



24^{ème} EDITION – 2018

DOSSIER DE CANDIDATURE

CATEGORIE ENTREPRISES DE MOINS DE 20 SALARIES

FICHE D'IDENTITE

RAISON SOCIALE : LES JARDINS DU VAL

STATUT JURIDIQUE : SAS

DATE DE CREATION : 2005

EFFECTIF : 4

ACTIVITE : Résidence de tourisme

TERRITOIRES D'ACTION : Ile-de-France, Hauts-de-France, Grand Est, Normandie, Belgique, Pays-Bas, Sud Angleterre

ADRESSE : 21 route du Val, 80132 Grand Lavers

TELEPHONE : 03 22 20 02 69

SITE INTERNET : www.le-domaine-du-val.com

Contact(s) :

Xavier Mennesson, Gérant

06 13 83 06 42,

mennesson.xavier@wanadoo.fr

PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE

VOTRE HISTOIRE, VOTRE ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre entreprise ? Quelle est votre mission, quelles sont vos valeurs ?

Après 15 ans dans l'industrie pharmaceutique en tant que cadre commercial, le retour en 2005 sur les terres familiales à travers la création d'un projet professionnel innovant était porteur pour moi et ma famille de sens.

J'avais à disposition un terrain familial vierge situé en bordure du golf d'Abbeville et à proximité des stations balnéaires de la Baie de Somme.

5 ans ont été nécessaires pour concevoir le projet, obtenir les autorisations administratives, trouver le financement et lancer LE DOMAINE DU VAL (nom commercial).

Par conviction personnelle, la dimension environnementale a été présente dès le départ dans la réflexion (choix des maisons en bois, choix du mode de construction, choix du mode d'assainissement) même si elle était empirique.

Mission : Développer une activité économique équilibrée entre :

- la rentabilité de l'entreprise,
- le respect de l'environnement, des clients, et des fournisseurs,
- la dimension sociale de mes salariés.

Valeurs :

- ✓ ETHIQUE
- ✓ RESPECT
- ✓ HUMANITE
- ✓ PARTAGE

2) Quelle est l'activité de votre entreprise ? Quelles sont vos relations avec les acteurs extérieurs à votre entreprise ?

A l'origine du projet, la première décision a été de déterminer le produit à lancer : Hôtel ? Camping ? Rapidement, le choix de la résidence de tourisme s'est imposé comme le bon compromis entre les attentes du marché, l'investissement et le savoir-faire et les préoccupations environnementales du porteur.

Le Domaine du Val est une **résidence de tourisme 3* implantée aux portes de la Baie de Somme**. Elle est composée de 30 maisons pouvant recevoir 4 à 6 personnes. Une structure d'accueil offre un espace petit déjeuner, une salle de jeux pour enfants, une piscine couverte, une salle de séminaire. La résidence est ouverte de février à décembre et emploie 4 salariés à temps plein.

L'entreprise accueille essentiellement une **clientèle urbaine familiale** dans un rayon de 300KM (parisiens, nordistes, belges, hollandais, anglais). Une **activité séminaire significative** (10 à 13% du CA en moyenne) permet de consolider le remplissage tout en répondant à une demande des entreprises sur des approches RSE. Le Domaine du Val réalise un taux d'occupation d'environ 60% (6000 nuits et 20 000 nuitées par an) et génère une consommation touristique totale (directe et indirecte) d'environ 2 000 000 € par an.

VOTRE DEMARCHE RSE

3) Dans quel contexte votre démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire) ? Quel en a été l'élément déclencheur ?

Dès l'origine du projet, une approche durable empirique m'a animé. Elle s'est exprimée dans un premier temps par **des choix techniques lors de la construction** du Domaine du Val. Ce cheminement a été ensuite renforcé par la présentation du bilan carbone d'un hôtel local. Et c'est par la lecture d'un article dans la presse que j'ai découvert le label Lucie et donc la RSE.

La RSE répondait tout simplement à une prise de conscience personnelle : trouver un équilibre entre l'économique, l'environnemental et le social.

La mise en place du label en 2013 a permis de structurer une démarche globale et cohérente.

Les différents marchés touristiques sont aujourd'hui en évolution permanente avec des attentes clients qui changent radicalement: les touristes cherchent maintenant à vivre une expérience. Le produit devient secondaire au profit de l'expérience vécue.

Les clients sont à la recherche de sens dans leur expérience touristique.

