

AUBE EN CHAMPAGNE, UNE DESTINATION ENGAGÉE !

Certifié Iso 20121 par SGS France pour le management responsable de ses activités, le Comité départemental du tourisme de l'Aube peut se targuer d'être le premier CDT et le deuxième organisateur de congrès au monde à avoir reçu cette certification. Un processus qui a requis, en amont, les compétences du cabinet conseil Green Événement, spécialisé dans l'accompagnement des acteurs de l'industrie événementielle vers la norme Iso 20121. Ont été passés au crible tous les processus de management : identification des enjeux, sensibilisation et dialogue avec les parties prenantes, respect de la réglementation, définition d'objectifs de développement durable, contrôle et pilotage des actions, etc. Autre point fort du CDT, l'affichage environnemental, initié par le Grenelle Environnement, pour l'instant expérimenté dans l'hôtellerie. L'Aube est le premier territoire à impulser cette démarche à l'échelle départementale, le projet rassemblant à ce jour un quart du parc hôtelier aubois. Depuis juin 2012, certains hôtels affichent, sous forme d'étiquette portant une note allant de 1 à 5, l'impact d'une nuitée à l'hôtel, note résultant de cinq indicateurs : la consommation d'eau, la consommation d'énergie, la quantité de déchets produite, la participation au réchauffement climatique et la part de produits écologiques/biologiques utilisés, le tout étant rapporté à une personne et une nuitée. Désireux de poursuivre dans

cette voie, certains hôtels ont d'ailleurs fait le choix d'aller vers le label La Clef Verte. Enfin, il faut souligner que le centre de congrès de l'Aube, ouvert à Troyes au printemps dernier, a été réalisé dans le cadre d'une politique d'innovation responsable – matériaux sains et naturels, usage d'énergie renouvelable – et certifié Iso 20121 pour la gestion responsable des événements.



NICOLAS TURPIN, président fondateur d'eko Events

*Vous avez créé eko Events en 2007. N'était-ce pas osé ?
Voire risqué ?*

Nicolas Turpin : C'était peut-être osé, mais cela me paraissait tellement évident et logique !

Et ce, au-delà de mes convictions personnelles. Je suis parti d'un double constat : le schéma habituel dans la conception et la production événementielle ne me convenait pas et, pour certains annonceurs engagés dans le DD, c'était le grand écart pour toucher leurs cibles, il n'existait aucune cohérence lors de leurs opérations. Il manquait une passerelle. D'où la création d'eko Events sur une micro-niche pointue et totalement assumée. Et toute l'équipe est animée de cette double passion : développement durable dans tout son spectre et technique événementielle éco-responsable.

Quels sont vos arguments stratégiques ?

Il faut donner un fil conducteur à la stratégie de l'entreprise, aller au bout des choses. Pour l'entreprise, le bénéfice d'image est important, car éco-concevoir permet de se démarquer de la concurrence. Par ailleurs, s'impose la notion d'innovation autre que technologique et/ou digi-

tales, notamment sociale et environnementale, ce qui s'avère un plus indéniable pour leurs publics – intermédiaires ou finaux – auxquels aujourd'hui on ne peut plus « raconter d'histoires ». Les marques ont besoin de ces messages qui véhiculent la transparence, l'honnêteté. Car, à l'éco-conception réalisée en amont, qui ne se voit pas forcément durant l'opération, il faut ajouter l'éco-communication : expliquer, vulgariser et sensibiliser. Ce qui va à l'encontre du green washing ! Nous développons donc des outils méthodologiques, des grilles d'analyse pour répondre aux enjeux de communication et de RSE des entreprises, et, afin d'être le plus pertinent possible, nous priorisons un ou deux axes pour être en phase avec la stratégie RSE du client, comme le handicap social au sein de l'entreprise.

Quels sont les prestataires avec lesquels vous travaillez pour un résultat 100 % éco-responsable ?

Sans les prestataires, nous ne serions rien ! Nous ne travaillons qu'avec des fournisseurs de solutions engagés, testés, en phase avec ce que nous devons faire et ce qu'ils annoncent. Nous sommes donc en veille permanente pour dénicher les innovations, sur les salons, à l'étranger, et garder un coup d'avance ! Et, à ce jour, nous sommes détenteur de l'une des plus grosses bases de données en France, avec plus de 450 références et notes de prestataires selon leur spécificité.

