

RSE un atout commercial

Comment se lancer et en faire un
avantage ?



Qui suis-je ?



- 2023 : Vente de Mix-r à Qantis
- Depuis 2018 : co-fondateur Mix-r (avec SEB, Teridéal, CERA) - 3 collaborateurs
- Depuis 2009 : Fondateur d'Oraveo – 5 consultants
- 2001 : Directeur Régional - Programme RSE en PME
- 1999 : Chef de projet événementiel
- 1997 : Chef de produit grande conso
- 50 ans / Marié / 3 enfants
- Expert en RSE depuis 2002



LA PERMAENTREPRISE®



Sommaire intervention



Un peu
de hauteur



RSE : un outil
pour agir



Échange libre
Q&A



15 mn

30 mn

15 mn

Objectifs : vous **faire comprendre**, pour vous **faire agir**

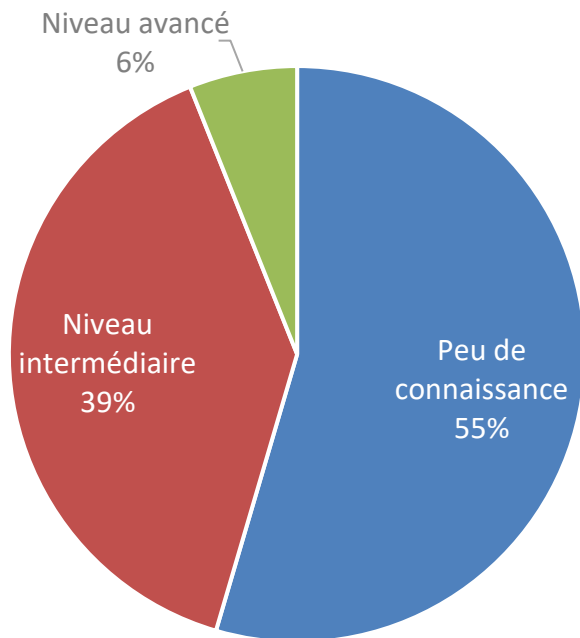


En préambule : de quoi parle-t-on ?

RSE
Responsable Régénérative
RSO Développement durable
IMPACT Durabilité
Engagée
Contributive Transition
Transformation



Questionnaire inscription



Vos attentes :

- Partage d'expériences
- Argumentaire
- Atout commercial et plus-values
- Actions concrètes
- Indicateurs
- Etapes et méthodologie pour s'engager
- Certification et Label
- Aides et subventions
- ...

