

Faire rayonner ses engagements RSE à travers ses événements d'entreprise internes & externes



Guide pratique élaboré par le Collège des
Directeurs du Développement Durable
à destination des Directions Communication &
Événementiel



SOMMAIRE



DE LA NÉCESSITÉ DE SE RENCONTRER	p 03
POURQUOI CE GUIDE ? À QUI S'ADRESSE-T-IL ?	p 04
DES RENCONTRES À IMPACT POSITIF EN COHÉRENCE AVEC LES VALEURS ET LES ENGAGEMENTS DE L'ENTREPRISE ...	p 05
... ET DES ÉQUIPES COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL ACTRICES DU PROJET RSE DE L'ENTREPRISE	p 07
COMPRENDRE LES ENJEUX RSE DE SON ORGANISATION	p 08
IDENTIFIER LES FOURNISSEURS & PRESTATAIRES RESPONSABLES	p 09
CONCRÈTEMENT !	p 11
FICHES THÉMATIQUES	p 18
CONCLUSION	p 31

DE LA NÉCESSITÉ DE SE RENCONTRER



C'est beau la rencontre... c'est ce qui nous fait nous sentir vivant...

« Rencontrer quelqu'un c'est être bousculé, troublé.

(...) Rencontrer quelqu'un, c'est se trouver projeté au seuil d'un monde nouveau, happé par l'envie de l'explorer; c'est une invitation au voyage.

(...) Rencontrer quelqu'un, c'est découvrir un monde si vaste que nous n'en ferons peut-être jamais le tour (...)

Une rencontre marque parfois aussi la naissance d'un projet. Le monde de l'autre nous intéresse moins que tout ce que nous allons pouvoir construire ensemble. » *La Rencontre* – Charles Pepin



POURQUOI CE GUIDE ? À QUI S'ADRESSE-T-IL ?



Dans un monde où la responsabilité sociétale des entreprises (RSE) devient un enjeu central, il est essentiel que chaque département contribue à cette dynamique, y compris les directions Communication et Événementiel. **Ce guide a été conçu pour vous, organisateurs d'événements afin de vous fournir les clés nécessaires pour organiser des événements responsables qui s'alignent avec la stratégie RSE de votre entreprise.**

Ce guide est un outil opérationnel. Il vous aidera à comprendre les enjeux RSE spécifiques aux événements, à identifier les bonnes pratiques à adopter et à mettre en place des actions concrètes. Vous découvrirez comment choisir des **fournisseurs** éco-responsables, minimiser les **déchets**, réduire l'empreinte **carbone**, favoriser l'**inclusion** et l'**accessibilité**, et bien plus encore.

L'objectif de ce guide est de vous accompagner dans la mise en œuvre d'initiatives durables et à impacts positifs lors de vos événements. En intégrant des pratiques responsables, vous contribuerez non seulement à la réduction de l'empreinte environnementale de votre entreprise, mais également à la promotion de valeurs sociales et économiques positives.

En adoptant une approche responsable dans l'organisation de vos événements, vous participez activement à la stratégie RSE de votre entreprise si elle est établie, ou vous engagez votre organisation dans une action RSE concrète. Vous devenez ainsi un acteur clé de ce changement positif, en montrant l'exemple et en inspirant vos collaborateurs et partenaires.

Ensemble, construisons des événements qui reflètent nos valeurs et notre engagement pour la planète et la société.



DES RENCONTRES À IMPACT POSITIF EN COHÉRENCE AVEC LES VALEURS ET LES ENGAGEMENTS DE L'ENTREPRISE



« **La société est gérée dans son intérêt social, en prenant en considération les enjeux sociaux et environnementaux de son activité** ». Article 1833 du Code civil

Depuis 2019, avec la Loi Pacte, la Responsabilité Sociétale des Entreprises intègre le Code civil et devient la norme.

Toutes les entreprises, quelle que soit leur taille, doivent tenir compte de leurs impacts sociaux et environnementaux.

Depuis janvier 2024, la réglementation européenne sur le reporting extrafinancier se durcit. Les entreprises sont dans le viseur (voir encadré).

Un mouvement est en marche dans les entreprises qui prennent progressivement conscience de leur rôle clé dans la transformation de la société et de la nécessité d'évoluer dans le respect des limites planétaires.

Vos événements sont des outils de communication interne et externe. S'ils reflètent vos valeurs, ils doivent être en cohérence avec les engagements de l'entreprise au risque de nuire à son image.



