



Quand l'éphémère devient durable

2024
MEETINGS + EVENTS

Enedis rend les grands événements plus propres en réduisant de 90 % leurs émissions de CO₂ liées à l'énergie*. C'est une sacrée bonne nouvelle.

En branchant les grands événements sportifs et culturels au réseau public d'électricité, Enedis permet de limiter l'usage des groupes électrogènes plus polluants. Et ça aussi c'est un événement.

Plus d'information sur enedis.fr/branchonslesevenements

ENEDIS

Bienvenue dans
la nouvelle France électrique

En France métropolitaine, en 2021, un événement branché au réseau d'électricité permet de réduire de 90 % les émissions de CO₂ liés aux besoins en énergie électrique par rapport à un événement fonctionnant sur des groupes électrogènes diesel d'une puissance inférieure ou égale à 1000 kW. Méthode et calculs certifiés par le cabinet spécialisé Carbone 4.

L'énergie est notre avenir, économisons-la!

L'EFFET MIROIR DES ÉVÉNEMENTS VERTUEUX



L'avenir de l'événementiel est en train de s'écrire. Il se conjugue désormais avec durable. De ses efforts à réduire ses impacts directs et indirects sur l'environnement, à se penser engagé, inclusif et porteur de sens, dépend son acceptabilité future auprès de ses différents publics.

La bonne nouvelle est que le synopsis de cette histoire est d'ores et déjà rédigé. Pour tendre vers la neutralité carbone à l'horizon 2050, la filière se mobilise, que ce soit les destinations, les prestataires, les agences, les traiteurs, les startups, les infrastructures, etc., toute une chaîne de valeurs dont chaque maillon se renforce au bénéfice d'un ensemble. Car en l'espèce, chaque action compte, à l'instar du colibri qui prend sa part, aussi minime soit-elle.

Ce challenge transformatif est une formidable aventure humaine qui enthousiasme tous les professionnels que nous avons interrogés pour ce Trend Book entièrement dédié à la RSE. Il est aussi une condition sine qua non pour attirer vers les métiers de l'événementiel nombre de jeunes talents pour qui la question de l'éco-responsabilité ne peut plus être éludée.

Tout n'est pas parfait pour autant. Si les efforts se concentrent surtout sur la diminution de l'empreinte carbone des événements, ne doivent pas être oubliés les volets sociaux et sociétaux de cette nécessaire mutation. Moins polluer c'est bien ; mieux intégrer, manager, ou encore rémunérer c'est important aussi. Sur ces derniers points, des efforts ont été faits et sont donc à saluer. Aligner actes et paroles, un mantra dont ne peuvent s'exonérer plus longtemps trop d'annonceurs qui glissent encore sous le tapis rouge de leurs événements le sujet de la RSE. Dans ce domaine aussi, ils doivent repenser leurs externalités négatives.

Enfin, n'oublions pas l'effet miroir des événements. Plus nous irons vers l'exemplarité événementielle, plus le secteur tendra un miroir à la société ayant valeur d'exemple, et dont nous pourrons tous nous inspirer.

Excellente lecture,

Laurence Rousseau
@LLrousseau

SOMMAIRE

- P. 6 **Journalistes & contributeurs**
- P. 8 **L'actu en vrac**
- P. 12 **10 personnalités pionnières en matière d'événements responsables**
- P. 14 **Les grandes dates de la transition de la filière**
- P. 16 **Interview Benoît Désveaux, Hopscotch Groupe**
- P. 18 **8 lieux éco-responsables des réunions vertueuses**
- P. 20 **Interview Pauline Teyssedre, Commission RSE Unimev**
- P. 22 **Bien se repérer parmi les différents labels et certifications**
- P. 26 **Bilan carbone des events : calculer pour mieux réduire**
- P. 28 **Paris 2024 : le défi de Jeux plus responsables**
- P. 32 **L'événementiel, outil de sensibilisation à la transition écologique**

- P. 36 **Infrastructures d'accueil : le défi de la rénovation énergétique**
- P. 39 **Interview Christophe Caillaud-Joos, Strasbourg Events**
- P. 40 **Viparis, une transformation réussie**
- P. 42 **Comment baisser la note énergétique des événements ?**
- P. 46 **Startups : mobilité & énergie**
- P. 48 **Plus de sens, moins d'essence**
- P. 52 **Purs séjours low carbon en Suisse**



- P. 54 **Les traiteurs de l'événementiel à l'avant-garde de la transformation**
- P. 57 **Le dîner Wax ou le sens de l'épure**
- P. 58 **Traiteurs et acteurs de l'inclusion**

- P. 60 **Aménagement et design, la nécessaire adaptation**
- P. 63 **Startups : design**
- P. 64 **Interview Fabrice Laborde, Groupe Galis**
- P. 66 **Collecte et retraitement des déchets : on en est où ?**
- P. 68 **Tribune : Comment construire sa raison d'être ?**
- P. 69 **Born in PPM ou l'art sensible et engagé**
- P. 70 **On a testé la Fresque de l'événementiel**
- P. 72 **50 actions pour la biodiversité**
- P. 74 **La To-do List**



Magazine édité par MyEventNetwork
32, avenue Pierre Grenier
92100 Boulogne-Billancourt

Directrice de la rédaction :
Laurence Rousseau

Ont collaboré à ce numéro :
Pascale Baziller, Lucas Gallois, Emmanuelle Grossir,
Arnaud Pagès, Céline Tridon

Directeur artistique :
Bruno Gasparini

Contact commercial :
sandrinegeffroy@influencia.net

Prix de vente : 35 € TTC



Sauf stipulations contraires, tout document, reproduction, cliché ou photo confié à MyEventNetwork devra être libre de toute contrainte (y compris financière, redevance, droits, etc.) pour lui permettre l'édition sur tout support, y compris électronique.

Le Trend Book est une publication de la marque MyEventNetwork

SAS au capital de 200 000 euros - SIRET 848 102257 000 13 RCS Paris
Code APE 7311 z -TVA intracommunautaire : FR 848 102257

Directeur de la publication :
Groupe Influencia

Impression :
Imprimerie Léonce DEPRez
Taux de fibres recyclés : 0%
Taux d'eutrophisation : 0,02 Kg /tonne



Photo édito : © Alexandre Nestora - Illustration : © Treety

Journalistes & Contributeurs

ILS ONT PARTAGÉ UNE IDÉE ET L'ENVIE DE COLLABORER À UNE NOUVELLE AVENTURE ÉDITORIALE. AUJOURD'HUI, CETTE ŒUVRE COMMUNE PREND VIE AVEC CE TREND BOOK.

PASCALE BAZILLER



Journaliste, Pascale Baziller décrypte les stratégies de communication des entreprises et des organisations depuis vingt ans au sein de différents médias. Elle anime également des conférences, chroniques et débats sur les questions sociétales, les enjeux de la communication hors-média et les coulisses des événements. Sociologue et diplômée en management des médias et du numérique (Sciences Po), elle intervient également comme conseil en éditorial et projet dans les domaines de la culture, l'événementiel et les médias.

ARNAUD PAGÈS



Après des débuts à Technikart à la fin des années 90, Arnaud Pagès rejoint la rédaction de Clark Magazine au début des années 2000, puis devient journaliste pour de nombreux magazines, dont Nova Mag, Konbini, et Vice. Spécialiste des grandes évolutions sociétales et technologiques, il a travaillé pour Slate, Usbek & Rica, L'Atelier BNP Paribas, Détours, le média des nouvelles mobilités proposé par Canal+ et L'ADN dont il a été rédacteur en chef Tendances & Mutations.

EMMANUELLE GROSSIR



Observatrice du marché publicitaire, spécialisée sur les marketing services, l'événementiel et la création au magazine CB News, puis planer stratégique chez Young & Rubicam, Emmanuelle est une slasheuse heureuse : journaliste et créatrice de contenus, elle est également conceptrice-rédactrice free-lance (pour BETC, Havas, Z Comme, Philip Morris) depuis quelques années. Elle continue de s'intéresser au secteur de l'événementiel et à la gestion du capital humain. En outre, elle est co-lauréate du concours Elle en Séries avec le format court *Whaat?* et cocréatrice en 2020 de la bande dessinée Confinées sur Instagram.



CÉLINE TRIDON



Diplômée en lettres modernes, Céline Tridon a suivi une formation en journalisme à l'IPJ. Elle y a confirmé son envie de travailler pour la presse écrite et web, souhait exaucé à travers la collaboration avec différents titres de la presse française (The Good, Le Figaro Entrepreneurs, Courrier Cadres). Spécialisée notamment sur les thématiques RSE, environnement et social, elle décrypte les enjeux du monde de demain pour un lectorat composé de décideurs et de particuliers.

BRUNO GASPARINI



Directeur artistique free-lance. Bruno Gasparini a un parcours atypique. Démarrant au début des années 80 comme programmeur informatique à l'Aérospatiale pour se consacrer en parallèle à un début de carrière musicale (2 vinyles et beaucoup de concerts), il bifurque dans les années 90 sur une carrière de graphiste et de directeur artistique, passant de l'imprimerie à l'avènement du web pour finir chef de studio et DA d'édition dans une agence de publicité spécialisée dans le luxe. Depuis 2017, il a repris sa route d'indépendant pour s'ouvrir à de nouvelles opportunités.

LAURENCE ROUSSEAU



Journaliste spécialisée dans l'événementiel depuis plus de 20 ans, Laurence Rousseau dirige le média Meet In depuis 2000. Elle a également piloté la rédaction du magazine L'Echo Touristique entre 2008 et 2016. Elle rejoint l'équipe du média en ligne MyEventNetwork en août 2020, tout en poursuivant le développement de Meet In. Intervenante extérieure de l'enseignement supérieur (EFAP, Sup de Pub, Novancia, etc.), elle prend part également aux principaux rendez-vous sectoriels (émission web *L'Événementiel en état d'urgence*, congrès MEV, ComInTech, IFTM, EVP American Express Meetings & Events) en tant qu'animatrice ou speaker.

Le Salon de l'Agriculture impose la SIA'ttitude

A l'occasion de sa dernière édition, le Salon de l'Agriculture a déployé son manifeste SIA'ttitude, code de conduite pour un événement responsable et charte à destination des exposants, comme des visiteurs. Côté exposants, ces derniers ont été invités à notamment trier leurs déchets, faire le maximum pour produire un stand éco-conçu, diminuer les nuisances sonores afin de respecter les stands voisins et



les animaux, ou encore ne pas servir d'alcool aux personnes ivres et redonner les surplus alimentaires aux banques alimentaires. Côté visiteurs, se rendre au salon en mobilité douce, respecter la tranquillité des animaux, respecter l'intégrité physique de l'autre, le matériel et la propriété des tiers, et engager la conversation avec les exposants et éleveurs de manière constructive et positive. Une charte pas tout à fait respectée le jour de l'ouverture et le dernier week-end du salon, mais qui marque l'engagement des organisateurs pour un événement respectueux.

Life after Ad, l'autre vie des bâches publicitaires

Chaque année, des centaines de toiles publicitaires géantes sont affichées pour quelques semaines dans les villes de France. C'est ce qui a poussé le jardinier urbain Patrick Vernuccio à créer Life After Ad. Le projet consiste à redonner vie aux déchets générés par les toiles publicitaires en les transformant en pots pour constituer des jardins urbains accueillant la biodiversité. Séduite par l'innovation et l'impact de leur approche, la plateforme Netflix et son agence média Re-mind PHD ont ainsi confié à Life After Ad la mission de transformer la bâche de l'un de ses récents films à succès en pots upcyclés pour accueillir du vivant dans ses locaux parisiens. Après 6 mois de R&D, tests et développement avec deux partenaires majeurs, CIDI, leader de la signalétique et LightAir, acteur leader du bâtiment communicant, ce projet permet à la fois d'apporter une solution durable aux déchets publicitaires, de participer à la biodiversité en créant des espaces verts voués à perdu-



rer, et de permettre à des personnes qui vivent en ville de se reconnecter à la nature. Et pour les équipes françaises de Netflix, de profiter d'un espace extérieur renouvelé.

Double certification pour le Grimaldi Forum Monaco

Le centre de congrès et de culture de la Principauté monégasque a décroché sa première certification ISO 20121 et sa sixième certification ISO 14001, deux références internationalement reconnues dans le domaine de la protection de l'environnement et du développement durable. Éco-conçu et éco-géré, le centre de congrès ne produit aucun gaz à effet de serre, bénéficie d'une isolation thermique naturelle, utilise l'eau de mer et de nappe pour son traitement de l'air et est suivi par une gestion technique centralisée comportant 20 000 points de contrôle. En une quinzaine d'années, il a amélioré son efficacité énergétique de 35 % (en consommant une énergie 100 % verte), multiplié son taux de tri de déchets par 2,5 et divisé sa consommation d'eau par visiteur par plus de 2. Avec 2500 m² de panneaux photovoltaïques sur son toit, il est aussi le premier producteur d'énergie solaire de Monaco. Favorisant les achats responsables et le partage de bonnes pratiques, le Grimaldi Forum est parvenu rapidement au « zéro plastique », à l'utilisation de papier et bois



certifiés, à la collaboration avec des traiteurs locaux engagés, ou encore à la réalisation de bilans de consommation d'événements pour ses clients incluant énergie, eau et tri de déchets. Autre priorité du Grimaldi Forum, la lutte contre le gaspillage alimentaire et la précarité. En collaboration avec des organismes caritatifs de la Principauté, le site redistribue les denrées non consommées sur les événements.

1 million d'euros

C'est le montant de la bourse décrochée par le traiteur événementiel et solidaire Meet my Mama, fin 2023, à l'occasion du dernier Google.org Impact Challenge : Tech for Social Good. Outre ses activités de traiteur basées sur les compositions culinaires de femmes souvent issues de l'immigration ou bien des réfugiées, Meet my Mama développe également une école de cuisine et un programme d'empowerment au féminin.



Captain Cause s'allie à Accor pour son programme de fidélisation

Le groupe Accor a lancé une collaboration internationale avec Captain Cause, entreprise à vocation sociale et environnementale, à la suite d'une phase de test réussie en France. Désormais, les membres du programme de fidélité d'Accor, ALL, à travers le monde peuvent utiliser leurs points Reward pour soutenir des causes qui leur tiennent à cœur. Une fois les points donnés, ils sont monétisés et versés à des associations œuvrant dans les domaines soutenus quotidiennement par Accor : la Nature et le Social. De plus, il sera possible d'apporter un soutien ponctuel aux victimes de situations d'urgence. Le Groupe Accor s'est engagé depuis de nombreuses années aux côtés des communautés locales où il est présent.



Le déploiement à l'international en décembre 2023, avec la plateforme all-captaincause.com disponible dans le monde entier en anglais et en français, renforce l'ambition d'Accor d'avoir un impact à grande échelle. Les projets seront enrichis par région courant 2024, et de nouvelles langues seront ajoutées pour favoriser l'accessibilité. À ce jour, plus de 3 millions de points ont déjà été utilisés pour soutenir 9 associations, et les retours des clients sont unanimes : ces dons ont un impact concret. Parmi les initiatives, des dons ont été dirigés vers des projets tels que l'accès à l'eau potable dans les villages cambodgiens, la réduction du plastique et la protection de la biodiversité. Accor, par le biais de son programme de fidélité, garantit que 100 % du don des membres est intégralement reversé à l'association bénéficiaire, sans commission ni défiscalisation, assurant ainsi que chaque euro donné contribue directement et entièrement à soutenir des causes présentées.

Un nouveau centre de tri des déchets au Parc Floral

C'est avec le soutien de la région Ile-de-France et de l'ADEME, via son programme France relance, que le gestionnaire du Parc Floral de Paris, GL events, a ouvert un nouveau centre de tri des déchets. Ce dernier prend en charge les 5 flux traditionnels (papier & carton, plastique, bois, verre et métal) ainsi que la moquette, les biodéchets et autres déchets verts. Un dispositif qui se veut évolutif afin de répondre aux besoins spécifiques des organisateurs. Pour l'opérateur événementiel qui s'inscrit dans une démarche plus vertueuse, les actions résident également dans la recherche de filières de recyclage pour d'autres familles de déchets. Un travail qui nécessite en parallèle des actions de sensibilisation et de formation des équipes sur le tri, qui passe notamment par une meilleure identification des typologies de déchets via un code couleur, ou une optimisation des processus de gestion des déchets durant les phases de montage,



d'exploitation et de démontage. Par ailleurs, le groupe va favoriser la coordination avec les différentes entités GL events pour proposer des prestations qui tendent vers plus d'économie circulaire. À cette occasion, un guide des bonnes pratiques sera prochainement délivré afin d'accompagner les organisateurs, prestataires, exposants et visiteurs. À terme, l'objectif du Parc Floral de Paris est de passer du modèle « du tout jetable » à une démarche plus ambitieuse d'économie circulaire : limiter la consommation, le gaspillage des ressources et réduire la production de déchets.

SymbiOse Rush, le jeu qui vous projette dans les scénarios de l'ADEME

Créé par 3 entrepreneures en 2023, SymbiOse Rush est un nouvel outil pédagogique pour sensibiliser aux enjeux environnementaux. Jeu de cartes s'appuyant sur les 4 scénarios de l'ADEME, il se pratique durant 3 heures en table de 6 à 8 joueurs, chaque table creusant l'un des scénarios. Les collaborateurs co-écrivent l'histoire de leur métier, de leur entreprise, de leur business ou de leur produit en 2050,



© SymbiOse Rush

une fois réussie cette transition. Une nouvelle histoire retranscrite dans un second temps en image, à l'aide d'une banque d'images mise à disposition, donnant vie à un storyboard illustré puis filmé grâce à un smartphone. In fine, l'exercice donne vie à un film de 2 minutes. Cet asset créé par chacune des équipes permet également de définir le rôle que chaque participant aimerait tenir au sein de son entreprise version 2050. "SymbiOse Rush participe de l'écriture des nouveaux récits et imaginaires dont nous avons besoin, tout en ayant une approche très métiers. Ces derniers vont être impactés par les changements en cours, et donc chaque collaborateur a un rôle à jouer." témoigne Stéphanie Mars, co-fondatrice de ce jeu inspiratif et pédagogique. Assez rythmé, SymbiOse Rush est ponctué d'aléas et d'imprévus, comme dans la vraie vie. Le jeu se décline également en format une journée, avec un autre jeu en amont qui confronte les impacts métiers avec les enjeux environnementaux. Par ailleurs, il existe une offre formation pour devenir formateur. Aujourd'hui, SymbiOse Rush est référencé au campus Capgemini Les Fontaines et auprès de grandes entreprises.



VOTRE PARTENAIRE TECHNIQUE

Le Groupe Novelty-Magnum-Dushow vous apporte son savoir-faire et un accompagnement sur-mesure pour tous vos besoins techniques à travers ses implantations et ses marques.

VIDÉO
SON
ÉCLAIRAGE
STRUCTURE
ÉNERGIE
DIRECTION TECHNIQUE
STRUCTURE SCÈNIQUE
BACKLINE



NOS MARQUES

ALABAMA • BBS BACKLINE • BEST AUDIO & LIGHTING • DE PREFERENCE • DUSHOW • DUSHOW TV
MAGNUM • NOMAD • NOVELTY • ON STAGE • PLATEAU VIRTUEL • POTAR • TEAMAGINE

10 personnalités pionnières en matière d'événements responsables

PAR LAURENCE ROUSSEAU

SANS EUX LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE DU SECTEUR ÉVÉNEMENTIEL NE SERAIT SANS DOUTE PAS SUR DE (BONS) RAILS. VOICI 5 FEMMES ET 5 HOMMES D'ACTION ET DE RÉFLEXION QUI PORTENT LE DRAPEAU DE L'ÉVÉNEMENTIEL DURABLE À LA FRANÇAISE.



Béatrice Eastham

Papesse de la filière en matière de RSE, Béatrice Eastham incarne la dynamique du secteur sur la voie de l'éco-conception et des pratiques durables. Fondatrice du cabinet conseil Green Événements, de Climeet, mais aussi de l'événement de sensibilisation le OUAÏ, Béatrice est le porte-voix – en France comme à l'international – des nécessaires évolutions des pratiques de la filière, qu'elle accompagne sur la voie de la certification ISO 20121 ou des events bas carbone.



Rose-May Lucotte

La co-fondatrice et COO de ChangeNOW, événement dédié aux solutions pour la planète, est de longue date convaincue que les events ont un rôle stratégique au sein des écosystèmes pour faire bouger les lignes. Outre l'éveil des consciences, le salon contribue à la présentation et la mise en place de solutions, dont certaines participent à la réinvention des codes de l'événementiel. Par ailleurs, Rose-May est membre de 50 Partners, programme d'accompagnement de startups.



Isabelle Luoni

Directrice de la performance globale chez Hopscotch Groupe, Isabelle Luoni fait partie des pionnières du secteur en termes d'actions RSE. Portée par de fortes convictions personnelles (son foyer est passé au zéro déchet il y a déjà plusieurs années), elle met en place dans l'agence, dès 2008, une stratégie d'achats responsable. Son principal challenge : faire cohabiter la performance économique avec la responsabilité environnementale et sociétale.