les 27 & 28 novembre 2023

Sommets du tourisme

Auvergne-Rhône-Alpes

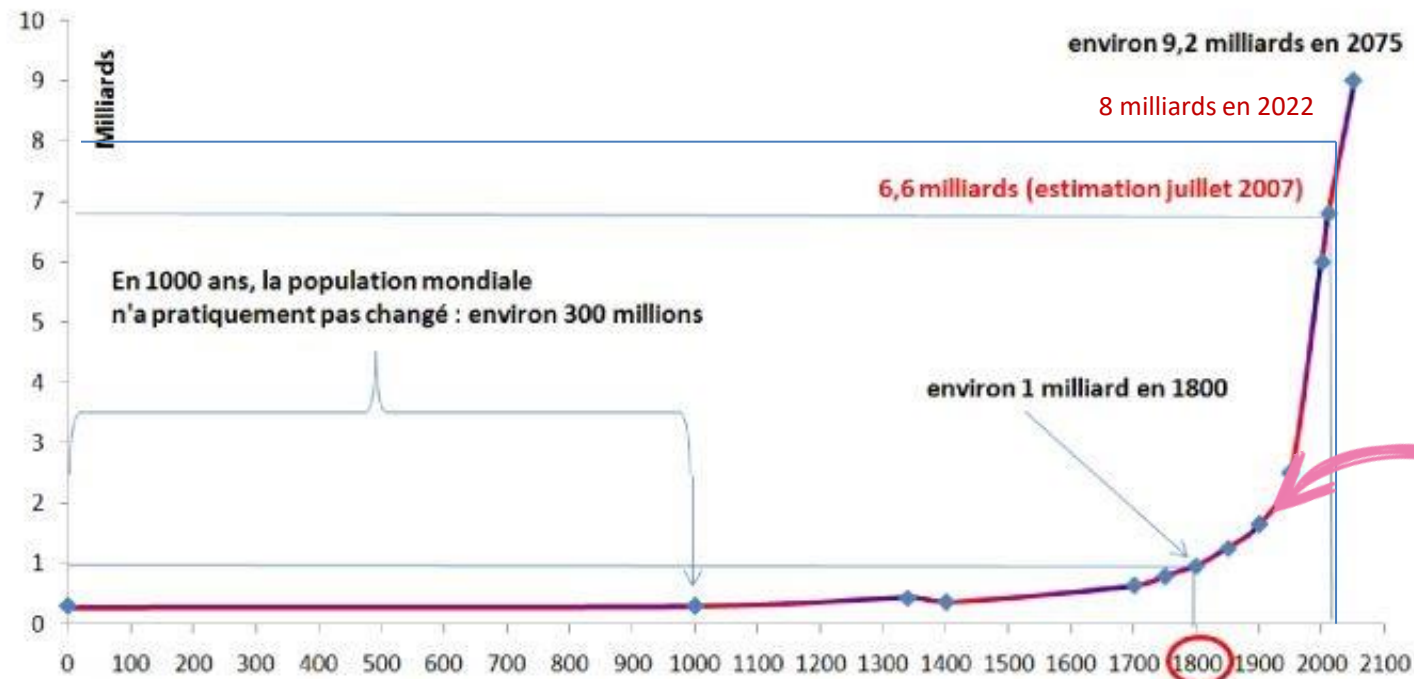


An aerial photograph of a dark, calm lake surrounded by a dense, lush green forest. The forest is composed of many small, coniferous trees, creating a textured canopy. The lake is centrally located and has an irregular, somewhat oval shape. The lighting is soft, suggesting a low sun, which creates subtle highlights on the forest floor and the water's surface. In the top left corner, there is a vertical white line followed by the text 'Un peu de hauteur' in a white, sans-serif font.

Un peu de hauteur

Le monde actuel

x 7 en 200 ans



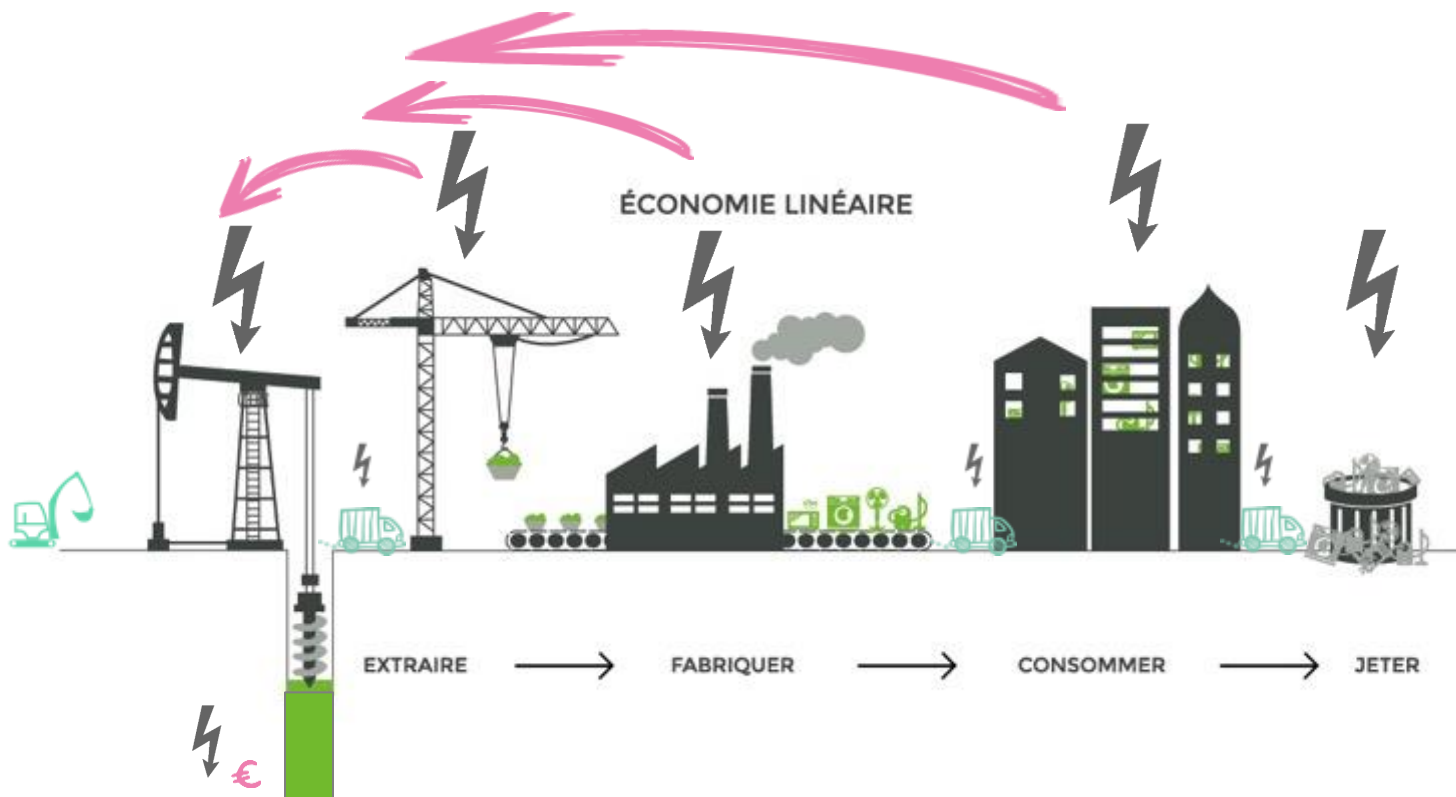
- De multiples bénéfices
- Amélioration Santé
 - Espérance de vie
 - Éducation
 - Accès aux loisirs
 - Etc...



