



Livre Blanc

13 MESURES POUR UN ÉVÉNEMENT LEAD/AMBITION DURABLE.



PRÉFACE



Béatrice EASTHAM -
Fondatrice et Présidente
de Green Événements

1. L'événement est le miroir des pratiques de l'organisation qui l'initie.

LEAD vient consacrer l'excellence de résultats autour de trois sujets clés : le zéro déchet, le zéro net carbone et l'impact social positif. 3 engagements forts, en cohérence avec les enjeux de chaque politique RSE ! A travers ses 13 mesures, LEAD permet d'évaluer (bronze, argent ou or) l'impact direct d'un événement.

2. Nous avons tous besoin de démonstration de cohérence.

Lorsque nous interrogeons les entreprises engagées dans la production d'événements responsables sur leurs motivations, le premier bénéfice qu'ils citent inlassablement est l'impact positif sur leurs équipes, sur les publics réunis. La rencontre responsable est transformatrice !

3. Un tel projet ne prend forme que grâce aux acteurs qui l'adoptent.

Châteaufort fait partie de ces leaders du marché événementiel qui ont décidé de produire des événements plus vertueux. En proposant LEAD à leurs clients, à vous, organisateurs de séminaires et d'événements, ils embarquent des décideurs et leurs publics dans un projet de co-construction de l'excellence durable.

ÉDITO



Claire SCHWARTZ -
Responsable Engagement
de Châteauform'

Comment allier générosité et création d'émotions d'une part et respect des limites planétaires et justice sociale d'autre part ?

Telle est la question que nous nous posons quotidiennement chez Châteauform'.

En effet, à l'heure où les conséquences du réchauffement climatiques se font de plus en plus ressentir, où les réglementations environnementales se durcissent et où les consciences s'éveillent, comment continuer de faire de l'événementiel « as usual » ?

Depuis 4 ans, la norme ISO20121 pour laquelle le groupe a été certifié en 2019 a permis de structurer la démarche RSE de Châteauform' et l'organisation d'un système de management responsable. Il est désormais nécessaire de passer à la vitesse supérieure et le label LEAD est une belle opportunité pour notre groupe de prouver la sincérité de ses engagements.

Les 12 critères du label nous donnent les lignes directrices concrètes et mesurables d'un événement véritablement responsable. L'exigence du label et de l'organisme de labellisation nous obligent à une grande précision pour que chaque décision soit prise de manière raisonnée. Ce label est également un outil formidable de collaboration avec nos clients et nos fournisseurs car un événement LEAD aura nécessairement engagé l'ensemble de ses parties prenantes dans le zéro déchet, l'ambition zéro net carbone et l'impact social positif.

Châteauform' est fier d'avoir réalisé plusieurs événements LEAD et obtenu la première médaille d'or décernée par le label et ce n'est que le début...

Nous espérons que ce guide inspirera nos clients, nos partenaires et nos pairs pour créer des événements toujours plus engagés.

13 MESURES POUR UN ÉVÉNEMENT LEAD

ÉVÉNEMENT À AMBITION ZÉRO DÉCHET

- 1 - Eco-concevoir son événement
- 2 - Transformer les déchets résiduels en ressources
- 3 - Bannir les produits à usage unique
- 4 - Valoriser ses surplus alimentaires

ÉVÉNEMENT À AMBITION ZÉRO NET CARBONE

- 5 - Mesurer l'empreinte carbone de son événement
- 6 - Minimiser l'empreinte carbone
- 7 - Compenser l'empreinte carbone à hauteur des émissions résiduelles
- 8 - Proposer une alimentation décarbonée

ÉVÉNEMENT À IMPACT SOCIAL POSITIF

- 9 - Participer à l'inclusion des personnes éloignées de l'emploi
- 10 - Adapter l'accès et l'expérience aux personnes en situation de handicap
- 11 - Être garant de l'égalité des genres par métier
- 12 - Promouvoir l'alimentation à impact local et positif

COMMUNIQUER SUR SON ÉVÉNEMENT LEAD

- 13 - Sensibiliser ses participants aux enjeux LEAD

ÉVÉNEMENT À AMBITION ZÉRO DÉCHET

On le sait, le secteur de l'événementiel est un gros producteur de déchets. Qu'il s'agisse de PLV, kakémono ou autre affichage, de décors, de bâches, d'emballages divers, de badges, de catalogues et autres leaflets, de goodies ou de gaspillage alimentaire ; à la fin des événements, les bennes de déchets sont souvent bien trop remplies.

Beaucoup de ces déchets sont pourtant évitables ou, a minima, recyclables ou valorisables.

Enjeu LEAD : Concevoir son événement en considérant toutes les étapes de son cycle de vie afin de réduire au maximum l'ensemble des impacts environnementaux, en particulier les déchets.

Assurer la revalorisation de l'ensemble des déchets résiduels (alimentaires et non-alimentaires)

Critère 1.

ECO CONCEVOIR SON ÉVÉNEMENT

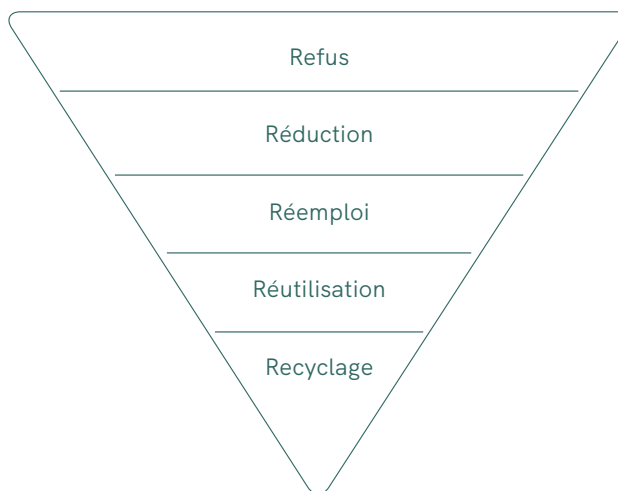
Exigence du label :

L'organisateur formalise un plan d'actions « zéro déchet » de bout en bout de son événement autour des 5R : Refus, réduction, réemploi, réutilisation, recyclage.

Il est attendu de l'organisateur que l'ensemble des déchets non nécessaires soient évités.

La «hiérarchie des R» du zéro déchet :

Le meilleur déchet est celui que l'on ne produit pas.