Pauline Teyssedre

Présidente de la commission française pour la révision de la norme ISO 20121, Pauline Teyssedre est également directrice de la stratégie au sein du groupe Galis. Avec ses collègues internationaux de la commission, elle a œuvré à l'inscription dans la nouvelle norme d'un nouveau critère visant à limiter à trois le nombre d'agences répondant à un A.O et à les rémunérer. Depuis décembre dernier, Pauline préside également la commission RSE d'UNIMEV.



Valérie Martin

Cheffe du service Mobilisation Citoyenne & Médias au sein de l'ADEME, Valérie Martin a consacré sa carrière aux sujets environnementaux. Ses fonctions l'amènent à être l'interlocutrice privilégiée de la filière communication et événementielle sur les sujets de transition écologique. Elle prêche pour le développement de nouveaux imaginaires de consommation, avec en ligne de mire l'atteinte de la neutralité carbone à l'horizon 2050.



Nicolas Turpin

Directeur général de l'agence EKO qui promeut les events à impacts positifs, Nicolas Turpin est également le Monsieur RSE au sein de l'association L'Événement, et plus précisément vice-président en charge des transitions et de l'impact. À ce titre, on lui doit notamment la publication de guides pratiques et engagés sur la sobriété numérique et le handicap dans la filière événementielle, un dernier opus réalisé avec son compère Grégoire Decaux de l'agence Expérience, autre figure de l'événementiel responsable.



Sébastien le Bescond

Président du traiteur Fleur de Mets depuis 2016, Sébastien le Bescond ne vient pas du sérail événementiel. Il pose donc un regard neuf sur la maison qui avait amorcé une approche éco-responsable dès 2015, en réalisant notamment les prestations de restauration de l'événement Solutions COP21. La marque - une des premières à acquérir la certification ISO 20121 - revendique son positionnement de « traiteur naturellement responsable ».



Dan-Antoine Blanc-Shapira

20 ans déjà que Dan-Antoine Blanc-Shapira a pris son bâton de pèlerin pour militer en faveur des événements responsables. Avec Benoit Désveaux, il initie en 2006 le collectif Eco-événement qui délivre des contenus et des outils concrets et accessibles tels que la « check-list accessibilité », des fiches métiers, l'ADERE (auto-diagnostic sur l'événement écoresponsable) créé avec l'ADEME. L'agence Sensation ! qu'il préside porte également les valeurs de la RSE.



Xavier Parenteau

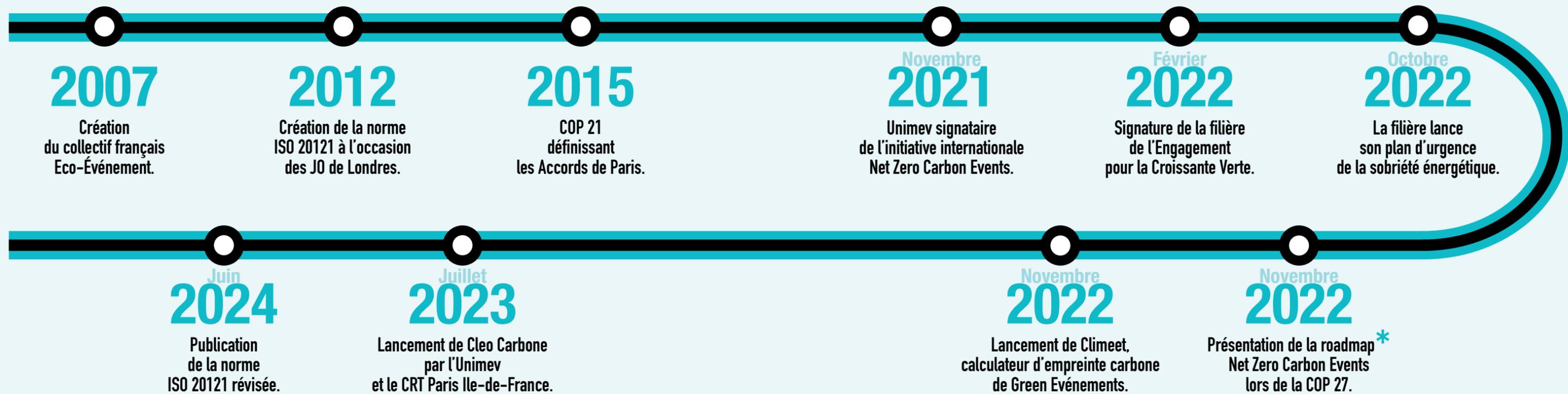
Passé par l'organisation d'événements, c'est au Stade de France que Xavier Parenteau fait ses premières armes RSE à la direction Développement Durable et Innovations. Il pilote notamment la mise en accessibilité du site aux personnes en situation de handicap ou la mise en place du tri des déchets. Puis il rencontre Jean-Claude Herry, son associé au sein de son cabinet de conseil spécialisé dans les événements engagés, devenu Ipama. Ensemble ils publient l'ouvrage *L'Organisation d'événements engagés et responsables*.



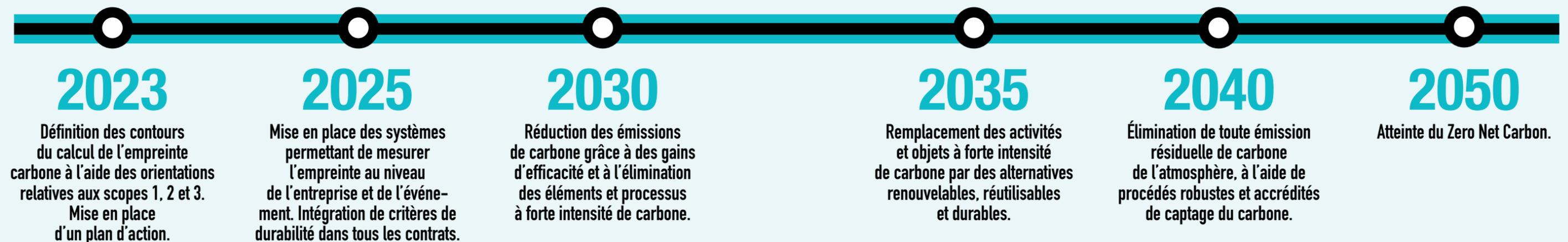
Bertrand Cheyrou

Le président du campus Serge Kampf Les Fontaines à Chantilly porte de longue date les sujets de la responsabilité environnementale, sociale et sociétale. Sous sa gouvernance, le site devient éco-labellisé, et s'illustre comme l'un des tout premiers lieux événementiels à s'engager sur la réduction des déchets, la préservation des ressources naturelles, la réduction de la consommation d'énergie (100 % renouvelable) et la sensibilisation aux sujets RSE.

Les grandes dates de la transition de la filière



*La roadmap Net Zero Carbon Events



INTERVIEW

Benoît Désveaux,
Co-fondateur et membre
du directoire d'Hopscotch
Groupe



Vous avez initié l'approche RSE de la filière événementielle. Comment faire en sorte que l'éphémère devienne durable, selon vous ?

Je suis persuadé qu'il n'y a pas plus durable que la communication événementielle ! Elle laisse une trace des plus pérennes, et ce quel que soit les cibles. Nous travaillons sur de l'immatériel, avec différents leviers qui peuvent être l'émotion, la surprise, le spectaculaire, mais l'événementiel est le média qui construit un contenu et une relation intime entre l'organisateur et les participants. Chez Hopscotch, nous travaillons sur le capital relationnel, capital nourri par toutes les

« Le sujet du moment est bel et bien le bilan carbone des événements »

parties prenantes. C'est un actif immatériel très précieux pour l'entreprise, sachant que ce capital participe à sa bonne santé économique, mais aussi à sa bonne réputation.

À quand remontent les premiers travaux de la filière en la matière ?

Si l'on remonte le fil de l'histoire, la démarche collective pour travailler sur les impacts des événements prend forme dès 2007 lorsqu'avec Dan-Antoine Blanc Shapira nous créons le collectif Eco-Événement. À l'époque nous représentons tous les deux les agences de l'ANAé (désormais LEVENEMENT, ndlr), aux côtés de 6 autres associations professionnelles sur secteur. Avec l'ADEME, nous créons alors les premiers référentiels, modules de formation et outils de mesure. Des données toujours accessibles en ligne d'ailleurs. Nous avons aussi été très impliqués lors de la création de la norme ISO 20121 en 2012, j'ai même présidé à l'époque de la Commission

française miroir de cette certification, en étroite collaboration avec l'UNIMEV.

Et aujourd'hui, quels sont les enjeux ?

Le sujet du moment est bel et bien le bilan carbone des événements. Aujourd'hui, des calculatrices facilement accessibles circulent, il y a des cabinets spécialisés qui ont développé leur propre outil de calcul, or nous avons constaté que les résultats peuvent être très différents d'un outil à un autre. C'est un problème car demain, outre répondre aux briefs, être singulier, avoir une créa innovante, et bien sûr répondre aux en-

jeux de communication dans la bonne tenue du budget, on va nous demander aussi le coût carbone de l'événement. On peut donc imaginer, et c'est d'ailleurs parfois le cas, qu'un client choisisse différentes options en fonction de ce coût. Il faut donc que nous ayons tous la même règle de calcul. Sans compter que nos voisins européens travaillent également sur leurs propres calculateurs. Donc travaillons ensemble, car nous avons besoin de tout le monde !

Enfin, il y a la CSRD. Toutes les grandes entreprises vont devoir consulter leurs prestataires pour remplir leurs indicateurs extra-financiers dès l'exercice 2024. Et dans ces indicateurs, figure le calcul de l'empreinte carbone. Il est évident que l'événementiel fait partie des postes importants dans le Scope 3 de nos clients, et que ces derniers sont de plus en plus regardants sur les enjeux RSE.

Propos recueillis par Laurence Rousseau



8 LIEUX ÉCO-RESPONSABLES POUR RÉUNIONS VERTUEUSES

Centres de conférence, tiers-lieux, ou bateaux. Fermes ou chalets en pleine nature, les lieux sont de plus engagés en faveur de l'événementiel durable. Petite sélection pour des events vertueux.

La REcyclerie, Paris

Nous avons sélectionné la REcyclerie qui fête ses 10 ans cette année, mais nous aurions pu aussi éclairer d'autres tiers lieux éco-culturels du portefeuille de Sinny & Ooko, tels que le Pavillon des Canaux ou la Cité Fertile. Bénéficiant du soutien de la fondation Veolia, la REcyclerie s'appuie sur sa ferme urbaine pédagogique, son atelier de répara-



tion, sa programmation événementielle engagée et son café-cantine responsable. Elle reçoit séminaires et événements corporate en privilégiant l'optimisme, le vivre ensemble et la convivialité. Désormais, la REcyclerie ambitionne d'inspirer de nouveaux projets au sein des organisations et de mobiliser l'ensemble des acteurs économiques pour rester le lieu emblématique de l'action pour la transition écologique et sociale.

Le Cachemire, Paris

Le "Rétrofit". C'est la technique pensée et explorée durant les 4 années pour la rénovation du Cachemire, bateau de la flotte des Yachts de Paris. Initialement fonctionnel grâce à ses moteurs thermiques, le yacht a ainsi vu son système énergétique entièrement transformé pour accueillir deux moteurs électriques et 6 batteries de 40 kW. Sélectionné comme bateau test par les Yachts de Paris et Sodexo Live!, le Cachemire, de 22 mètres de long et 55 tonnes, navigue désormais en douceur sur les voies fluviales parisiennes, en accueillant toujours 30 personnes pour une durée maximale de cinq heures. Pour répondre à ces nouveaux enjeux écologiques, Sodexo Live! et ses compagnies Bateaux Parisiens, Batobus et Yachts de Paris a en parallèle mis à disposition des bornes d'alimentation électriques dans ses ports pour ses bateaux à quai.



Campus Les Fontaines, Chantilly

Lieu réputé pour l'accueil de séminaires éco-responsables, qui vient de célébrer ses 20 ans, le Campus Serge Kampf Les Fontaines a entrepris la rénovation de ses 300 chambres en 2021, doublée de la création d'espaces éco-conçus qui font la part belle à la nature. Toutes les salles de réunion (80) ont été par ailleurs repensées, d'autres ont vu le jour tels qu'une Creative Room, salle ronde où l'on peut écrire sur tous les murs et un studio hybride. La modularité est ici fortement privilégiée, au bénéfice des groupes qui peuvent très rapidement réaménager les espaces comme ils le souhaitent. Selon les attentes, le lieu fait appel à des facilitateurs rompus à l'animation de séminaires et au design thinking. Côté engagements RSE, Les Fontaines revendiquent notamment une gestion optimisée des ressources, une énergie 100% renouvelable, zéro plastique à usage unique, mais aussi une gouvernance fondée sur des principes éthiques stricts.



Chaud Bouillon, Lille

C'est la nouveauté lilloise du printemps ! Chaud Bouillon, lieu hybride abrité sous la structure industrielle d'anciens ateliers de construction de locomotives et de charpentes métalliques, est désormais un lieu convivial dédié notamment à la food. Plusieurs espaces peuvent recevoir des groupes de différentes tailles. Ainsi le Balcon (120 m² pour

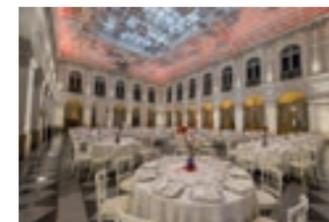


120 personnes) avec sa vue plongeante sur la halle. Un espace qui se veut confidentiel et festif. La Halle se privatise entièrement ou pour moitié (400 m² pour 550 personnes), avec

ses comptoirs de restauration et sa scène animée, pour des events au cœur de Chaud Bouillon. Le Jardin d'hiver (130 m² pour 130 personnes) vise quant à lui à une ambiance in & out grâce à la couverture de la Halle.

Palais de la Bourse, Bordeaux

Haut lieu de l'événementiel à Bordeaux, le Palais de la Bourse est très actif en matière de RSE. Ses équipes ont travaillé à la réduction de l'impact carbone, la lutte contre le gaspillage alimentaire, notamment grâce à un partenariat avec le prestataire le Chaînon Manquant, le recyclage des déchets et l'énergie. Ainsi, cette dernière provient d'un fournisseur d'énergie 100 % durable et local. Le Palais de la Bourse dispose d'une charte RSE et vient d'être certifié ISO 20121. À l'échelle locale, le site a mis en place des partenariats avec plusieurs associations et organisations locales, notamment L'Atelier Reménagement & L'Atelier Déco Solidaire, afin de faire profiter à des acteurs sociaux locaux de mobiliers inutilisés.



Domaine Le Coupet, Jura

C'est à Christophe Leon, ancien directeur marketing de voyages-sncf.com, que l'on doit le projet du Coupet, pour des séminaires en pleine nature. Un lieu au cœur du parc naturel du Haut-Jura qui comblent désormais les préoccupations écologiques de cet ancien grand spécialiste du digital. Accessible en 3h depuis Paris (en train puis navettes proposées par le site), Le Coupet a été pensé dans la sobriété énergétique et l'autonomie. L'établissement revendique le label Clé Verte 2024. Y sont proposées des activités team building porteuses de sens et des ateliers "à impact" comme la Fresque du Climat ou une séance de design thinking autour du biomimétisme. En termes de capacité, Le Coupet peut accueillir 25 collaborateurs en chambre à partager. Une expérience déjà goûtée et validée par de grands groupes tels que Decathlon, Yoplait, EDF ou La Poste.



Chateauform' Metropolitan, Paris

Premier lieu certifié LEAD Venues, le Chateauform' Metropolitan pousse encore plus loin les engagements du groupe Chateauform' en matière de RSE. En effet, les événements accueillis devront désormais faire la démonstration de leur capacité à répondre aux engagements du tout nouveau label LEAD Venues, lancé à l'initiative de la marque, avec le cabinet Green Événements et l'organisme de certification SGS. Les clients de l'établissement s'engagent ainsi à réaliser le bilan carbone de leur événement, à privilégier les mobilités douces et les menus végétariens par exemple. Sur le volet social, le Chateauform' Metropolitan a mis en place des partenariats avec des associations, une accessibilité PMR, la parité des équipes et la prise en compte des situations de handicap des participants.



Hectar, Yvelines

Hectar est un projet hybride et atypique, né de l'esprit bouillonnant de Xavier Niel. À la fois ferme pilote et campus agricole, accélérateur de startups, espaces de formation et d'accueil de séminaires, le lieu multiplie les initiatives pour promouvoir la préservation du vivant. Sur les 600 hectares du site, il est possible d'organiser des réunions mais au-delà, de réaliser des learning expeditions, des team building écologique, ou de rencontrer et d'échanger avec des spécialistes de la transition écologique. Hectar dispose de plusieurs salles de réunion, d'un restaurant bas carbone et travaille avec des partenaires locaux et de confiance tels que Grand Chemin ou Ferkit. Possibilité d'un accueil pour des séjours résidentiels.



INTERVIEW

Pauline Teyssedre,

en charge

de la Commission

RSE d'Unimev



Quels sont les principaux sujets sur lesquels travaille la Commission RSE ?

Un des principaux sujets sur lequel nous travaillons aujourd'hui est la révision de la norme internationale ISO 20121. Cette norme vise à promouvoir un système de management responsable et durable à l'activité événementielle. Elle a été initiée par les Britanniques en vue des Jeux olympiques et paralympiques de Londres 2012. Unimev était déjà impliquée dans l'élaboration de son premier texte. Aujourd'hui, sa mise

en œuvre, nous avons intégré un contenu sur l'équité dans un appel d'offres qui comporte entre autres le respect de la règle de trois structures interrogées, du délai au minimum de trois semaines pour travailler sur des propositions et une notion sur l'indemnisation. Ce n'est qu'un début mais cela va contribuer à valoriser tous nos métiers. Nous sommes très satisfaits du travail accompli sur cette révision. 95% de nos commentaires ont été acceptés.

« La décarbonation de notre industrie est un sujet majeur »

à jour (prévue tous les 10 ans) est co-pilotée par la France et le Royaume-Uni (British Standard Institute) pour que le texte soit prêt et adopté, au niveau mondial, pour les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. En France, la nouvelle version est pilotée par l'Association française de normalisation (AFNOR). Le groupe de travail est constitué de membres d'Unimev et du COJO Paris 2024.

Que ressort-il de cette révision ?

La grande nouveauté est l'intégration des Accords de Paris dans le contenu de la norme. Nous avons également rajouté plusieurs notions dont l'impact et l'héritage mais également une partie « événement digital hybride » qui n'existait pas en 2012. Dans le chapitre consacré aux

Quel est un de vos sujets majeurs ?

La décarbonation de notre industrie. Nous accompagnons les professionnels avec l'outil Cleo carbone (cf. p. 26) et « Net Zero Carbon Events ». Unimev est le relais pour la France de ce projet international de l'UFI (The Global Association of Exhibition Industry) visant à réduire l'empreinte carbone globale des événements et atteindre la neutralité carbone d'ici 2050. 11 de nos adhérents en sont déjà signataires et partagent leur feuille de route. En 2023, ils ont calculé leur empreinte carbone et défini un plan d'action pour réduire de 50 % leurs émissions de gaz à horizon 2030 et compenser les 50 % autres à horizon 2050.

Propos recueillis par Pascale Baziller



Wagram : l'art de l'exception

Plongez dans l'univers raffiné de Wagram : lieu d'exception Châteaufarm' où la culture, la musique et la mode se rencontrent pour créer des soirées professionnelles d'une élégance incomparable. Dans cet espace empreint de modernité et de créativité, chaque événement devient une véritable expérience sensorielle, alliant prestige et émotion.

Réveillez votre imagination et vivez des moments uniques.

Bien se repérer parmi les différents labels et certifications

Alors que les labels et les certifications sont en passe de devenir des prérequis pour toutes les parties prenantes de l'événementiel, quels sont les principaux d'entre eux dédiés au secteur et que recouvrent-ils ?

On a coutume de parler de jungle dans laquelle le consommateur a du mal à se repérer au sujet des labels et certifications. Et il est vrai qu'au nom du « bon pour l'économie », un certain laisser-faire s'est instauré au fil des années, avec parfois des labels qui restent des marques commerciales à but lucratif, qui ne déposent pas leur principe de garantie, ni leur règlement d'usage ou encore ne témoignent pas d'une méthodologie transparente.

Ce n'est heureusement pas le cas des labels et certifications qui font référence dans le secteur événementiel, ceux-ci s'appuyant sur des audits renouvelés à échéance régulière. Voici les principaux labels et certifications en vigueur dans l'univers des events.

ISO 20121



La norme ISO 20121 vise à l'intégration du développement durable dans le processus de management des

entreprises événementielles. Ce cadre de référence couvre l'ensemble des stades de la chaîne d'approvisionnement de l'événement en proposant des procédures standardisées à l'échelle internationale. Pour mesurer l'avancement du processus, l'accompagnement des professionnels du secteur permet de déceler les axes d'amélioration en vue de l'obtention d'une certification, renouvelable tous les 3 ans. Créée en 2012 dans le cadre des JO de Londres, l'ISO 20121 vient d'être réactualisée à la suite des travaux menés par les professionnels français.