Pour la clientèle affaire séminaire, les attentes évoluent aussi avec des besoins qui s'approchent de la RSE...

4) Quelles sont les grandes lignes stratégiques de votre démarche RSE (objectifs économiques, sociaux, environnementaux) ?

Objectifs économiques

Dégager un résultat permettant de rémunérer les associés, de financer les investissements de renouvellement de ce type d'activité (rénovation des constructions) et **d'assurer le développement de l'entreprise sur de nouveaux projets.**

Objectifs sociaux

- Assurer aux salariés un équilibre de vie
- Répondre avec éthique et respect aux attentes des clients

Objectifs environnementaux

Limiter au maximum l'impact sur les ressources et sur la production de déchets

Objectifs sociétaux

Etre un **promoteur de cette démarche RSE** vers les organismes publics, les entrepreneurs, les réseaux et les relais d'opinion. La RSE doit « DIFFUSER »

5) Avez-vous des outils de suivi ? Avez-vous reçu des prix et nominations ? Avez-vous obtenu des certifications ?

Le Domaine du Val est labellisé LUCIE depuis mars 2013. Il a été le premier labellisé en France dans les activités touristiques et le premier en Picardie.

6) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?

La démarche RSE qui m'anime est une démarche collective.

Je la partage dans les différentes structures auxquelles je participe (association Baie de Somme Zéro Carbone, Conseil de Développement du Syndicat Mixte Baie de Somme 3 vallées, CCI Littoral Hauts-de-France).

La participation à ces trophées est une opportunité pour avoir un partage d'expérience avec d'autres acteurs engagés dans la démarche RSE.

La visibilité régionale que donne cette manifestation me semble importante pour faire progresser la démarche RSE à l'échelle du territoire de la Baie de Somme.

II/ DETAILS DE VOS ACTIONS RSE

1/ GOUVERNANCE : MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

GOUVERNANCE ET PARTIES PRENANTES

7) Comment est organisée la gouvernance de votre entreprise ? et dans quelle mesure permet-elle l'implication de vos collaborateurs & autres parties prenantes ?

La gouvernance du Domaine du Val est basée sur **différents temps d'échanges avec les salariés** :

-2 à 3 réunions d'échanges annuelles avec l'ensemble des salariés permettent de faire un tour d'horizon de l'ensemble des dossiers : technique, commercial, marketing, social.

L'objectif de ces réunions est :

- d'informer les salariés sur la marche des affaires
- d'expliquer les orientations de l'entreprise
- d'avoir un réel échange notamment sur la validation commune des enjeux stratégiques
- d'écouter et valider les suggestions des salariés

-l'entretien de fin d'année permet de continuer à expliquer la stratégie de l'entreprise.

- la proximité au quotidien avec l'ensemble des salariés permet d'avoir un échange permanent.

8) Dans le cadre de cette gouvernance, comment la démarche RSE est-elle animée ?

Le label Lucie obtenu en 2013 permet de structurer la dimension RSE à la fois dans le management au quotidien et dans les choix stratégiques de l'entreprise.

La vision à moyen terme du Domaine du Val est d'être une entreprise profitable en s'appuyant sur un équilibre entre les 3 piliers de la RSE.

9) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes à votre démarche RSE ? Quels outils utilisez-vous ?

Les principales parties prenantes du Domaine du Val sont :

- ses salariés
- ses fournisseurs et prestataires de services
- ses clients d'origine touristique ou professionnelle (séminaire)
- son environnement socio-professionnel : CCI Hauts-de-France, Association Baie de Somme Zéro Carbone, Syndicat Mixte Grand Littoral Picard et Baie de Somme 3 Vallées.

L'ensemble des parties prenantes du Domaine du Val est sensibilisé à la démarche RSE par :

- Courriers de sensibilisation à l'ensemble des parties prenantes
- Remise officielle du label avec les élus et les parties prenantes
- Promotion du Label sur chaque support de communication de l'entreprise : web, courrier, plaque.

Le logo LABEL LUCIE est affiché à l'entrée des hébergements

- **Guide expliquant toute la démarche** disposé dans chaque hébergement
- Partage avec les parties prenantes présentes au sein de l'association Baie de Somme Zéro Carbone
- Intervention dans des réunions de collectivités (communauté de Commune de l'abbevillois, syndicat mixte grand littoral Picard, ARDT Pas de Calais) pour présenter différents projets RSE
- Mise en place d'un certificat séminaire responsable délivré à l'issue des séminaires

Un projet d'étude avec la Junior entreprise de l'EM de Lyon est prévu afin d'étudier les nouvelles attentes du marché et les conséquences sur le positionnement du Domaine du Val.