Faire le choix de la labellisation le plus tôt possible en amont de l'événement et travailler main dans la main avec l'ensemble des parties prenantes.

L'écoconception d'un événement nécessite une anticipation d'autant plus importante que l'événement est gros et complexe.

Tous les paramètres de l'événement doivent être pris en compte dans la réflexion pour choisir l'alternative la plus vertueuse et la moins productrice de déchets (amont ou aval).

Aussi, il est indispensable de mettre tous les acteurs de l'événement autour de la table en amont du projet pour sensibiliser et responsabiliser chacun dans les choix qui devront être faits en matière de : décors, goodies, PLV, contenants alimentaires, etc.



**Anne-Laure et Rémy
MARGERIE -**
Responsables
du Châteauform'
28 George V

« Au moment d'organiser les Masterclass de GBTA labellisées LEAD, nous avons très vite travaillé main dans la main avec notre cliente pour lui présenter les exigences de LEAD et faire en sorte que les prestataires extérieurs qu'elle avait choisis pour l'événement répondent à ces critères.

Du côté du Châteauform' 28 George V, le lieu intègre de nombreux critères permettant de répondre aux enjeux LEAD : bouteilles plastiques remplacées par des fontaines, mobilier et matériel et décoration déjà sur place et 100% réutilisable, des fleurs séchées plutôt que des fleurs coupées... »



Conseil de Châteauform'

*Pensez à impliquer toutes
les parties prenantes très
en amont du projet !*

Témoignage•



Valérie GOLLETY -
Regional Manager,
GBTA France chez GBTA

Retour d'expérience Événement Masterclass GBTA (juillet 2022) au Châteaufort' 28 George V - labellisé LEAD médaille Argent

« Nous avons effectivement revu chaque poste et avons trouvé des solutions pour supprimer ou limiter les déchets, en collaboration avec le site Châteaufort' George V, nos partenaires et nos prestataires.

Nous avons remplacé les kakémonos par l'utilisation des écrans de l'auditorium, les panneaux et les écrans numériques présents dans les différents espaces du Châteaufort' George V (accueil, espace de réception ...)

Nous avons également sensibilisé nos partenaires pour qu'ils utilisent du matériel promotionnel réutilisable et non jetable.

Nous avons utilisé de badges en bristol (vs plastique) et des plateaux de badges en carton (vs plastique)

Des animations qui nécessitent l'impression de brochures papier et la fabrication de goodies ont été remplacées par une opération en partenariat avec la société Captain Cause. GBTA a ainsi mobilisé ses partenaires et participants à faire des dons en faveur d'Associations à vocation sociale ou environnementale »

Critère 2.

TRANSFORMER LES DÉCHETS RÉSIDUELS EN RESSOURCES

Exigence du label :

L'organisateur quantifie le poids total de l'ensemble des objets non alimentaires associés à chaque mode de revalorisation et à la non-revalorisation le cas échéant.

La revalorisation énergétique n'est pas acceptée comme mode de valorisation pour cette mesure.



Se mettre en conformité avec les réglementations relatives à la gestion des déchets de manière pérenne.

En tant que lieu d'accueil d'événements, il est indispensable d'avoir mis en place un dispositif de tri à la source selon les 5 flux de déchets* : papier-carton / plastique / métal / verre et bois.

Ainsi que la valorisation organique des déchets alimentaires.

Cette mesure est à anticiper pour ne pas se retrouver dans l'urgence lors de la labellisation. Toutefois, la mise en œuvre du label LEAD peut être une occasion de mettre en place cette bonne pratique et de la pérenniser par la suite.

*A propos du Décret 5 flux :

Depuis juillet 2016, les professionnels ont l'obligation de trier 5 types de déchets : papier/carton, métal, plastique, verre et bois dans des poubelles dédiées.

Sont concernés :

- Entreprises, commerces, administrations, collectivités... • si leurs déchets sont collectés par un prestataire privé ; • si leurs déchets sont collectés par le service public des déchets et supérieurs à 1100 litres par semaine.
- Les entreprises, commerces, administrations ou sites professionnels de plus de 20 personnes doivent également respecter l'obligation de tri 5 flux si la majorité de leurs déchets est composée de papiers de bureau (imprimés papiers, publications de presse...).



Conseil de Châteaufort'

*N'attendez pas votre
premier événement
LEAD pour vous mettre
en conformité sur le tri
des déchets !*

Témoignage•



Cristiana & Antonio -
Couple d'hôtes au
Château de Saint Just

Retour d'expérience Séminaire Annuel de SGS en avril 2022, labellisé LEAD médaille Argent

« Avec le labellisation LEAD du séminaire de notre client, nous avons dû mettre en place une série d'actions dans un délai très court pour répondre aux exigences du label.

Cela a été l'occasion pour nous de changer de prestataire de collecte et recyclage des déchets.

Notre responsable RSE nous à conseillé la société ELISE avec qui nous avons établi un partenariat pour l'événement et avec qui nous continuons la collaboration depuis.

La démarche est très bien perçue par les participants qui apprécient beaucoup l'engagement du site.

Nous déplorons néanmoins la non-uniformisation et la mauvaise communication sur les consignes de tri au niveau national, qui complexifie le travail pour les équipes.

Heureusement, tout cela va dans le bon sens et avec des équipes sensibilisées on arrive à faire chaque jour de mieux en mieux. »

Critère 3.

BANNIR LES PRODUITS À USAGE UNIQUE

Exigence du label :

L'organisateur participe au changement des habitudes de consommation des participants en supprimant les consommables à usage unique.



A chaque produit à usage unique une alternative zéro déchet (ou presque) :

Bouteilles PET 50cl > Fontaines à eau

Gobelets en carton > Verres ou tasses lavables ou écocup

Vaisselle en plastique > Assiettes, verrines en verre ou vaisselle comestible !

Dosettes de café individuelles > Café grain

Fleurs coupées > fleurs séchées

On préférera toujours de la décoration durable et réutilisable à une décoration spécialement conçue pour l'événement et dont la durée de vie ne dépassera pas 1 ou 2 jours.

Si certains produits restent trop difficiles à remplacer par du réutilisable, il faudra trouver des alternatives recyclables ou compostables et prouver que ceux-ci sont effectivement valorisés à l'issue de l'événement.



