

3 RAISONS DE MESURER L'EMPREINTE CARBONE DE NOS ÉVÉNEMENTS

1. Exemplarité et amélioration de l'image de marque

- **Exposition des produits et innovations** : les événements sont des plateformes cruciales où les entreprises présentent leurs produits, innovations et services. Mesurer l'empreinte carbone de ses événements montre l'engagement de l'entreprise à intégrer la durabilité dans tous les aspects de ses activités, y compris dans la conception et la présentation de ses produits. Cela peut renforcer la perception positive des innovations écologiques et des pratiques durables associées aux produits de l'entreprise.
- **Représentation de la culture d'entreprise** : les événements reflètent la culture et les valeurs de l'entreprise auprès de clients, partenaires, investisseurs et médias. En organisant des événements écologiquement responsables et en mesurant leur empreinte carbone, les entreprises démontrent leur engagement envers la durabilité, la responsabilité sociale et l'innovation. Cela renforce la culture mais aussi la crédibilité et la réputation de l'entreprise en interne et en externe, montrant que les valeurs de durabilité sont profondément ancrées dans l'organisation.
- **Cohérence entre la forme et le fond des messages** : les événements sont la vitrine et la caisse de résonance de vos messages. Des événements bas carbone assurent une cohérence entre les messages de durabilité et le format utilisé pour les diffuser, et permettent de se prémunir d'accusations de greenwashing.



2. Conformité réglementaire et leadership environnemental

- **Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)** : en mesurant l'empreinte carbone de leurs événements, les entreprises peuvent se conformer plus facilement aux exigences de la CSRD. Cela implique de fournir des données fiables et vérifiables sur les émissions de carbone, démontrant ainsi leur transparence et leur engagement envers des pratiques durables.
- **Bilan des Émissions de Gaz à Effet de Serre (BEGES)** : en France, par exemple, le bilan des émissions de gaz à effet de serre (BEGES) est obligatoire pour les entreprises de plus de 500 salariés depuis la loi Grenelle II. Ce bilan oblige les entreprises à quantifier leurs émissions de gaz à effet de serre, y compris celles générées par leurs événements.
- **Leadership environnemental** : en mesurant l'empreinte carbone de leurs événements, les entreprises peuvent non seulement se conformer aux réglementations actuelles et futures, mais aussi se positionner comme des leaders proactifs en matière de durabilité événementielle aux yeux des investisseurs.

3. Engagement et fidélisation des parties prenantes

- **Implication des employés** : les initiatives visant à réduire l'empreinte carbone des événements peuvent renforcer l'engagement des employés, en créant un sentiment de fierté et d'appartenance à une entreprise responsable. Des programmes de participation et de sensibilisation peuvent être mis en place pour impliquer les employés dans ces efforts.
- **Fidélisation des clients et partenaires** : les clients et les partenaires sont de plus en plus sensibles aux pratiques durables. En montrant un engagement clair et mesurable envers la réduction de l'empreinte carbone, les entreprises peuvent renforcer la fidélité de leurs clients et partenaires, qui sont plus susceptibles de continuer à collaborer avec des entreprises alignées sur leurs valeurs.
- **Relations publiques et communication** : les efforts en matière de durabilité peuvent être largement communiqués à travers des rapports, des communiqués de presse et des événements médiatiques, renforçant ainsi la perception positive de l'entreprise auprès du public et des médias.