A propos de la CSRD

La CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) exige des entreprises concernées (selon des seuils de chiffre d'affaires et du nombre de salariés) des rapports détaillés sur leurs performances ESG (environnementales, sociales et de gouvernance). Elle apporte une aide structurante à la gouvernance de l'entreprise par l'identification et la gestion de ses risques ESG, favorisant une prise de décision plus éclairée et durable sur l'ensemble de sa chaîne de valeur et plus de transparence auprès de ses parties prenantes. En imposant des standards élevés de reporting et de transparence, cette nouvelle directive va impacter la stratégie des entreprises en les poussant à intégrer de manière plus approfondie et systématique les enjeux ESG dans leurs processus décisionnels et opérationnels.



Crédit photos : © Myman Hoang

Le Bilan Carbone

Le Bilan Carbone mesure les émissions de gaz à effet de serre (GES) d'une entreprise en trois catégories :

- **Scope 1** : ses émissions directes provenant de sa production et de sa flotte automobile.
- **Scope 2** : ses émissions indirectes liées à la consommation d'énergie achetée, principalement l'électricité et le gaz.
- **Scope 3** : autres émissions indirectes résultant des activités de l'entreprise, incluant toute la chaîne de valeur, comme les déplacements professionnels, les achats de biens et services, et l'élimination des déchets.

Ces scopes permettent une compréhension complète de l'empreinte carbone de l'entreprise et facilitent la mise en œuvre de stratégies de réduction des émissions.



... ET DES ÉQUIPES COMMUNICATION ET ÉVÉNEMENTIEL ACTRICES DU PROJET RSE DE L'ENTREPRISE



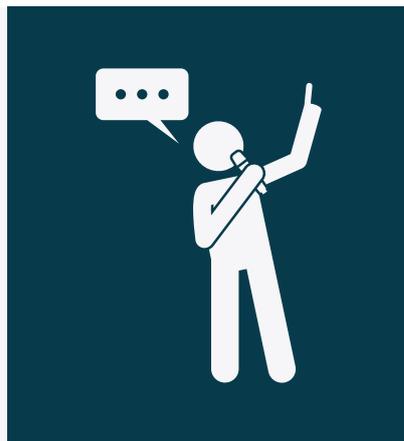
Des événements responsables vecteurs d'engagement des équipes et de fidélisation des clients

En invitant vos équipes, vos clients ou vos partenaires à un événement responsable, vous démontrez par la preuve la sincérité de vos engagements. Vos partis pris assumés rassureront vos parties prenantes quant au sérieux de votre démarche.

Des événements responsables vecteurs de messages

Au-delà de l'expérience vécue qui se doit d'être alignée avec les engagements RSE de l'entreprise, les activités événementielles peuvent jouer un rôle dans la communication et la sensibilisation autour des enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux.

Ainsi, on privilégiera des intervenants qui portent les valeurs de l'entreprise, des animations qui sensibilisent et inspirent sur ces enjeux.



Vers des événements responsables à haute intensité émotionnelle

L'événementiel c'est aussi et surtout faire vivre des émotions, faire vibrer et pourquoi pas faire rêver !

Le challenge pour les équipes événementielles est de créer ces rencontres à haute intensité émotionnelle tout en diminuant l'intensité des impacts négatifs, voire en créant des impacts positifs !

La question à se poser est : « Quelle est l'histoire que je veux raconter à mes participants avec cet événement ? »

Bonne nouvelle, c'est possible ... on vous explique comment ...



CONCRÈTEMENT !



Passez à l'action dès lors que vous avez identifié les enjeux prioritaires de votre entreprise.

Savoir par où commencer peut s'avérer complexe. Les défis pour rendre la transition écologique désirable demandent une évolution des modes de conception et de production.

Pour éviter de se perdre, vous avez la possibilité de choisir la méthode qui sera la plus adaptée à votre événement, à votre organisation et à vos moyens.

Trois possibilités s'offrent à vous :

- **Méthode 1 - Par Etapes**
- **Méthode 2 - Par Thématiques**
- **Méthode 3 - Par Impacts**

ENGAGER TOUTES SES PARTIES PRENANTES, LA CLÉ DU SUCCÈS

- Planifiez les actions avec une répartition des rôles ;
- Mesurez vos actions par des indicateurs clairs ;
- Sensibilisez sur les enjeux ;
- Communiquez de manière transparente et factuelle auprès de l'interne et de l'externe ;
- Entretenez le dialogue avec vos parties prenantes pour ajuster votre démarche et nouer des partenariats ;
- Célébrez vos victoires.



MÉTHODE 1 : PAR ÉTAPES



Cette méthode est particulièrement adaptée aux événements de plus petite envergure et permet d'aborder les grands thèmes par phase du projet.

EN AMONT DE L'ÉVÉNEMENT :

1

Choix de la date :

- Elle peut avoir un impact sur la manière dont vos invités vont se déplacer et leur capacité à optimiser leur déplacement.

