

1to1 NE

B.Better

04.06.2024

HIPPODROME PARISLONGCHAMP

1ÈRE
ÉDITION

ONE TO ONE B.BETTER 2024 : DE QUOI A-T-ON PARLÉ ?



PLONGEZ AU CŒUR DE CETTE PREMIÈRE ÉDITION !

« *Un rendez-vous intense, reflet d'un marché exigeant et innovant, a révélé un foisonnement de solutions RSE pertinentes et innovantes. Cette rencontre, clé dans le contexte actuel, a parfaitement équilibré la découverte, le réseautage et les échanges intellectuels. Entre interaction, coopération et progrès, la première édition de One to One B.Better a démontré la vitalité d'un marché en pleine construction. Merci à tous pour votre confiance. Rendez-vous en 2025 pour continuer à innover et à s'inspirer ensemble !* »

Sonia Mamin, Directrice de One to One B.Better

**Le résumé des tendances
incontournables de la RSE
et des innovations durables
dévoilées pendant
l'événement.**

www.1to1-bbetter.com

One to One B.Better, le rendez-vous des innovations durables et responsables !

→ 2020 a permis à la planète de respirer : 3 mois de confinement ont été nécessaires pour atteindre les objectifs d'émission carbone.

LE CONTEXTE



Législations RSE : Loi AGECE, Loi Climat et Résilience, Grenelle II, Loi REEN, ZFE

UN ENGAGEMENT EN CROISSANCE

72%

des français engagés dans une démarche de consommation responsable (Etude KPMG et FEVAD)

LES DÉFIS



Traçabilité, circularité, décarbonation du transport et de la livraison, mesure et audit RSE, points de vente RSE, marketing responsable



ONE TO ONE B.BETTER REÇOIT LE LABEL LEAD !

Obtention du label LEAD (Label Evènement à Ambition Durable) **niveau OR** par One to One B.Better démontrant sa capacité à organiser des événements qui respectent l'environnement, favorisent la diversité et l'inclusion, et encouragent une économie plus verte et plus équitable.

TENDANCE 1 : Durabilité et Responsabilité : Conférences sur la transition écologique et la conformité réglementaire (CSRD)



La loi AGEC vise à augmenter la part des emballages réemployés par rapport aux emballages à usage unique. Elle fixe de nouveaux objectifs à atteindre : 5% des emballages réemployés mis sur le marché en France en 2024 ; 10% des emballages réemployés mis sur le marché en France en 2027 (Source : Ministère de la transition écologique et de la cohésion des territoires).



Depuis la crise, **les Français ont une conscience plus aigüe de leur consommation**. 66% d'entre eux disent s'interroger davantage sur la qualité de leur alimentation, 63% sur la provenance de leurs achats, 64% sur leur façon de vivre au quotidien et 68% sur les conséquences des activités humaines sur l'environnement (Source : BVA).



Le gouvernement a fixé comme objectif de renouveler **10% de la forêt** française et planter **1 milliard d'arbres d'ici à 2032** (Source : info.gouv.fr).



25% des consommateurs ont entendu parler de la nouvelle directrice CSRD et 54% d'entre eux pensent que c'est une bonne chose (Source : BVA).



La CSRD impose la publication d'un reporting extra-financier aux grandes entreprises européennes afin de les encourager à entamer une démarche de développement durable (Source : Cabinet Hyssop).

TENDANCE 2 : Transformation des entreprises : Discussion sur l'échelle de la durabilité et l'intergénérationnel en entreprise



69% des salarié(e)s considèrent que l'entreprise a la responsabilité de protéger l'environnement (Source : Forrester).



30% des salarié(e)s font confiance aux entreprises qui s'engagent à réduire le changement climatique (Source : Forrester).



2,78 milliards d'euros ont été levés par les Greentech françaises en 2023 (Source : Bpifrance).



90% des consommateurs attendent des marques qu'elles s'engagent et les aident à mieux consommer (Source : Oney).



6 entreprises sur 10 considèrent le lien intergénérationnel comme une préoccupation RH majeure (Source : Etude de PageGroup).



71% des salarié(e)s déclarent être confronté(e)s à des incompréhensions intergénérationnelles au travail (Source: The workforce view in France).



L'âge reste le premier motif de **discrimination** en entreprise (Source : Baromètre de TNS Sofres).

TENDANCE 3 : Mobilisation des collaborateurs : Stratégies pour engager efficacement les employés



2/3 des français considèrent que la question environnementale est importante, 1/3 que cela doit être une priorité fondamentale (Source : IFOP).



Pour **93% des français**, il est urgent d'agir pour l'avenir de la planète et pour les générations futures (Source : Etude CSA réalisée pour l'ACPM).



39% des jeunes talents déclinerait une offre d'emploi si l'entreprise ne s'engage pas sur les sujets RSE (Source : Welcome to the Jungle).

TENDANCE 4 : Communication éthique : Importance d'une communication responsable et des certifications comme B Corp



On observe une **augmentation de 30 %** de la fidélité client.

75 % des consommateurs sont davantage enclins à recommander une entreprise défendant des valeurs éthiques (Source : Stratégies).



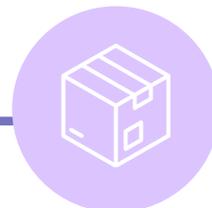
La communauté B Corp en 2024, compte + de **430 entreprises labellisées en France** (Source : B Corp).

6 principes d'une communication responsable : transparence / inclusion / humilité / impact / rigueur / interdépendance (Source : B Corp).

TENDANCE 5 : Innovations logistiques : Solutions pour un e-commerce plus durable avec des ateliers pratiques



En prenant tout en compte, y compris le prix, le produit etc, quand on demande au consommateur "Qu'est-ce qui est le plus important pour vous lors d'un achat sur Internet ?", **70 %** répondent en premier : **la livraison** (Source : La FEVAD).



Chaque colis réutilisable permet d'éviter le gâchis de **25 kilos de déchets**, en réduisant l'impact carbone de 83% par rapport à un carton classique (Source : Hipli).

SAVE THE DATE



**Rendez-vous
en juin 2025 !**



JE M'INSCRIS