Besoin d'inspiration pour inventer des événements « Zéro Déchet » ? RDV sur le site de l'association ZeroWaste France : <https://www.zerowasteFrance.org>



Supprimer les produits à usage unique a un impact sur l'organisation du travail de l'équipe. Aussi, il est important de donner du sens à la démarche pour impliquer les Talents et trouver les meilleures alternatives ensemble.

Témoignage•



Romàn BLAZQUEZ -
Responsable du Châteauform'
le Métropolitain

Nous utilisons les critères du label LEAD pour faire évoluer les pratiques de la maison.

« Au Châteauform' Métropolitain, nous avons souhaité construire notre plan d'actions RSE autour des exigences du Label LEAD.

Ainsi, nous avons décidé de bannir tout le plastique à usage unique.

Pour cela, nous avons passé en revue l'ensemble de nos espaces et des potentiels déchets qui étaient générés et avons identifié des alternatives plus vertueuses : carafes à lait pour remplacer les dosettes, carrés de sucre et bonbons en vrac, vaisselle en verre ou en porcelaine pour toutes les prestations.

Cela va jusqu'à la décoration florale : nous préférons des fleurs séchées ou des terrariums aux fleurs coupées.

Sur nos tables, seuls persistent les serviettes en papier (qui peuvent être valorisées avec les biodéchets) et les petits pics en bois pour lesquelles nous n'avons pas encore d'alternative satisfaisante... »

Critère 4.

VALORISER LES PRODUITS ALIMENTAIRES

Exigence du label :

L'organisateur valorise ses surplus alimentaires via des dons alimentaires, de la méthanisation ou du compostage.

Donner plutôt que jeter :

La valorisation organique des produits alimentaires, tout comme le recyclage des déchets, est une obligation réglementaire pour les acteurs de la restauration, gros producteurs de biodéchets.

De nombreux prestataires locaux ou nationaux proposent la collecte et la valorisation de ces déchets par compostage ou méthanisation.

Toutefois, le meilleur déchet étant celui que l'on ne produit pas, il est préférable de faire don des denrées alimentaires non consommées aux Talents de l'équipe qui a œuvré lors de l'événement ou à des associations.

A propos de l'obligation de valorisation des déchets organiques

Depuis le 1er janvier 2012, les personnes qui produisent ou détiennent une quantité importante de biodéchets ont l'obligation de trier ces déchets organiques et de les faire valoriser dans des filières adaptées (telles que le compostage ou la méthanisation).

Sont concernées principalement les entreprises d'espaces verts, de la grande distribution, des industries agroalimentaires, des cantines, des restaurants et des marchés. Depuis le 1er janvier 2016, ce sont les professionnels produisant plus de 10 tonnes par an de biodéchets, et de 60 litres par an pour les huiles, qui sont concernés.

Conformément à la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, il est prévu que cette obligation fasse l'objet d'un renforcement progressif en vue de sa généralisation. Elle s'appliquera en effet dès le 1er janvier 2023 à tous les professionnels produisant plus de 5 tonnes par an de biodéchets, avant d'être étendue à l'ensemble des acteurs professionnels, sans seuil minimum, à la date du 1er janvier 2024.

Envie de faire des dons alimentaires ?

Associations



Entreprise



Conseil de Châteauform'

Permettre aux Talents de profiter des produits non-consommés à l'issue de l'événement, c'est une manière de témoigner de la reconnaissance et ça permet de lutter contre le gaspillage alimentaire. N'hésitez plus !

Témoignage•



André et Joke -
Couple d'Hôtes
au Château de Rosay

Retour d'expérience Séminaire annuel Tenzing Conseil, Septembre 2022, label LEAD médaille d'Or*

« Un des critères de choix pour notre prestataire de collecte et valorisation des biodéchets était la proximité du centre de valorisation par rapport à notre maison, le Château de Rosay.

C'est pourquoi nous avons choisi Terra Leo, une société normande qui souhaite que les biodéchets soient considérés comme une ressource dont les acteurs locaux bénéficient. Une valorisation favorisant ainsi le retour à la terre de la matière organique et le développement économique du territoire dans le respect de l'environnement. »

Nous avons aimé leur approche et leur accompagnement qui nous amènera prochainement à une autonomie de gestion des biodéchets grâce à une formation de nos équipes au compostage. »

* Première médaille d'or attribuée depuis la création du label.

ÉVÉNEMENT À AMBITION ZÉRO NET CARBONE

Réunir des femmes et des hommes autour d'un événement n'est pas sans impact sur le climat.

Si le bilan carbone est extrêmement variable d'un événement à l'autre, on observe toutefois certains postes d'émissions significatifs, en particulier les transports des participants, la logistique liée à l'événement, l'alimentation et de plus en plus le numérique.

Certaines de ces émissions peuvent être significativement minimisées en faisant des choix tantôt astucieux tantôt courageux mais toujours vertueux.

Enjeu LEAD : Minimiser l'impact carbone de l'événement à chaque étape du cycle de vie et contribuer à la neutralité carbone à hauteur des émissions résiduelles.

Critère 5•

MESURER L'EMPREINTE CARBONE DE SON ÉVÉNEMENT

Exigence du label :

L'organisateur mesure l'empreinte carbone de son événement sur un périmètre global et comprenant les différentes phases.

Partenaire de votre stratégie bas carbone, CLIMEET vous aide à comprendre l'empreinte carbone de vos événements et à prioriser les actions sur les différents postes d'émissions pour ainsi concevoir des événements éco-responsables.



Collecte et calcul des données

Étape par étape, CLIMEET vous accompagne dans la mesure des émissions de gaz à effet de serre de votre événement, sur l'ensemble des postes physiques et digitaux (transport, technique, logistique, alimentation, communication...).

Scénarios de réduction d'empreinte

Tout au long de la conception de votre événement, CLIMEET vous permet d'identifier facilement les postes et activités les plus émetteurs et de tester en quelques clics différents scénarios pour les réduire.

Évaluation et amélioration continue

CLIMEET vous permet d'affiner votre bilan post-événement, de suivre vos progrès d'un événement à un autre et ainsi développer votre expertise dans l'organisation d'événements bas carbone.