2

Choix du lieu :

- Accessibilité / possibilité de venir en mobilité douce ?
- Certifications / démarche RSE.

3

Rédaction du Cahier des Charges

- Présenter les engagements et les enjeux RSE de votre entreprise.
- Indiquer vos exigences RSE (et leur niveau de priorité) à vos fournisseurs en fonction de leur typologie pour adapter votre demande.

4

Définition du contenu de l'événement

- Thématiques abordées : occasion de passer des messages relatifs à vos engagements.
- Activités / animations dans le respect de l'environnement et des êtres humains.
- Speakers : parité respectée.

5

Choix scénographiques / décoration

- Privilégier la location ou la mutualisation ou le réemploi à la construction.
- Si possible utiliser le matériel audiovisuel fourni par le lieu.

6

Choix de restauration

- Privilégier une alimentation végétarienne.
- Vérifier si le traiteur propose une gestion des surplus alimentaire et s'il traite les biodéchets.

7

Communication / inscription

- Préciser les moyens d'accès au lieu.
- Demander le moyen de transport utilisé pour s'y rendre et le lieu de provenance en vue du calcul de l'empreinte carbone.
- Communiquer sur les dispositifs d'accueil spécifique et adapter votre communication.
- Éditer une signalétique sans date ni lieu pour la réemployer.

8

Achats

- Solliciter des acteurs du secteur protégé et des prestataires locaux.
- Informer vos fournisseurs de votre démarche.
- Limiter le nombre d'acteurs à interroger sur un même poste.



PENDANT L'ÉVÉNEMENT :

9 Montage / exploitation

- Veiller à mettre en place des bacs de tri et à leur bonne utilisation par le personnel et le public ; n'hésitez pas à missionner un médiateur et mettre en place une signalétique spécifique pour sensibiliser.
- Donner accès des points d'eau (robinet) pour éviter les bouteilles en plastique.

10 Sensibilisation

- Élaborer une communication sur votre démarche (accueil, buffets...).
- Veiller à rendre accessible votre événement aux personnes vivant avec un handicap.

APRÈS L'ÉVÉNEMENT :

11 Déchets

- Donner vos objets, vos installations à des associations, ressourceries.

12 Bilan / Héritage

- Mesurer l'empreinte carbone, évaluer la quantité des déchets émis et suivre des indicateurs pour mesurer la progression d'édition en édition.
- Adresser un questionnaire de satisfaction sur les aspects RSE.

MÉTHODE 2 : PAR THÉMATIQUES



Cette méthode propose de balayer les différents postes de l'événementiel. Sans être exhaustive, voici une check-list des éléments à prendre en compte.



LE LIEU

- Un lieu à proximité de l'origine géographique du plus grand nombre de participants
- Un lieu accessible en transport en commun (ou qui propose un système de navettes) et disposant d'un parking à vélo ;
- Un lieu bénéficiant d'une certification environnementale ou RSE et géré de façon responsable ? (énergie, eau, déchets, connexion internet...);
- Un lieu accessible aux personnes à mobilité réduite (PMR) et proposant des dispositifs pour tout type de handicap ;
- Un lieu ayant défini un plan de sobriété énergétique ;
- Si possible préférer un lieu « tout en un » incluant tout ce dont vous aurez besoin (hébergement, salle de travail, matériel divers) pour éviter les déplacements et la logistique. Sinon prévoir un hébergement à proximité du lieu de rencontre.



LA RESTAURATION

- Un traiteur certifié ISO 20121 ou autre label RSE ou environnemental ;
- Une offre majoritairement (voire exclusivement) végétarienne ;
- Une carte de saison, majoritairement locale et proposant des produits labellisés BIO ou avec des certifications garantissant des modes de production raisonnée ;
- Une solution est proposée à l'issue de l'événement pour redistribuer les produits non consommés et lutter contre le gaspillage alimentaire ;
- Une solution est prévue pour transformer les biodéchets en ressources (compost, méthanisation) ;
- Eviter les produits à usage unique (suppression vaisselle jetable, remplacement par de la vaisselle en dur).



LES ANIMATIONS & CONTENUS

- Des animations responsables d'un point de vue écologique et social ;
- Des animations et contenus en lien avec les enjeux sociaux et environnementaux de l'entreprise ou de notre époque ;
- Respect de la parité dans les intervenants.



LA COMMUNICATION, SIGNALÉTIQUE & GOODIES

- Préférer des badges recyclables ou réutilisables ;
- Sobriété dans les choix de communication digitale et papier (éviter les impressions, éviter la PLV non réutilisable, ...) ;
- Préférer une signalétique sans date et informations spécifiques pour la réutiliser
- Adapter votre communication pour la rendre la plus inclusive possible (méthode FALC, langage des signes, braille, boucle magnétique, gilet vibrant...) ;
- Communiquer sur les impacts et les actions RSE de l'événement (online, sur site)
- Éviter les goodies jetables ou inutiles, les tote-bags remplis de documentation.



