

TABLE DES MATIÈRES



Avant-propos	7
Introduction	9

PREMIÈRE PARTIE

Comprendre son écosystème	17
Chapitre premier - Analyser sa situation de départ	20
1. Intégrité et éthique	21
2. Inclusivité	21
Chapitre 2 - S'appuyer sur les principes fondamentaux	22
3. Transparence et redevabilité	22
Chapitre 3 - Formuler sa raison d'être et sa valeur pour la société	23
Chapitre 4 - Choisir ses référentiels (labels)	24
Chapitre 5 - mobiliser son écosystème d'acteurs	25
	30

DEUXIÈME PARTIE

Identifier ses enjeux et définir sa stratégie

Chapitre premier - comprendre les principaux enjeux	43
1. Lutte contre les changements climatiques	43
2. Adaptation aux changements climatiques	48
3. Préservation de l'environnement et de la biodiversité	49
4. Prévention des pollutions	54
5. Maîtrise des nuisances sonores et lumineuses	56
6. Économie circulaire et réduction des déchets	57
7. Sobriété énergétique	65
8. Utilisation responsable de l'eau	67
9. Bien-être animal	70
10. Conditions de travail	73
11. Égalité de genre	79
12. Ouverture aux publics éloignés de la culture	87
13. Accessibilité universelle	88
14. Droits culturels et diversité culturelle	93
15. Éducation	95
16. Santé et sécurité	98
17. Insertion professionnelle	102
18. Impact territorial	104
19. Protection des données et de la vie privée	109
20. Pratiques commerciales loyales	110

TABLE DES MATIÈRES – L'organisation d'événements engagés et responsables

Chapitre 2 – prioriser	112
Chapitre 3 – Formuler et annoncer ses grands objectifs r Se	114
1. Définir le périmètre de sa démarche	114
2. Fixer le cap : définir ses objectifs et cibles	115
3. Élaborer sa politique RSE	117
4. Engager son organisation	117

TROISIÈME PARTIE

Planifier ses actions

Chapitre premier – S'organiser pour atteindre ses objectifs	124
Chapitre 2 – Acheter responsable	127
1. Questionner le besoin : acheter moins et mieux	128
2. La RSE : un élément du cahier des charges et de la sélection des fournisseurs	129
3. Engager ses fournisseurs sur le long terme	131
Chapitre 3 – transformer les domaines de son activité	132
1. Lieux/sites	132
2. Mobilité	134
3. Logistique	136
4. Infrastructures temporaires	138
5. Aménagements (décors, signalétique, scénographie, mobilier)	142
6. Moyens techniques : matériel audiovisuel	144
7. Restauration	146
8. Hébergement	150
9. Services et équipements numériques	151
10. Réseaux énergétiques	153
11. Programmation	156
12. Éducation et action culturelle	157
13. Accueil des publics	159
14. Recherche de financements	163

QUATRIÈME PARTIE

Mobiliser ses équipes et déployer la RSE

Chapitre premier – mobiliser ses équipes	167
1. Piloter le plan d'action	167
2. Clarifier les responsabilités	168
3. Gérer les équipes	172
4. Mobiliser autour de l'ambition	174
5. Développer les compétences	176

TABLE DES MATIÈRES – L'organisation d'événements engagés et responsables

Chapitre 2 – déployer la RSE sur le terrain	178
1. Préparer le jour de l'événement	178
2. Maîtriser les risques	180
3. Passer à l'action	182

CINQUIÈME PARTIE

Valoriser, inspirer

Chapitre premier – rester humble et honnête : communiquer par la preuve	184
Chapitre 2 – la communication institutionnelle : le « reporting »	185
Chapitre 3 – communiquer autrement	187
Chapitre 4 – Focus sur les objets promotionnels	189
1. Quels sont les principaux enjeux liés à cette activité ?	189
2. Quelle approche pour maîtriser ces enjeux ?	190

SIXIÈME PARTIE

Mesurer, vérifier et améliorer

Chapitre premier – mesurer sa performance	195
1. Définir les bons indicateurs	196
2. Organiser la collecte des données	198
3. Mesurer son impact environnemental	200
4. Mesurer son impact social	202
Chapitre 2 – vérifier et améliorer	206
1. Le débriefing au service de la RSE	206
2. Les audits et autres méthodes de vérification	208

Conclusion	209
-------------------	-----

Ressources	213
-------------------	-----

Liste des entretiens	221
-----------------------------	-----

Remerciements	223
----------------------	-----