De multiples conséquences



Modèle de développement des 200 dernières années

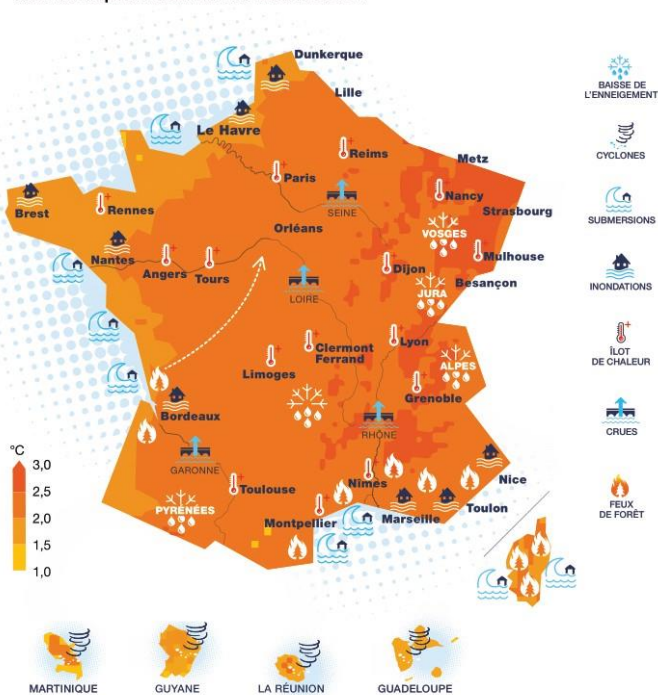




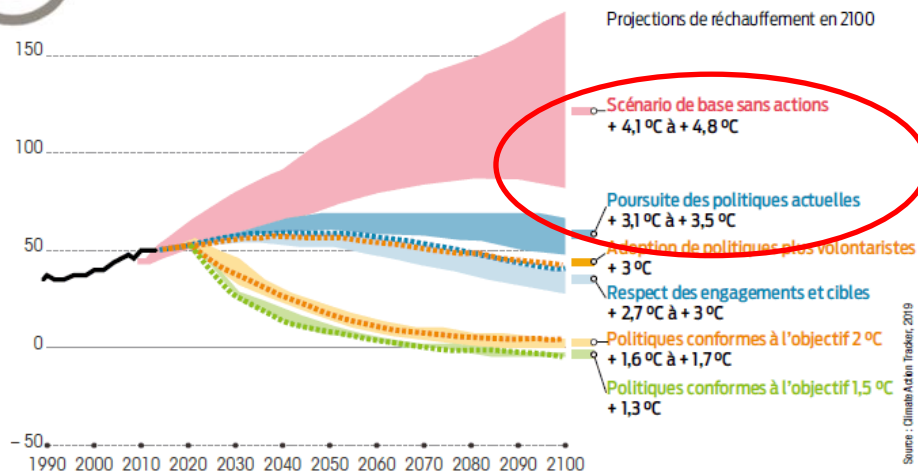
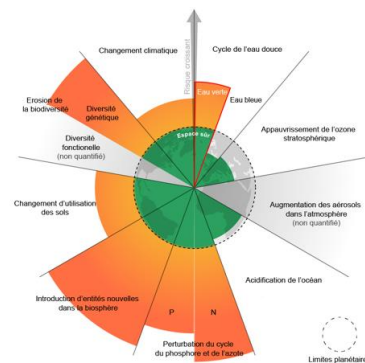
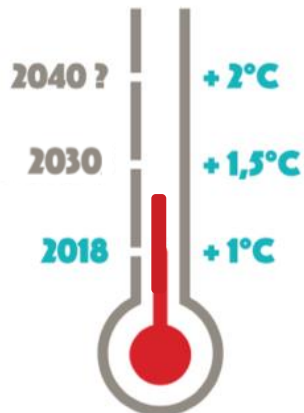
Modèle de développement : conséquences sur climat