LA DÉCORATION, SCÉNOGRAPHIE & PRODUCTION TECHNIQUE

- Privilégier des matériaux du réemploi de la mutualisation ou de location ;
- Éviter la moquette et les matériaux non réutilisables ;
- Si besoin de créer du mobilier ou structure sur-mesure, faire appel à des menuiseries solidaires et utiliser des matériaux réutilisables et a minima recyclables ;
- Si possible utiliser le matériel audiovisuel fourni par le site ;
- Gérer la fin de vie des déchets générés et des décors ;
- Faire don de ses décors aux ressourceries et associations.



L'ACCUEIL ET LA SÉCURITÉ

- Recourir à des personnes en insertion professionnelle ;
- Former à l'accueil des personnes vivant avec un handicap ;
- Si possible, respecter la parité du personnel.



LE TRANSPORT

- Choisir des véhicules électriques ou roulant au biogaz ;
- Préférer le train et la mobilité douce ;
- Inciter les déplacements en mobilité douce ;
- Communiquer sur l'accessibilité du lieu retenu (temps de transport, moyens...).



LA MESURE

- Mesurer l'empreinte carbone de l'événement et le poids des déchets émis ;
- Mesurer le taux de satisfaction de l'événement sur les aspects RSE ;
- Suivre des indicateurs pour évaluer la progression d'édition en édition.

MÉTHODE 3 : PAR IMPACTS



Cette méthode est idéale pour piloter la stratégie événementielle d'une organisation dans la mesure où elle permet d'évaluer concrètement les résultats obtenus au sujet des grands enjeux : le zéro déchet, le bas carbone et l'impact social positif. Ce sont les principaux impacts d'un événement ; vous pouvez en choisir et en ajouter d'autres comme la biodiversité.

ENJEU ZÉRO DÉCHET

- **Eco-concevoir** son événement c'est-à-dire se questionner sur la nécessité de mobiliser tel ou tel objet et de connaître son cycle de vie (méthode des 4R : refuser, réduire, réutiliser, recycler) ;
- **Transformer** les déchets en ressources et donner un objectif chiffré de revalorisation ;
- **Bannir** les produits à usage unique et trouver des alternatives comme les fontaines à eau plutôt que des bouteilles.



ENJEU BAS CARBONE

- **Mesurer l'empreinte carbone** et embarquer vos parties prenantes dans la démarche dès la conception pour couvrir tous les postes d'émission ;
- **Identifier les postes de réduction**, minimiser son empreinte par des choix (destination, alimentation, scénographie...) et quantifier les émissions évitées ;
- **Contribuer à la résilience climatique** après avoir mesuré et minimisé son empreinte.

ENJEU IMPACT SOCIAL POSITIF

- Participer à l'**insertion professionnelle** des personnes éloignées de l'emploi (structures du secteur protégé comme ESAT, AI, EA) ;
- **Adapter votre événement** aux personnes vivant avec un handicap (4 grands types) ;
- Promouvoir la **parité professionnelle** sur les métiers au contact du public (hôte.sse.s, sécurité, speakers, maîtres d'hôtel...).



ENJEU ALIMENTAIRE

- **Valoriser les surplus alimentaires** (don à des structures et traitement des biodéchets avec des indicateurs de poids ou de nombre de repas) ;
- **Proposer une alimentation végétarienne** et, si protéinée, plutôt viande blanche ;
- **Privilégier une alimentation locale**, de saison et des produits labellisés.

LE LABEL LEAD COMME RÉFÉRENTIEL POUR VOUS AIDER



Le Label des Événements à Ambition Durable – LEAD – permet de qualifier un événement durable sur la base de 12 critères d'excellence. Créé par SGS, leader mondial du testing, de l'inspection et de la certification, et Green Événements, cabinet spécialisé dans l'événementiel responsable, LEAD est le premier label qui évalue les résultats d'un événement en termes de responsabilité. Un événement labellisé LEAD -bronze, argent ou or- est un événement qui répond à 3 grandes ambitions: zéro déchet, bas carbone et impact social positif.

