en effet, source de beaucoup de confusion. Pour y voir clair, certains ont été mis en œuvre par des filières, des fédérations, des métiers... D'autre part des organismes d'État ou privés. L'un des plus importants est la norme Iso 26000, non certifiable, qui vise à définir la



RSE autour de 40 sujets. En événementiel, la norme Iso 20121 a été élaborée, avec notre participation et celle de l'Ademe, pour promouvoir une consommation responsable et atténuer les effets négatifs des événements sur les infrastructures et les services publics locaux.

Qu'apporte le cabinet Des Enjeux et des Hommes aux entreprises ?

Nous sommes sollicités afin d'aider les entreprises à mener leur politique de RSE. Cela peut commencer par un audit sur les bonnes et mauvaises pratiques même si je préconise plutôt de démarrer par une analyse des enjeux. On ne peut lutter sur tous les fronts et les 40 sujets de la norme

Iso 26000. Il vaut donc mieux définir des objectifs et se fixer trois ou quatre ans pour les atteindre. Pour cela, il faut que les équipes comprennent et s'engagent dans le changement. Il y a toujours des cadres plus convaincus que les autres. Quand c'est le pdg, bien sûr, ça aide !

“ PAS DE SAINTE ÉCONOMIE SANS RESPECT DE LA PLANÈTE ET DE SES HABITANTS ”

Votre société vient de rejoindre le Groupe Ecocert. Qu'est-ce que cela implique ?

Oui, spécialistes en certification, ils avaient monté en 2014 une structure de conseil et souhaitaient accélérer son développement notamment à l'international. Nous sommes entrés

en négociation en octobre dernier. Et malgré le Covid-19, ils ont tenu leurs engagements en nous rachetant en avril. Je reste vice-présidente du cabinet pour les trois prochaines années et pour l'instant, tout se passe pour le mieux.



SALON PRODURABLE, 13^E ÉDITION !

Les 7 et 8 septembre, le salon Produrable tiendra sa 13^e édition au **Palais des Congrès de Paris**. Plus grand rendez-vous européen des acteurs et des solutions de l'économie durable, organisé en partenariat avec le Ministère de la Transition Écologique et Solidaire, ce salon collabore avec les principaux réseaux professionnels et médias spécialisés. Au programme : cinq masterclasses pour approfondir cinq enjeux majeurs autour du développement durable, de la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et des Marques (RSM) pour dessiner l'avenir de la société. Différentes initiatives y seront présentées. Ainsi, l'association Apres proposera « Ne recyclez plus, réemployez ! ». Selon l'Ademe, la phase de fabrication d'un appareil électronique représente 80 % de son impact environnemental et sa production mobilisera 50 à 350 fois son poids en matière première. Pour réduire l'impact environnemental de cette activité, il faut donc désormais être en mesure de maîtriser les enjeux de fin de vie des équipements. C'est pour cette raison que 17 acteurs français se sont rassemblés pour construire la filière du réemploi dédiée aux entreprises. Ces experts proposeront des solutions concrètes qui permettent l'allongement de la vie des appareils électroniques et aideront ainsi à réduire l'empreinte écologique et les coûts d'équipements.

expliquent les dirigeantes. Le sur-mesure est notre credo et c'est ainsi que nous avons toujours conçu nos événements ». La crise sanitaire a été l'occasion pour l'agence de faire un nouveau pas de côté, de prendre du recul et de se questionner sur son modèle pour emprunter de nouveaux chemins sans pour autant abandonner l'offre initiale. « Nous avons imaginé des aventures "près de chez soi", en phase avec nos valeurs, répondant aux attentes de nos clients et anticipant leurs envies de déconnexion, de plein air et de sécurité pour vivre les événements autrement et pleinement ». Cette nouvelle gamme est centrée sur des fondamentaux : l'authenticité, la simplicité et les rencontres. « Ce sont aujourd'hui des valeurs qui répondent à de nouvelles aspirations des clients. Nos micro-aventures s'inscrivent dans une logique de voyage écoresponsable et de consommation locale. L'utilisation de transports doux et l'association à des acteurs et producteurs locaux nous permettent d'inventer un cercle vertueux qui donne non seulement du sens, mais aussi du corps à nos événements », expliquent les dirigeantes. C'est ainsi l'occasion de découvrir ou redécouvrir l'air doux de la Vendée, l'esprit fonique de la Bretagne, les couleurs de la Normandie ou les trésors cachés de la Loire. Des échappées courtes allant d'une demi-journée à deux jours.

Quant à **Econovia**, agence de communication responsable depuis dix ans, spécialisée dans l'économie sociale et solidaire (ESS), la RSE et le développement durable, elle vient de remporter de nouveaux projets : Propageons la Nature, Unis-Cité, Fondation 3M et la Fédération d'Entraide Protestante. Réseau d'experts libres et engagés, Econovia accompagne les acteurs à impact positif dans l'élaboration de leur stratégie de communication, le pilotage de leurs relations presse et la création de leurs supports. Implantée au Jardin d'Agronomie Tropicale de Paris,

l'agence est membre cofondateur de la **Cité du Développement Durable**. L'agence nantaise **Moakite** est aussi très sensibilisée aux empreintes que laissent les activités événementielles sur nos ressources et sur l'environnement. « Des solutions existent pour réduire cette empreinte et inverser la tendance en créant des événements à impact positif, assure sa fondatrice, Mélinda Thomaret. Nous accompagnons les entreprises sur des formats événementiels responsables qui s'inscrivent dans une logique de développement durable. Nous les conseillons à toutes les étapes du projet que ce soit en phase de conception, de production ou encore de sensibilisation auprès des différents publics ». L'agence travaille avec un réseau de partenaires associatifs afin de donner toujours plus de sens à ses actions. Elle est certifiée Iso 20121. « En phase avec les convictions de l'agence, cette certification constitue un précieux outil pour coconstruire de nouveaux formats d'événements avec nos clients », observe la jeune dirigeante qui ajoute : « La crise sanitaire est venue nous le rappeler avec force. C'est par l'engagement de chacun que nous pourrions bâtir un futur plus désirable. La nécessité de créer des événements écoresponsables, dans ce contexte, prend tout son sens ». En s'inscrivant dans cette dynamique, Moakite a fait le choix d'embarquer l'ensemble de ses parties prenantes, avec le souhait que chacun puisse grandir et agir à son tour sur ce terrain. Au-delà de rassembler les collaborateurs dans un cadre qui fait sens, la construction d'un événement piloté par l'agence se différencie par son impact positif. L'événement s'inscrit dans un système de management responsable, résolument agile et créatif pour répondre aux enjeux de demain. « Dans les mois à venir, les entreprises devront repenser leur raison d'être et fédérer leurs équipes autour d'un projet commun. L'événementiel responsable est un puissant levier d'engagement et d'accélération des transformations. Il contribuera à impulser cette dynamique de changement au sein des organisations », conclut Mélinda Thomaret.



L'agence nantaise Moakite accompagne les entreprises sur des formats événementiels responsables