ISO 26000



Contrairement à d'autres normes internationales, ISO 26000 n'est pas destinée à la certification. Elle présente les grands

principes de la RSE, mais constitue néanmoins un texte de référence pour les organismes certificateurs chargés d'élaborer les labels. En fournissant les lignes directrices relatives à la responsabilité sociétale, ISO 26000 encourage les organisations à aller au-delà du respect de la loi et à profiter des bénéfices d'une action responsable au niveau sociétal (avantages concurrentiels, enjeu réputationnel, niveau d'engagement des employés, etc.).

ISO 27001



Norme visant à protéger la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité des informations d'une entreprise, l'ISO 27001 va

être appropriée pour les prestataires gérant notamment de nombreuses datas et des contenus nécessitant la mise en place d'un système de management de la sécurité de l'information (SMSI). Encore peu adoptée en France, l'ISO 27001 devrait se développer au regard de la montée en puissance des thématiques cybersécurité, protection de la vie privée et sécurité de l'information.

ISO 14001



Destinée aux organisations soucieuses d'améliorer leur performance environnementale, la norme ISO 14001 propose

des outils pour développer un système efficace de management environnemental (SME). Elle prévoit la mise en œuvre d'initiatives proactives pour l'utilisation rationnelle des ressources et la réduction des déchets. ISO 14001 est révisée constamment pour s'inscrire dans le contexte concurrentiel actuel, et pour permettre à l'entreprise d'obtenir un avantage financier en réduisant ses coûts.

ISO 20400



Cette certification, a été pensée initialement pour les grandes entreprises et entités publiques ciblées afin de prendre en compte

l'impact de leurs achats dans les différentes filières. En définissant les grandes lignes directrices des achats responsables, l'ISO 20400 propose un process harmonisé pour mettre en place une stratégie et des actions efficaces et durables. Désormais, toutes les

entreprises peuvent appliquer les principes de la RSE à leurs processus d'achats et sur toute leur chaîne d'approvisionnement.

LUCIE 26000



Forte d'une communauté d'organisations composée de 400 structures labellisées et 800 de plus engagés dans cette

voie, Lucie 26000 est le premier label RSE en France. Dans une perspective d'amélioration continue, l'agence Lucie envisage une durée de labellisation moyenne de 4 ans pour que l'organisme puisse définir et appliquer ses engagements RSE en cohérence avec la norme ISO 26000. Cette labellisation renouvelée tous les 18 mois offre un accès à une communauté d'acteurs exigeants.

B CORP



Fondée outre-Atlantique en 2006, B Corp (Benefit Corporation) revendique la certification de 7 500 entreprises ayant un impact environnemental et sociétal positif dans plus de 90

pays. L'ONG indépendante B-Lab octroie le label B Corp pour une durée de trois ans aux entreprises qui remplissent 80 des 200 critères préalablement établis et qui s'engagent en matière de responsabilité, de transparence et de performances sociétales. Ce label n'est pas spécifique au secteur événementiel, s'adressant à toute entreprise souhaitant rejoindre la communauté des entreprises responsables.

GREEN GLOBE



Ce label international est reconnu pour son approche globale de la RSE. Il s'adresse notamment aux

organisateur d'événements, comme aux lieux de réception et aux prestataires de services

événementiels. Le processus de certification est basé sur un référentiel qui comprend 44 critères de durabilité répartis en 10 domaines, les entreprises labellissables devant atteindre un score minimum de 50 % sur l'ensemble des critères.

PRESTADD



Si lors de sa création en 2011 le Label Prestadd s'adressait à des prestataires techniques,

ce sont désormais de nombreuses structures de la filière événementielle et du spectacle qui en font la demande. Pour y prétendre, l'entreprise doit obtenir la moyenne sur chacun des trois volets environnementaux, social et économique. Le Label Prestadd conditionne son renouvellement à l'amélioration du score obtenu lors de la première labellisation. Un choix motivé par l'envie de pousser les organismes à dépasser le seuil de 80% de bonnes pratiques et le statut d'entreprise exemplaire.

LEAD ET LEAD VENUES



Créés par Green Événements, avec l'entreprise de testing SGC, le label LEAD et sa déclinaison adaptée aux lieux, LEAD Venues, évaluent

les résultats d'un événement en termes d'écoresponsabilité. Faisant l'objet d'un audit, cette labellisation s'adresse à toutes les typologies d'événements (internes ou externes, physiques ou hybrides, avec ou sans restauration) qui ambitionnent d'atteindre le zéro déchet, le bas carbone et un impact social positif.

ÉVÉNEMENT ECO-ENGAGÉ



Lancé par le Réseau Éco-Événement (REEVE) en 2019, le label événement éco-engagé s'adresse

aux organisateurs de tout type d'événement (salons, événements corporate, festivals, spectacles, etc.). Trois niveaux de labellisation sont décernés, sur la base de 8 enjeux, chacun décliné en 4 ou 5 leviers, soit 34 leviers, eux-mêmes décomposés en 3 ou 4 engagements, soit 105 engagements. Les organisateurs peuvent choisir entre 3 niveaux de labellisation afin de progresser. Pour atteindre le premier palier, ils doivent réaliser 30 engagements sur les 105.

LABEL DESTINATION INNOVANTE DURABLE



À l'initiative du réseau France Congrès et Événement, la labellisation Destination Innovante Durable s'adresse aux

villes et métropoles préalablement certifiées ISO 20121 qui souhaitent structurer encore davantage leurs actions en faveur du tourisme durable et de l'événementiel écoresponsable. Avec un référentiel basé sur 8 enjeux qui se déclinent en 26 actions, les villes candidates doivent s'engager sur 8 d'entre elles pour rentrer dans le processus. Toujours selon une perspective de perfectionnement, le socle d'action minimal est réévalué à la hausse pour faire évoluer le marché du tourisme d'affaires et celui des loisirs vers un modèle viable.

ECOVADIS



La certification EcoVadis permet aux entreprises de mesurer leur impact environnemental, social et éthique selon les principes

de la RSE. Elle est obtenue à partir d'un questionnaire en ligne qui couvre 21 critères de durabilité répartis dans quatre domaines : environnement, social, éthique et achats responsables. Des critères revus à fréquence régulière. Pas d'audit donc mais du déclaratif.

GRIMALDI FORUM MONACO



LE GRIMALDI FORUM S'ENGAGE !

1ÈRE CERTIFICATION ISO 20121 ET 6ÈME CERTIFICATION ISO 14001 EN 2023*

SCANNEZ-NOUS



POUR DÉCOUVRIR NOTRE POLITIQUE RSE

Bilan carbone des events :



calculer pour mieux réduire

PAR LAURENCE ROUSSEAU

ÉTAPE PRÉALABLE À TOUTE STRATÉGIE DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE, LE BILAN CARBONE S'EST IMPOSÉ AU SEIN DES ENTREPRISES. PEU À PEU CELUI-CI S'ÉTEND AUX ÉVÉNEMENTS.

AVEC L'ENTRÉE EN VIGUEUR DE LA CSRD, CETTE DÉMARCHÉ DEVIENT ENCORE PLUS CRUCIALE.

Évaluer, réduire, compenser. 3 maître-mots afin de s'inscrire dans une démarche de réduction des émissions de gaz à effet de serre, et dans la feuille de route des Accords de Paris.

Pour cela, les calculateurs d'empreinte carbone, basés sur la méthodologie développée par l'ADEME et l'Association pour la transition Bas Carbone, font désormais florès et sont facilement accessibles sur le web. Certaines entreprises utilisent leur propre calculatrice développée en interne. Pour autant, dans un secteur événementiel qui fait appel à de très nombreux prestataires, développer des outils de calcul adaptés, rendant le processus à la fois simple et compréhensible pour les équipes internes, est vite apparu comme une nécessité. Qui plus est dans un contexte où « de plus en plus d'annonceurs exigent de leurs prestataires qu'ils aient la capacité de fournir l'empreinte carbone de leurs prestations. Les grands groupes sont d'ores et déjà dans l'anticipation de la directrice CSRD » comme le soulignait il y a quelques mois Béatrice Eastham, fondatrice de Green Événements et du calculateur Climeet, qui accompagne nombre d'entreprises dans la mesure de leurs émissions.

L'EFFET ACCÉLÉRATEUR DE LA CSRD

Par CSRD, entendez la Corporate Sustainability Reporting Directive (remplaçante de la NFRD), entrée dans une nouvelle phase au 1er janvier 2024. Cette directive européenne vise à améliorer la transparence et la pertinence des informations environnementales, sociales et de gouvernance, publiées par

les entreprises. Celles-ci doivent détailler les impacts environnementaux de leurs activités, dont l'organisation d'événements. Selon le cabinet Carbone 4, 11 700 entreprises européennes étaient soumises à des obligations de publication de reporting extra-financier. Ce chiffre passera à environ 50 000 avec la CSRD, d'après le calendrier établi sur les 4 prochaines années. Des sanctions telles que le name and shame, des sanctions financières ou encore des ordonnances de cessation des activités en infraction pourraient être appliquées en cas de manquement.

L'objectif des calculateurs d'empreinte CO2 tels que Climeet ou l'outil Cleo développé par l'Unimev et Choose Paris Region est donc de quantifier les émissions de gaz à effet de serre sur l'ensemble du cycle de vie d'un événement. Ce travail permet ainsi d'identifier clairement les postes les plus émetteurs, sachant que le transport des participants se taille généralement la part du lion (89 % de l'empreinte carbone du Festival de Cannes par exemple). Ceci devient le point de départ essentiel pour déterminer les actions visant à réduire l'empreinte globale d'un événement, et établir une feuille de route sur-mesure, définissant des actions bas-carbone proportionnelles à l'impact sur le bilan. L'intelligence artificielle, avec sa capacité à traiter rapidement de vastes quantités de données, pourrait d'ailleurs devenir un allié potentiel pour limiter l'empreinte carbone des événements. Elle peut proposer des scénarios bas-carbone pour différents aspects tels que l'installation électrique, la logistique, la gestion des déchets, etc. Cependant, il reviendra de considérer le coût énergétique associé à l'utilisation de l'IA.

Réaliser le bilan carbone de son événement permet enfin de valoriser l'image de l'organisateur en montrant son engagement envers le développement durable. Par effet miroir, cela sensibilise également les participants aux enjeux RSE. Cette démarche contribue aussi à renforcer l'engagement des collaborateurs envers les valeurs de l'entreprise. Tout un cercle vertueux d'efficacité en faveur de la réduction des émissions. ■

LE SALON SETT CALCULE SON EMPREINTE POUR ÊTRE LABELLISÉ

Gabrielle et Raphaëlle Quichaud, respectivement directrice et commerciale de Code Events, entité organisatrice du Salon des Équipements et Techniques du Tourisme (SETT) de Montpellier, se sont engagées dans une démarche RSE il y a 3 ans. Accompagnées par Green Événements afin d'obtenir la labellisation LEAD, elles ont « notamment été formées à l'utilisation de l'outil Climeet, car outre les actions à

mettre en place, il fallait calculer toutes les émissions du salon. Nous avons pris le temps de voir les 12 mesures du label LEAD afin d'évaluer celles que nous pouvions mettre en place » témoignent-elles. Elles ont également bénéficié de la labellisation ISO 20121 du parc expo de Montpellier. Parmi les postes les plus difficiles à faire baisser selon les deux jeunes femmes, le poste restauration - et en particulier l'alimentation non-carbonée - ainsi que le traitement des déchets, ces derniers ayant pu être réduits mais restant conséquents. Pour autant, en supprimant la moquette, en recyclant la signalétique ou encore en supprimant les goodies superflus, elles ont réussi à réduire suffisamment l'empreinte carbone

du SETT. Celui-ci a obtenu la médaille de bronze LEAD, en remplissant avec succès les 6 critères obligatoires du label.





Paris 2024

le défi de Jeux plus responsables

Imaginer des Jeux plus responsables, plus ouverts, plus paritaires et plus inclusifs. Des Jeux à l'image d'une société en pleine transformation où le sport a un rôle à jouer pour répondre aux grands défis environnementaux et sociétaux. Telle est l'ambition de Paris 2024 depuis la candidature. Le point sur les ambitions et quelques dispositifs.

Les Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024 seront « historiques pour le climat », répète Tony Estanguet le président du Comité d'organisation de Paris 2024 (Cojo). Dès la candidature, le projet est d'agir à tous les niveaux afin de réduire l'impact climatique et environnemental des Jeux mais aussi d'expérimenter et développer des solutions plus responsables dans l'organisation pour laisser un héritage pour un sport plus responsable. Paris 2024 a ainsi construit une stratégie « Héritage et durabilité » autour de deux grands axes : livrer des Jeux plus responsables et bâtir l'héritage social et environnemental des Jeux de Paris 2024.

Livrer des Jeux plus responsables

Paris 2024 a proposé un modèle de Jeux plus responsables. Le message fort est de réduire de moitié l'empreinte carbone des Jeux par rapport aux éditions précédentes, Rio en 2016 et Londres en 2012. Celles-ci avaient émis respectivement 3,6 millions et 3,4 millions de tonnes équivalent CO2 (unité utilisée pour mesurer les émissions de gaz à effet de serre). Paris s'est fixé en amont une empreinte carbone à atteindre sur la base d'estimations des émissions produites pendant l'événement et la préparation. Le budget carbone est de 1,5 million de tonnes de CO2 à ne pas dépasser. Pour cela, le Comité d'organisation va chercher à réduire tout ce qui peut être ré-

duit pour émettre moins de carbone et consommer moins de ressources. Le budget se répartit entre les déplacements (34 %), les constructions (33 %) et les opérations - restauration, hébergement, logistique... (33 %). Si aucun chiffre sur ce qui a été consommé n'a été communiqué à date, les organisateurs s'appuient déjà sur 95% d'infrastructures existantes ou temporaires. C'est un des points forts de ces Jeux. Les quatre nouveaux sites ont été construits avec des exigences en termes environnementales et une stratégie d'héritage comme le Village des athlètes qui se transformera ensuite en un quartier de ville.

Qu'en est-il des transports, le poste le plus important en matière d'émissions carbone ? Le défi est immense pour transporter quelque 500 000 personnes par jour. Les sites accueillant les épreuves olympiques sont concentrés (80 % sont parisiens) et tous accessibles par les transports en commun (sujet qui reste une inquiétude en raison de problèmes de trains, fréquence, affluence...). Mais quel sera l'impact de millions d'athlètes et de visiteurs internationaux qui prendront l'avion pour rejoindre et repartir de France ? Comment tenir l'objectif des 500 000 tonnes (le tiers du budget carbone total) d'équivalent CO2 pour les transports ? Le Comité d'organisation souhaite encourager les visiteurs notamment des pays limitrophes à privilégier le train. Pour le moment, aucune annonce n'a été faite sur cette recommandation.

UN INCUBATEUR POUR UN ENTREPRENEURIAT À IMPACT

Séverina Marie-Stella Oudalami, karatéka multimedailleuse souhaite ouvrir une académie de karaté pour les jeunes filles. Et Moëz El Assine, athlète paralympique en escrime fauteuil et médaillé d'or aux championnats du monde en 2021 développer son association « Handi-Lib » en Tunisie avec l'ouverture d'un complexe sportif... Ils font partie des 31 lauréats de la 3e promotion (lancée fin 2023) de l'incubateur Impact 2024. Ils seront accompagnés pour la concrétisation de leur projet à enjeu sociétal ou environnemental en France (15) et en Afrique (16). Ce programme initié par Paris 2024 et l'Agence française de développement (AFD) en 2021 soutient des athlètes de haut niveau dans leurs projets d'entrepreneuriat à impact social et/ou environnemental. 52 athlètes-entrepreneurs en ont déjà bénéficié. 100% des projets ont déjà franchi un cap.

IMPACT 2024, UNE COMMUNAUTÉ EN CROISSANCE

Plus de 1 100 projets sur le territoire (dont plus de la moitié en Quartiers prioritaires de la politique de la Ville) qui utilisent le sport comme outil d'impact social et environnemental ont été soutenus entre 2020 et 2023 par le Fonds de dotation Paris 2024. Ils ont bénéficié de plusieurs niveaux d'accompagnement : soutien financier de la part du Fonds de dotation et de partenaires publics et privés associés à la démarche, label Impact 2024 ou/et mécénat ou bénévolat de compétences. La communauté Impact 2024 ne cesse de s'agrandir. À quelques mois des Jeux, Paris 2024 lui donne une nouvelle dimension en permettant à tous les projets porteurs d'innovation sociale de rejoindre l'écosystème et d'utiliser le logotype estampillé Impact 2024.

Le secteur de l'événementiel, parce qu'il mobilise de nombreuses ressources sur un temps limité est par nature particulièrement gourmand. Ainsi, Paris 2024 s'engage à produire, consommer et acheter différemment. L'organisateur a ainsi mis en place une stratégie responsable des achats basée sur l'économie circulaire et le réemploi : seconde vie pour le mobilier et les équipements, pas de plastique à usage unique, restauration plus durable pour 13 millions de repas (multiplication par deux de l'offre végétale dans les menus...) même si elle ne représente que 1 % du budget prévisionnel des Jeux. Par ailleurs, il propose aux différents acteurs - entreprises, partenaires, prestataires et collectivités hôtes ou Terre de Jeux - un certain nombre de recommandations concrètes, avec mise à disposition d'un guide, pour s'engager dans une démarche d'amélioration des performances environnementales, sociales et d'accessibilité.

Bâtir l'héritage social et environnemental

L'enjeu est de bâtir l'héritage social et environnemental des Jeux grâce au sport. Il se construit dès aujourd'hui autour de plusieurs axes, l'éducation par le sport, le sport pour l'inclusion, l'égalité et la solidarité pour lutter contre les discriminations et promouvoir l'inclusion en passant par le sport pour la santé ou au service de la transformation écologique. Dans cette perspective, différentes actions sont portées ou soutenues par Paris 2024 avec les différents acteurs engagés. Parmi lesquelles la Semaine olympique et paralympique, le Service civique Génération 2024, le programme « 30 minutes d'activité physique quotidienne » à l'école primaire, Bouger plus dans la ville grâce au design actif, Bouger plus au travail ou encore le dispositif « 1,2,3, Nagez ! » développé en partenariat avec l'Agence Nationale du Sport, la Fédération Française de Natation, le CD 93 et la Ville de Marseille. La 3e édition a permis à plus de 20 000 enfants de bénéficier de leçons de natation gratuites partout en France. À travers certaines actions représentatives se profile l'héritage des Jeux autour de l'amélioration de la santé, la synergie entre le sport et l'école et la réinsertion de publics en difficulté. ■

LE COACH CLIMAT ÉVÉNEMENT

Un outil développé par Paris 2024 pour évaluer et réduire l'empreinte carbone des événements sportifs en France. Soutenu par le ministère des Sports et le CNOSF, cet outil gratuit et adapté à tous les événements sportifs a été mis à l'essai avec un groupe de testeurs associant six fédérations et quatre associations sportives. Il sera laissé en héritage à l'événementiel sportif français, pour un sport qui maîtrise et réduit son impact.



prestige-sodexo.com

CONTACTEZ-NOUS
+33 (0)1 83 77 40 00
commercial@sodexo-prestige.fr

Une marque *sodexo* **live!**



L'événementiel, outil de sensibilisation à la transition écologique

L'ÉVÉNEMENT A CECI DE PARTICULIER QU'IL EST ÉGALEMENT UN MÉDIA QUI PEUT ACCULTURER CEUX ET CELLES QUI Y PARTICIPENT À UN SUJET D'ACTUALITÉ. C'EST NOTAMMENT LE CAS, ET DE PLUS EN PLUS, POUR LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE. EXPLICATIONS.

L'événementiel est en train de vivre une véritable révolution verte. Agences, organisateurs et exposants modifient leurs pratiques, encouragés en cela par un cadre réglementaire de plus en plus contraignant. Désormais, la réduction de l'impact est un élément à part entière des propositions, et est même déterminant pour valoriser un projet. À l'heure où la crise climatique est devenue la première source d'inquiétude des Français, comme en attestent désormais la quasi-totalité des instituts de sondage, de plus en plus de festivals, de salons, de foires, de séminaires, de colloques, de congrès et de conférences adoptent un fonctionnement éco-responsable, développant le recyclage des déchets, réduisant leur consommation énergétique, limitant le gaspillage alimentaire, favorisant le recours aux mobilités douces, pivotant ainsi vers l'économie circulaire tout en améliorant leurs bilans carbone.

Par ricochet, ces différentes manifestations, qu'elles soient professionnelles, sportives ou culturelles, peuvent également être les vecteurs d'un véritable changement. Avec à son actif 1 200 foires et salons, 3 000 congrès, et 380 000 événements d'entreprises organisés en moyenne tous les ans, qui réunissent plusieurs dizaines de millions de participants, le secteur a indéniablement un rôle à jouer pour acculturer visiteurs et professionnels à la protection de l'environnement et sensibiliser à la transition écologique. Quels sont ses atouts pour y parvenir ?