	 AMBITION ZÉRO DÉCHETS	 AMBITION BAS CARBONE	 AMBITION IMPACT SOCIAL POSITIF
	1.1 Eco-concevoir son événement 1.2 Transformer les déchets en ressources	2.5 Mesurer l'empreinte carbone de son événement 2.6 Minimiser l'empreinte carbone de son événement	3.9 Participer à l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi 3.10 Adapter l'accès au lieu et au contenu pour les personnes en situation de handicap
	1.3 Bannir les produits à usage unique 1.4 Valoriser ses surplus alimentaires	2.7 Séquestrer l'empreinte carbone à hauteur des émissions résiduelles mesurées 2.8 Proposer une alimentation décarbonée	3.11 Être garant de l'égalité femme/homme par métier 3.12 Promouvoir l'alimentation à impact local et positif

BONUS

Sensibiliser ses participants aux enjeux LEAD

FICHES THÉMATIQUES

- 1- Embarquer ses prestataires
- 2- Embarquer ses participants
- 3- Communiquer sans greenwashing
- 4- Zoom sur le carbone
- 5- Zoom sur les déchets et le gaspillage
- 6- Zoom sur l'inclusion

EMBARQUER SES PRESTATAIRES DANS SON ÉVÉNEMENT RESPONSABLE



Communiquez à vos partenaires vos enjeux RSE et interrogez-les sur leurs actions responsables ! Vos chemins devraient se croiser !



Quels messages passer pour les embarquer ?

- **Partagez votre vision** : Expliquez clairement la stratégie RSE de votre entreprise et comment elle s'intègre dans l'organisation de l'événement.
- **Soulignez les bénéfices mutuels** : Montrez en quoi leur participation peut renforcer leur propre image de marque et attirer de nouveaux clients sensibles aux enjeux RSE.
- **Encouragez l'innovation** : Invitez-les à proposer des solutions innovantes et durables, valorisant leur expertise et leur capacité à répondre à de nouveaux défis.
- **Mettez en avant l'importance de la transparence** : Insistez sur l'importance de la communication transparente et de la collaboration pour atteindre les objectifs de durabilité.
- **Osez la co-construction** : Certains sujets sont encore récents et en phase d'expérimentation. Assumez le test & learn. Si cela fonctionne, vous serez un fier pionnier ; si cela échoue, vous aurez appris, et votre partenaire aussi.

Questionnez vos prestataires sur leurs engagements sociaux, sociétaux et environnementaux

Exemples de questions :

- Avez-vous une politique RSE ?
- Disposez-vous de labels ou de certifications ?
- Quelles seront vos actions concrètes, pour mon événement, en matière de :
 - Décarbonation ;
 - Réduction et gestion des déchets ;
 - Inclusion.

Soyez rassuré, les prestataires événementiels sont prêts !

La majorité des prestataires événementiels sont désormais conscients des enjeux RSE et ont déjà commencé à adapter leurs pratiques. Beaucoup ont investi dans des solutions durables et sont impatients de collaborer avec des entreprises partageant les mêmes valeurs. En travaillant ensemble, vous pouvez non seulement atteindre vos objectifs de durabilité, mais aussi inspirer d'autres acteurs du secteur à suivre cet exemple.



EMBARQUER SES PARTICIPANTS



Communiquez sur vos engagements responsables, sans faire de greenwashing, en amont, pendant et après l'événement.

Par crainte de ne pas en faire assez, les organisateurs hésitent à partager leurs actions RSE. Or, chaque geste compte, n'hésitez pas à parler de vos choix ou des raisons pour lesquelles vous demandez le lieu de provenance et le moyen de transport par exemple. Ce sera une bonne occasion de faire de la pédagogie sur l'empreinte carbone de votre événement et plus largement d'associer votre public et vos partenaires à votre démarche durable.

EN AMONT DE L'ÉVÉNEMENT : EMBARQUER ET RESPONSABILISER

- Prévenir que l'événement ambitionne d'être responsable et préciser les partis pris (sur l'invitation, la plateforme d'inscription, les réseaux ...);
- Indiquer que l'événement vise une labellisation (si tel est le cas) et expliquer ce que cela implique;
- Inviter les participants à privilégier la mobilité douce, les transports en commun, le train, le covoiturage.

PENDANT L'ÉVÉNEMENT : SENSIBILISER & IMPLIQUER

- Mettre en avant les actions qui ont été mises en place et les partis pris responsables;
- Inciter les participants à contribuer en adoptant des comportements responsables sur le lieu de l'événement.

APRÈS L'ÉVÉNEMENT : REMERCIER & RENDRE FIÈR.E.S

- Présenter le bilan des actions et des impacts;
- Remercier pour l'implication des parties prenantes (participants, partenaires...).

DIRE	NE PAS DIRE
<ul style="list-style-type: none"> • Événement bas carbone • Contribuer à la résilience climatique à hauteur de ses émissions résiduelles • Événement responsable en intégrant les 3 piliers du développement durable (environnement, social, économique) • Donner des exemples concrets et des chiffres 	<ul style="list-style-type: none"> • Événement neutre en carbone • Compensation carbone • Événement écoresponsable

Exemple de Châteauforn'

Châteauforn' Regen Ronqueux
30 et 31 août 2024



Le Label des Evénements à Ambition Durable – LEAD – permet de qualifier un événement durable sur la base de 12 critères d'excellence.