CONSÉQUENCES POUR LA FRANCE

Carte des impacts observés ou à venir d'ici 2050



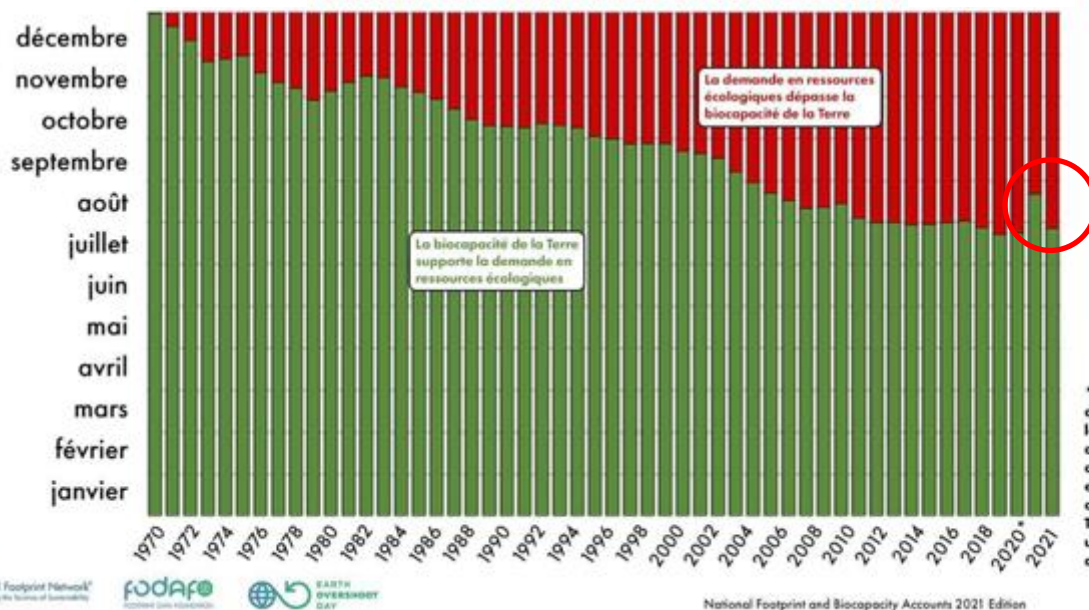
Note : le fond de carte est issu des simulations de « Drias, les futurs du climat » pour un scénario RCP 8.5. Les températures correspondent à la différence entre les températures simulées à l'horizon 2050 et la période de référence 1976-2005. Les données pour Mayotte ne sont pas disponibles à la date de publication.
Source : Drias, les futurs du climat, 2019



Source : Climate Action Tracker, 2019

Modèle de développement : conséquences

Jour du Dépassement Mondial 1970 - 2021



Covid

* Le calcul du Jour du Dépassement de la Terre 2020 reflète la baisse initiale de l'utilisation des ressources au cours de la première moitié de l'année en raison des mesures de confinement liées à la pandémie. Toutes les autres années utilisent un taux constant d'utilisation des ressources sur 12 mois.



National Footprint and Biocapacity Accounts 2021 Edition



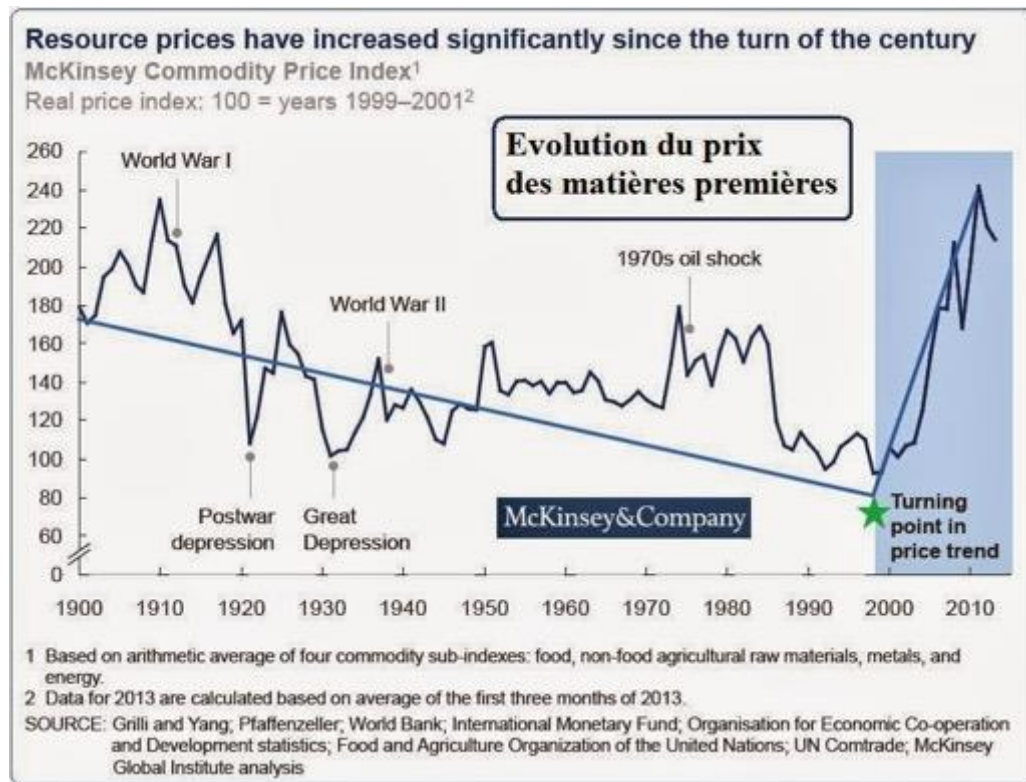
Modèle de développement : conséquences



L'augmentation des volumes a permis une baisse des prix grâce aux économies d'échelles et aux gains de productivité.

La raréfaction des matières premières entraîne, immanquablement, dans une économie de marché, l'augmentation des prix.