PARTAGE DE LA VALEUR

10) Création et partage de valeurs :

La caractéristique de la création de valeur est **qu'elle n'est pas délocalisable**.

Elle se répartit en :

-une consommation touristique directe= CA réalisé sur le site principalement par la location des hébergements (voir CA ci-dessous).

-une **consommation touristique indirecte en dehors du site**. Ce CA correspond à toutes les consommations réalisées par les clients en dehors du site : alimentation, activités, restaurants,... Elle est estimée à **1,2 millions** d'euros par an.

Toute cette consommation diffuse directement vers tout un environnement de proximité. Ce partage de valeur est encouragé à travers la mise en avant de tout un réseau de partenaires : restaurateurs, prestataires d'activité de nature, commerçants,...

	NATURE	MONTANT
<i>CHIFFRE D'AFFAIRES HT</i>	<i>2015</i>	698 000 €
<i>CHIFFRE D'AFFAIRES HT</i>	<i>2016</i>	760 000 €
<i>CHIFFRE D'AFFAIRES HT</i>	<i>2017</i>	741000 €

11) Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?

3

12) Quel est le salaire moyen ? Quel pourcentage de collaborateurs se situe en-dessous ?

/

13) Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ? Si oui, précisez lesquels

/

14)

<i>Proposez-vous une participation * à vos salariés ?</i>	NON
<i>Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13ème mois, ..) ?</i>	OUI
<i>Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?</i>	NON
<i>Proposez-vous un actionnariat salarié ?</i>	NON

* Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

Dans le cadre de la politique salariale un **système de primes** a été mis en place sur des critères d'occupation pour l'assistante et de notation du travail pour le personnel d'entretien.

Cette prime « INCENTIVE » peut représenter jusqu'à 2.5 mois de salaire.

Aujourd'hui, l'entreprise est en train de réfléchir à la mise en place d'un PERCO.

2/ DROITS DE L'HOMME : RESPECTER LES DROITS ESSENTIELS DE LA PERSONNE

15) Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion...)

L'ensemble des salariés est inscrit auprès des organismes d'assurance et de protection sociale.

L'entreprise n'a pas d'historique de contentieux dans ces domaines.

Un partenariat avec l'ESAT « Picardie Atelier » a été mis en place depuis la création du Domaine du Val(2005). L'ESAT assure l'entretien des espaces verts.

Une convention a été signée avec la Ressourcerie 2ème chance depuis 2014. L'ensemble des matériels usagés du Domaine (meubles, électroménagers,) est donné à la Ressourcerie. En les recyclant, elle permet de donner une seconde vie aux matériels et de participer activement à la réinsertion de personnes en difficulté.

L'entreprise s'enquiert que les personnes qu'elle emploie en CDD ou en CDI soient en situation régulière.

16)

REPARTITION EFFECTIFS	FEMMES			HOMMES		
	2015	2016	2017	2015	2016	2017
CONTRATS CDI	2	2	2	2	2	2
CONTRATS CDD						
INTERIMAIRES						
CONTRATS EN ALTERNANCE/STAGE/CONTRAT PRO						
DIRECTION				1	1	1
CADRE						
EMPLOYE	2	2				
OUVRIER				1	1	1
TOTAL	2	2	2	2	2	2

⚠ Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

⚠ Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

Emploi de personnes en situation de handicap 2015 2016 2017

Taux d'emploi des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH) (y compris intérim et ateliers protégés)	0	0	0
---	---	---	---

⚠ Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

Emploi des jeunes et des seniors 2015 2016 2017

Moyenne d'âge des collaborateurs	44	45	45
Effectif des CDI de moins de 25 ans	0	0	1
Effectif des CDI de plus de 50 ans	2	2	3

⚠ Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

3/ RELATIONS – CONDITIONS DE TRAVAIL

17) Quelle est la politique de votre entreprise en matière de prévention des risques professionnels ?

Mise en place du document unique de prévention des risques plus formation (SST).
Suivie de la médecine du travail.

18)

	2015	2016	2017
Taux de fréquence *	0	0	0
Taux de gravité**	0	0	0

*Taux de fréquence (TF) = (nb des accidents avec arrêt/heures travaillées) x 1 000 000

**Taux de gravité (TG) = (nb des journées perdues par incapacité temporaire/heures travaillées) x 1 000

19) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour améliorer les conditions de travail et le bien-être de vos collaborateurs?