Quelques actions concrètes qui font de votre séminaire une rencontre responsable :

Ambition Zéro déchet

- De nombreuses actions de **réduction des déchets et du gaspillage** dans les espaces communs, dans les chambres et dans les salles de réunion
- **Tri des déchets** en vue du recyclage
- **Valorisation organique des biodéchets**

Bas carbone

- Des déplacements responsables : grâce au **covoiturage**
- Une alimentation majoritairement **végétale et de saison**
- Empreinte carbone de votre séminaire: environ **1,10 teqCO2**
- Financement d'un projet de contribution à l'atténuation du changement climatique à hauteur des émissions générées

A impact social positif

- Des légumes issus de nos **Serres BIO**, des **produits locaux et labellisés** à chaque repas
- L'équipe **Châteauforn'** **paritaire et inclusive**
- Service de blanchisserie assuré par un **ESAT local**.

Exemple PARIS2024

OLD* IS THE NEW GOLD

2024 BETTER TOGETHER
Faire mieux ensemble

*Old = ancien

Le réemploi, ça vaut de l'or ! Paris 2024 a privilégié les matériaux recyclés, les équipements loués ou réemployés, et assure leur seconde vie après les Jeux.

Paris 2024 has prioritized recycled materials, rented or reused items, and ensures their second life after the Games. Reusing is worth its weight in gold!

En savoir plus
Learn more

COMMUNIQUER SANS GREENWASHING GRÂCE À DES PREUVES CONCRÈTES



Afin d'évaluer la performance de votre événement, choisissez quelques indicateurs clés à suivre et à communiquer à vos parties prenantes.

■ Empreinte carbone

Réduction des émissions de CO₂ :

- **Émissions de l'événement** : mesurez l'empreinte carbone de votre événement
- **Total des émissions évitées** : quantifiez la réduction des émissions de CO₂ grâce à des initiatives spécifiques (ex. : transport en commun, covoiturage, énergie renouvelable, choix alimentaires).
- **Contribution carbone** : si vous avez choisi de contribuer à l'atténuation du changement climatique en finançant un projet, soyez précis sur le projet soutenu et le nombre de crédits achetés.

Consommation énergétique :

- **Énergie renouvelable utilisée** : pourcentage et quantité d'énergie renouvelable utilisée durant l'événement.
- **Réduction de la consommation énergétique** : comparaison de la consommation énergétique avec des événements précédents ou standards.

■ Déchets

Gestion des déchets :

- **Quantité totale de déchets générés** : mesurez le volume total de déchets produits lors de l'événement.
- **Taux de recyclage et de compostage** : pourcentage de déchets recyclés et compostés par rapport au total des déchets.

Réduction des déchets :

- **Déchets évités** : quantifiez la réduction des déchets grâce à des initiatives spécifiques.
- **Dons et réutilisation** : volume de matériel ou de nourriture donné ou réutilisé.

■ Impact social & sociétal

Ancrage local :

- **Produits locaux** : % de produits locaux ou nombre de partenaires locaux / circuit court.
- **Emplois créés** : nombre d'emplois créés en lien avec l'événement ou de structures locales impliquées.

Accessibilité et inclusion :

- **Inclusion par l'activité économique** : % ou nombre de membres de l'équipe d'organisation ou de service en situation de handicap / de réinsertion professionnelle OU nombre de partenaires du secteur adapté ayant œuvré pour l'événement.
- **Aménagements d'accessibilité** : Description et nombre d'aménagements mis en place pour garantir l'accessibilité à tous.

COMMENT COMMUNIQUER CES INDICATEURS

- **Rapports détaillés** : publiez un rapport post-événement détaillant tous les indicateurs RSE avec des graphiques et des infographies.
- **Infographies et visuels** : utilisez des infographies attrayantes pour résumer les principaux résultats et les communiquer en interne et externe.
- **Témoignages et études de cas** : incluez des témoignages de participants, prestataires et partenaires pour illustrer l'impact positif de l'événement.
- **Comparaisons** : comparez les résultats avec ceux d'événements précédents ou avec des standards du secteur pour montrer les progrès accomplis.

En communiquant clairement ces indicateurs, vous valorisez les efforts accomplis et renforcez votre engagement en faveur de la durabilité, tout en inspirant vos parties prenantes à suivre votre exemple.

MINIMISER L'EMPREINTE CARBONE



Aucune activité n'échappe à l'impact carbone. Il s'agit ici de comprendre quels sont les postes les plus émetteurs et de cartographier les parties prenantes.