Quel est votre sentiment aujourd'hui sur le développement durable ?

Le terme est souvent galvaudé. C'est pour moi une notion de mutation, d'évolution de la société autour de cette réflexion : comment créer des valeurs tout en respectant la planète et rester socialement engagé. C'est un changement de paradigme fondamental et sain, qui nécessite du temps, qui se construit étape par étape pour échapper à la « bulle verte ».



LES AGENCES SURFENT SUR LA CRÉATIVITÉ DU DD

Pour certaines agences fortement engagées, le DD relève aussi d'un devoir de vulgarisation et de sensibilisation au travers de la puissance même de l'événement, source d'impact considérable. Ainsi en est-il de l'agence **eko Events** (Cf. interview et encadré) qui devrait d'ailleurs œuvrer sur la COP21 en décembre prochain. « Nous devrions intervenir sur une grande soirée originale, avec un parterre d'invités de tout premier ordre, sur des prises de parole, des moments de sensibilisation, ainsi que sur la conception de stands éco-conçus au Bourget et au Grand Palais, pour des entreprises moteurs », précise son dirigeant Nicolas Turpin. Idem pour l'agence **Sensation!** que pilote Dan-Antoine Blanc-Shapira (cf. interview). En effet, bien qu'agence indépendante, à taille humaine, elle fut la première à obtenir le label PrestaDD, « sans doute le plus sérieux de la profession ». Évaluée en outre Bilan Carbone et Iso 26000, elle est aussi signataire de la Charte de la diversité, s'implique en mécénat de compétence (Action contre la Faim / Habitat et

Humanisme...), et reverse en dons jusqu'à 5 % de son bénéfice à des associations caritatives. Un engagement qui va encore au-delà, selon son principe de base : « le DD ne vaut que s'il est partagé par le plus grand nombre », puisqu'il se traduit auprès de l'ensemble de la filière : création du collectif éco-événement^(*) avec la rédaction d'un éco-guide événementiel, la corédaction de l'outil d'auto-diagnostic Adere, la création de l'outil d'auto-diagnostic RSE-Événement et de la check-list Accessibilité, des conférences de sensibilisation dédiées sur les salons de la profession, etc. Soit autant d'échos à d'autres initiatives auprès de l'Anaé, dont elle est administratrice depuis 1997 (initiateur et pilote du 1^{er} outil d'évaluation d'impact, Bilan d'impact événementiel Anaé-Occurrence, du Guide des bonnes pratiques agences / Annonceurs UDA AACC - Anaé et du label Qualité Anaé).

(*) Le collectif Éco-événement : l'Anaé, la CSPE (Chambre syndicale des prestataires de l'événement), la FFM2E (Fédération française des métiers de l'exposition et de l'événement), France Congrès, le Synpase (Syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et événementiel), Traiteurs de France et Unimev.

L'agence francilienne **Optimum Events** a fait sienne le respect de l'environnement. « Dans nos locaux, nous utilisons des produits recyclés et nous sommes sensibles aux économies d'énergie. Nous utilisons les Écocup logotypées, des tasses réutilisables que l'on offre à nos clients », confie Véronique Lamont, directrice de l'agence. Dans la mesure du possible, elle propose à ces derniers d'intégrer le DD dans leurs événements. « En général, les entreprises sont intéres-

“ UN DEVOIR DE VULGARISATION ET DE SENSIBILISATION ”



PRESTATAIRES ET BÉNÉFICIAIRES

Fondation des orphelins apprentis d'Auteuil : décoration florale

Habitat et Humanisme : porte-noms

Livres : achetés chez un bouquiniste, 200 ouvrages composant la scénographie ont été offerts à la Librairie Oxfam pour être revendus au profit de solutions durables contre la pauvreté

Hyatt Regency Paris Étoile - Cnit - Salle Wagram - Maison de la Chimie : lieux choisis en fonction des transports. Tickets de métro offerts aux participants