<https://climeet.events/>



Conseil de Châteauform'

*Anticipez la réalisation
du Bilan Carbone car
c'est un travail chronophage
nécessitant de nombreux
contributeurs.*

Témoignage•



Louis METAIS -
Chargé de Mission
RSE

Retour d'expérience Châteauform' sur l'utilisation de l'outil Climeet

« Pour réaliser le bilan carbone de nos événements nous utilisons l'outil Climeet développé par Green Événements. Avec cet outil l'objectif est d'être pleinement autonome sur l'accomplissement de nos mesures.

L'outil nécessite une formation dispensée en e-learning et un accompagnement de Green Événements sur les premiers bilans carbone.

La prise en main de l'outil est facile notamment grâce à son interface claire et fonctionnelle.

L'adaptation des informations en fonction de la typologie d'événements constitue un réel point fort.

Néanmoins, il faut veiller à prendre en compte l'ensemble des étapes liées à la conception des événements, d'où l'importance d'avoir l'accompagnement de Green Événements sur les premiers bilans. »

Critère 6•

MINIMISER L'EMPREINTE CARBONE

Exigence du label :

L'organisateur formalise un plan d'actions permettant de réduire les émissions de l'événement.

Les pistes d'actions pour minimiser significativement l'impact carbone de son événement :

Transport :

- Choisir un lieu facilement accessible en transport en commun
- Proposer une solution de car ou covoiturage pour l'acheminement des participants jusqu'au lieu de l'événement
- Proposer un parking à vélos et à trottinettes pour encourager la mobilité douce

Energie :

- Equiper le site en LED et équipement basse consommation
- Mettre des détecteurs de présence dans les lieux de passage et les sanitaires
- Optimisation de la CVC et des éclairages en fonction des besoins réels

Logistique :

- Optimiser les livraisons
- Utiliser le matériel déjà présent sur site
- Privilégier les achats locaux

Proposer un menu décarbonée (cf critère 8)

L'enjeu est de réduire les émissions de GES sur les postes d'émissions suivants :

1• Conception et installation



2• Transport des personnes



3• Fret (transport des biens)



4• Production technique



5• Energie (chauffage et électricité)



6• Nourriture et Restauration



7• Hébergement



9• Déchets



8• Goodies



11• Digital



La minimisation de l'empreinte carbone dépend de tous. Pensez à impliquer l'organisateur et sensibiliser les participants en amont.

Témoignage•



Marie-Cécile DUPUIS -
Magic Planner
au Château de Rosay

Retour d'expérience sur la nécessaire implication de l'organisateur dans la minimisation de l'impact carbone

« Dans un premier temps, nous avons proposé de mettre en place un bus voire un bus électrique pour acheminer les équipes sur le Châteauform' de Rosay. Mais les clients ont finalement opté pour le covoiturage.

Une fois cette décision prise, nous avons fait un mail complet à l'organisatrice récapitulant l'ensemble des données nécessaires pour la mesure de l'impact carbone des déplacements : nombre de voitures, type de carburant et kilométrages effectués (aller-retour).

Notre client nous a fourni toutes les informations nécessaires, ce qui a permis que la démarche se fasse de manière naturelle et fluide ! »

Critère 7.

COMPENSER L'EMPREINTE CARBONE À HAUTEUR DES ÉMISSIONS RÉSIDUELLES

Exigence du label :

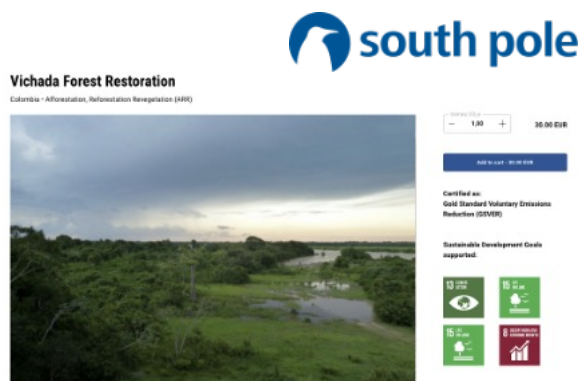
L'organisateur achète des crédits carbone via des projets de séquestration pour la totalité des émissions résiduelles.

Suite à la réduction des émissions, un événement comme tout autre activité émettra toujours des GES de manière résiduelle. Il est utile, afin de contrebalancer ces émissions résiduelles, de financer des projets permettant la séquestration (capture) d'une quantité équivalente d'émissions.

Choisir des projets climatiques ambitieux et alignés avec les enjeux de l'événement permet de donner du sens à la compensation carbone. South Pole est le plus grand fournisseur de solutions climatiques et développeur de projets carbone au monde. En tant que tel, South Pole permet l'accès à des projets certifiés sur tous les continents à travers sa marketplace. Pour les projets sur le territoire Français, le Label Bas Carbone, géré par le Ministère de la Transition écologique, centralise l'ensemble des projets français de séquestration carbone ayant un cahier des charges rigoureux.



Les termes "GES" et "carbone" sont ici utilisés de manière interchangeable afin d'assurer une meilleure lecture.



Vigilance : Le projet choisi doit absolument être un projet de séquestration carbone.

Témoignage•



Samy GRAIA -
Innovation Manager,
Green Événements

Mieux comprendre la compensation carbone

« Afin de limiter au maximum le réchauffement climatique et ses effets, il nous faut atteindre le plus rapidement possible la neutralité carbone mondiale, c'est-à-dire l'équilibre entre les émissions de GES et leur absorption par les puits de carbone (tout système qui absorbe plus de carbone qu'il n'en émet), notamment les sols, forêts et océans.

Pour cela, nous devons réduire drastiquement nos émissions de GES tout en construisant davantage de puits de carbone, afin de venir stocker l'excédent de carbone aujourd'hui présent dans l'atmosphère.

Réduire les émissions de GES de son événement puis financer de manière volontaire la création et la restauration de puits de carbone permet donc de contribuer à son échelle et de manière efficace à la neutralité carbone mondiale.

Enfin, il est important de rappeler que la compensation carbone ne se substitue pas à la réduction d'émissions de GES qui doit constituer le cœur de votre plan d'actions. »

Critère 8.

PROPOSER UNE ALIMENTATION DÉCARBONÉE

Exigence du label :

L'organisateur réduit son empreinte carbone à travers la mise en place d'une alimentation moins carbonée.