LEVIERS PÉDAGOGIQUES

Depuis quelques années, les événements qui ont pour vocation d'accélérer la prise de conscience écologique, et d'inciter le grand public, les acteurs économiques et les décideurs politiques à passer à l'action, deviennent plus nombreux. Véritables démonstrateurs des bonnes pratiques environnementales, ils permettent aux participants de rentrer au cœur du sujet en leur faisant vivre une expérience pratique qui ne se limite pas à la théorie. Il s'agit de vivre la transition et pas seulement d'en entendre parler, comme l'explique Dan-Antoine Blanc-Shapira, fondateur de l'agence Sensation ! : « *L'événementiel permet de plonger les publics au cœur d'une démarche éco-responsable : ils verront «de leurs propres yeux» les efforts en matière d'optimisation des transports et de maîtrise de l'énergie, ils toucheront de leurs mains les matériaux éco-responsables, ils participeront à la réduction et au tri-sélectif des déchets, ils goûteront les produits bio et de saison, pourront constater la récupération des surplus alimentaires, etc. L'événement ne se contente pas de «transmettre» un message, il favorise son appropriation.»*



Afin de pousser le curseur un cran plus loin, le Réseau éco-événement (REEVE) a conçu la Fresque de l'événementiel, pensée sur le même modèle que la Fresque du Climat et que la Fresque du Numérique, un atelier qui s'adresse à l'ensemble des professionnels du secteur, et qui a pour vocation de former à la relation entre événementiel, dérèglement climatique et enjeux RSE dans une approche collective. Cet outil permet de mieux faire comprendre les impacts environnementaux des événements, mais aussi de fournir des pistes pour « *entrer en transition écologique.* »

Faire progresser la sensibilisation des agences, des organisateurs, des exposants et des prestataires est une étape essentielle, car en bénéficiant d'une meilleure compréhension des enjeux et d'une meilleure connaissance des leviers à actionner, ceux-ci pourront mieux les expliquer et mieux les mettre en pratique.

ACCÉLÉRATEURS DU CHANGEMENT

Autre évolution notable, le spectre des thématiques abordées est désormais plus large, ne se limitant plus simplement à la décarbonation. La sauvegarde de la biodiversité, le tri et le recyclage des déchets, le commerce équitable, l'agriculture biologique, la protection des océans, la sobriété numérique font l'objet de manifestations spécifiques, embrassant tous les aspects de la transition. Par ailleurs, pour changer la donne, le secteur peut aussi s'appuyer sur des contenus plus innovants et plus impactants, comme le précise Nicolas Turpin, fondateur et président de l'agence Eko, spécialisée dans l'événement durable : « Il faut réussir, à la fois, à acculturer pour comprendre les transitions environnementales en cours, avec par exemple des prises de paroles inspirantes faites par des scientifiques, mais aussi réveiller les esprits avec des actions plus percutantes, comme du team building solidaire, une rupture dans le mode de consommation d'un événement, un challenge interne. »

Pour accélérer le changement, il faut favoriser par les prises de conscience, mais aussi faire connaître les projets les plus « game changers ». Dans cette optique, le salon Zéro+, organisé au parc des expositions de la Porte de Versailles, réunit une centaine d'exposants qui sont à la disposition des entreprises pour échanger sur les thématiques du recyclage et de l'économie circulaire. Même son de cloche avec ChangeNow au Grand Palais Éphémère, qualifié de plus grand événement des solutions pour la planète, qui « réunit chaque année un large panel d'intervenants prestigieux du monde entier pour partager les innovations et les solutions qui nous permettront de relever le défi du dérèglement climatique. »

« Nous avons l'obligation d'agir à la fois sur le temps court, l'urgence climatique, mais aussi sur le temps long, la conduite du changement. »

Nicolas Turpin
agence Eko Events

C'est également la raison d'être de la «Semaine européenne du développement durable», dont l'objectif est de mettre en avant les initiatives individuelles et collectives portées par les citoyens, les associations, les écoles, les collectivités, et les entreprises par le biais de nombreuses manifestations. Le but est d'accélérer la transition écologique en partageant des actions concrètes et utiles, que chacun peut s'approprier. En 2022, ce sont ainsi 1 321 événements européens, dont 172 Français, qui ont eu lieu pour présenter plus de 7 000 projets. Dans la même dynamique, la « Semaine européenne de réduction des déchets », coordonnée en France par l'Ademe, l'Agence de la transition écologique, vise à promouvoir les pratiques circulaires en expliquant comment consommer de façon durable et comment recycler pour prolonger la durée de vie des produits. En 2022, elle a été à l'origine de 6 365 actions de réemploi. Un véritable booster de l'économie circulaire.

Tout ceci ne constitue cependant qu'un début. Dans les années qui viennent, à mesure que l'impact du réchauffement climatique deviendra plus concret, le secteur pourrait devenir un élément central de la transition écologique. « L'événementiel a un rôle phénoménal à jouer dans un avenir très proche pour embarquer nos publics vers une société moins carbonée et respectueuse des écosystèmes. Nous avons l'obligation d'agir à la fois sur le temps court, l'urgence climatique, mais aussi sur le temps long, la conduite du changement. » conclut Nicolas Turpin. ■

« L'événement ne se contente pas de "transmettre" un message, il favorise son appropriation. »

Dan-Antoine Blanc-Shapira
agence Sensation !

2024 : notre démarche d'engagement responsable à 10 ans !

DESTINATION NANCY DESTINATION ENGAGÉE



Nancy classée 3^e des villes de France où l'on peut tout faire à pied par Le Parisien

Nancy à 1h30 de Paris en TGV, gare à 1 min à pied du Centre Prouvé

Tout à pied ! 1 500 chambres à moins de 10 min à pied du centre-ville

Engagez-vous en tenant votre événement chez nous !



www.destination-nancy.com



INFRASTRUCTURES D'ACCUEIL : LE DÉFI DE LA RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE

QUELS SONT LES ENJEUX DE LA MISE AUX NORMES ACTUELLES
DES ÉQUIPEMENTS PROFESSIONNELS SUR LE TERRITOIRE ?
COMMENT FINANCER LEUR TRANSITION ÉNERGÉTIQUE ?
ÉTAT DES LIEUX DU PAYSAGE FRANÇAIS, DES PROJETS
ET DES INITIATIVES POUR UN FUTUR DURABLE.

Micropolis, le parc des expositions et des congrès situé à Besançon devrait engager prochainement des travaux de première nécessité et de performance énergétique grâce au plan de relance Destination France de l'État (1,9 milliard d'euros de moyens financiers déclinés). Le syndicat d'économie mixte (SYMM) propriétaire du site attendait une aide des pouvoirs publics pour pouvoir réaliser ce plan de rénovation ne pouvant assurer seul la facture des travaux devenue trop élevée en raison notamment de la hausse des tarifs du marché de la rénovation et du coût de l'énergie. Micropolis fait partie des 11 lauréats de l'appel à manifestation d'intérêt (AMI) « Spécial Tourisme d'affaires », dédié aux projets d'investissement des grands équipements d'accueil d'événements professionnels, lancé par Atout France dans le cadre du plan de relance.

L'AMI permettra ainsi à chaque lauréat de bénéficier d'un appui technique et financier pour mener son projet de transition durable, de modernisation et de performance. La réalisation des 11 projets retenus représentera en cumulé plus de 90 millions d'euros d'investissements en 2024.

Parmi les projets, celui porté par la SPL Atlantia à La Baule est la transformation d'une friche commerciale du littoral baulois en un outil moderne (capacité d'accueil de 200 pax) pour renforcer son offre locale. Autres programmes retenus, l'installation de panneaux photovoltaïques sur la toiture du Palais des Festivals de Cannes dans une démarche d'économie d'énergie et de minimisation de son impact et la réhabilitation de deux sites urbains à Évian - le Palais des festivités et une ancienne caserne - en un lieu événementiel de spectacles et d'expositions.

Le défi de la rénovation énergétique : une carte hétérogène

Les collectivités, propriétaires de la plupart des infrastructures d'accueil doivent aujourd'hui relever le défi de la modernisation et la rénovation énergétique de leurs sites pour répondre aux normes actuelles

et plus largement à l'urgence écologique et climatique. Certaines d'entre elles ont engagé, ces dernières années, certains travaux de rénovation. D'autres ont financé la construction de nouveaux équipements répondant aux normes environnementales et énergétiques en vigueur à l'instar de Toulouse, d'Orléans, ou de Strasbourg. Si les démarches se multiplient sur l'ensemble du territoire, il est difficile de quantifier le nombre de sites qui doivent être rénovés et d'évaluer l'ensemble des besoins. « *Le panorama des 40 sites que nous gérons en France est contrasté. Certains nécessitent des investissements pour répondre à des enjeux thermiques et énergétiques, d'autres travaillent sur des aménagements paysagers* », indique Christophe Cizeron, directeur général de GL events venues qui, en tant que délégataire, est amené également à investir dans ses outils. « *Au-delà des programmes d'investissements réguliers liés à nos obligations contractuelles, nous cherchons à projeter les sites qui nous sont confiés dans les années à venir à travers des développements. Ainsi, Eurexpo Lyon disposera bientôt à notre initiative d'une ferme solaire de 15 hectares qui représentera un des plus gros projets photovoltaïques. L'objectif est d'avoir une diminution significative de nos émissions carbone. Notre ambition est de développer ce type de projet sur d'autres sites. Par ailleurs, des discussions sont en cours avec la Ville de Paris pour engager des travaux au Palais Brongniart dont nous sommes le gestionnaire et pouvoir ensemble assurer ces investissements. Au moment où ce contrat a été négocié en 2010, nous n'avions pas les mêmes contraintes et les mêmes exigences sur le plan environnemental. Aujourd'hui, nous devons revoir un certain nombre de points pour rendre ce site historique exemplaire* », développe Christophe Cizeron.



Quel niveau d'investissement ?

La rénovation des équipements répond à des enjeux économiques, de sobriété, de territoire et d'attractivité sur un marché concurrentiel et de plus en plus exigeant en matière de RSE. L'Unimev (association des métiers de l'événementiel) évalue à environ 2 milliards d'euros le montant des travaux nécessaires à l'amélioration de la gestion énergétique et la rénovation thermique des infrastructures. Quelle est donc la tendance en matière d'investissements aujourd'hui ? « *La période Covid a pénalisé la dynamique d'investissement qui était à l'œuvre précédemment, et si l'activité (des réunions et événements) revient à un niveau satisfaisant par rapport à 2018-19, ce n'est pas le cas du niveau d'investissement ou de réinvestissement dans les équipements d'accueil, malgré de très beaux programmes comme le parc des expositions de Strasbourg, le CO'Met à Orléans et quelques autres. On estime cette baisse à 25-30 % à l'échelle nationale mais elle est supérieure sur certaines régions. L'enjeu est majeur et il est double : maintenir notre attractivité en répondant aux nouveaux standards internationaux voire à la renforcer en générant plus d'innovation, et répondre efficacement aux transitions énergétiques et écologiques dans les 5 à 8 ans* », expose Emmanuel Dupart, directeur délégué de France Congrès et Événements qui a engagé Destination Innovante Durable en 2019. Cette démarche intègre la coordination de tous les acteurs d'une même destination pour accélérer sur les enjeux du tourisme durable et d'un événementiel écoresponsable. 13 villes

(Angers, Biarritz, Bordeaux, Cannes, Deauville, La Baule, Marseille, Metz, Nancy, Nantes, Rennes, Tours, Troyes) bientôt 14 avec la métropole de Lille sont aujourd'hui labellisées. Béatrice Cuif-Mathieu, directrice générale de Destination Nancy souligne que « nous sommes fiers d'avoir fait partie des cinq premières destinations labellisées Destination Innovante Durable et d'avoir obtenu le renouvellement du label en 2023. Pour aller plus loin dans cette démarche, nous souhaitons emmener tout l'écosystème de notre territoire avec nous. 12 partenaires « DID » ont d'ores et déjà rejoints le label dont la Métropole du Grand Nancy, le Festival Nancy Jazz Pulsations ou encore l'Opéra National de Lorraine qui devient le premier Opéra National à obtenir cette labellisation. Cette labellisation résonne d'autant plus en cette année 2024 où nous célébrons les 10 ans de notre démarche d'engagement responsable qui prouve la maturité de nos actions ».

Le fonds vert, levier de financement du futur ?

Si les collectivités montrent leur volonté de s'engager et d'agir sur les sujets de durabilité, elles se trouvent néanmoins confrontées à de nombreuses contraintes sur les ressources financières. Des contraintes non sans conséquences sur leurs choix d'investissements en matière de rénovation énergétique qui vont s'orienter prioritairement sur des bâtiments publics (écoles...), pouvant bénéficier d'aides publiques. En effet, depuis janvier 2023, les collectivités peuvent déposer une demande de subvention « fonds vert ». Ce dispositif mis en place par l'État pour accélérer la transition écologique dans les territoires aide à financer des projets destinés à améliorer la performance énergétique des établissements publics et locaux (réalisation de 30% d'économie d'énergie et réduction marquante des émissions de gaz à effet de serre). Après le succès de 2023 (17 000 dossiers déposés, plus de 8 000 projets financés), le fonds vert dispose désormais de 2,5 milliards d'euros par an jusqu'en 2027. En 2024, les financements prioritaires des bâtiments publics locaux concerneront la rénovation énergétique et la renaturation des établissements scolaires (enveloppe dédiée de 500 millions d'euros). Néanmoins, les associations professionnelles de l'événement veulent sensibiliser les membres du gouvernement et les élus locaux de la nécessité de rénover les infrastructures



économiques pour assurer la sobriété et l'attractivité des événements. Elles œuvrent pour que ce fonds vert puisse en partie financer les travaux de rénovation énergétique des parcs d'exposition ou centres de congrès.

« Pour éviter que le sous-investissement ne devienne structurel, affaiblisse l'activité et amoindrisse in fine ses retombées, il faut aider davantage les communes et intercommunalités à financer leurs projets, en particulier les interventions qui permettent une rénovation énergétique voire une autonomie pour certains. Il faut tout mettre en œuvre pour que le Fonds vert devienne un levier de financement de premier plan pour les collectivités, le plus souvent propriétaires des équipements, et pour le secteur par ricochet », indique Emmanuel Dupart. Si les élus sont contraints à des choix budgétaires, ils prennent conscience des enjeux économiques (emploi, activité économique, attractivité...) et de compétitivité de leur(s) équipement(s) pour leur territoire face à une concurrence toujours plus vive. D'autant plus sur un marché où les entreprises et les organisateurs d'événements en France et en Europe ont désormais des attentes fortes en matière de développement durable. ■

Christophe Caillaud-Joos, Directeur général de Strasbourg Events – Palais de la musique et des congrès et Parc des expositions de Strasbourg



Le nouveau parc des expositions de Strasbourg livré en septembre 2022, est-il un modèle en termes d'éco-conception ?

Nous avons, en effet, souhaité un bâtiment exemplaire en éco-conception. Cette exigence a été à la base du choix de Kengo Kuma, l'architecte japonais de renommée internationale qui a reçu de nombreux prix dans sa carrière pour sa vision éco-responsable des constructions. Son projet architectural pour Strasbourg a été réfléchi sur des préceptes issus de l'observation de l'environnement et des traditions ancestrales japonaises comme l'ombre et la

sur un immeuble. L'ensemble de ces éléments concourent à nous rendre autonomes dans notre gestion énergétique.

Le fait que le bâtiment soit éco-responsable est-il aujourd'hui une réelle valeur ajoutée ?

Oui. D'une part, nous avons baissé notre consommation énergétique de 30% par rapport à l'ancien parc des expositions grâce à son architecture éco-durable, l'installation de systèmes de régulation pièce par pièce mais également le changement de comportements des salariés au quotidien. D'autre part, c'est à la fois un

« Le bâtiment éco-responsable est à la fois un atout et un argument commercial »

lumière, l'intérieur et l'extérieur pour positionner le bâtiment. Il a ainsi imaginé des volumes qui privilégient la lumière naturelle et s'ouvrent sur la ville. Sa conception s'appuie aussi sur des matériaux nobles comme le bois. Plus de 2400 m² de structure de bois supportent ainsi l'ensemble des auvents. Concernant l'énergie, le choix s'est porté sur la géothermie et le géocooling qui permet d'exploiter les calories de ressources situées dans une nappe phréatique pour rafraîchir le bâtiment et réaliser un système de ventilation naturelle. En 2025, nous allons également installer 5000 m² de panneaux photovoltaïques sur les toits, ce sera la plus grande installation du Grand Est

atout et un argument commercial. Par exemple, pour la présentation de son dernier modèle, la marque Ferrari a choisi notre équipement pour son architecture en accord avec son design et la vision qu'il incarne. Enfin, ce nouveau bâtiment éco-responsable nous amène à prendre des initiatives qui vont dans cette même démarche. Nous avons par exemple fait le bilan carbone de l'entreprise (Strasbourg Événements qui gère également le palais des congrès) en juin dernier et travaillons sur l'amélioration de notre relation à la restauration pour être encore plus vertueux.

Propos recueillis par Pascale Baziller

VIPARIS, *une transformation réussie*



CERTIFIÉ ISO 20121 SUR L'ENSEMBLE DE SES SITES,
CONTRIBUTEUR DES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU
ET SIGNATAIRE DE PLUSIEURS CHARTES (CHARTRE DE LA DIVERSITÉ,
NET ZERO CARBON EVENTS...), VIPARIS EST UN ACTEUR ENGAGÉ
DANS UNE DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE
QUI A SU ÉVOLUER AU FIL DES ANNÉES.

Opérateur de 12 sites événementiels majeurs de Paris Île-de-France, Viparis affiche aujourd'hui des ambitions RSE fortes à travers sa stratégie RSE intitulée Better Events 2030. Elle se concrétise par la mise en œuvre de différentes actions répondant aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux sur l'ensemble de ses sites, de la réduction de l'impact carbone à la diversité en passant par la mobilité, le développement des talents, la proposition de services pour des événements responsables et créateurs de valeur ou encore la mobilisation de l'environnement local et des parties prenantes. Retour sur les derniers chantiers.

Paris Expo Porte de Versailles, un site engagé

Le programme de métamorphose de Paris Expo Porte de Versailles qui a débuté en 2015 est en cours d'achèvement. Il s'inscrit dans une démarche de responsabilité sociale et environnementale qui a évolué au fil des années. Il repose sur la construction de bâtiments durables comme le Pavillon 6 certifié HQE et un ensemble hôtelier (Mama Shelter et Novotel) labellisé Effinergie+ et le Paris convention centre (Pavillon 7) certifié BREEAM. En matière de réduction des déchets, l'implantation d'un centre de tri sur le site permet d'effectuer un sur-tri et de mieux valoriser les déchets. À cela s'ajoutent le traitement des biodéchets dans les offices traiteurs et une offre de signalétique verte. Le parc se distingue par l'aménagement de 70 000 m² d'espaces verts dont 52 000 m² de toitures végétalisées, d'un jardin-toiture sur le Pavillon 7 et l'installation de la plus grande ferme urbaine d'Europe sur le toit du Pavillon 6. Le programme valorise la mobilité douce et une ambition sociale positive à travers différentes prestations (traiteurs certifiés ISO 20121, prestataire de nettoyage engagé dans une démarche d'insertion...).

Un nouveau Hall 3 à Paris-Le Bourget plus performant

Livré en janvier 2023, le nouveau Hall 3 (22 000 m²) situé en plein cœur du site présente des caractéristiques plus performantes sur le plan environnemental et durable. Il respecte les certifications HQE (Haute Qualité Environnementale) et BREEAM (performance énergétique des bâtiments). La déconstruction du bâtiment a permis de valoriser à hauteur de 94% les matériaux des déchets, le réemploi et le recyclage à grande échelle. 65% de ces déchets ont été réemployés sur site. Le hall possède une charpente en bois de 20 000 m² construite à partir de 2 400 m³ de bois. Le montant des travaux est de 40 millions d'euros. Le chantier a bénéficié d'une subvention de 17 millions d'euros de la SOLIDEO (Société de livraison des ouvrages olympiques).

Le CNIT Forest, un site technologique et environnemental

Premier bâtiment construit à Paris La Défense, le CNIT Forest (20 000 m²) a rouvert ses portes en 2023. Il a été imaginé par l'architecte Nicolas Adam et le dessinateur et scénographe François Schuiten comme une « forêt souterraine » composée de piliers en forme d'arbres éclairés par des Leds permettant de personnaliser l'atmosphère des espaces. Le site a été conçu de manière éco-responsable : utilisation de matériaux biosourcés, d'origine naturelle et recyclée (fournis par la startup française Furniture For Good), installations de murs végétaux, d'un éclairage Led éco-énergétique, traitement de l'acoustique, facilité d'accès au site... Des dispositifs pour maîtriser la consommation énergétique et offrir un cadre moderne et chaleureux aux visiteurs intégrant la technologie.

Partenaire des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024

Viparis s'est engagé aux côtés des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024. Quatre de ses sites contribueront au respect des objectifs RSE des Jeux dont celui de diviser par deux l'empreinte carbone des Jeux par rapport aux éditions précédentes, en s'appuyant notamment sur l'utilisation d'infrastructures existantes. Parmi lesquelles Paris-Le-Bourget qui sera l'IBC (International Broadcast Center), le centre de diffusion et de production radio-télévision des Jeux. Paris Expo Porte de Versailles deviendra l'Arena Paris Sud, avec 3 pavillons dans lesquels seront organisées les phases préliminaires de handball, d'haltérophilie, de volleyball, de tennis de table, de boccia, de goalball et de para-tennis de table. Paris Nord Villepinte sera l'Arena Paris Nord, où se dérouleront les phases préliminaires de boxe, l'épreuve d'escrime du pentathlon moderne et le volleyball assis. Le Palais des Congrès de Paris deviendra le Centre de presse principal olympique. ■



Comment baisser la note énergétique des événements ?