Ensemble du mobilier et maquette : ont été offerts aux Compagnons Bâisseurs pour réutilisation

Sensation! a organisé les 80 ans de la MAE dans différents lieux parisiens

sées, mais il est difficile de faire du 100 % DD, cela représente un coût trop important et la conjoncture actuelle ne s'y prête pas. Mais nos clients sont très réceptifs à nos propositions », reconnaît-elle. En octobre, Optimum Events a été chargée de la logistique pour 450 cadres d'une entreprise de grande distribution durant trois jours de convention à Barcelone. Un gros travail a été fait en amont autour des repas, les participants venant du monde entier. Aussi, l'agence a-t-elle créé une base de données sur laquelle les participants ont pu choisir leurs préférences culinaires : végétalien, végétarien, sans gluten, bio, halal, casher... rien n'a été oublié. Au chef de l'hôtel Hilton, qui accueillait l'événement, d'organiser les repas ! « Les grandes chaînes hôtelières sont de plus en plus sensibles au DD, et intègrent de vraies politiques en interne », nous confie Véronique Lamont. Lors de cet événement, l'agence, via sa base de données, a géré les transports des participants qui ont été regroupés afin de limiter le nombre de véhicules. Côté prestations, Optimum a tout importé de France, comme les bancs pliables en carton, qui ont servi pour la convention et qui ont trouvé une seconde vie dans les locaux du client au retour en France. Pour les cadeaux Tanit a fourni des t-shirts en bambou, des stylos et des carnets recyclés. Les badges étaient également en papier recyclé. « Au retour, les participants ont été très satisfaits et nous sommes conscients que petit à petit le DD deviendra le quotidien de tous », conclut Véronique Lamont, qui se tourne maintenant vers l'organisation de l'hébergement pour Roland Garros (11 000 nuitées pour 2 500 p. dans 23 hôtels parisiens). **J.R.**

FRANCE 5, 20 ANS ET ÉCO-RESPONSABLE !

Pour célébrer ses 20 ans, à la Cité de la Mode et du Design, le 27 novembre, France 5 a souhaité une soirée différente, fondée sur le DD, pour surprendre et montrer à ses 1 500 invités que durable et désirable pouvaient être compatibles. En chef d'orchestre, l'agence eko Events a imaginé une scénographie underground et circulaire : la plupart des aménagements furent réalisés avec des matériaux de récupération (moquette et colon gracieux récupérés au salon Heaven, par exemple) et à l'issue de la soirée, 90 % des éléments de décoration ont été récupérés pour une nouvelle utilisation. Ainsi, les coussins et les meubles en carton ont servi à Make Sense, pour meubler son nouvel incubateur d'entreprises sociales de 1 500 m². Citoyenne et responsable, la soirée le fut aussi : les surplus alimentaires du cocktail furent redistribués à la Maison de Quartier de Saint-Ouen, association d'aide aux plus démunis, tandis que plusieurs associations de sensibilisation à la réduction des déchets furent impliquées lors de la soirée ; le traiteur À Table a proposé des produits locaux et/ou bio sous un éclairage 100 % Led !

PRESTATAIRES

Serge Coiffard (scénographie circulaire), Eurydice (technique), Prentx (plateforme de sourcing de matériaux et de redistribution des denrées alimentaires), Déchets d'art (upcycling artistique), Galia (fournisseur officiel de bières parisiennes), Bbovino (vins issus de cultures raisonnées), Saint James (valorisation de ses résidus et bilan énergétique positif).



eko Events à la Cité de la Mode et du Design, pour France 5

CARNET D'ADRESSES

Incentive	Séminaire	BtoB	V.I.P
 <h1 style="text-align: center;">Optimum Events</h1>			
50, av. Président Wilson – Bat. 112 93214 La Plaine Saint Denis – France Tel. : +33 (0)1 49 46 45 46		Véronique Lamont contact@optimum-events.eu www.optimum-events.eu	



Le village d'Antan

Team building
06 74 49 42 40
www.terresdhistoires.com

TERRÉS d'HISTOIRES ORGANISATIONS

Se déplace dans toute la France

