

# L'événement durable :

## Nouvel enjeu pour les professionnels du secteur et les annonceurs.

A l'heure où la compétition créative annuelle de la communication événementielle, Le Raffut, bat son plein, le secteur est agité par de nouveaux aspects normatifs au regard du critère « durable » des réalisations.

Analyse et décryptage avec le concours de l'agence **Formule Magique**, première agence en France à recevoir la certification ISO 20121 « **Systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle** » et de son fondateur : Thierry Nerrembourg.



Le 4 avril 2013, Formule Magique recevait la certification ISO 20121 sur le salon ProDurable à Paris, remise par Bureau Veritas.

### ISO 20121, un nouvel élan dans un contexte tendu...

> **Quels sont pour vous les apports de la certification 20121 ?**

TN : Une vraie dynamique interne grâce, notamment, à une réflexion sur l'évolution de nos pratiques ; des leviers de performance au travers la mise en place / l'amélioration de nouveaux outils portant à la fois sur la partie « qualité » et sur la partie « environnementale » ; un regard différent de nos clients et de certains futurs clients grâce à un accroissement de notre légitimité (1ère agence en France) et par voie de conséquence un renforcement de notre notoriété. Enfin, une différenciation concurrentielle qui génère un nouvel élan dans une période économique plus tendue.

### Formule Magique, précurseurs de la certification

> **Quelle définition d'un événement certifié 20121 ?**

TN : Un événement qui dès sa conception intègre des process reposant évidemment sur des référentiels qualité mais également sur les indicateurs environnementaux constituant les enjeux fixés. C'est un événement qui implique tous les acteurs (parties prenantes) : l'agence au premier chef bien entendu, mais aussi son client, ses partenaires et prestataires, jusqu'aux participants qui peuvent avoir un rôle non négligeable.

C'est un événement qui intègre les trois piliers du développement durable et, outre les aspects environnementaux, s'appuie également sur des indicateurs sociaux ou sociétaux tout en s'inscrivant dans un cadre économique cohérent.

Au final c'est un événement qui limitera les impacts négatifs et laissera une trace positive et durable... Dans notre esprit, ce doit être l'événement de référence que tous les acteurs responsables devront mettre en œuvre dans les deux ans à venir. Nous ne sommes que les précurseurs !

> **Quel serait l'événement idéal à vos yeux ?**

TN : L'événement idéal pourrait être celui qui répondrait à 100% aux indicateurs et aux objectifs fixés dans le cadre de la certification. Un événement où chaque partie prenante concernée, animée par l'agence, tenterait d'apporter la meilleure solution afin d'optimiser favorablement les impacts potentiels.

> **Lequel de vos événements qualifieriez vous de plus éco-responsable à ce jour ? En quoi consistait-il ? Quelle démarche éco-responsable ?**



TN : Par définition, l'obtention de la norme datant du mois de février, le recul est faible pour déterminer l'événement le plus éco-responsable. Sur un ton humoristique, je vous dirai le prochain... Ce qui, au demeurant, n'est pas totalement faux, puisque la semaine prochaine nous organisons pour Groupama une inauguration où nous avons déterminé avec le client un haut niveau d'engagement en terme d'éco-responsabilité, s'appuyant véritablement sur les trois sphères du développement durable.

Concrètement, nous mettons en œuvre des actions au plan social et sociétal : implication d'un ESAT pour la réalisation du cocktail et d'un établissement scolaire spécialisé pour le service. Nous favorisons auprès du public cible le principe de co-voiturage. Sur le plan environnemental, outre l'impression de tous les supports de communication avec le label Imprim'vert, nous réduisons les consommations d'énergie par l'installation d'une mise en lumière avec des ma-

tériels économes, nous mettons en œuvre uniquement des matériels réutilisables (vaisselle, nappage, mobilier, signalétique, ...).

D'une manière générale nous permettons à Groupama de confirmer et d'amplifier sa démarche en terme de développement durable. Ce client trouve naturellement un écho favorable dans notre certification.

Pour un prochain événement au mois de juin avec l'Inpes, nous avons mis en place un principe de remboursement de frais pour les intervenants uniquement pour l'utilisation de transport en commun (pas pour des véhicules individuels).

Sur place, lors de l'organisation de ces colloques, nous sensibiliserons les publics à avoir une attitude responsable (tri, consommation d'énergie, ...). Nous favorisons les prestataires de proximité afin de limiter l'impact des transports et nous ne travaillons qu'avec des établissements hôteliers (hébergement des participants) qui ont mis en place une démarche de développement durable... Enfin nous limitons considérablement les échanges « papier » puisque toutes les communications se font par voie électronique : programme, informations pratiques, inscriptions et confirmations, etc...

Toutefois, au regard de ces exemples, il faut comprendre que la certification n'est pas un catalogue de pratiques mises en œuvre au cours d'un événement mais d'un système de management qui impacte en amont l'entreprise et, en aval, l'événement.



Ainsi, beaucoup de « bonnes pratiques » ne sont pas directement visibles sur le terrain, mais pour autant contribuent à créer un événement éco-responsable

(relations prestataires, procédures internes, sensibilisation et implication du client, etc...)



Par ailleurs, il ne convient pas de réduire la notion de développement durable à la seule dimension environnementale.

C'est sans aucun doute la plus visible et la plus concrète en apparence. Pourtant le pilier économique et la sphère sociale et sociétale sont des leviers importants (mais certainement moins visibles au quotidien).

### Une plus-value déjà identifiée par le client

**> On comprend bien la plus-value que vous retirez d'une telle initiative, mais quel intérêt pour vos clients ou futurs clients ?**

TN : La certitude d'une agence qui a tout mis en œuvre pour garantir la qualité de ses prestations au travers de process et de contrôles issus d'un référentiel reconnu et partagé (iso 9001). Car, encore une fois il ne faut pas oublier que cette nouvelle norme est un système de management qui s'appuie sur la qualité.

Au-delà de cet aspect, c'est bien entendu l'intérêt pour le client d'avoir un partenaire qui l'accompagne et qui le guide, dans l'évolution de ses performances en matière de développement durable et de responsabilité.

Nos clients institutionnels sont très sensibles à cette démarche qui est obligatoire dans le cadre des marchés publics... Et puis nous leur permettons d'amplifier leur communication car ils s'appuient sur le fait qu'ils ont choisi une entreprise certifiée. Ainsi, ils accèdent à un événement éco-responsable indiscutable dans un budget similaire. On assiste bien à une plus-value importante, parfaitement identifiée par le client.

**L'agence Formule Magique détient aujourd'hui tous les ingrédients nécessaires à l'organisation et la production d'événements de qualité, conformes au plus haut niveau d'exigences en termes d'éco-responsabilité.**



Paris - Caen  
[www.formulemagique.com](http://www.formulemagique.com)

> **Contacts Presse**  
Angelique Warain  
[angelique@comunange.com](mailto:angelique@comunange.com)

Victoire Moreau  
[victoire@comunange.com](mailto:victoire@comunange.com)



01 42 23 18 92