ALORS QUE LA DÉCARBONATION EST DEVENUE UN ENJEU POUR CHAQUE ENTREPRISE, ET QUE LES RÉGLEMENTATIONS ÉVOLUENT RAPIDEMENT EN CE SENS, LES ÉVÉNEMENTS DOIVENT TENDRE VERS UNE MOINDRE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE. VERS QUELLES SOLUTIONS LES PROFESSIONNELS PEUVENT-ILS SE TOURNER POUR Y PARVENIR ?

Entre le chauffage, l'éclairage, les équipements techniques, la restauration et la climatisation, l'organisation d'un événement est par nature énergivore. Selon le rapport « *Décarbonons la culture* » réalisé en 2021 par The Shift Project, une manifestation rassemblant 1 000 personnes pendant une journée nécessite en moyenne 200 kWh d'électricité, ce qui revient à faire fonctionner 24h/24 une ampoule économique de 15 watts pendant 3 ans. Des chiffres qui sont incompatibles avec les objectifs de maîtrise du réchauffement climatique et de décarbonation qui ont été fixés, pour tous les secteurs, à l'horizon 2050 par la Stratégie Nationale Bas Carbone, et par ceux du Plan de sobriété énergétique qui vise à réduire de façon conséquente la consommation d'énergie dans les années qui viennent. L'heure est donc à la frugalité.

Pour l'événementiel, cet impératif n'est cependant pas uniquement écologique. L'augmentation particulièrement importante du prix de l'électricité, qui a été multiplié par 7 entre 2019 et 2022 selon EDF, ce qui correspond à une hausse proche des 30 %, et qui va connaître de nouvelles envolées selon le CRE (Commission de régulation de l'énergie), invite également à une amélioration des pratiques et à une réduction des dépenses. Les prestataires techniques, à l'instar du groupe Novelty converti aux ampoules LED par exemple, ou encore les lieux qui optimisent leur consommation d'énergie, font également leur part dans cette logique low energy. De fait, faire baisser la note énergétique des événements permet d'amoinrir leur impact environnemental mais aussi de garantir leur rentabilité future. Dès lors, que faut-il faire pour atteindre cet objectif ?

ÉVALUER ET MONITORER

Premier réflexe à avoir pour les organisateurs et les agences, celui d'évaluer la consommation énergétique de leurs événements afin de pouvoir réfléchir à des programmes d'optimisation. Ce qui est bien connu peut être bien géré, et il est de ce fait important de commencer par mesurer pour agir ensuite. Pour y parvenir, de nombreuses solutions existent. C'est notamment ce que propose la start-up Urbanomy, spécialisée dans le conseil énergie et climat, qui est soutenue par EDF. Pour le salon Vivatech, cette jeune pousse a mis au point des outils de mesure, structurés autour de métriques adaptées et variées, qui s'appuient sur la collecte de nombreuses données in situ pour quantifier la consommation afin de la calibrer au plus juste, pour ensuite comparer les résultats obtenus par rapport aux objectifs initiaux et identifier les actions d'amélioration à mener pour les éditions suivantes. Un processus qui est donc performatif, et qui est de ce fait appelé à s'améliorer d'année en année.

Dans la même logique, la start-up Visu Energy, experte dans le monitoring énergétique des installations temporaires, a inventé une solution multi-niveaux qui permet d'établir en amont un bilan de puissance en fonction des besoins spécifique à une manifestation, puis de surveiller les installations en temps réel grâce à des capteurs installés sur les câbles. À la fin de l'événement, un rapport d'exploitation « *présentant de manière simplifiée la performance énergétique des différents postes mesurés* » permet de prévoir des actions correctives afin de pouvoir ajuster la consommation au volt près, sans aucun gaspillage, lors des prochaines éditions. Comme l'explique Jérémie Jourdain, fondateur de Visu Energy : « *Notre approche consiste à valoriser les données de consommations déjà connues ou récoltées sur un projet, pour ensuite prétendre à un dimensionnement ajusté, raisonné, pour éviter les compléments d'énergie inutiles. Les leviers d'économies sont multiples et mélangent à la fois l'aspect technique et l'aspect humain.* »

En 2022, cette solution a notamment été mise à profit lors du Tour de France et pendant les Eurockéennes de Belfort, et en 2023 à l'occasion de la Fête de l'Humanité et du festival Rock en Seine.

De son côté, Revolt Energy Green apporte des solutions éphémères et durables aux acteurs de l'événementiel via ses groupes à l'hydrogène, ses containers de stockage d'énergie ou encore ses solutions solaires. Sur le défilé L'Oréal organisé par Ubi Bene durant la Fashion Week d'octobre 2023, le prestataire a fourni un containe de stockage d'énergie de 135 kVA, un pack batterie de 225 kVA ou encore un groupe électrogène au B100 (biocarburant).



REPENSER LA FOURNITURE

Pour tendre vers la sobriété, la nature de l'énergie utilisée est également un point essentiel à prendre en considération. Comme le rappelle Enedis, principal gestionnaire du réseau électrique en France qui cherche à réduire l'empreinte de l'événementiel, la plupart des grands événements « *recourent à des solutions temporaires, comme les groupes électrogènes au diesel* », qui sont particulièrement polluants et énergivores. À titre d'exemple, un match de football consomme en moyenne 4 000 litres de gasoil, soit 70 trajets Paris-Marseille en voiture.



Or, toujours selon l'étude « Décarbonons la culture » de The Shift Project, la « suppression des groupes électrogènes pour une alimentation provenant à 100% du réseau électrique EDF ou via un fournisseur d'électricité verte » permet d'enlever 0,35 % des émissions, tandis que le remplacement des systèmes de chauffage au gaz ou au fioul par du biogaz, du bois, des pompes à chaleur, ou de la géothermie en retire 1,9 %. Il faut donc pivoter vers une source d'énergie plus vertueuse que les hydrocarbures. Pour ce faire, Enedis a mis au point, en partena-

riat avec la Mairie de Paris, les premières bornes électriques pensées pour l'événementiel, qui seront installées aux endroits de la capitale qui accueillent régulièrement de grands événements. Déjà testées au Trocadéro en mars 2023 à l'occasion de la journée nationale du sport et du handisport, elles équiperont les Jeux Olympiques en 2024.

Un cran plus loin, le recours aux énergies vertes permet également d'optimiser la consommation et de limiter au strict minimum les émissions de CO₂.

C'est l'option choisie par le festival We Love Green, véritable laboratoire dans l'expérimentation et le développement « de solutions éco-responsables pour le secteur événementiel et le spectacle vivant. » qui a conçu un « mix énergétique innovant et diversifié » composé d'un champ de 40 panneaux solaires, capable de répondre à environ 50 % des besoins de l'événement, d'un approvisionnement en hydrogène vert fourni par Engie, de groupes électrogènes alimentés par des biocarburants tracés, le tout étant complété par un raccordement vertueux au réseau électrique local.



Évaluer et monitorer la consommation, repenser la fourniture, recourir à l'électrification et aux énergies vertes sont autant de solutions qui vont dans la bonne direction, mais il manque encore un élément.

PARTAGER LES BONNES PRATIQUES

La sensibilisation des parties prenantes permet de modérer la consommation d'énergie car la sobriété a plus d'impact lorsqu'elle est partagée par tous, d'autant plus si elle fait l'objet d'un consensus. Il s'agit d'informer sur les bons réflexes à avoir mais aussi de cadrer les usages. Pionnier en la matière, le festival We Love Green a prévu, dans les contrats des artistes, une clause qui fixe le nombre maximal de kWh disponible sur chaque scène, sans aucun dépassement possible.

Pour connaître les actions à mettre en œuvre, les organisateurs peuvent se référer au plan d'urgence de sobriété énergétique, élaboré en octobre 2022 par la filière de l'événementiel pour éviter les pénuries, qui concerne chaque maillon de la chaîne, agences, gestionnaires de sites, fournisseurs de services. Celui-ci prévoit notamment la diminution de 10% du point de consigne de chauffage, l'extinction de l'éclairage extérieur une heure avant l'ouverture et deux heures après la fin de l'événement, l'arrêt des équipements s'ils ne sont pas utilisés, la généralisation des ampoules LED.

Toutes ces adaptations permettent d'envisager un événementiel énergétiquement sobre, toujours plus décarboné, garant d'un avenir pérenne pour la filière. Un virage nécessaire à prendre dans un contexte de crise climatique et économique aggravée sur le long terme. ■

3 QUESTIONS À Catherine Lescure

directrice communication & RSE d'Enedis



Quelle est la genèse du projet de bornes électriques événementielles ?

Depuis 2020, Enedis et les équipes de Paris 2024 travaillent de concert pour trouver des alternatives viables aux groupes électrogènes fonctionnant au diesel, traditionnellement utilisés sur les grands événements, pour l'alimentation principale des besoins électriques plutôt qu'en secours. Des groupes électrogènes émetteurs de CO₂ et qui créent des nuisances sonores. En cherchant les solutions possibles, il est rapidement apparu que raccorder les différents sites olympiques et paralympiques au réseau électrique public était une solution vertueuse, dans une logique de recours à une énergie verte, comme le souhaite le Comité d'organisation, pour des lieux qui accueillent ponctuellement des événements, comme place de la Concorde ou du Trocadéro à Paris, on installe des bornes électriques événementielles, qui resteront en héritage après les Jeux.

Comment être certain que le réseau public sera suffisamment efficient ?

Nous avons renforcé le réseau de distribution, avec parfois la mise en place d'une double alimentation électrique capable de prendre le relai si nécessaire. 8 000 chantiers ont été réalisés. Ces investissements laisseront un héritage pour les quartiers et sites concernés.

Enfin, pour les compétitions se déroulant sur des zones très éloignées du réseau (et sans récurrence d'événement), nous expérimentons des batteries, des installations mobiles dans laquelle l'électricité sera stockée. Ces différentes expérimentations vont bénéficier aux acteurs de l'événementiel qui, on le sait, cherchent aussi à réduire leur empreinte environnementale. C'est un véritable *game changer*, que nous menons avec le secteur événementiel.

Quels sont les événements qui ont été alimentés par Enedis ?

Le réseau géré par Enedis a permis d'alimenter en électricité un certain nombre d'événements ces dernières années. Par exemple le Championnat du monde de ski de Courchevel et Méribel, le Festival Musilac d'Aix-les-Bains, ou encore le festival We Love Green. En tant que supporteur officiel en distribution d'électricité des Jeux, j'ajouterai que notre action commune avec Paris 2024 est une véritable source de fierté pour nos salariés, qui sont mobilisés sur ce sujet depuis des années et qui le demeureront durant tout l'été 2024.

Mobilité et énergie : vers moins d'énergies fossiles

Les postes énergie et transports peuvent s'avérer très gourmands et faire grimper en flèche l'empreinte carbone d'un événement. L'heure est au développement de solutions alternatives.



PikiP Solar Speakers est la première sono de haute qualité acoustique destinée aux professionnels.

Elle est à la fois mobile, 100 % solaire et capable d'alimenter une régie technique jour et nuit, avec un bilan zéro carbone. Designers, ingénieurs et artisans se sont réunis pour créer cette solution made in France : un module transportable facilement étudié pour les événements en extérieur. Plusieurs festivals comme We Love Green ou le Festival de Thau ont testé cette innovation dès 2018. Chaque solution acoustique est adaptée pour des événements jusqu'à 2 000 personnes, avec une autonomie de plusieurs heures.



Jeune pousse incubée au French Event Booster, Turtle et ses vélos taxis se destinaient initialement à la clientèle grand public, avant

d'être sollicités par des acteurs de l'événementiel pour des déplacements professionnels. Que ce soit pour des salons, des séminaires, ou encore des incentives, la startup peut effectuer des shuttles entre des lieux événementiels et des hôtels ou entre deux sites pour transporter des participants. Turtle propose ses services aussi bien aux lieux événementiels qu'aux agences ou aux entreprises en direct. Ayant la possibilité d'emprunter les voies réservées aux vélos et aux bus, les 3 roues Turtle revendiquent, outre un transfert décarboné, une plus grande rapidité que les transferts en voiture.



Gova conçoit et fabrique en France des véhicules expérientiels & écologiques 100 % personnalisables. Ils permettent aux

marques d'aller à la rencontre de leurs clients de manière engageante et de créer un lien durable avec leur audience. Leurs dispositifs roulants peuvent se déployer en une dizaine de minutes in et outdoor. 100 % personnalisables, les véhicules sont conçus et fabriqués en France à partir de matériaux recyclés. Par ailleurs, un modèle 100 % locatif permet d'économiser les ressources en limitant la production et en privilégiant l'usage à la possession.



Entité de Revolt Groupe, **Revolt Energy Green** apporte des solutions éphé-

mères et durables aux acteurs de l'événementiel (mais aussi du bâtiment et de l'industrie) via ses groupes à l'hydrogène, ses containers de stockage d'énergie ou encore ses solutions solaires. La structure intervient à la fois sur le volet fourniture d'énergies alternatives, comme dans le stockage et l'apport de solutions en situation de mobilité, puisque Revolt Energy Green peut intervenir sur toute la France grâce à ses produits plug and play.

ONLYLYON Tourisme & Congrès : acteur pour un tourisme plus responsable

S'engager pour un tourisme plus responsable. C'est la ligne directrice de la stratégie opérationnelle 2021-2025 que déploie ONLYLYON Tourisme & Congrès pour répondre aux mutations de la société et aux enjeux du tourisme en lien avec les nouvelles réglementations environnementales mais aussi attentes et manières de consommer des visiteurs. En cohérence avec le Schéma de développement du Tourisme Responsable publié par la Métropole de Lyon (2021), cette stratégie s'inscrit dans une dynamique d'amélioration continue et porte une ambition forte de faire de la métropole lyonnaise une référence en matière de tourisme durable.

Dans cette perspective, ONLYLYON Tourisme & Congrès a mis en place un plan d'actions pour accompagner, suivre et valoriser les démarches de transition vers un tourisme plus responsable de l'ensemble des acteurs socio-professionnels de la destination.

En premier lieu, il veut être exemplaire pour montrer le chemin. Il s'est ainsi engagé dans une démarche RSE autour d'enjeux prioritaires (bilan carbone, assurer la qualité du service...) et forme ses équipes au développement durable dont l'organisation des événements à impact positif. À cet effet, il est labellisé ISO 20121 depuis avril 2022 et multiplie les initiatives comme son engagement en 2023 dans la Convention des Entreprises pour le Climat (CEC).

Parallèlement, il a développé différentes opérations pour construire un tourisme durable. Parmi lesquels les rendez-vous ONLYLYON qui proposent aux 600 adhérents des animations comme la Fresque de l'événementiel. Par ailleurs, les équipes de l'Office de tourisme et des congrès accompagnent et conseillent au quotidien les professionnels dans leurs démarches RSE pour un tourisme plus écologique, plus inclusif, plus équitable et plus vertueux. 70 structures adhérentes ont ainsi bénéficié d'un programme d'aides depuis 2022 qui a permis l'éco labellisation de 34 hébergements depuis 2022. Plusieurs lieux événementiels (Eurexpo, Centre de congrès...) sont également labellisés ISO 20121.

L'ensemble de ces actions participent ainsi à une démarche pour un tourisme plus responsable qui a contribué au classement de Lyon à la 13e place des destinations mondiales du Global Destination Sustainability Index (GDS Index), programme d'amélioration des performances visant à rendre l'industrie du tourisme d'affaires et des événements plus durables.



©Manon CHARON



plus de sens, moins d'essence

PARTAGÉ ENTRE L'ENVIE DE FAIRE PLAISIR ET LA NÉCESSITÉ DE CONTENIR SA TRACE CARBONE, LE TOURISME D'AFFAIRES TENTE DE SORTIR PAR LE HAUT DE CETTE SCHIZOPHRÉNIE. EN PROPOSANT DES VOYAGES PLUS VERTUEUX ET EN S'APPUYANT SUR DES OUTILS DE MESURE. SI TOUS SES ACTEURS MANIFESTENT DE LA BONNE VOLONTÉ, IL RESTE DIFFICILE DE CHANGER LES HABITUDES. CELLES DES ANNONCEURS AUSSI !

Peut-on continuer de voyager vers des destinations lointaines et si oui, dans quelles conditions ? En pleine crise climatique, cette question qui se pose à chaque citoyen, s'impose avec encore plus d'acuité à l'univers professionnel. En particulier, la dimension incentive du voyage d'affaires est-elle menacée, avec ses participants vaporisant chaque année des millions de tonnes de kérosène dans le ciel ? Et épuisant le dos d'éléphants et de dromadaires dépressifs ?

Même si cette vision sombre n'est plus vraiment une réalité, difficile d'échapper à une perception bien ancrée auprès du public. D'autant que l'incentive est souvent déployé par les entreprises, en guise de remerciements à l'issue d'une année d'efforts couronnés de succès. « *Un client vous dit parfois on veut être RSE et au final il va choisir des activités fun parce qu'il veut faire plaisir*, remarque pourtant Bénédicte Rivain, directrice générale de l'agence Vatea. *Le socle de l'incentive c'est de se lâcher, de faire du bien.* » Comment alors faire cohabiter récompense et contraintes RSE ?

Se faire du bien, c'est justement le fondement du Club Med depuis plus de soixante-dix ans. Avec désormais le déploiement du programme Happy to Care qui réduit son impact environnemental tout en développant un impact social positif. Pour son action RSE appliquée aux séjours, l'enseigne bénéficie des certifi-

cations Breeam (pour la construction de ses nouveaux resorts), Green Globe (opérations éco-certifiées) et ATR dans le cadre des Circuits découvertes by Club Med. Quand c'est possible, les déplacements en train pour accéder aux resorts sont même encouragés.

« *Ce n'est plus la destination mais le programme qui doit faire venir* », résume Sidonie Plottier, Dg de Hopscotch Travel. Pour activer les bons comportements, les agences se mobilisent et courent en effet après labels et certifications comme ISO 20121, même si son coût de mise en œuvre semble plutôt en réserver l'attribution aux plus grandes d'entre elles. Pour tout le secteur, si le discours évolue vite, pas sûr que les pratiques suivent le même rythme, d'autant que, selon nombre d'acteurs de l'événementiel, certains annonceurs restent parfois difficiles à convaincre, en dépit de leurs propres engagements RSE. La perspective d'un bad buzz reste l'argument le plus inquiétant.

Au moins l'intention est-elle posée : « *Notre vision première reste d'accompagner nos clients tout en étant attentifs aux conclusions et directives du rapport du GIEC*, avance Marc Fisher, fondateur du groupe WMH Project. *Nous nous devons de faire preuve d'une vigilance soutenue envers l'ensemble de nos prestataires et à chaque étape de la chaîne d'organisation pour s'assurer de la dimension RSE de nos projets.* » Pour faire avancer cette problématique, l'agence mise sur l'innovation. « *Nous faisons en sorte de nous appuyer sur des outils et une expertise de pointe* résume Marc Fisher. *À cela s'ajoute également notre partenariat avec FairMoove. Concrètement, nous nous basons sur 17 critères de sélection.* » Le calcul d'un FairScore permet de classer la performance RSE du voyage en fonction de ses spécificités (destination, mode de transport, type de résidence, activités sur place, recours ou non à des produits frais non importés, etc.). Les clients ont ainsi toutes les données en main pour faire les meilleurs choix et envisager une compensation à la hauteur de leurs engagements.

Sidonie Plottier s'active en faveur des valeurs de l'époque, tout en reconnaissant la difficulté du virage à prendre. « *Ça nécessite beaucoup de temps et d'engagement, c'est dur de changer son mindset !* » admet-elle. Il faut dire qu'une partie de son activité s'adresse plus particulièrement au secteur du luxe à travers son offre de conciergerie notamment au moment des Fashion Weeks. « *Aujourd'hui, même si on réduit le nombre d'hélicoptères, il y a toujours des hélicoptères, mais ils ne sont plus jamais pris en charge par les Maisons car elles sont elles-mêmes très concernées.* » Equipée comme d'autres de sa calculatrice de compensation carbone, Hopscotch Travel calcule tout et compense auprès des associations dont ces Maisons sont partenaires. « *On organise beaucoup d'événements à Paris mais on commence à voyager, décrit Sidonie Plottier. Ce sont certes des activités polluantes. Pour autant on a toujours voulu faire des voyages qui ont du sens, et créer un lien réciproque vertueux avec les locaux qui nous reçoivent.* »

De son côté, plutôt que de parler d'opérations luxueuses, Marc Fisher préfère évoquer des expériences "Money can't buy". « *Pour être efficace et en adéquation avec nos valeurs, nous devons faire preuve de créativité et d'engagement* », précise-t-il.