Pour pouvoir remplir les exigences du label sur cette mesure, l'événement doit respecter les proportions de 10% en viande et poisson sur le poids total des aliments servis.

Pour respecter cette mesure 2 possibilités s'offre à l'organisateur :

- Production d'un menu avec un proportion en viande et poisson respectant les 10% du poids total.
- Privilégier un repas 100% végétarien.



Exemple d'un menu proposé par le traiteur Nomad lors de l'événement Masterclass de GBTA au Châteauform' 28 George V.

Sur la base de 6p salées froides / participant

Vg : Courgette grillée, tartinade de fèves et petits pois
Vg : Tatin d'oignons rouges
Vg : Œuf mayo truffé
Vg : Moelleux châtaignes Girolles
Mer : Aigle bar au sel de betterave
Mer : Truite Marinée Slicée condiment cassis

Sur la base de 2 pièces lunch froides au choix / participant

Vg : Tartine de noix, crème de truffe
Vg : Pain craquant graines de courges, tartinade butternut, cèpes bouchons
Vg : Crackers tête de moine, compotée de pomme coing au safran

Sur la base de 3 pièces chaudes / participant

Vg : Quichette blette et chèvre
Vg : Burger végétal au cheddar et champignons des bois
Vg : Truffe de risotto aux butternuts et marrons

Le plat chaud

Vg : Risotto aux champignons des bois en mini plate
Terre : en animation : Poulet du Gâtinais Label rouge rôti aux foins, Pomme de terre grenaille rôtie à l'ail et au thym & bouquet de légumes verts

Sur la base de 2 pâtisseries au choix / participant

Sablé Breton vegan insert pamplemousse
Chou chocolat Nomad
Linzer pomme poire
Tartelette choco caramel

L'animation sucrée

La tarte en demi mètre réalisée devant les convives : mousse châtaigne d'Ardèche, coing français poché, tonka & crème liquide française



Nicolas ANGEBAULT -
Responsable R&D Nomad,
cuisine de passion sans
concession

« Afin d'avoir une idée de l'empreinte carbone de nos menus, nous l'avons calculée pour certaines recettes de notre carte. Cela nous a permis d'identifier les principaux impacts.

Le bon sens "cuisinier" nous pousse naturellement à acheter des produits de saison, de proximité, mais aussi à nous intéresser aux volumes disponibles pour ne pas créer de tension sur les marchés.

Le développement de l'alimentation végétale implique d'être vigilant quant aux apports nutritionnels des menus. La diminution des achats de viande et poisson s'accompagne de la diversification des protéines végétales dans nos menus et d'une meilleure qualité de fruits et légumes. »



Nicolas GARIJO -
Responsable de l'identité
Culinaire de Châteauform'

Notre objectif : Décarboner l'alimentation en conservant la gourmandise et l'équilibre alimentaire

« Cela passe par la diminution de la quantité de protéines animales en sublimant les légumes au centre de nos recettes. Cette nouvelle dimension de l'assiette n'est possible que par un apport nutritionnel équilibré entre les légumes, légumineuses, oléagineux et céréales; mais également par une diversité dans les textures et couleurs. Notre mission est de donner envie à nos participants tant par le discours que par l'assiette, tout en agissant sur le futur de nos fournisseurs. »

Témoignage•



Valérie GOLLETY -
Regional Manager,
GBTA France chez GBTA

Retour d'expérience Evénement Masterclass GBTA (juillet 2022) au Châteaufort 28 George V - labellisé LEAD médaille Argent

« En collaboration avec Nomad, nous avons limité à 10% les plats à base de viande et poissons et avons proposé principalement une offre végétarienne.

L'origine des produits était essentiellement locale afin de diminuer l'empreinte carbone liée au transport et les produits étaient de saison.

Ces actions ont permis de diminuer significativement les émissions de CO2 par rapport aux événements passés qui ne tenaient pas ou peu compte de ces critères.

A noter que l'enquête envoyée aux participants a révélé un taux de satisfaction de 96%, avec une qualité jugée excellente ! »

ÉVÉNEMENT À IMPACT SOCIAL POSITIF

La réalisation d'un événement est l'opportunité pour une organisation d'être acteur d'une plus grande justice sociale : plus de parité, une meilleure inclusion des personnes éloignées de l'emploi, un développement économique local dynamisé.

Cet impact social positif peut porter sur chaque moment de l'événement et pour chacune de ses parties prenantes.

Enjeu LEAD : Enjeu : Promouvoir l'égalité des chances par l'insertion professionnelle, par la parité hommes/femmes ou encore avec l'accessibilité au contenu. Les événements doivent également promouvoir des aliments de provenance locale et certifiés BIO.

Critère 9.

PARTICIPER À L'INCLUSION DES PERSONNES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

Exigence du label :

L'organisateur participe à l'insertion professionnelle de populations éloignées de l'emploi en ayant recours à des structures d'insertion et de travail adapté pour son événement

Pour cette mesure l'événement doit mettre en œuvre un certain nombre d'actions pour promouvoir l'insertion professionnelle des personnes éloignées de l'emploi.

Pour mettre en place ces actions, l'organisateur peut passer par des structures de l'insertion par l'activité économique (SIAE) et le secteur du travail protégé et adapté (STPA). Il faut que le temps des personnes en insertion professionnelle représente au moins 10% du total des heures travaillées pour l'événement.

L'insertion par l'activité économique concerne :

- Chômeurs de longue durée
- Personnes qui touchent des minimas sociaux (RSA, ASS, AAH,...)
- Jeunes de moins de 26 ans en grande difficulté
- Travailleurs reconnus handicapés

Zoom sur les Cuistots Migrateurs, un traiteur solidaire et engagé :



Cette entreprise forme et emploie des chefs réfugiés pour leur permettre de reconstruire leur vie en France.

A travers leurs menus, les Cuistots Migrateurs valorisent les recettes de leurs chefs pour vous faire découvrir une offre inédite de cuisines du monde pleine de saveurs.

A propos de l'obligation d'emploi des travailleurs handicapés

Tout employeur d'au moins 20 salariés doit employer des personnes en situation de handicap dans une proportion de 6 % de l'effectif total. L'obligation d'emploi concerne tous les salariés quelle que soit la nature de leur contrat. L'employeur doit déclarer chaque année le nombre d'emplois occupés par un travailleur handicapé pour justifier qu'il respecte son obligation d'emploi. Si l'employeur ne respecte pas son obligation d'emploi, il doit verser une contribution annuelle.