Sauf si la demande baisse.



Comment faire

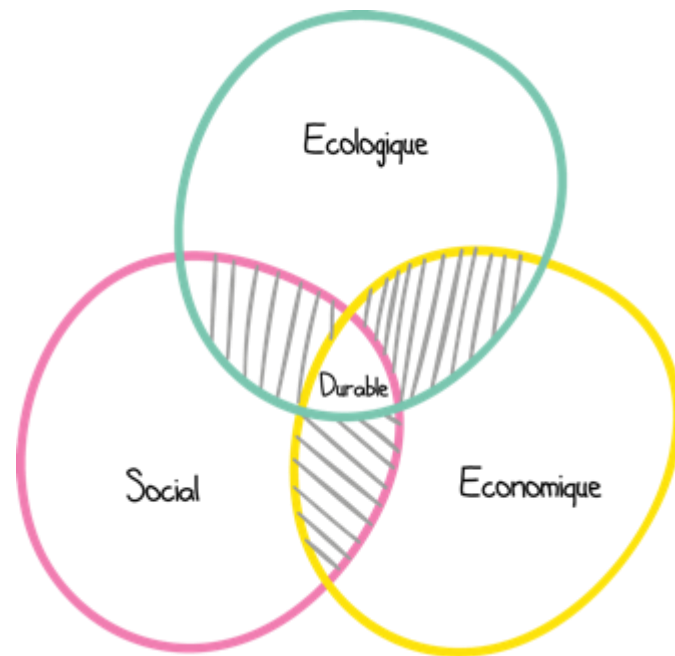


Du développement durable à la RSE



Le Développement Durable :
« Un développement qui répond aux besoins des générations actuelles, sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. »

Source: Rapport Bruntland - 1987



Repenser les modes de productions et de consommations



Utiliser la RSE



La RSE

« L'intégration volontaire* de préoccupations sociales et environnementales dans leurs activités commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. »

* Au-delà de la loi



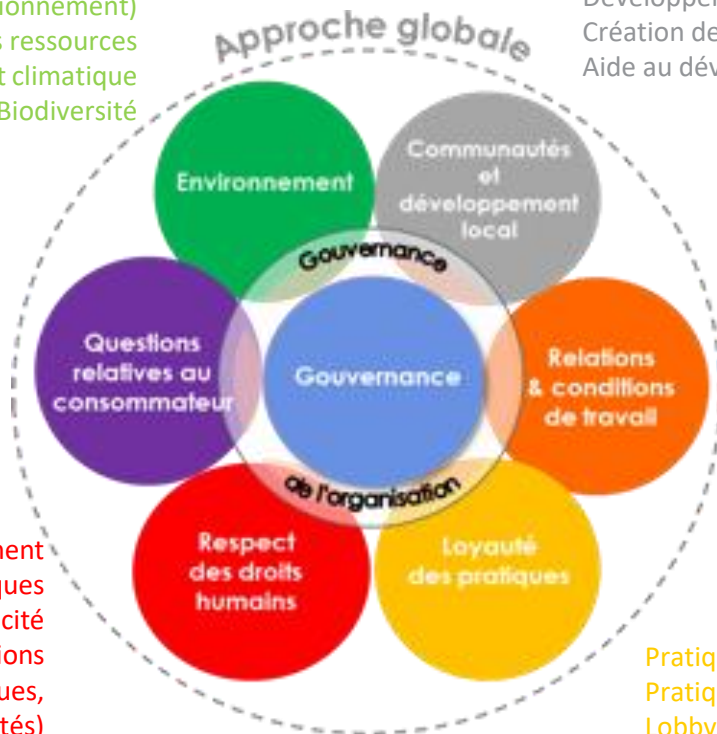
Contribution des entreprises au développement durable



Utiliser la RSE

Prévention et réduction des pollutions / impacts
(produits, services et fonctionnement)
Contribution à la préservation des ressources
Lutte contre le changement climatique
Biodiversité

Pratiques de vente
Relation et satisfaction clients
Marketing responsable
Gestion des données
Santé et sécurité des utilisateurs /
consommateurs



Implication dans le territoire
Santé, éducation et culture
Création d'emploi, dev des compétences
Développement technologies et transfert
Création de richesses locales / écosystèmes
Aide au développement local

Relations employeur / employé
Organisation RH et emploi
Conditions de travail et SST
Formation, employabilité
Dialogue social

Valeurs,
Pilotage de la stratégie (partage,
conception, transparence...)
Implication des parties prenantes
Redevabilité
Instance et mode de gouvernance
Fiscalité responsable

Pratiques d'achat, de négociation
Pratiques anti-concurrentielles
Lobbying responsable
Ethique des affaires (corruption, conflits d'intérêt,
promotion RSE dans la chaîne de valeur)

Devoir de vigilance dans la chaîne d'approvisionnement
Pays ou situations à risques
Complicité
Discriminations
Respects des droits (civiles, politique, économiques,
sociaux, culturels, propriétés)
Respects principes fondamentaux et droits du travail