Eve Choimet, responsable RSE de Marietton Développement, écarte l'idée d'entrave et préfère parler de « *sobriété heureuse, de contrainte positive* ». S'en suit l'énumération des nombreux sujets sur lesquels les réflexes ont dû évoluer. « *On fait attention aux hôtels dans lesquels on séjourne, à la politique durable du pays visité, à la compagnie aérienne choisie, au type d'appareil et au fait que le vol soit direct, etc.*, liste Eve Choimet. *On fait aussi beaucoup plus attention à la cause animale, les réceptifs avec lesquels on travaille y sont sensibles. Tout est une question de dosage et d'équilibrage. Il y a beaucoup de suggestions d'ajustement, on évite la perte de sens.* » Et comme le précise Bénédicte Rivain, « *cela a un coût. Les sociétés sont ouvertes à payer un peu plus si vous faites des propositions. La cohésion, c'est très RSE.* »

Parmi les pistes d'ajustement, l'option train arrive en bonne place. Moins polluant, le voyage en train donne l'occasion d'organiser une entrée en douceur dans le programme de l'incentive. « *Le voyage et comment faire rêver, c'est une aventure collective*, souligne Eve Choimet. *À nous de poser les bonnes questions et continuer à faire rêver en ajoutant du voyage dans le voyage. On a de plus en plus d'entreprises à mission. Elles demandent de voyager en train avec 400 collaborateurs. La demande a un temps d'avance sur l'offre, ça va s'aligner dans les prochaines années.* » Super objectif mais sacré challenge compte tenu des conditions techniques dont le ciel s'émancipe. Et sachant les impératifs liés aux courts séjours :

on peut difficilement consacrer deux jours de déplacement pour un incentive de quatre jours. De plus, tant que des objectifs ne sont pas clairement posés à un plus haut niveau, les progrès peuvent sembler poussifs. « *C'est vraiment un travail de fond sur des années*, relate Eve Choimet. *Il n'y avait pas d'exigences réglementaires comme on les a maintenant. L'arsenal législatif se resserre. Faire avancer les choses passe par la volonté politique. L'Europe est très en avance sur ces sujets, on peut être fier.* »

D'autres progrès sont aussi possibles, sur les cadeaux par exemple. En ayant recours aux partenaires du Marché de l'inclusion en France, qui favorise le travail des personnes en réinsertion. Ou en les achetant auprès de fournisseurs locaux en fonction des destinations. Un système d'autant plus vertueux que l'évolution des comportements relatifs au voyage, produit des conséquences auprès de populations dont l'activité dépend du tourisme. « *Le problème de la RSE n'est pas de sauver la planète mais bel et bien de préserver l'humanité*, résume Marc Fisher.

Trois milliards de personnes vivent dans des conditions difficiles. Et une majeure partie d'entre elles vit principalement du tourisme. À partir de là, peut-on considérer qu'arrêter les voyages est un égoïsme de pays riche ? Probablement. »

Réconcilier des injonctions paradoxales : c'est la mission ardue du 21^e siècle. ■



Challenge de ramassage des déchets au Sénégal, avec la start-up Jellyfish et une association locale. © Hopscotch Travel

LA BAULE AU-DELÀ DE L'ÉVÉNEMENT

ORGANISER UN ÉVÉNEMENT RESPONSABLE SUR UNE DESTINATION INNOVANTE ET DURABLE



ETIC BLUE
LA BAULE ÉVÉNEMENTS

LES CLÉS POUR PASSER À L'ACTION

- accès en transport doux • patrimoine naturel protégé • unité de lieu • savoir-faire local • circuits courts • restauration de saison • recyclage-transformation • parc technique intégré • évaluation et pistes d'amélioration • dispositifs de contribution • ...

En savoir + sur le dispositif ETIC BLUE



DESTINATION • PALAIS DES CONGRÈS • SITES RÉCEPTIFS • PRESTATIONS SUR-MESURE • CONSEIL & ACCOMPAGNEMENT

bienvenue@la-baule-evenements.com





Purs séjours low carbon en Suisse

© Engelberg-Titlis Tourismus

GRÂCE À SON PROGRAMME SWISSTAINABLE, LA SUISSE IDENTIFIE LES ORGANISATIONS VERTUEUSES, ET ENCOURAGE LES SÉMINAIRES INCENTIVES À FAIBLE IMPACT. LE TOUT EN S'ÉVITANT UNE EMPREINTE CARBONE TROP IMPORTANTE EN PRIVILÉGIANT LE TRAIN.

Certains clichés sont élogieux. La Suisse et ses montagnes, avec leurs grandes étendues de prairies l'été et de neige l'hiver, avec les lacs et les chalets, les stations d'altitude et les villes toutes propres, composent un terrain de jeu plein de ressources. Sa nature omniprésente parle d'air frais et d'énergie. La volonté de protéger cette richesse a conduit Suisse Tourisme à créer le programme Swisstainable qui favorise le tourisme durable et valorise ceux qui y adhèrent selon trois degrés d'engagement (Committed, Engaged, Leading). Le tout fait de ce pays une destination réputée pour les séminaires et incentives, notamment à l'attention des entreprises européennes désireuses de dépayser leurs équipes tout en réduisant l'empreinte carbone de leurs événements. Pourquoi ? Déjà parce qu'on s'y rend en train aisément depuis la plupart des grandes villes environnantes. Ensuite parce que différents types de programmes sont envisageables. On a envie de montagne ? Alors prenons par exemple un format 3jours/2 nuits pour 50 personnes dans la station de Engelberg. On y va en 5h30 depuis Paris en TGV (avec 2 changements néanmoins). En fonction de la saison, côté activités ce sera ski, raquettes, randonnées, vélo, VTT, luge, visite de fromagerie, excursion glacier, ou Snow Park avec motoneiges électriques, le tout facilement accessibles depuis un hôtel classé Swisstainable 2.

On préfère la ville ? Direction Lausanne à moins de 4h de Paris. Les transports publics y sont gratuits pour les visiteurs qui séjournent à l'hôtel. Au programme, découverte de la ville grâce à un jeu de piste, repas dans des restaurants certifiés éco-cook, découverte guidée du vignoble, visite d'un rucher, atelier chocolat ou création de cosmétiques, visite d'aquarium, etc. En Suisse, une cinquantaine d'hôtels en mesure d'accueillir des séminaires sont identifiés dans le cadre de Swisstainable. Le Suisse Convention Bureau de Paris peut accompagner les projets des entreprises candidates aux séjours low carbon. ■



EUROMÉTROPOLE DE METZ EXPÉRIMENTEZ UNE NOUVELLE DESTINATION...

• 85 MIN. DE PARIS

**& ORGANISEZ
VOS ÉVÉNEMENTS
À METZ !**



Metz Congrès Robert Schuman
IM Événementiel, Compagnie Les Passagers : ballet avec drones



Contact : Agence Inspire Metz

Pierre-Jean Guerra / Directeur du Bureau des Congrès
+33 (0)3 87 16 96 85 / pjguerra@inspire-metz.com

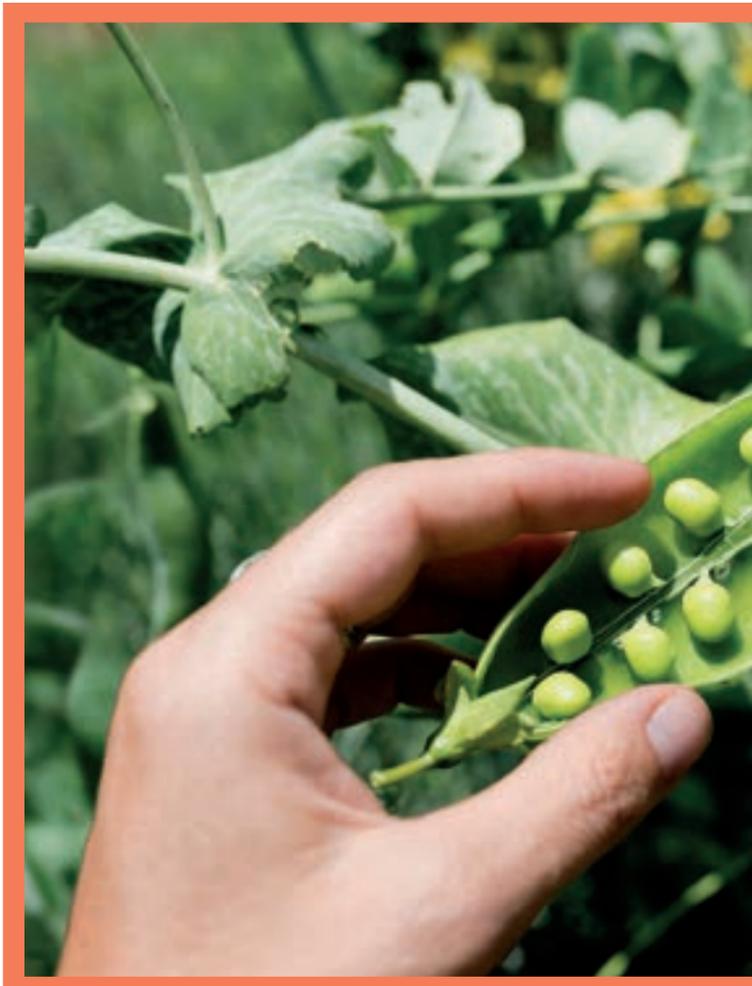
© Inspire Metz



Les traiteurs à l'avant-garde de la transformation

FAIRE PREUVE D'EXEMPLARITÉ EN TERMES D'ENVIRONNEMENT ? LES TRAITEURS Y SONT PRÊTS. SOUCIEUX DE L'IMPACT DE CHAQUE ÉVÉNEMENT, ILS REVOIENT LEURS PRATIQUES ET, SURTOUT, LES DIFFUSENT À LEURS CLIENTS POUR UNE AMÉLIORATION GLOBALE DU SECTEUR. DANS CE CONTEXTE, L'ALIMENTAIRE, PARMIS LES PRINCIPAUX POSTES D'ÉMISSION DE CARBONE, EST REVU ET CORRIGÉ.

À Caen, la mer est à portée de fourchette. Et les 37 maisons de l'association des Traiteurs de France s'y sont retrouvées fin novembre pour leur 26^e convention annuelle. Elles ont discuté de l'année écoulée et ont partagé leurs bonnes pratiques. Elles ont pu tester de nouvelles recettes, issues du « chef lab », une cellule de recherche et d'innovation. Cette année, l'accent a été mis sur l'utilisation raisonnée des produits de la mer, appliquant les retombées positives de la charte d'engagement signée entre les Traiteurs de France et l'association Ethic Ocean. Cette dernière défend une pêche durable et responsable : respecter les périodes de reproduction des espèces, veiller à ne pas utiliser celles qui sont menacées, se renseigner sur les pratiques de pêche/d'élevage, etc. « *Ethic Ocean publie, tous les ans, un guide des espèces, revu en fonction des initiatives émergentes, des poissons à consommer, des zones de pêches, etc.*, présente Claire Pennarun, co-présidente des Traiteurs de France. *Désormais, nos adhérents doivent respecter les critères de saisonnalité et de durabilité.* » En parallèle, les Traiteurs de France ont publié leur propre ouvrage, à savoir un livret de recettes travaillées collectivement par une brigade d'une cinquantaine de chefs : il a pour vocation d'inspirer les chefs autour de la consommation raisonnée. « *Cela nous permet de revoir la composition de nos cartes, notamment quant à l'utilisation des produits de la mer, poursuit Claire Pennarun. Il faut aider nos chefs à mieux acheter, à prendre en compte les changements d'habitudes de consommation et à proposer aux clients*



une alternative. » La sensibilisation devient essentielle à tous les niveaux : auprès des chefs donc, mais aussi auprès des commerciaux qui sont en contact avec le client... et auprès du client lui-même.

Le traiteur Fleur de Mets poursuit lui aussi ce travail d'évangélisation, selon une logique flexitarienne : il s'agit d'éduquer le client à l'intérêt d'avoir moins de viande dans ses menus. « *Nous sommes là pour le conseiller, il ne s'agit pas d'être punitifs, commente Sébastien Le Bescond, président de Fleur de Mets. Par exemple, en amont de l'événement, nous lui présentons en premier lieu un menu 'classique,' composé d'un tiers de viande, d'un tiers de poisson et d'un tiers de végétal. Puis nous lui suggérons un menu alternatif en réduisant la viande, en mettant davantage de végétal. Et nous indiquons au client qu'il économise ainsi 30 % de carbone ! C'est le même prix, c'est meilleur pour la santé, c'est meilleur pour la planète...* »

En dirigeant les clients vers des cartes avec moins de produits d'origine animale, les traiteurs de l'événementiel s'approprient un mouvement global de société où les consciences s'éveillent et où les habitudes alimentaires se métamorphosent. Par exemple, le Groupe Momense (réunification des marques Potel et Chabot, et Saint Clair) a lui aussi mis en place une politique d'achats responsables depuis 2022 et a proposé, durant la quinzaine de Roland-Garros 2023, une offre à 50 % végétarienne. Par ailleurs, ses équipes travaillent également au développement d'un outil pour mesurer le poids carbone des plats, soit un indicateur d'aide à la décision au moment de faire la proposition commerciale et ainsi permettre au client de choisir les plats et pièces cocktail ayant le plus faible impact carbone. Travailler sur l'assiette, c'est en effet travailler sur l'un des postes d'émissions carbone le plus important dans l'activité traiteur qu'est l'alimentaire.

Une progression constante

Depuis plusieurs années, la norme ISO 20121 prévaut dans le secteur. Elle fournit un cadre permettant d'identifier, d'éliminer ou de réduire les effets négatifs potentiels des événements sur le plan social et environnemental. Le réseau Traiteurs de France est fier d'afficher 100 % de ses adhérents certifiés, au même titre que Fleur de Mets certifié depuis 2019. Cette norme est devenue en quelque sorte le sésame qui permet d'attester de ses efforts. Elle vient structurer les démarches et, avec des évaluations régulières, elle suppose une volonté de progression. Mais pour Sébastien Le Bescond, si cette norme est nécessaire, elle n'est pas suffisante : « *Le problème de la norme ISO 20121, c'est qu'elle n'intègre pas la notion d'impact. C'est pourquoi nous nous sommes tournés vers d'autres normes, certifications ou évaluations peut-être plus 'complètes'. Je pense notamment à EcoVadis, qui requiert de remplir un questionnaire très précis, avec des données très concrètes. Et vous devez prouver tout ce que vous avancez !* » Fleur de Mets a reçu sa première évaluation EcoVadis en 2023 et a obtenu la médaille d'or. Le traiteur devra se soumettre à un nouveau questionnaire et une nouvelle évaluation dans un an. Son travail en faveur d'une approche plus vertueuse est désormais quotidien. « *Tous les mois, nous réunissons un comité RSE, précise Sébastien Le Bescond. Cela permet de construire un plan d'actions global que nous résumons dans un support que nous appelons la 'carte à impact positif'. Les impacts négatifs,*



nous les connaissons, c'est surtout la création du carbone. Quant aux impacts positifs, c'est collaborer avec des fournisseurs plus vertueux, recruter des personnes éloignées de l'emploi, etc. »

Système gagnant

Une démarche engagée induit également que l'anti-gaspillage n'est pas négociable. D'abord, la plupart des traiteurs s'assurent que 100 % de leurs déchets sont triés sur place, puis valorisés. Mais pour cer-

taines prestations, ils imposent même une récupération des non-consommés.

Pour cela, ils nouent des partenariats avec des start-up qui ont fait de l'anti-gaspi leur cœur de métier, comme Savr. Cette dernière permet aux traiteurs de faire don de leurs surplus alimentaires, avec programmation de la collecte jusqu'à 24 heures à l'avance, conditionnement des excédents par le traiteur, pesée et collecte par le chauffeur Savr et don à une association. La holding FHG, French Hospitality Group, qui chapeaute notamment le traiteur Kaspia s'est également positionnée sur ce créneau en créant CRS : Catering Recycling Solution. « De par notre activité traiteur, nous nous sommes rendu compte que finalement, le plus complexe, c'était l'aspect logistique de la collecte », affirme Dominique Julo, président de FHG. Le but de CRS est donc de simplifier cette collecte avec une équipe dédiée qui connaît les lieux de réception locaux et récupère les déchets répartis en quatre catégories : alimentaire, verre, cartons et « non-clas-



sable ». « Quand l'équipe de CRS passe en fin d'événement, elle prend les déchets dans son camion, les identifie, les étiquette et les dirige vers un éventuel lieu de valorisation. Par exemple, nous travaillons avec la plateforme Green Récupération, basée à Argenteuil. Nos déchets y sont pesés, par réception et par flux. Cela nous permet de pouvoir définir, pour chaque réception, les quantités de déchets organiques, de cartons, de verre, etc. », détaille Dominique Julo. Ainsi, le traiteur peut connaître sa quantité de déchets émise, pour mieux la réduire par la suite, et le client peut, lui, évaluer l'impact de son événement. « Au début, nous avons créé CRS pour les besoins de Kaspia Réceptions. Mais nous nous sommes aperçus qu'il s'agit en fait d'une vraie solution pour la filière... », estime Dominique Julo. FHG a créé Catering Recycling Solution en juin dernier. La holding compte déployer cette solution à l'ensemble du secteur en 2024. Car tout le monde a à y gagner. ■

Le dîner Wax ou le sens de l'épure

À l'occasion des 20 ans de Fleur de Mets, nous avons participé au fameux dîner Wax. Une véritable performance écoresponsable imaginée par l'artiste Olivier Darné, et orchestrée par le chef Philippe Saillard du traiteur événementiel.



Attention, expérience culinaire véritablement unique ! Pour célébrer l'anniversaire du traiteur Fleur de Mets, une quarantaine de convives ont partagé un dîner Wax, ce manifeste créatif pour une gastronomie responsable, construit autour du thème de la cire et des abeilles. Une composition que l'on doit à Olivier Darné, artiste plasticien, apiculteur, agriculteur en Seine-Saint-Denis* et fondateur du collectif artistique le Parti Poétique. En somme un touche-à-tout à l'imagination aussi virevoltante qu'une abeille dans sa ruche, qui dresse une table comme on lève le rideau sur une salle de spectacle. Imaginez : Alors que la table est nue, les convives sont invités à s'asseoir. Une nappe, volante, est déposée avec minutie. Le maître de cérémonie y verse une louche de cire d'abeille liquide devant chacun. Organique, la cire se fige, la blonde et parfumée assiette prend corps, puis le verre-gobelet tout en rondeur.

Place désormais aux mets qui se succèdent en autant de propositions gastronomiques signées du chef Philippe Saillard de la maison Fleur de Mets.

Pas de viande au menu évidemment – nous sommes ici dans une logique de préservation de la biodiversité, des ressources et de l'environnement – mais des produits de la mer (soigneusement sourcés) et du jardin voisin.

Le miel s'invite dans les recettes, comme dans la cuisson à la cire du gravelax de poissons fumés, et bien sûr dans les desserts servis avec un Hydromel sec. Pour clôturer ce dîner d'exception, un feuilleté miel & propolis accompagne une infusion aux herbes.

On repart de ce dîner Wax conquis par une mise en scène au service des produits et des savoir-faire. Et avec la satisfaction d'avoir soigné son empreinte carbone tout en ne boudant pas son plaisir !

*Les légumes, pousses, herbes, fleurs et le miel servis au menu étaient en provenance du potager et des ruches du Parti Poétique à Zone Sensible Ferme Urbaine de Saint-Denis.



TRAITEURS ET ACTEURS DE L'INCLUSION

DE PLUS EN PLUS, LES TRAITEURS OUVRENT LEURS EFFECTIFS À DES PERSONNES EN SITUATION DE GRANDE PRÉCARITÉ OU PORTEUSES DE HANDICAP. ENCADRÉS, FORMÉS, SOUTENUS, CES TRAVAILLEURS RENOUENT AVEC LA FIERTÉ D'AVOIR UN EMPLOI.

Piquer un morceau de saumon sur un agrume. Répéter l'opération plusieurs dizaines de fois. Barbant ? Bien au contraire ! Pour Caleb, 24 ans, originaire du Kenya et sans emploi depuis plusieurs mois, ce qui peut paraître comme une tâche rébarbative est en fait la première étape d'une longue formation qui lui enseignera le métier de commis de cuisine. Plus tard, quand il maîtrisera le geste, il pourra découper le saumon en bandes régulières. Puis il sera chargé de choisir la pièce de poisson et de prélever les filets. Et ainsi de suite, gagnant à chaque fois en compétence et en autonomie. « *Ce collaborateur prendra des responsabilités, affinera son rôle et sera responsable de sa zone*, intervient Dominique Julo, président de Kaspia. *Il aura exécuté toutes les tâches, les connaîtra par cœur même et deviendra à son tour formateur.* » Soit une sorte de cercle vertueux qui permet ainsi à des populations éloignées de l'emploi (jeunes au chômage, réfugiés, etc.) de trouver un emploi pérenne. Si le traiteur de luxe s'est lancé dans une telle démarche, c'est en premier lieu pour répondre à un besoin de main-d'œuvre. Présent à Aubervilliers, en Seine-Saint-Denis, il veille à faire travailler les locaux, soit en les embauchant directement, soit en participant à des forums pour l'emploi.