<https://www.service-public.fr/particuliers/vosdroits/F23149>



Conseil de Châteaufort

L'inclusion est un sujet qui doit être traité sur le long terme et non de manière exceptionnelle. Cela nécessite un référent pour pouvoir faire vivre cette démarche et proposer le meilleur accompagnement des talents en insertion et de leurs managers.

Témoignage•



Anne-Laure et Remy MARGERIE -
Responsables du Châteauform'
28 George V

Retour d'expérience Événement Masterclass GBTA (juillet 2022) au Châteauform' 28 George V - labellisé LEAD médaille Argent

« Concernant le site Châteauform du 28 George V, les conditions de la mesure ont été remplies facilement. Puisque le site travaille, tout au long de l'année, avec des ESAT et des prestataires du secteur de l'insertion tant dans le service à table ou qu'en cuisine ou encore dans l'entretien du site. De plus, le business model du site contribue à financer un foyer pour jeunes travailleuses. »

Critère 10.

ADAPTER L'ACCÈS ET L'EXPÉRIENCE AUX PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Exigence du label :

L'organisateur identifie, met en œuvre et communique les solutions permettant l'accès au lieu et au contenu par l'ensemble du public.



Les événements LEAD se doivent d'être accessibles à tous quelque soit le handicap des participants. L'accessibilité PMR doit être vérifiée et des dispositifs doivent être prévus pour les malentendants ou malvoyants.

Deux cas de figure possibles :

- L'organisateur connaît l'ensemble de ses participants et peut, dès l'invitation, demander aux participants s'ils ont besoin d'un dispositif particulier pour suivre l'événement.
- L'organisateur ne connaît pas les participants et devra s'assurer que l'accès au lieu et au contenu sont adaptés pour au moins 3 des 4 grands types de handicap (moteur, visuel, auditif et mental).

A propos de l'accessibilité

Les normes d'accessibilité visent à garantir :

- La circulation dans le bâtiment
- L'accès aux différents équipements et aux locaux
- L'utilisation des équipements
- Un repérage clair et la communication dans l'ensemble du bâtiment



Pour pouvoir proposer le meilleur accompagnement aux différents handicaps, l'organisateur peut fournir en amont, un questionnaire pour l'identification des besoins des participants relatifs à un potentiel handicap.

Dans le cas où le public ne reçoit pas le questionnaire, le site doit prévoir des solutions pour rendre l'événement accessible à tous.

Témoignage•



Louis METAIS -
Chargé de Mission RSE

Retour d'expérience de Châteauform' sur la mise en place du label

« Tous nos sites événementiels sont accessibles aux personnes à mobilité réduite. De plus, lors de chaque événement, nous nous assurons grâce à un questionnaire envoyé au moment de l'invitation que les potentiels handicaps soient déclarés afin que les mesures soient mises en place pour permettre l'accès de tous à l'événement et à l'ensemble des contenus et des prestations.

Dans le cas où le client ne souhaite pas interroger ses invités, nous pouvons adapter le lieu et le contenu par anticipation aux différents handicaps (Exemple : Menus en braille, sous titrage en temps réel pour les personnes malentendantes, etc.). »

Critère 11.

ÊTRE GARANT DE L'ÉGALITÉ DES GENRES PAR MÉTIER

Exigence du label :

L'organisateur promeut l'égalité professionnelle entre hommes et femmes et quantifie leur répartition au sein des différents corps de métier mais également dans la prise de parole des intervenants.

Pour répondre à la mesure de l'égalité Femme/Homme, l'événement doit mettre en avant une quasi mixité au sein des équipes en interaction avec le public.

De plus, l'organisateur doit prévoir une mixité avec auprès des intervenants sur scène lors des prises de paroles.

A propos de l'index de parité femme / homme

L'égalité des genres ne repose pas uniquement sur le nombre d'hommes et de femmes dans l'entreprise ou dans l'équipe. Le calcul de l'index de parité Femme / Homme porte sur :

- L'écart de rémunération femmes-hommes,
- L'écart de répartition des augmentations individuelles,
- L'écart de répartition des promotions
- Le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité,
- La parité parmi les 10 plus hautes rémunérations.



WOMEN FIRST accélère la féminisation des entreprises:

- Pour développer des viviers de talents.
- Permettre aux organisations de créer un environnement favorable à l'épanouissement des talents féminins.
- Favoriser la Féminisation des Organisations.
- Permettre à des femmes de se développer, partager, réseauter.
- Gérer la carrière de talents féminins pour atteindre leurs objectifs.



*En plus des équipes
présentes pour le bon déroulé,
l'événement doit également
inclure une parité au niveau
des intervenants.*

Témoignage•



Claire SCHWARTZ -
Responsable Engagement
de Châteauform'

La parité au sein des intervenants

« C'est un sujet délicat à aborder avec nos clients. Généralement, les intervenants sont définis très en amont de l'événement, parfois avant même le choix de la labellisation LEAD.

Si nous avons pu avoir quelques craintes quant à la validation de ce critère, nous avons toujours été agréablement surpris.

En effet, la parité sur scène n'a jamais été un point bloquant, comme si ce point avait été anticipé naturellement par nos clients.

A moins que la nécessaire parité soit déjà devenue une évidence dans les entreprises les plus engagées ?

Quant à la mixité au sein de nos équipes Châteauform'; celle-ci est garantie notamment grâce à un modèle spécifique de maisons gérées par des couples d'hôtes et l'importance donnée au développement des talents permettant à chacun d'accéder à tous les métiers.

Enfin, depuis novembre 2022, le Comex de Châteauform' est absolument paritaire ce qui donne le ton dans toute l'entreprise. »

Critère 12.

PROMOUVOIR L'ALIMENTATION À IMPACT LOCAL ET POSITIF

Exigence du label :

L'organisateur valorise la gastronomie locale et raisonnée tout au long de son événement.

Pour valider la mesure sur la promotion l'alimentation à impact positif, l'organisateur doit prévoir un menu comprenant 50% de produits « BIO » et d'origine Française.