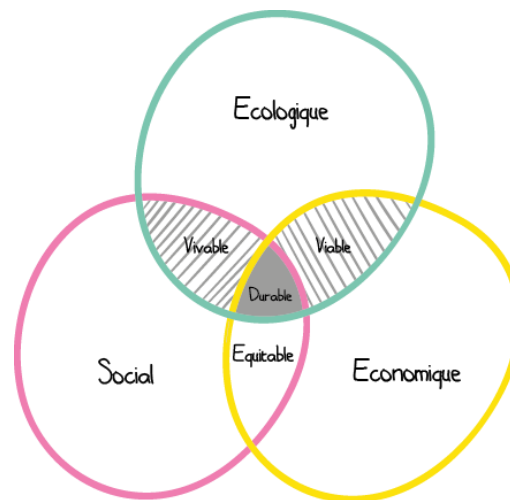
La vision de la RSE



Sommes des actions
sociales et environnementales
(à côté du business)



Outil de gestion et de pilotage des
performances (éco, fi, env, soc)



Enjeu d'évolution de compréhension pour le placer au bon niveau et gagner du temps



Faire face à l'interdépendance des chaînes de valeur

Ce sur quoi je peux agir

- Bilan carbone structure
- Consommation d'eau, d'énergie
- Offres responsables / opération marketing
- Satisfaction clients
- Cadeau goodies clients
- Déplacements professionnels
- Immobilisation
- Protection des données
- Formation des équipes,
- Santé sécurité des équipes
- Restauration (produits locaux, de saison...)
- Choix des fournisseurs
- Sensibilisation clients, visiteurs...

Ce que je peux influencer... ou pas

- Déplacement des visiteurs (avion, train, voiture...)
- Déplacement collaborateurs
- Ecogestes des clients



11 % des émissions de GES sont générées par le tourisme, soit 118 millions de TeCO₂
Le transport représente 77%

Source : Ademe - estimations France 2018



Une méthode simple

Etat des lieux actions
Diagnostic des impacts



Dialogue
& amélioration
continue

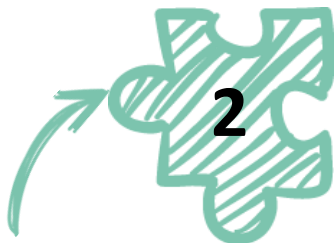
Indicateurs et
reporting



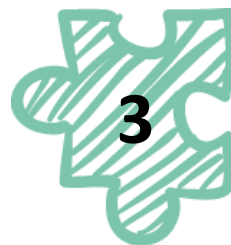
Raison d'exister



Politique RSE



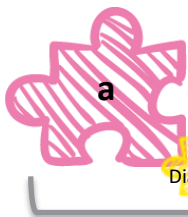
Plan d'action



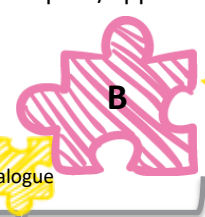
Devenir
entreprise
à mission ?



Cartographie
des PP*



Enjeux
risques /opportunités*



Choix du référentiel*

Hiérarchisation*
importance / perception



Choisir un label en RSE pour vous aider dans
la démarche.
Questionnez vos attentes pour bien choisir.



Labels et référentiels



CONSTRUIRE RESPONSABLE



Labels spécifiques



Logo® est un marque de la Cité de Paris®



CHARTRE ÉTHIQUE DU VOYAGEUR

Chacun de nous peut contribuer à être un voyageur responsable, attentif au monde et à ses habitants, en suivant quelques conseils, avant, pendant et après le voyage.

Avant le voyage :
Préparer son voyage, c'est d'abord s'intéresser à la destination.

- **Bien s'informer sur les habitants et leur mode de vie**, le patrimoine, la religion, l'environnement, l'économie, et apprendre quelques mots dans la langue de la destination.
- **Choisir des professionnels impliqués dans le tourisme responsable** : agences de voyage, tour-opérateurs, compagnies aériennes, guides, activités sur place, hébergement, restaurants.
- **N'emporter que l'essentiel**, et garder de la place dans la valise pour ramener des souvenirs fabriqués localement. Se renseigner sur la pratique et les limites du marchandage des prix et sur les pratiques locales aux professionnels : restaurants, hébergements, guides, artisans, commerçants, sans s'obstiner à vouloir obtenir des privilèges.
- **Pour partir l'esprit léger, garder l'esprit critique**. S'intéresser sur la réalité des risques de la destination, et se renseigner auprès des organismes compétents, sans se laisser trop influencer par certains médias.

« Le voyage permet la rencontre, la rencontre permet la connaissance, la connaissance permet la confiance. »
Proverbe japonais

Le référentiel : 3 axes, 16 critères et 42 indicateurs

<http://www.tourisme-responsable.org/wp-content/uploads/2016/09/REFERENTIEL-LABEL-ATR.xlsx>

Pendant le voyage :

Respecter aussi bien la nature que les hommes et leur culture.