COLLECTER



MESURER



RÉDUIRE



CONTRIBUER*

De quoi parle-t-on ?

L'impact carbone d'un événement fait référence aux émissions totales de gaz à effet de serre (GES) générées par la réalisation de l'événement, de sa planification à son héritage, en passant par son exécution. L'ensemble des postes physiques et digitaux (transport, technique, logistique, alimentation, communication, etc.) est pris en compte dans le calcul.

Voir ci-après les principaux postes d'émission.

Mesurer l'impact carbone vous permet de prendre conscience de l'impact réel de votre événement et d'identifier le poids respectif des différents postes d'activités et sources d'émissions. Cela vous aide à travailler plus efficacement à la réduction de son empreinte en priorisant les actions à fort impact.

**A noter : la contribution à la résilience climatique n'est valable qu'après avoir calculé son empreinte et mis en place des mesures de réduction.*



Climeet

Climeet est l'outil choisi par le C3D. Leader français et international pour mesurer et réduire les émissions de carbone des événements, Climeet est le seul outil sectoriel à être conforme à la méthode Bilan Carbone®.

LES PRINCIPAUX POSTES D'ÉMISSIONS

1

TRANSPORT

Emissions liées aux déplacements des équipes organisatrices, des prestataires et des participants.



6

DÉCHETS

Profilier les volumes de déchets et de recyclage et comment ils sont gérés.



2

RESTAURATION

Emissions liées à l'alimentation et aux boissons pour le public et le personnel.



7

HÉBERGEMENT

L'impact de l'hébergement est décomposé entre l'impact du logement et l'impact du transport entre le lieu et l'hébergement.



3

FRET

Empreinte liée au transport de la production, du camionnage aux coursiers et au fret international.



8

GOODIES

Goodies textiles, en bois, en carton, en verre, en plastique, informatiques...



4

MATÉRIEL

Emissions de carbone liées au matériel et à l'aménagement de l'espace : audiovisuel, stands, signalétique, etc.



9

TEMPS-HOMME

Emissions liées à la phase d'organisation et de conception de l'événement.



5

ÉNERGIE

Emissions liées à l'énergie du lieu et aux sources d'alimentation temporaires.



10

DIGITAL

Emissions produites par les événements virtuels ou hybrides (communication, réseaux sociaux, etc.)



ZOOM SUR LES DÉCHETS ET LE GASPILLAGE



Crédit photo : Iulia Cozlenco de Getty Images

Visons le zéro déchet !

La gestion des déchets et du gaspillage est un enjeu crucial dans la planification et l'exécution des événements. Une attention particulière à ces aspects permet non seulement de réduire l'impact environnemental, mais aussi d'optimiser les coûts et d'améliorer l'image de l'événement.

Les réglementations françaises et européennes imposent aux organisateurs d'événements des obligations strictes concernant la gestion des déchets et du gaspillage. En respectant ces réglementations, les organisateurs peuvent non seulement se conformer aux exigences légales, mais également contribuer à la durabilité environnementale et à la réduction de l'empreinte écologique de leurs événements.

Types de déchets :

- Déchets Recyclables** : Papier, carton, plastiques, métaux.
- Déchets Organiques** : Restes alimentaires, déchets verts.
- Déchets Non-Recyclables** : Produits contaminés, déchets mélangés.
- Déchets Spécifiques** : Piles, équipements électroniques, matériaux de construction.

Origines des déchets :

- Restauration / Catering** : Emballages alimentaires, restes de repas, bouteilles.
- Matériel Événementiel** : Décorations jetables, affiches, brochures.
- Logistique** : Matériaux d'emballage, fournitures de bureau.
- Technologie** : Déchets électroniques, câbles, batteries.

Cause du Gaspillage Alimentaire :

- Surproduction** : Prévisions de quantité excessive pour éviter les pénuries.
- Mauvaise Gestion** : Stockage inadéquat, planification insuffisante.
- Offre Mal Ajustée** : Inadéquation entre les besoins des participants et l'offre alimentaire.

Conséquences :

- **Impact Environnemental** : Augmentation des déchets organiques, émission de gaz à effet de serre.
- **Impact Économique** : Coûts supplémentaires liés à la gestion des déchets et à la perte de nourriture.
- **Impact Social** : Gaspillage de ressources qui pourraient être utilisées pour aider les personnes dans le besoin.

Réduction à la source

- Limiter les emballages.
- Privilégier les contenants réutilisables (gourdes par exemple).
- Réduire l'impression de documents non essentiels en privilégiant les formats numériques.

Gestion des déchets

- **Tri Sélectif** : Mettre en place des stations de tri pour faciliter la séparation des déchets recyclables, organiques et non-recyclables.
- **Compostage** : Installer des composteurs pour les déchets alimentaires et verts.

