

# 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](http://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).

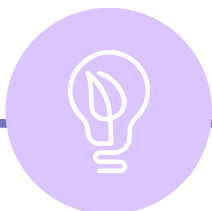
**TENDANCE 2 : Transformation des entreprises : Discussion sur l'échelle de la durabilité et l'intergénérationnel en entreprise**



**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).



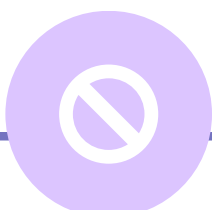
**90% des consommateurs** attendent des marques qu'elles s'engagent et les aident à mieux consommer (Source : Oney).



**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).

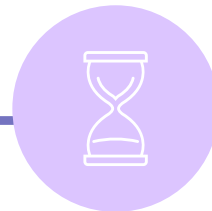


L'âge reste le premier motif de **discrimination** en entreprise (Source : Baromètre de TNS Sofres).

**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).



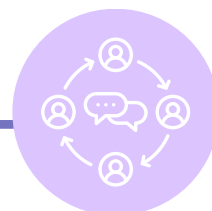
**39% des jeunes talents** déclinerait une offre d'emploi si l'entreprise ne s'engage pas sur les sujets RSE (Source : Welcome to the Jungle).

**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**