LA MOTIVATION POUR FAIRE LA DIFFÉRENCE

D'autres acteurs de la filière "traiteur" aident les réfugiés à accéder à un emploi, à l'instar de Refugee Food ou encore de Meet my mama. Le premier est un projet global porté par l'association éponyme, qui a pour objectif de sensibiliser à la situation des réfugiés et d'accélérer leur insertion professionnelle dans la restauration. Cela passe par des programmes de formation et une activité qui donne la part belle aux talents et à l'histoire des cuisiniers réfugiés. Les menus sont en effet conçus et préparés par la brigade en insertion, soit une dizaine de cuisiniers soutenus par Refugee Food. Quant à Meet my Mama, la start-up s'est positionnée sur un créneau encore plus précis : une activité de traiteur permettant de proposer une activité économique aux « Mamas », des femmes françaises ou pas, de tout horizon proposant des recettes de leur pays ou de leur région. Avec la Mama Académie ou le programme Empower My Mama, les femmes accompagnées peuvent parfaire leurs compétences et générer un salaire grâce à une activité de traiteur indépendante.

Pour ces travailleurs, c'est avant tout l'envie d'apprendre un nouveau métier et de se dépasser qui prévalent. Et l'objectif, pour les traiteurs professionnels, est de lever les freins tant personnels, qu'économiques ou psychologiques. C'est ainsi que Les Tables de Cana, un réseau de traiteurs spécialisés dans la réinsertion des personnes éloignées de l'emploi depuis plus de 30 ans, veut leur donner leur chance aux plus motivés. Peu importe la formation initiale. « *Une des clés, c'est la résistance*, confirme Ghislain Lafont, président des Tables de Cana. *C'est pourquoi nous travaillons beaucoup avec des structures associatives et Pôle emploi qui nous indiquent des personnes qui ont été définies comme étant capables de tenir le coup : le métier de traiteur suppose de commencer tôt le matin, de rester debout dans le chaud ou le froid, de suivre des cadences élevées... Souvent, ce sont des personnes 'cabossées', qui ont connu de grosses difficultés dans la vie. Mais toutes ont en commun ce courage et cette volonté de s'en sortir.* »

DES SUPPORTS PÉDAGOGIQUES ADAPTÉS

L'accès à l'emploi a une valeur intégrative et participe à la restauration d'une estime de soi. Et cela vaut aussi pour les personnes en situation de handicap. Ainsi, la maison Biscornu a créé une méthode d'apprentissage baptisée « Afuté » et accessible aux porteurs de handicap cognitifs et mentaux. « *Ce sont des fiches universelles de tâches élémentaires qui représentent l'enchaînement des gestes avec des dessins*, présente Olivier Tran, créateur de Biscornu. *Par exemple, quand il s'agit d'éplucher une carotte, nous expliquons ce qu'il y a sur le plan de travail avant de commencer, comment utiliser tel ustensile, où placer l'ingrédient une fois épluché, etc. Nous reproduisons tout le chaînage, en distinguant les zones et les gestes pour qu'il n'y ait aucune ambiguïté pour les porteurs de handicap.* » Le travailleur

sait ce qu'on attend de lui et il pourra se référer à tout moment à ces fiches pédagogiques, un support précieux pour améliorer la compréhension du métier. Biscornu compte 40 salariés permanents, dont la moitié sont porteurs de handicap. Tout comme ses 80 extras, formés en duo avec et par des maîtres d'hôtel aguerris. Cela lui permet de gérer toutes les configurations d'événements, y compris les plus importants... et de faire changer le regard sur le handicap. « *Nous voulons montrer qu'il est possible pour des porteurs de handicap d'exercer ce métier de traiteur, à la fois en production de pièces cocktail qu'au service*, affirme Olivier Tran. *L'intégration passe aussi par la sensibilisation et par de l'expérimentation...*



Il est possible de trouver un rôle à chacun de ces travailleurs ! » Ces derniers font alors partie d'un collectif. Se lever chaque matin, échanger avec ses collègues, répondre aux impératifs de son emploi ? Autant d'instant du quotidien désormais accessibles et qu'ils savent savourer. ■

Aménagement et design, la nécessaire adaptation

À L'HEURE DE LA SOBRIÉTÉ, LA CONSOMMATION DES RESSOURCES ET DES MATÉRIAUX DOIT DEVENIR RAISONNÉE. EN QUOI CELA CHANGE-T-IL L'AMÉNAGEMENT ET LE DESIGN DES ÉVÉNEMENTS ? COMMENT LA SCÉNOGRAPHIE PEUT-ELLE DEVENIR RESPONSABLE ?

Alors que pour chaque entreprise, la publication d'un bilan carbone est devenue aussi stratégique que le lancement d'un nouveau produit, le secteur de l'événementiel doit repenser ses propositions et tendre vers un moindre impact. Cela passe en grande partie par un travail sur les éléments de scénographie, stands, mobiliers, décors et signalétiques, qui ne sont la plupart du temps utilisés qu'une seule fois, tout en étant la première source de production de déchets, depuis leur conception, en passant par leur exploitation, jusqu'à leur fin de vie. Désormais, il s'agit d'instiller de la durabilité dans une scénographie par nature éphémère, depuis toujours pensée et conçue pour ne durer que quelques jours, quand ce ne sont pas quelques heures, et qui est cependant cruciale pour les exposants car elle leur permet de créer des expériences inoubliables, de valoriser leur entreprise et de générer du lien avec les participants.

À cela, s'ajoute un autre enjeu. D'abord avec la pandémie de covid-19, ensuite avec la récession qui en a découlé, et enfin avec la guerre en Ukraine, le prix des matières premières n'a cessé de fluctuer, montant et descendant, mais toujours dans une dynamique haussière, de même que celui de l'énergie. À titre d'exemple, l'aluminium, qui est utilisé par le secteur pour construire des bancs et des stands, a vu son coût passer de 1 564 dollars la tonne en juin 2020 à 3963 en mars 2022, tandis que celui de l'acier, qui sert à fabriquer des structures, a augmenté de 50 % depuis début 2021.

L'étude « *Cost inflation trends events / exhibitions / trade fair* », réalisée en 2022 par l'Institut de Recherche pour les Foires, Congrès et la Communication Live (R.I.F.E.L) et l'Association Fédérale Allemande de gestion d'événements, révèle que, par rapport à 2019, le secteur de l'événementiel doit faire face à une hausse des coûts de 58 % pour des événements réunissant 250 participants, de 55 % pour 600 participants et de 46 % pour 1 500 participants. Pour tout organisateur, quels que soient ses moyens, ce renchérissement

sans précédent contracte fortement les marges budgétaires, et incite à une moindre dépense. Dès lors, entre crise climatique et crise économique, comment repenser le design de stands, les aménagements scéniques, et la conception des décors ? Comment adapter les propositions pour tendre vers la sobriété ?

Scénographie recyclable

Pour réduire l'empreinte carbone des installations, et maîtriser leurs coûts, l'éco-conception est un levier particulièrement efficace à actionner. Il s'agit de prendre en compte les enjeux environnementaux à chaque étape du cycle de vie d'un espace événementiel, en commençant par sa conception qui doit être la plus durable possible, en continuant par son exploitation qui doit viser le moindre impact, et en finissant par le moment où il ne sera plus utilisé, avec l'objectif qu'il ne finisse pas à la benne.

Pour y parvenir, il faut miser sur le recyclage des objets qui le composent, en privilégiant des équipements robustes, réparables, modulables qui vont pouvoir servir plusieurs fois et être réutilisables sur d'autres événements. Cela veut dire repenser en amont le choix des fournitures. Pour cela, l'AMAT, association qui promeut l'événementiel éco-responsable, a créé la première « matériauthèque » pour les professionnels du secteur, une plateforme qui recense les produits éco-conçus nécessaires à la confection d'un stand, d'un espace, d'un décor, avec un catalogue qui va des parois et plafonds, en passant par les éclairages et la signalétique. En complément, Plinth est la première ressource digitale pour l'événementiel culturel, qui a pour but d'accélérer le réemploi des matériaux et objets scénographiques en mettant en relation les professionnels.

Autre option, opter pour l'achat en seconde main de mobiliers déjà utilisés mais en très bon état. Une solution développée par le loueur de mobilier événementiel Aktuel, certifié ISO 20121 depuis 2019 et très engagé pour minimiser l'empreinte carbone des events. Pour rendre les événements plus vertueux, le spécialiste propose également de la location longue durée à tarif adapté, tout en travaillant sur les matériaux et le design afin de rendre le mobilier compact lors du transport, et donc moins énergivore. En aval, une fois l'événement terminé, il faut pouvoir s'appuyer sur un circuit de récupération. « *De plus en plus de structures sont conçues pour avoir plusieurs vies. Là où hier l'éphémère était la norme, il existe désormais des recycleries dédiées au réemploi du matériel événementiel qui rendent possible la réutilisation des matériaux* » analyse Julien Carlier, intervenant engagé en recyclerie maritime, en RSE et en événements durables.

Ainsi, à l'occasion du salon Batimat en 2022, la société à mission Muto, spécialiste du réemploi dans l'événementiel, a conçu le premier stand intégralement « zéro déchet jusqu'à sa réutilisation », pour l'entreprise Elcia, qui édite des logiciels pour les professionnels de la menuiserie. Ce sont 1 941 kilos de matériaux qui ont pu être récupérés par des associations pour être réemployés,



évitant 3 955 kilos d'émissions de CO2. Sur Viva Technology 2023, ce sont quelque 10 tonnes de matériaux que les équipes de Muto ont pu récupérer sur 5 des stands du salon. C'est ce que fait également le festival We Love Green par le biais d'une scénographie réalisée à partir d'éléments recyclés, construite avec 250 palettes en bois, 350 m² de bâches, et 400 m² de tissus récupérés auprès de ressourceries ou d'événements régionaux. Cette inflexion va dans la bonne direction, mais pour être pleinement efficace, elle doit être accompagnée par un usage vertueux des ressources. À une scénographie plus durable, il faut ajouter le principe de sobriété.



© MUTO / VIVATECHNOLOGY

Nouveau paradigme

La débauche de matériaux qui prévalait jusqu'ici, dont la consommation n'avait pas de limite pour satisfaire les objectifs des exposants, doit laisser place à une utilisation raisonnée, calibrée au plus juste en fonction des besoins réels, sans surplus et sans gaspillage. Pour opérer ces réglages, il faut réduire l'utilisation de certains matériaux qui peuvent être considérés comme secondaires, en veillant à ce que cela n'affaiblisse la qualité des propositions. Une évolution qui est déjà en cours, toujours selon Julien Carlier. « Le meilleur déchet étant celui que l'on ne produit pas, la consommation de moquette pour l'habillage des espaces événementiels est en train de diminuer très fortement, alors que seulement 8 % des quantités mises à profit chaque année par le secteur sont réutilisées. À noter que cette tendance représente aussi une source d'économies. »

Pour aller plus loin dans ces ajustements, les exposants peuvent s'appuyer sur l'innovation frugale, une démarche qui consiste à obtenir de meilleurs résultats en utilisant moins de moyens, et à moindre coût. Véritable démonstrateur de ce nouveau paradigme, la recyclerie maritime du Croisic, tiers lieux et atelier hybride qui accueille des conférences et séminaires à impact minimal, propose des espaces sans constructions éphémères, du mobilier intégralement fabriqué à partir de coques de bateaux, et des goodies faits dans d'anciennes voiles ou de vieilles combinaisons. Il s'agit d'utiliser des matériaux locaux, qui ne sont plus utilisés, pour en faire autre chose.

À la fois réutilisable sur la durée et sobre en ressources, misant sur le réemploi et la frugalité, une nouvelle façon de penser la scénographie est en train d'apparaître pour permettre aux exposants et aux organisateurs de relever le double défi écologique et économique qui est devant eux. Elle est à la fois un atout pour réinventer les propositions et le gage d'un avenir durable pour le secteur de l'événementiel. ■

Design : quand les déchets deviennent inspirants

Une nouvelle génération d'entrepreneurs émerge avec des solutions pour donner une seconde vie aux déchets événementiels. Et le résultat est aussi utile que beau !



Cette entreprise d'insertion utilise des matériaux de réemploi pour fabriquer des objets beaux et utiles. Une table qui était, dans une vie antérieure, une caisse de transport d'œuvre d'art retrouve tout son sens dans un tiers-lieu, ou des planches délaissées reprennent vie pour du mobilier de bureau grâce aux designers de **Seve Mobilier**. Ces derniers travaillent quasi exclusivement avec des matériaux à l'état de déchets qui sont collectés puis préparés. La production est quant à elle confiée à des personnes en parcours d'insertion et encadrées par des menuisiers professionnels. Un service de tapisserie de mobilier est également assuré.



Furniture for good est une entreprise spécialisée dans le design et la fabrication de mobilier en matériaux recyclés et recyclables. Objectif : magnifier les déchets au travers de créations et mettre le design au service de la fonctionnalité. La jeune pousse travaille avec le plastique, ou d'autres matières comme les coquillages ou encore des volants de badminton recyclés. Elle délivre par ailleurs des meubles démontables et pensés pour être réparable. Prestataire pour le CNIT Forest de La Défense, la startup a notamment fourni pour le site 1 600 chaises, un projet équivalant à lui seul à 4 800 kg de plastique recyclé et 7 200 kg CO2 d'économisés.



Créée début 2022, la startup **Muto Event** propose un service clé en main dédié au réemploi des aménagements événementiels. La marque a développé un réseau de partenaires (ONG, associations) qui bénéficient gracieusement des différents éléments (moquette, panneaux de bois, mobilier, etc.) délaissés en fin de manifestation. Un système de dons qui permet de limiter les freins au réemploi et pour Muto Event de gérer un volume de stockage minimum. En passant par leur matériauthèque privée, il est possible de réserver gratuitement tous les matériaux proposés. Muto Event a d'ores et déjà travaillé avec de nombreuses agences événementielles et sur des salons, comme sur le dernier Salon de l'Agriculture où le spécialiste a pu donner une seconde vie à plusieurs tonnes de matériaux.



Be **RE'UP** possède plusieurs cordes (de seconde main) à son arc. L'entreprise accompagne les organisateurs dès l'amont de l'événement, pour un audit des pratiques, une gestion opérationnelle des flux de matière, ou encore une revalorisation optimale des déchets à travers des filières et des partenaires écoresponsables. Elle peut par exemple fournir du mobilier design à partir de matériaux recyclés et de réemploi pour créer à nouveau des espaces originaux. Be RE'UP intervient également sur le volet retraitement des déchets, comme sur les festivals Solidays et Rock en Seine. Lauréate du dispositif de l'Arc de l'innovation, piloté par Paris&Co | Ville Durable, la startup est incubée au French Event Booster.

INTERVIEW

Fabrice Laborde,

Directeur général de Galis,
vice-président d'Unimev
et co-président du LEADS



Comment un groupe comme Galis réussit-il à produire plus vertueux et à baisser son empreinte carbone ?

C'est un enjeu pour nous depuis 2012, date à laquelle nous avons été certifiés ISO 20121, en travaillant sur les piliers du sociétal et l'environnement. Dès cette époque nous avons mené des actions pour réduire notre empreinte CO2. Depuis 2 ans, nous travaillons avec Bpi France sur un programme de décarbonation, et avons mesuré pour la première fois le bilan carbone de notre activité, un préalable pour mesurer et définir notre trajectoire. Par ailleurs, nous avons

Comment le design s'adapte-il et devient porteur de solutions ?

Notre démarche RSE est l'affaire de tous, pas seulement des designers. Galis a l'avantage d'internaliser la conception de stands aluminium et de stands sur-mesure. Dans une logique d'hybridation, tous les éléments de stand qui ne se voient pas sont à base d'aluminium réutilisé, recouverts d'éléments sur-mesure. Aujourd'hui, 50% de nos stands sont hybrides. Second point, des clients comme Janssen, Pierre Fabre ou encore Hachette poussent nos designers à se voir proposer des stands qui se recyclent ou réutilisables d'un

« Nos clients poussent nos designers à se voir proposer des stands qui se recyclent ou réutilisables »

labellisé ISO 20121 l'ensemble des stands que nous avons produits en 2023 pour notre client Janssen. Ce n'est pas notre entreprise mais la résultante de nos métiers qui est donc certifiée, et c'est une première. L'objectif est bel et bien de montrer qu'à prestations égales, croissance égale et chiffre d'affaires égal, l'empreinte carbone peut diminuer de moitié d'ici 2030. Nous sommes même allés plus loin en nous engageant, en même temps que la filière, à atteindre zéro carbone compensé en 2050.

Concrètement, comment s'illustrent vos différentes actions ?

Quelques exemples. Nous avons baissé de 37% notre consommation de kilowatts, investi dans une climatisation basse pression, diminué de 18% notre facture de carburant, divisé nos déchets de plus de la moitié. Par ailleurs, nous étudions l'installation d'ombragères sur notre parking et la végétalisation des toits de nos entrepôts.

événement à un autre. Le cycle de vie est donc de plus en plus long. Autre exemple avec Thalès qui loue un local dans lequel est stocké tout le matériel et qui sert à ses 3 agences de design de stands. On voit bien que l'intelligence est collective et se nourrit de toutes les parties prenantes.

N'est-ce pas source d'une perte de chiffre d'affaires pour des spécialistes tels que vous ?

Effectivement, nous faisons un peu moins de chiffre d'affaires. Mais n'oublions pas que toutes les études que nous réalisons à l'année lors d'appels d'offres, et qui sont parfois perdues, représentent entre 4 et 7% de notre chiffre d'affaires selon les projets. Quand vous travaillez sur le temps long, vous pouvez récupérer en marge ce que vous perdez en volume. Nous avons conscience que le modèle économique change, aussi nous nous adaptons.

Propos recueillis par Laurence Rousseau



Suisse.

Nous avons besoin
d'événements durables.



Besoin d'un coup de pouce pour trouver une destination ou un lieu ?

Contactez-nous! Tél. 01 44 51 65 40 — scib.fr@switzerland.com [MySwitzerland.com/seminaire](https://www.MySwitzerland.com/seminaire)

Collecte et retraitement des DÉCHETS : ON EN EST OÙ ?

SOURCE IMPORTANTE DE POLLUTION, LES DÉCHETS PRODUITS LORS DES ÉVÉNEMENTS FONT L'OBJET, DEPUIS QUELQUES ANNÉES, D'UNE COLLECTE ET D'UN RETRAITEMENT. OÙ EN EST-ON EXACTEMENT ? COMMENT LE SECTEUR S'EMPARÉ-T-IL DE CET ENJEU ? .

Selon l'ADEME, l'Agence de la transition écologique, une manifestation réunissant 5 000 personnes génère en moyenne 2,5 tonnes de déchets en tout genre, gobelets, bouteilles, couverts jetables, emballages plastiques, papiers, cartons, tracts, catalogues, prospectus, mégots, éléments de signalétique, matériaux servant à construire les stands, bois, verre, métaux, goodies, bâches publicitaires, résidus alimentaires, ampoules, piles, câbles électriques, moquettes... Par ailleurs, selon l'étude *The environmental footprint of an event*, un participant à un événement produit en moyenne 1,89 kg de déchets par jour, dont 1,16 kg finit à la décharge.

Alors que la décarbonation est devenue un impératif pour tous les secteurs, il est urgent de circulariser davantage les pratiques de l'événementiel. Et encore un peu plus si l'on considère que la loi anti-gaspillage pour l'économie circulaire prévoit de réduire le gaspillage alimentaire de 50 % d'ici 2025, et de proscrire le plastique jetable d'ici 2040. A quelles évolutions peut-on s'attendre ?

LA MONTÉE EN PUISSANCE DU TRI

En 2022, afin de corriger le tir, les professionnels de l'événementiel, réunis au sein de l'Union des métiers de l'événement (UNIMEV), ont signé un engagement pour la croissance verte avec le Ministère de la Transition écologique, qui vise notamment à accélérer le recyclage des déchets et la réutilisation des matériaux. La transformation des pratiques n'est plus une option.

Pleinement conscient de cet enjeu, le gestionnaire de sites Viparis, qui organise 800 événements professionnels et grand public chaque année en exploitant 12 lieux majeurs en Île-de-France, a pour objectif de favoriser le tri et



la valorisation des déchets. Pour ce faire, Viparis a doté ses espaces de poubelles de tri à double flux, systématisé la collecte et le recyclage des mégots de cigarette, supprimé le plastique à usage unique, généralisé les contenants réutilisables pour la restauration, et développé le compostage des déchets verts. En 2022, le parc des expositions de la porte de Versailles, plus gros site du groupe avec une superficie de 36 hectares, a ainsi été équipé d'un centre de tri en mesure de traiter les quantités très importantes de déchets produites chaque jour, ce qui a notamment permis de valoriser 33 tonnes de résidus alimentaires.

De son côté GL events n'est pas en reste, développant sur ses différents sites des solutions ad-hoc. Tout dernièrement, c'est au Parc Floral que l'opérateur a inauguré un nouveau centre de tri, avec le soutien de la Région Île-de-France et de l'ADEME, via son programme France Relance. Il traite les 5 flux de déchets (papier, carton, plastique, bois, verre, métal) mais aussi d'autres produits comme la moquette, les biodéchets, les déchets verts...