Sensibilisation et formation

- **Formation du Personnel** : Former les équipes à la gestion des déchets et à la réduction du gaspillage.
- **Communication aux Participants** : Informer les participants sur les pratiques de réduction des déchets et les encourager à y participer.

Planification préalable

- **Analyse des Besoins** : Évaluer les besoins exacts en matière de nourriture, de matériel et d'autres ressources.
- **Choix des Fournisseurs** : Sélectionner des fournisseurs qui privilégient des emballages recyclables ou compostables.

Réduction du Gaspillage alimentaire

- **Portions Ajustées** : Servir des portions adaptées pour minimiser les restes.
- **Partenariats avec Associations** : Collaborer avec des associations pour redistribuer les surplus alimentaires.

Mesurer et Évaluer les Efforts

- **Suivi des Déchets** : Mettre en place des systèmes pour suivre les quantités de déchets générés et leur traitement.
- **Rapports et Bilans** : Évaluer régulièrement les performances en matière de gestion des déchets et du gaspillage pour identifier les opportunités d'amélioration.

ZOOM INCLUSION



L'organisation d'événements peut être un moteur incroyable d'inclusion de personnes éloignées de l'emploi et/ou des moments de convivialité !

Comment faire notre part ?

Lors de l'organisation de votre événement, les enjeux d'inclusion devront être considérés pour les participants, les prestataires et les équipes :

Pour les participants

- Si les situations de handicap des participants sont connues en amont de l'évènement, mettez en place des solutions d'adaptation du lieu et des contenus et communiquer sur les moyens mis en œuvre.
- Si vous ne connaissez pas les participants, mettez en œuvre des solutions pour les principales situations de handicap (moteur, visuel, auditif, etc.).
- Proposez des options alimentaires variées, tenant compte des régimes alimentaires spécifiques (végétarien, halal, casher, etc.).



Crédit photo : Kathryn Rozier de Pixabay



Crédit photo : Anemone123 de Pixabay

Pour les prestataires

- Ayez recours à des structures d'insertion et de travail adapté dans le choix de vos fournisseurs/
- Identifiez si l'évènement peut offrir des opportunités de bénévolat ou offrir une expérience aux étudiants locaux par exemple.
- Préférez des fournisseurs en circuit court.

Pour les collaborateurs

- Prenez l'engagement à lutter (via une charte par exemple) contre les inégalités et les discriminations et communiquez sur des indicateurs comme le ratio F/H par métier.



Crédit photo : CoWomen

QUAND JE PEUX PAS, JE FAIS QUOI ?



A l'impossible, nul n'est tenu.

L'enjeu de votre événement responsable est non seulement de réduire les impacts négatifs et de maximiser les impacts positifs mais également de mettre les parties prenantes de l'événement en mouvement vers une dynamique plus compatible avec les limites planétaires et le respect des humains.

Il est possible que certaines décisions soient difficiles à prendre ou que tout n'aille pas dans le sens de l'impact positif. Assumez vos décisions, donnez le sens en toute transparence et prévoyez un temps dans le débriefing post événement pour revenir sur ces sujets afin de mieux les anticiper lors d'un prochain événement.



FAIRE RAYONNER SES ENGAGEMENTS RSE À TRAVERS SES ÉVÉNEMENTS



Avec ce guide, nous espérons vous donner
l'envie, l'énergie et les outils
pour organiser des rencontres durables.

Continuer de se réunir nous semble indispensable.

Il est possible de le faire
dans le respect des limites planétaires
et avec un impact social positif.

Challengez vos prestataires,
ils sont prêts !
Sollicitez vos directions RSE,
elles n'attendent que cela !

Béatrice & Claire
Au nom du C3D*

***CONTRIBUTEURS.TRICES : AUDREY AMIARD DE LATTRE (VOSSLOH) ; AUDREY PEGURET (RITZ PARIS) ; BEATRICE EASTHAM (GREEN EVENEMENTS) ; CLAIRE SCHWARTZ (CHÂTEAUFORM') ; CECILE MAZZARESE (JC DECAUX) ; EMILIE RIESS (GROUPE PIERRE ET VACANCES - CENTER PARCS); FRANCE-AMÉLIE DE LEUSSE (CRÉDIT AGRICOLE IDF) ISABELLE FOLLENFANT (RIVALEN) ; MORGAN LAVIELLE (COMEXPOSIUM) ; ROSELYNE DEFER (SGS) ; SOPHIE ROOSEN (UNION DES MARQUES) ; VALÉRIE CARLET (LCL) ;**

ILLUSTRATIONS : CLAIRE SCHWARTZ (CHÂTEAUFORM')