Impact social d'une alimentation locale / française :

- Développement des territoires
- Valorisation des terroirs de France
- Meilleures garanties de qualité dans l'assiette

Bénéfices d'une agriculture BIO ou raisonnée :

- Protection de l'environnement
- Des produits sains pour la santé
- Qualité garantie par les labels BIO

Quelques exemples de labels garantissant une production raisonnée :



Gastronomierestauration.blogspot.com



Conseil de Châteauform'

Vérifier à ce que
les produits soient bien
étiquetés " BIO "
et d'origine Française.

Témoignage•



Christophe BIHOREAU -
Responsable de Nomad - cuisine
de passion sans concession

Retour d'expérience sur la promotion de l'alimentation à impact local et positif

« Nous sommes Nomad, un traiteur responsable. Responsable de collaborer avec les bons producteurs, de vous faire bien manger, dans un objectif : faire changer les choses.

Nous sommes convaincus que c'est par de bons repas partagés que la métamorphose vers le bon sens commence.

Du tracteur à l'assiette, nous nous engageons à mettre les bouchées doubles pour vous servir le meilleur, par nos actions et nos convictions.

Le changement vient en mangeant ! »

COMMUNIQUER SUR SON ÉVÉNEMENT LEAD

Un événement est une formidable occasion pour faire passer des messages explicites ou non en faveur du Développement Durable. La labellisation LEAD permet à l'organisateur de montrer des preuves de son engagement.

Mettre en avant le label, ses exigences et les actions mises en œuvre pour s'y conformer permet de sensibiliser ses participants à une consommation plus responsable, d'inspirer ses parties prenantes et démontrer la faisabilité d'un événementiel responsable.

Enjeu LEAD : Sensibiliser les participants aux enjeux du label LEAD

Critère Bonus•

SENSIBILISER SES PARTICIPANTS AUX ENJEUX LEAD

Exigence du label :

L'organisateur communique sur les enjeux LEAD et les actions mises en place pour l'événement.

Communication sur les enjeux LEAD et le rôle des participants auprès de ces derniers en amont et pendant l'événement.

Votre événement LEAD•

Au Châteauform' de Rosay
Séminaire Tenzing Conseil –
2 & 3 septembre



MÉDAILLE D'OR



ZÉRO DÉCHET

- Un événement éco-conçu
- 0 plastique à usage unique
- 100% des déchets recyclés ou valorisés

Les savonnettes sont collectées par l'association Unisoap pour être recyclées et données à des personnes en situation de précarité



ZÉRO NET CARBONE

- Optimisation des transports par le covoiturage
- Des recettes végétariennes, locales et de saison
- Contribution à la neutralité carbone de l'événement par le financement d'un projet de séquestration au Lacs

Bilan carbone de l'événement (estimation) : 1,1 TeqCO2



A IMPACT SOCIAL POSITIF

- Une équipe Châteauform' paritaire et inclusive à votre service
- Un événement accessible à tous
- Des partenaires locaux au service de votre événement

Une majorité des produits servis sont issus de la ferme du Thil située à 19Km du site

Le Label Événement à Ambition Durable – LEAD – permet de qualifier un événement durable sur la base de 12 critères d'excellence. Créé avec SGS, leader mondial du testing, de l'inspection et de la certification, LEAD est le premier label qui évalue les résultats d'un événement en termes d'éco-responsabilité. Un événement labellisé LEAD est un événement qui répond à 3 ambitions : zéro déchets, zéro net carbone et impact social positif.



Les pistes d'action pour sensibiliser sur son événement labellisé LEAD :

Avant l'événement :

Mise en avant de l'ambition LEAD dès l'invitation et les communications liées à l'événement.

Pendant l'événement :

- Affichage d'un reporting LEAD regroupant les actions marquantes de l'événement.
- Mise en avant par le discours d'accueil
- Présentation sur scène du label et ses enjeux.
- Mise en avant des partis pris culinaires et choix d'approvisionnement (ex: végétarien, BIO, local...).

Après l'événement :

- Publication mentionnant la labellisation de l'événement et les actions concrètes mises en place.
- Interview post événement de l'organisateur et du client sur la co-construction de l'événement.



Communiquer sur les actions concrètes et tangibles mises en place spécialement pour l'événement et donner des informations chiffrées sur les impacts générés et évités.

Témoignage•



Anne GRIFFON -
Directrice Châteauform' Inside
et Marketing Groupe

Communiquer pour inspirer

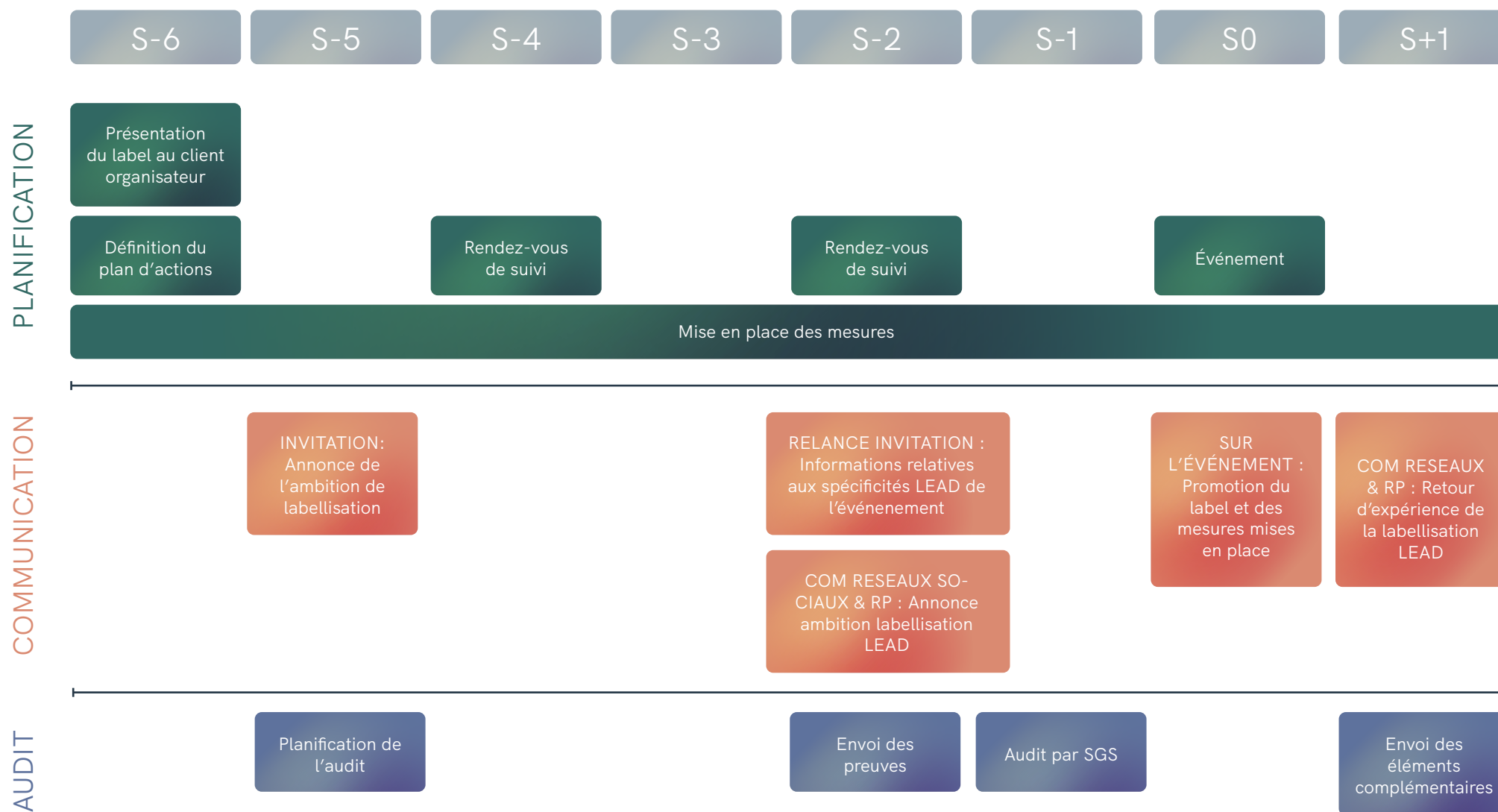
« Si on entend depuis longtemps parler de greenwashing (technique de marketing utilisée par une organisation dans le but de se donner une image écologique trompeuse), un autre phénomène existe aussi dans certaines entreprises : le greenhushing.