- **Mettre au diapason des us et coutumes de la destination**, sans imposer ses habitudes ni son style de vie, en portant attention à la manière de s'habiller notamment dans les lieux de culte, mais aussi aux signes de richesse qui peuvent contrarier avec le niveau de vie local. Oublier le cubain local, et être curieux des modes d'hébergements authentiques.
- **Avant de photographier une personne**, prendre le temps de lui demander l'autorisation et profiter de l'occasion pour nouer le dialogue. Pour les enfants, demander l'accord des parents.
- **Comme chez soi**, tier les déchets lorsque cela est possible, économiser l'eau et l'énergie. Respecter aussi les règles d'affiches dans les espaces naturels, afin de préserver l'équilibre des lieux, de même que dans les musées, les villes, ou sur les plages.
- **Veiller à ne pas priver de souvenirs dans les sites naturels et archéologiques**, et à ne pas favoriser le vol et les dégradations en achetant des objets sacrés ou des produits issus d'espaces protégés. Privilégier le don aux associations compétentes, aux écoles, aux chefs de villages, plutôt que de favoriser la mendicité, notamment celle des enfants. Déconseiller l'exploitation sexuelle des enfants. Dans plusieurs pays dont la France, des lois poursuivent les délits sexuels commis à l'étranger.

« Nous n'héritons pas de la terre de nos ancêtres, nous l'empruntons à nos enfants. »
Maxime Mermillod repris par Antoine de Saint-Exupéry

Après le voyage :

Favoriser le dialogue entre les cultures pour permettre un tourisme facteur de paix.

- **Honorer ses engagements avec les personnes rencontrées pendant le voyage**, l'envisager de près par exemple. Si vous avez remarqué des situations graves et inquiétantes, les signaler à l'agence qui vous a vendu le voyage ou aux autorités compétentes.
- **Compenser tout ou partie des émissions liées à son voyage**, et notamment les déplacements en avion, en contribuant à des projets de solidarité climatique. Soutenir des initiatives locales en donnant à des associations de développement, en engageant au sein d'ONG, ou en achetant des produits du commerce équitable.
- **Partager son expérience de voyageur**, en famille, avec ses amis, ou sur les réseaux sociaux pour témoigner des richesses et des fragilités de notre planète, et faire bénéficier aux autres de conseils pour voyager mieux.
- **Préparer son prochain voyage, proche ou lointain, en prenant conscience des nombreux vertus du tourisme**, non seulement économiques et sociales mais aussi culturelles et environnementales. Le tourisme donne de la valeur au patrimoine et encourage sa protection.

« Seule l'empreinte de nos pas doit rester derrière nous, laissons le meilleur des souvenirs à nos hôtes. »
Clémentine de la première charte éthique du voyageur écrite en 2001

Pour de plus amples informations sur le tourisme responsable et profiter d'autres conseils pour voyager mieux : www.tourisme-responsable.org



Outils de mise en œuvre

A faire pour
quantifier son rôle
dans le changement
climatique et agir

A utiliser pour s'auto
tester, piloter son
engagement par ses
premiers indicateurs
de mesures



