

La RSE, fil rouge de l'événementiel

L'industrie de l'événementiel est depuis quelques années en pleine mutation. Face aux défis environnementaux et sociaux, la Responsabilité Sociale et Environnementale (RSE) s'impose comme un pilier incontournable pour les organisateurs et les entreprises. Cette transformation ne se limite plus à des initiatives ponctuelles, mais s'intègre au cœur même des stratégies, redéfinissant les codes d'un secteur en quête de sens.

Temps de lecture : minute

23 octobre 2024

Cette tendance a été mise en lumière lors des [EVENTS Days](#) et [The Big Green](#), des rencontres professionnelles qui se sont tenues à Deauville les 14 et 15 octobre. À cette occasion, les Trophées ont récompensé 9 entreprises pour leurs initiatives exemplaires en matière de RSE et d'innovation.

Un nouvel impératif pour les organisateurs

Les événements sont désormais conçus pour minimiser leur empreinte écologique tout en maximisant leur impact social. L'[agence eko](#), par exemple, pionnière en événementiel éco-responsable, a récemment orchestré le "Grand Défi Écologique" pour l'ADEME au Havre. Sébastien Jourdain, son représentant, explique : « Nous espérons que le Grand Défi Écologique inspirera le secteur de l'événementiel, en essayant de faire beau, mieux, mais avec moins. » L'événement a réussi à réduire d'un tiers son empreinte carbone par rapport à un événement traditionnel, démontrant qu'il est possible de conjuguer ambition et sobriété.

L'innovation au service de la sensibilisation

L'intégration de la RSE passe également par l'innovation dans les formats d'événements. Heroiks Event a ainsi conçu le "Earth Frequencies Festival" pour le groupe Accor, une journée hybride dédiée à la construction du monde de demain. « La plus grande difficulté est de capter l'attention des participants et de les transformer en ambassadeurs », confie Marie Thevenet de Heroiks Event. En proposant une variété d'ateliers collaboratifs et de plénières inspirantes, l'agence a réussi à éveiller les consciences tout en renforçant l'engagement des collaborateurs.

Promouvoir la diversité et l'inclusion

La RSE dans l'événementiel ne se limite pas à l'environnement ; elle englobe aussi les dimensions sociales et d'égalité. Le projet "Unstoppable" d'ABB France en est une illustration marquante. Cette série met en lumière les parcours de femmes dans l'industrie pour encourager la diversité des genres. Julien Colas d'ABB France souligne : « Unstoppable est plus qu'un simple projet, c'est un premier pas vers un avenir plus juste et plus inclusif pour tous. » En brisant les stéréotypes, l'entreprise souhaite inspirer les jeunes générations et transformer les mentalités.

De même, Sfil, banque publique filiale du groupe Caisse des Dépôts, a mis en place une politique ambitieuse en matière de diversité et d'inclusion. Jérôme Saulière, représentant de Sfil, déclare : « La mise en place d'une politique diversité & inclusion visait à formaliser notre engagement, tout en améliorant la prise en compte de thématiques émergentes comme l'âge et l'orientation sexuelle. » Les résultats sont probants, avec un score de 93/100 sur l'index d'égalité professionnelle femmes-hommes.

Des solutions responsables pour des enjeux concrets

L'événementiel est aussi le théâtre de solutions innovantes répondant à des problématiques sociétales urgentes. Hekatech a développé "Géocoeur", un panneau connecté qui alerte les passants en cas d'arrêt cardiaque pour qu'ils apportent le défibrillateur. Frédéric Leybold, son fondateur, explique : « Nous espérons que ce prix nous permettra de toucher les entreprises et d'embarquer plus d'acteurs dans cette mission vitale. » Cette innovation montre comment technologie et RSE peuvent s'allier pour sauver des vies.

Dans le domaine de la logistique événementielle, le Groupe Sterne propose une solution de logistique circulaire bas carbone, optimisant les flux et réduisant les trajets à vide. « Ce prix aidera Groupe Sterne à prouver la singularité de sa solution et à accélérer son déploiement sur de nouveaux marchés », affirme Loïc Chavaroche. Une initiative qui répond à la nécessité de réduire l'empreinte environnementale des événements.

Le bien-être au travail, un levier essentiel

La RSE englobe également la qualité de vie au travail, essentielle pour la réussite des projets événementiels. L'entreprise normande Blard a mis en place une démarche participative de Qualité de Vie au Travail après les confinements. Julie Jodts souligne l'importance de cette initiative : « Remporter ce trophée permet de mettre en lumière nos collaborateurs qui incarnent la démarche au quotidien. » En renforçant le sentiment d'appartenance et en améliorant le bien-être, Blard démontre que l'humain est au centre de la performance.