Le greenhushing consiste à ne pas communiquer sur ses démarches environnementales, probablement par souci de ne pas être pris au sérieux ou pire d'être taxé, à tort, de greenwashing.

L'absence de communication est presque aussi dommageable qu'un excès de communication. En effet, les entreprises ont, par leurs engagements et les actions qui en découlent, le pouvoir d'inspirer et d'influencer leurs clients et leurs concurrents qui voudront les imiter ce qui aura nécessairement des conséquences positives sur les filières.

Alors osons communiquer sur nos actions vertueuses au risque d'être copiés et de contribuer à faire changer nos métiers. »

RÉTROPLANNING IDÉAL POUR UN ÉVÉNEMENT LEAD



CONCLUSION



Claire DAGRENAT -
Responsable Événementiel
de Châteauform'

« Vous l'avez compris, l'événementiel continue sa mutation, se réinvente dans des environnements complexes avec des enjeux géopolitiques, écologiques et économiques en France et à l'étranger.

L'engagement des collaborateurs fait écho aux responsabilités des entreprises à agir de manière responsable et raisonnée.

La création d'un événement doit désormais être porteur de sens pour toutes les parties prenantes : organisateurs, participants, prestataires et collaborateurs.

C'est dans cette perspective assumée et engagée que le label LEAD dessine les lignes directrices concrètes et mesurables POUR TOUS.

Tout ce qui ne se mesure pas ne peut s'améliorer. Les 12 critères du label invitent chaque organisateur d'événements à suivre une feuille de route précise et précieuse que nous sommes fiers aujourd'hui de vous dévoiler.

Sa mise en œuvre au sein de nos lieux événementiels Châteauform' rayonne déjà et l'accélération de cette démarche, au plus proche de nos clients avec notre Traiteur NOMAD s'inscrit dans ce sillage.

Cela nous a surtout donné envie d'aller plus loin que ce que nous demandait nos clients avec une ambition forte et engagée et la création du premier lieu événementiel 100% Lead.

Enfin nous sommes persuadés que la fierté d'appartenance est fortement corrélée à la fidélisation et à l'engagement des collaborateurs que ce soit ceux de Châteauform' ou ceux de nos clients. En obtenant le label LEAD, un événement démontre officiellement et publiquement les résultats de ceux qui s'engagent réellement, qui joignent l'acte à la parole.

A vous de jouer maintenant, nous sommes là pour vous accompagner ! »

A PROPOS DE CHÂTEAUFORM'

Châteauform' c'est la convivialité, la flexibilité, la générosité, la gentillesse, la simplicité et la douceur incarnées par ses 1800 talents au quotidien auprès de ses clients. Le groupe français créé en 1996 est une entreprise humaniste, mettant les talents et l'humain au centre de toutes ses préoccupations. Il s'est construit autour de cette conviction : des talents heureux font des clients heureux. Une conviction incarnée à travers sa signature de marque, "Révélons vos talents." Signature déclamée tel un manifeste pour faire entendre sa voix et inviter à la suivre. En proposant une collection de 70 sites dans 7 pays d'Europe, Châteauform' répond à tous les projets de séminaires, événements et formations. Avec l'expérience Châteauform' Inside, le groupe est aussi présent au sein des bureaux et des universités d'entreprise en apportant son savoir-être et savoir-faire pour le bien-être des collaborateurs.

CONTACT PRESSE : Virginie Renouvin +33 (0)6 12 73 71 21 - vrenouvin@chateauform.com

A PROPOS DE GREEN ÉVÉNEMENTS

Green Événements est le cabinet de conseil référence en matière de développement durable dans l'événementiel. Depuis 2009, l'équipe Green Événements, animée par la conviction que chaque rencontre permet de transformer durablement, accompagne les professionnels du secteur dans la conception et la réalisation de leurs stratégies RSE. Leader en accompagnement ISO 20121 avec 100% de certifications réussies au premier essai, Green Événements est également un organisme de formation certifié Qualiopi, un éditeur de solutions comme Climeet (calculateur carbone dédié aux événement) et un concepteur de démarches parmi lesquels figure le Label Événement à Ambition Durable (LEAD).

CONTACT PRESSE : Marta Wojtkiewicz +33 (0)6 69 75 94 92 - marta.wojtkiewicz@green-evenements.com