LE BON EXEMPLE DES FESTIVALS

Dans le domaine de l'entertainment, le festival We Love Green, qui accueille au bois de Vincennes plus de 100 000 participants tous les ans, a mis en place un système de tri qui prend en compte 12 flux - ordures ménagères, déchets recyclables, mégots, biodéchets, litières et urines, verre, bois, huiles alimentaires, films plastiques, ordures encombrantes, piles et ampoules, bouchons de liège- et qui permet de revaloriser plus de 80% des 149 tonnes de déchets produites pendant quatre jours. Touchant essentiellement un public jeune, généralement très sensibilisé aux enjeux du développement durable, nombreux sont désormais les festivals qui éduquent aux bons gestes, et ce dans toute la France.

Des projets couronnés de succès qui servent de démonstrateurs pour faciliter la généralisation du tri, alors que la prise de conscience du secteur sur cet enjeu ne cesse de progresser, comme le rappelle Julien Carlier, intervenant engagé en matière de recyclerie maritime, de RSE et d'événement durables : «Le sujet de la gestion des déchets dans l'événementiel évolue de manière significative depuis 10 ans. Aujourd'hui, les intentions deviennent majoritaires et la filière n'a jamais été aussi fournie en dispositifs à impact.»

De fait, cette inflexion vers la revalorisation est soutenue par un écosystème de prestataires qui sont à l'origine de solutions innovantes, facilement applicables par tous les acteurs. Ainsi, la société à mission Muto propose «un service clé en main dédié au réemploi des aménagements événementiels» en inventoriant tous les matériaux destinés à la benne, puis en les récupérant pour en faire don à un réseau d'acteurs engagés dans l'économie circulaire. De son côté, la start-up Corecyclage a mis au point des outils digitaux personnalisables pour faciliter le réemploi du mobilier et des équipements professionnels auprès d'un réseau d'associations partenaires partout en France, ce qui a déjà permis à 52 000 objets de trouver une seconde vie.

Alors que le cadre réglementaire va se durcir dans les prochaines années, le déchet est en train de devenir une nouvelle ressource. À terme, dans un contexte climatique et économique de plus en plus tendu, la circularité pourrait devenir la nouvelle norme de l'événementiel. ■

Bertrand Biard,
Vice-président
Attractivité & Engagements
de WMH Project



« En tant que groupe de communication, nos sujets portent majoritairement sur la relation. Nous accompagnons beaucoup de nos clients sur des questions de “mieux vivre ensemble”, “mieux innover ensemble” et “mieux collaborer ensemble”, etc., ce qui nous amène naturellement à intégrer leurs engagements RSE. Par ailleurs, WMH Project a l’ambition de devenir un groupe européen majeur, avec de fortes compétences métiers intégrées. Aussi, il était pour nous indispensable d’avoir une démarche semblable à celle que nous conseillons à nos clients. S’appliquer à soi-même ce que l’on recommande aux autres, et évoluer au regard de nos impératifs et des mutations sectorielles, est dans notre ADN.

Fin 2022, le groupe était mûr économiquement mais aussi solide dans ses convictions, pour aller plus loin dans ses engagements RSE. Nous avons donc décidé de devenir entreprise à mission, démarche très

« Devenir entreprise à mission signifie se doter d’une nouvelle focale et d’avoir un prisme d’action différent »

engageante puisqu’inscrite dans les statuts. Devenir entreprise à mission signifie se doter d’une nouvelle focale et d’avoir un prisme d’action différent.

Nous avons commencé par des instances de concertation et de réflexion au sein notre écosystème, avec nos collaborateurs, clients, partenaires et prestataires, une remontée d’informations menée sur de près de six mois. Puis nous avons engagé la phase de formulation de notre raison d’être, un long travail de conviction et de précision. Une raison d’être* et 4 engagements statutaires ont ainsi été définis à l’automne. Puis, nous avons défini notre feuille de mission dans laquelle ont été inscrits les différents projets et chantiers permettant d’atteindre ces objectifs. Une matrice calendarisée et objectivée, qui est dorénavant suivie par un comité de mission.

Nous avons aussi décidé de nous doter d’outils spécifiques d’actions solidaires. Un programme en mécénat de compétences “Call to Actions”, offrant 400 journées de travail à des associations ou fondations. Nous avons aussi créé un fonds de dotation dans lequel chaque collaborateur sera doté d’un budget pour soutenir l’association de son choix dès lors qu’elle sera portée par un salarié. Outre ces actions philanthropiques, nous créons également un programme d’accompagnement de projets innovants dans le domaine des rencontres durables. Nous allons procéder à des appels à projets puis accompagner des initiatives jusqu’en expérimentation.

Toutes ces actions sont inscrites dans la durée et sont à la fois fondamentales pour l’image que l’on projette, mais aussi dans la transformation de nos process et la transformation humaine auxquelles nous croyons. »

Born in PPM ou l’art sensible et engagé

Le projet Born in PPM se découvre depuis plus d’un an sur les réseaux sociaux. Ces photos en noir et blanc de scientifiques, d’experts ou de particuliers qui affichent sur leur corps le taux de concentration en CO2 le jour de leur naissance. Derrière ces portraits frappants, un beau vecteur de sensibilisation à l’urgence climatique.

L’idée est née dans l’esprit de Mary-Lou Mauricio, ancienne spécialiste événementielle reconvertie dans la photographie professionnelle. L’artiste a déjà plus de 3 000 portraits à son actif. Christophe Piette, ancien directeur général chez GL events et Jaulin, actuel DG de Chenue, nous a aimablement prêté son portrait pour ce zoom sur une belle initiative.



Découvrir le projet sur :
<https://borninppm.com/>

On a testé la Fresque de l'événementiel

Déclinaison de la fameuse Fresque du climat, la Fresque de l'événementiel est née du travail de 15 co-auteurs qui ont planché sur ce jeu lors de la crise sanitaire. Ce nouvel outil de sensibilisation basé sur l'intelligence collective, véritablement lancé il y a 18 mois, a pour objectif de penser différemment l'événementiel, à l'aune du dérèglement climatique et de ses effets, mais aussi des enjeux sociaux et sociétaux. Retour sur expérience.

Nous avons rendez-vous à la Maison du zéro déchet (XII^e arrondissement de Paris) avec Sandra Robert, notre animatrice qui a travaillé une quinzaine d'années en gestion de projet événementiel au sein d'agences, en tant que freelance. Il y a quelques années, elle s'est convertie à la sensibilisation aux enjeux climatiques et est devenue animatrice de plusieurs fresques. « C'était évidemment logique de revenir à mes premiers amours en embrassant aussi la Fresque de l'événementiel » précise la jeune femme.



Pour cette fresque inter-entreprises, nous sommes 16 participants de profils variés, dont certains ont des événements prochains à réaliser ou à accompagner : gérante d'agence event, freelance organisatrice d'événements corporate, freelance MICE, responsable RSE d'un grand festival culturel international, consultante, demandeur d'emploi, prestataire, représentant d'un centre de formation dans l'univers du spectacle, etc. Chacun vient ici avec une attente particulière : devenir animatrice de la fresque, avoir les bons arguments pour convaincre les donneurs d'ordre de s'inscrire dans une démarche responsable, voir si l'on peut transposer en interne le modèle de la fresque, ou tout simplement s'informer, être inspiré de bonnes pratiques.



Les différentes phases du "jeu"

C'est parti pour 3h30 d'atelier ! Après l'introduction de Sandra qui revient notamment sur quelques fondamentaux (80% de la déforestation n'est pas la résultante de l'exploitation du bois mais de l'agriculture pour les animaux) ou des données plus sectorielles (un tote bag doit être utilisé entre 52 et 131 fois pour être moins impactant qu'un sac plastique), chaque table de 8 participants se voit attribuer des cartes "raison d'être". 5 cartes qui participent à définir les 5 priorités et vont se placer en fil rouge du scénario de changement à l'élaborer. À chaque groupe de définir son événement, réel ou imaginaire, sur lequel s'appuie la définition du concept. Puis vient la distribution d'un second type de cartes, illustrant selon les cas des objectifs fondamentaux, des moyens, des impacts pour l'environnement, ou encore des impacts en termes de manière de travailler et de process événementiels. Une fois les cartes lues, l'exercice va consister à les placer au bon endroit afin de construire peu à peu la fresque. On tâtonne, on discute, on change parfois d'avis... L'intelligence collective est en action. Sandra passe d'une table à l'autre pour, au besoin, nous donner un indice, nous aiguiller. L'opération "distribution de cartes" se renouvelle en 3 temps, entrecoupée d'un mini-débrief avec les membres de l'autre table et de commentaires de Sandra.



Illustration d'un travail collectif

Vient ensuite l'étape ultime, la réalisation de la fresque en positionnant définitivement nos différentes cartes. Il s'agit également de construire son narratif à partir de différentes étapes ou leviers d'amélioration. Nous avons 10 minutes pour élaborer ce scénario et le story-boarder à l'aide également de feutres prêtés par Sandra. Titre, légendes, dessins, etc. peu de temps pour donner forme à la fresque, mais une fois encore le collectif agit à plein. Chaque table est enfin prête à exposer et pitcher sa fresque à l'autre équipe. Écoute et soutires sont au rendez-vous, signes d'une bienveillante émulation.



Débrief et retour d'expérience

Une fois chaque fresque présentée, vient l'heure du retour d'expérience des participants. De l'avis unanime, l'atelier est à la fois pertinent dans son approche et son déroulé, et instructif quel que soit le type d'événement pris comme base de travail. « Très intéressant. Cela allie la sensibilisation, le brainstorming et la créativité. Un exercice assez complet et très orienté solutions. » Une fresque que beaucoup de participants aimeraient organiser au sein de leur entreprise « tout ne peut pas reposer sur les épaules de la personne en charge de la politique environnementale, chacun doit prendre sa part, quel que soit son poste ». D'autant que l'un des enseignements principaux de l'exercice réside dans la nécessité de penser durablement son event à la source, de questionner au besoin son concept et sa raison d'être.

Les participants soulignent par ailleurs le côté beaucoup moins anxiogène de cette fresque versus la Fresque du climat. « Ici, l'intelligence collective est intéressante pour échafauder des solutions différentes, créer de nouveaux imaginaires et récits. »

Pour ma part, je repars riche de nouvelles rencontres, de connaissances en matière d'impacts et d'événementiel responsable, et surtout du sentiment que l'effet miroir des événements est un puissant levier pour changer les pratiques et notre rapport au monde.

Pour qui ? Pourquoi ? Comment ?

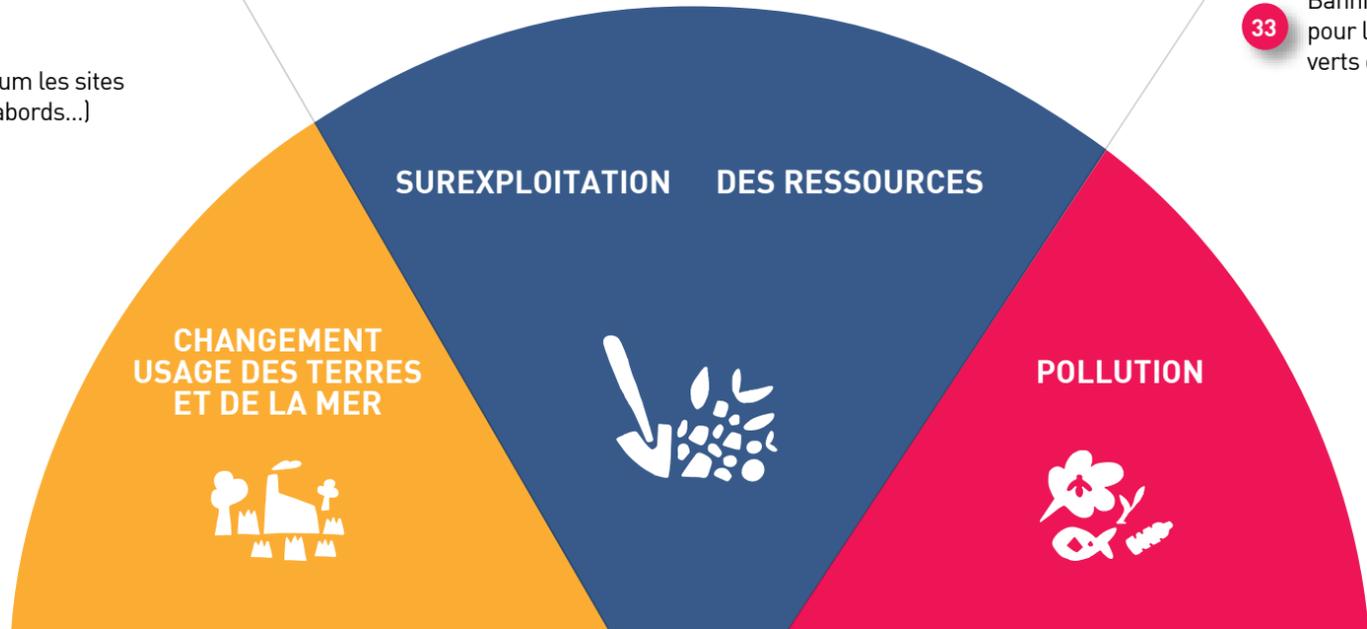
- Pour toute personne (en agence, prestataire, freelance, association, enseignant, etc.) évidemment sensibilisée aux enjeux climatiques et à la recherche de solutions concrètes à appliquer au quotidien. Les sessions au sein d'une entreprise peuvent être aussi un bon moyen d'échanger entre collègues sur des bonnes pratiques programmées ou déjà installées.
- La Fresque de l'événementiel peut s'effectuer soit dans un format inter-entreprises comme celui-ci, ou bien au sein d'une même entreprise (in-situ ou dans un autre site). Pour développer au mieux l'intelligence collective et les échanges, le bon format de groupes est de 5 à 8 participants. Pas de limite de groupes à partir du moment où vous avez les animateurs et salles en conséquence.
- Soit vous connaissez un animateur déjà agréé (à défaut LinkedIn peut vous y aider) soit vous remplissez un formulaire sur le site du réseau REEVE, à l'initiative de la fresque. Celui-ci trouvera pour vous un référent régional.
- Sachez enfin qu'après avoir suivi une Fresque, vous pouvez devenir néo-animateur puis fresqueurs. Il est néanmoins conseillé d'avoir un bon bagage de connaissances en événementiel responsable au préalable. Une expérience en animation de groupes est aussi bienvenue.
- En termes de budget, comptez 1 000 € pour une demi-journée (tarif de l'animation jusqu'à 16 participants, et non par personne).

34 actions pour la biodiversité

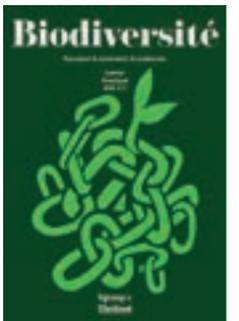
- 01 Réduire voire supprimer l'usage de matières premières issues de la déforestation
- 02 Réduire voire supprimer l'usage de matières premières issues de l'agriculture ou de la pêche intensive
- 03 Privilégier le bois au ciment
- 04 Réhabiliter d'anciens bâtiments plutôt que d'en construire de nouveaux
- 05 Favoriser les extensions de bâtiments verticales plutôt que la construction horizontale
- 06 Privilégier la mixité d'usages des espaces de vie (salle de réunion-restauration-sport) avec d'autres entreprises afin d'optimiser l'emprise au sol
- 07 Limiter au maximum l'imperméabilisation des sols (bitume...)
- 08 Utiliser les surfaces déjà imperméabilisées pour les panneaux photovoltaïques
- 09 Végétaliser au maximum les sites de l'entreprise (toits, abords...)
- 10 Mettre en place des corridors écologiques
- 11 Faire participer les collaborateurs qui le souhaitent à la végétalisation des sites (jardin partagé...)

- 12 Obtenir la traçabilité de vos matières premières et identifier les risques pour la biodiversité
- 13 Mettre en place un cahier des charges et une évaluation régulière des fournisseurs sur la façon dont ils protègent et renouvellent les ressources
- 14 Choisir le plus possible des matières premières certifiées (UEBT, BIO, FSC, Ecocert...)

- 15 Accompagner vos fournisseurs sur la mise en place de pratiques plus vertueuses (filières certifiées...)
- 16 S'assurer de la valeur ajoutée au producteur initial pour qu'il ait les moyens de produire « durable »
- 17 Privilégier matières recyclées et matériels reconditionnés et réparables
- 18 Optimiser le process de fabrication pour limiter la consommation d'eau et la perte de matière (circuits fermés si possible)
- 19 Réutiliser les déchets de production
- 20 Limiter les packagings à tous les stades de la chaîne de valeur
- 21 Réfléchir vos produits le plus récupérables, ré-employables, réparables possible
- 22 Diffuser les informations nécessaires aux consommateurs finaux pour qu'ils adoptent de bonnes pratiques d'utilisation ou de fin de vie
- 23 Être attentif à faire du « réellement » recyclable dans des conditions normales d'utilisation
- 24 Donner un avantage commercial au consommateur final pour la récupération des produits
- 25 Proposer à vos collaborateurs une restauration bio, locale et de saison
- 26 Instaurer le tri des déchets et une collecte efficace sur tous vos sites (papier, carton, verre, plastique, mégots, compost...)
- 27 Imposer à vos fournisseurs des contraintes strictes en matière d'extraction des matières, traitement de l'eau, recyclage des déchets... toute pratique polluante.
- 28 Choisir des matières premières issues de l'agriculture biologique ou l'agro-écologie
- 29 Réduire au maximum produits chimiques et issus de la pétrochimie dans vos process de fabrication
- 30 Eviter de faire des produits biodégradables lorsqu'il est probable qu'ils ne se retrouveront jamais dans des conditions de dégradabilité
- 31 Vous assurer de l'innocuité des process de recyclage des matières que vous utilisez
- 32 Remplacer dans vos emballages le plastique par le papier ou autre matériau non toxique
- 33 Bannir intrants et pesticides pour l'entretien des espaces verts de vos sites
- 34 Proscrire l'éclairage la nuit sur tous vos sites si personne n'y travaille



Retrouvez les suites des actions et de nombreux autres conseils dans le guide pratique *Biodiversité, pourquoi et comment la préserver*, édité par l'agence conseil Hyssop et le média The Good



Comment le secteur de l'événementiel peut s'inscrire dans une dynamique vertueuse et réduire son impact sur la planète ? On a posé la question à ChatGPT et voici sa to-do list en 10 points que chacun peut faire sien.

01 Bilan carbone et compensation

Bilan carbone et compensation : Réaliser un bilan carbone des événements pour évaluer les émissions de gaz à effet de serre. Ensuite, compenser* ces émissions en investissant dans des projets de réduction des émissions, comme des programmes de reforestation.

*Chat GPT ne propose pas de réduire avant de compenser. C'est pourtant le premier levier à actionner.

02 Choix de lieux durables

Opter pour des lieux de rencontre certifiés durables, dotés de pratiques respectueuses de l'environnement en termes d'énergie, d'eau, et de gestion des déchets.

03 Gestion des déchets

Mettre en place des systèmes de tri sélectif et de recyclage sur les événements. Encourager l'utilisation de matériaux recyclables et réduire le recours aux articles à usage unique.

04 Mobilité durable

Encourager les participants à utiliser des modes de transport durables comme les transports publics, le covoiturage, ou les véhicules électriques. Offrir des incitations pour réduire l'empreinte carbone liée aux déplacements.

05 Consommation durable

Sélectionner des fournisseurs et des partenaires qui partagent des valeurs environnementales. Favoriser l'utilisation de produits locaux, biologiques et durables.

06 Technologie verte

Utiliser des technologies éco-responsables pour les événements, comme des éclairages LED basse consommation, des systèmes de gestion de l'énergie, et des solutions numériques pour réduire l'utilisation de papier.

07 Communication responsable

Sensibiliser les participants à l'empreinte écologique des événements. Mettre en avant les efforts de durabilité dans la communication autour de l'événement.

08 Programme RSE

Intégrer des programmes de responsabilité sociale des entreprises (RSE) dans la planification des événements. Cela peut inclure des initiatives philanthropiques, des partenariats avec des organisations caritatives, etc.

09 Événements virtuels

Lorsque cela est possible, opter pour des événements virtuels pour réduire la nécessité de déplacements physiques.

10 Formation et sensibilisation

Former le personnel et sensibiliser les parties prenantes aux pratiques durables. Encourager l'adoption de comportements respectueux de l'environnement.

NOUVEAUTÉ 2024

Bordeaux Palais de la Bourse

Un espace de congrès au cœur de la ville
A conference venue in the heart of the city



OUVERTURE EN MAI DE L'ESPACE MIROIR D'EAU AU 2 PLACE DE LA BOURSE

- 360 m²
- Modulable
- Accessible
- Lumineux
- Moderne
- Centre-ville



LE PALAIS DE LA BOURSE A OBTENU LA CERTIFICATION **ISO 20121**

05 56 79 50 95

www.bordeauxpalaisbourse.com

17, place de la Bourse 33076 Bordeaux

LE GROUPE

GALIS®

**L'AGENCE 100% DESIGN D'ESPACE
ET ÉVÈNEMENTIEL, 100% ENGAGÉ
POUR UN MONDE DÉCARBONÉ**



Pour tous vos projets design et événementiel : Physique / Virtuel / Hybride