Dans cette même dynamique, BWH Hotels France a reçu le Trophée de la Qualité de Vie au Travail & Impact Durable. La coopérative hôtelière est

engagée depuis de nombreuses années dans une démarche écoresponsable, intégrée dans sa vision globale "Cap vers une hôtellerie d'avenirs". Elle a lancé le programme "Because We Care" pour promouvoir l'hôtellerie durable et a formé plus de 1 500 collaborateurs aux écogestes. « Ce projet permet d'accélérer la transition environnementale et sociétale de notre coopérative en structurant la démarche RSE au sein des établissements, et en créant une émulation au sein du réseau », explique un représentant de BWH Hotels France. Le groupe aspire à écolabelliser l'ensemble de ses hôtels d'ici 2026, renforçant ainsi son engagement envers ses employés et la planète.

Un tourisme d'affaires durable

Enfin, le tourisme d'affaires, souvent associé à une forte empreinte carbone, se réinvente grâce à des acteurs comme Arcachon Ecotours. Matthias Labarbe, son fondateur, a créé une agence réceptive de tourisme d'affaires durable à Arcachon et Bordeaux. « Il est impensable pour Arcachon Ecotours de ne pas s'inscrire dans cette démarche globale devant l'urgence climatique », affirme-t-il. En proposant des séminaires à faible impact environnemental, l'entreprise allie découverte et préservation du territoire.

Vers une généralisation de la RSE dans l'événementiel

Ces exemples témoignent d'une tendance profonde : la RSE devient une composante indissociable de l'événementiel. Les entreprises et les agences intègrent ces enjeux dès la conception de leurs projets, convaincues que l'avenir du secteur passe par une approche responsable et durable.

L'engagement de ces acteurs montre que la RSE n'est pas une contrainte,

mais une opportunité pour innover, fédérer et créer de la valeur. En plaçant l'humain et la planète au cœur de leurs préoccupations, ils redéfinissent les contours d'un secteur en pleine évolution, où l'exemplarité devient le nouveau standard.

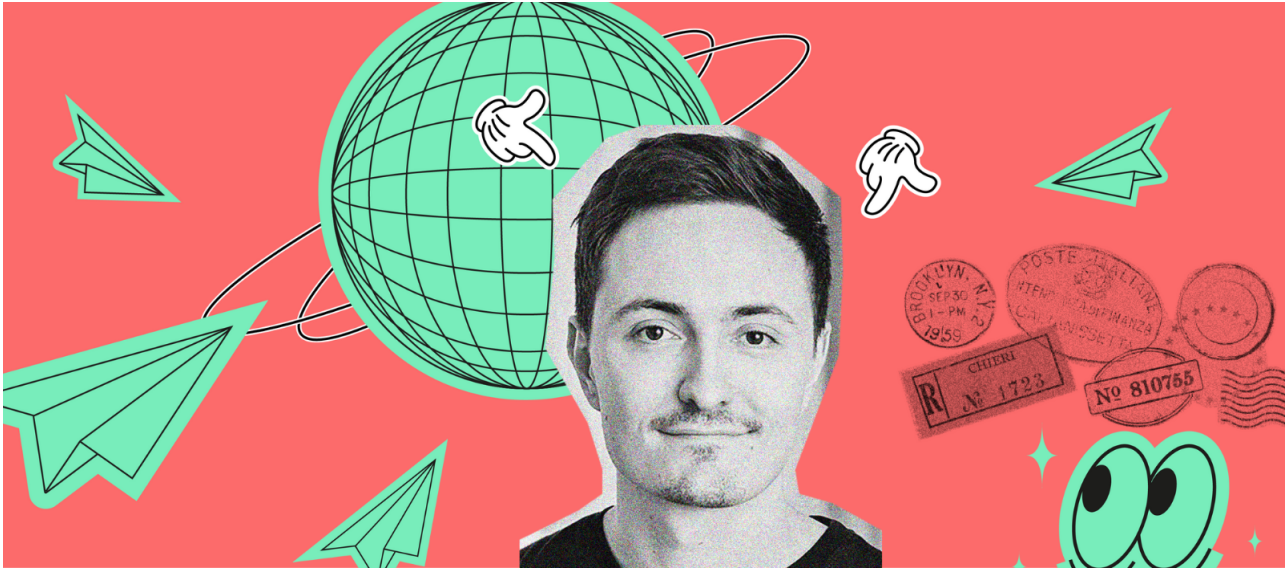
La RSE dans l'événementiel n'est plus une option, mais une nécessité. Elle répond aux attentes croissantes des participants et des partenaires, tout en ouvrant de nouvelles perspectives. L'avenir de l'événementiel sera responsable, inclusif et durable, ou ne sera pas.



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

JE M'INSCRIS



À lire aussi

Metafore, un concept d'événementiel B2B haut de gamme lancé par un ancien de WeWork

Article écrit par Emilie Pierre-Desmonde