<https://www.bilans-climat-simplifies.ademe.fr>



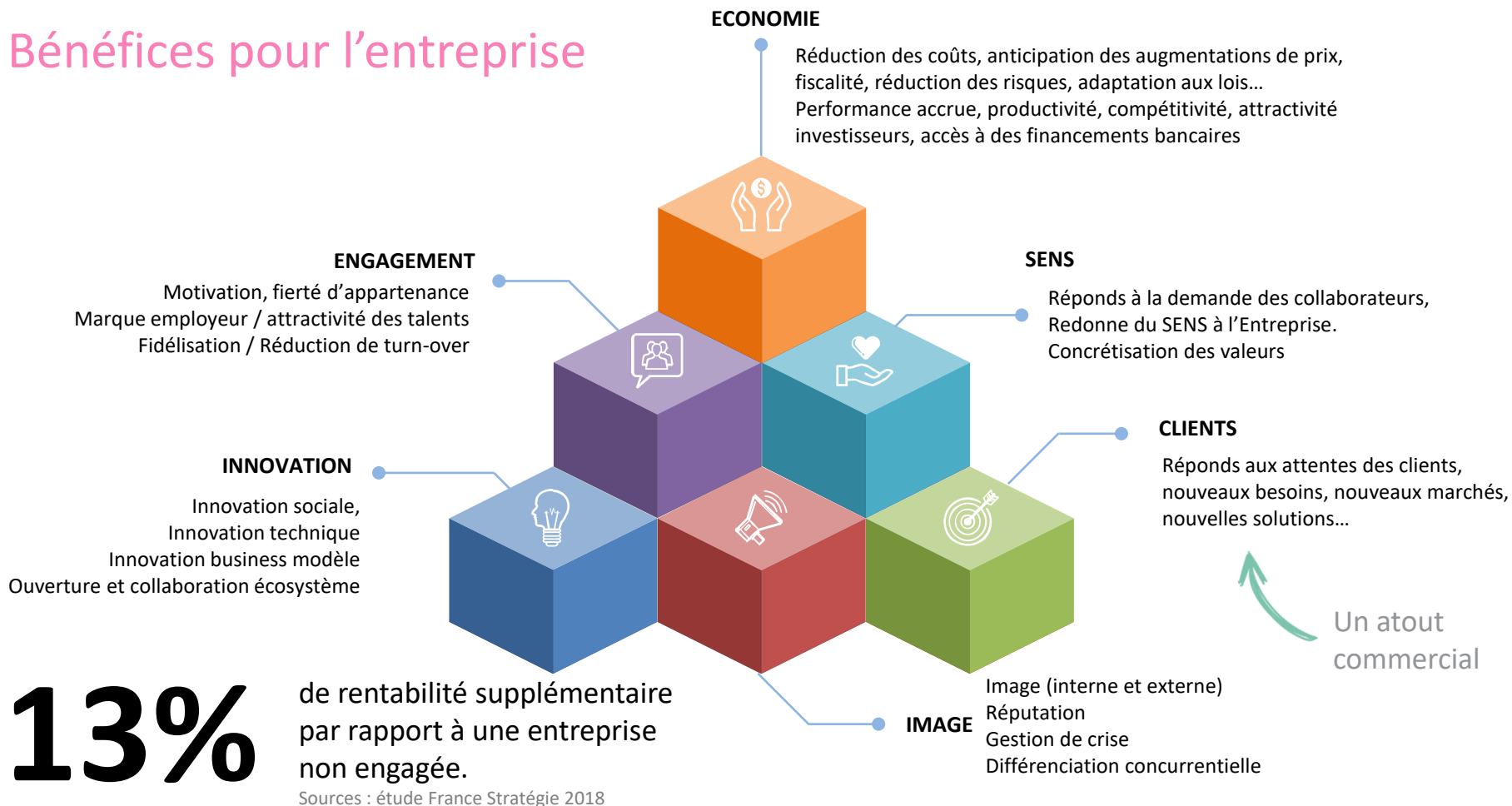
<https://portail-rse.beta.gouv.fr>

Un Label RSE
d'engagement dédié
au TPE PME pour
avancer
concrètement


A lire pour mieux
comprendre la
RSE et l'étendu
des sujets

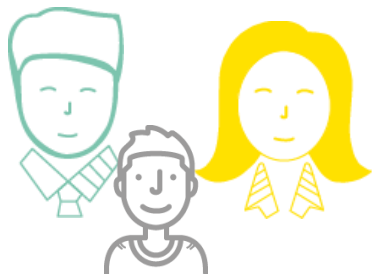


Bénéfices pour l'entreprise



Y a-t-il un marché ?

la taille du marché mondial de l'écotourisme devrait progresser de 17.5% à 185.43\$ milliards en 2022, de 157.76\$ milliards en 2021. 



2 Français sur 3 déclarent prendre en compte des critères de tourisme durable dans leur choix de vacances.

- Deux tiers des Français (64%) se sentent déjà concernés par la notion de tourisme durable, mais la part de « très » concernés est encore limitée (19%)...
- **La sensibilité au sujet est toutefois bien plus importante chez les plus jeunes (18-24 ans) : 36%** sont très concernés.

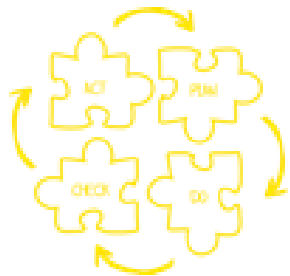
Source : étude Kantar x L'ADN, septembre 2021*

- ... le concept est flou pour une majorité
- ... changer ses habitudes reste un frein surtout en vacances ;
- ... la voiture thermique continue d'être le principal moyen de transport ;
- ... les informations sur les démarches écoresponsables des professionnels du tourisme sont insuffisantes

Baromètre Tourisme Durable 2023 Flower Campings & MadeInVote



En faire un atout commercial



**Apporter
des preuves
par des chiffres**



**Crédibiliser
par un regard
extérieur**



**Savoir en parler
Pédagogie
Dialogue**

Les aides financières



50 millions

Fonds Tourisme Durable du Plan France Relance

Les aides visent à :

- réduire et maîtriser les coûts fixes (énergie, eau, déchets, gaspillage alimentaire, transport) ;
- encourager l’ancrage dans les territoires (circuits courts de proximité et de qualité, synergies pérennes avec les acteurs du tourisme local et les producteurs locaux) ;
- se former, se labelliser et communiquer sur l’engagement écologique.

Les aides octroyées sont au minimum de 5 000 € et au maximum 200 000 €.



<https://agirpourlatransition.ademe.fr/entreprises/aides-financieres/2023/fonds-tourisme-durable-restaurateurs-hebergeurs-accelerez-transition-0?cible=79®ion=29>



Questions / réponses

15 min





5 place Gensoul 69002 LYON - France

+33 4 78 79 49 99

www.oraveo.com

Régis Chomel de Varagnes

+33 6 82 13 12 05 - r.chomel@oraveo.com