Les horaires de travail respectent la convention collective. Ils sont définis dans le contrat de travail, 35 heures annualisées. Les feuilles de présence permettent de comptabiliser les heures effectuées par les collaborateurs.

Le **volume des heures supplémentaires reste très faible : 1.1% du temps total en 2017**

Un planning est établi un mois à l'avance afin de permettre aux collaborateurs de s'organiser.

Le directeur s'attache à faire bénéficier **systématiquement aux collaborateurs de deux jours de congés consécutifs.**

Le directeur pratique une certaine souplesse concernant les horaires des collaborateurs, dans la mesure du bon fonctionnement de l'entreprise.

A ce jour ,aucun salarié du Domaine n'a été licencié... tous les départs ont été des départs volontaires dans le cadre de nouvelle orientation professionnelle ou personnelle.

20)

	2015	2016	2017
Turn Over*	0	0	50%
Taux d'absentéisme	0	0	0

* (Départs année N + Arrivées année N)/2)/effectif moyen N-1) x100

L'entreprise a un effectif de 4 salariés. Cette année une personne en congés maternité a souhaité donner une autre orientation à sa carrière. Elle a quitté l'entreprise dans le cadre d'une rupture conventionnelle. Nous avons embauché une nouvelle personne pour la remplacer.

21) Comment sont organisés l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis...)?

L'intégration de nouveaux collaborateurs se fait toujours en binôme durant une période de minimum 15 jours afin de permettre une bonne prise en main de la fonction.

22) Comment assurez-vous le développement professionnel de vos collaborateurs ?

Un **entretien de fin d'année** est organisé avec chaque collaborateur. Il permet :

- de faire le bilan de l'année passée,
- de définir les orientations de l'année à venir,
- d'échanger sur les attentes nouvelles,
- d'identifier les formations éventuelles à mettre en place,
- d'échanger sur les aspects salariaux et sociaux.

Suite à ces entretiens, les salariés ont eu une formation SST. En 2018, une formation Digital (Instagram) et une formation Anglais sont programmées à la demande d'une salariée.

23)

	2015	2016	2017
<i>% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)</i>	0	0	0.15

* *taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale*

* *taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale*

24) Comment favorisez-vous le dialogue social ?

Le dialogue social se fait par l'échange au quotidien avec les salariés et de façon formelle 2 à 3 fois par an sous forme de réunion d'échange.

25)

REPRESENTATION DU PERSONNEL

<i>Délégués syndicaux*</i>	NON
<i>Délégués du personnel**</i>	NON
<i>Comité d'entreprise***</i>	NON
<i>Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT)***</i>	NON

* *obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale*

***obligatoire pour entreprise > 11 salariés*

****obligatoire pour entreprise > 50 salariés*

4/ ENVIRONNEMENT : PRÉSERVER LA PLANÈTE

26) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

Audit sur les performances énergétiques des constructions.

2017 : **Audit sur les consommations énergétiques et d'eau avec mise en place d'un plan investissement** : achat d'ampoules LED, achat de panneaux rayonnants

Mise en place de solutions techniques efficaces : ampoules basse consommation, mousseur, **gestion des eaux usées sur site**, choix du bois comme matériel de construction

Mise en place de **bacs à compost valorisé dans un jardin potager** avec atelier jardinage destiné aux enfants pendant les vacances

Sensibilisation des clients aux bonnes pratiques à travers notre **guide d'accueil**

Gestion du matériel usagé (mobilier...) avec la mise en place d'une convention de recyclage avec une ressourcerie.

Mise en place avec la communauté d'Agglomération de la Baie de Somme d'une **analyse des déchets produits** avec la pesée des bacs à déchets et réflexion sur une enquête destinée à quantifier la production de déchets par les touristes.

27)

Bilan carbone	NON
Bilan Gaz à Effet de Serre*	NON CONCERNE PAR LA REGLEMENTATION

*Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

28) Identifiez les principales ressources naturelles utilisées* dans votre production (matière première, eau, énergies...). Indiquez le volume si disponible.

La fourniture d'électricité est faite sous forme de contrat d'énergie verte (100% de la consommation électrique du Domaine est compensée par l'achat d'énergie produite à partir de sources renouvelables).

	2015	2016	2017
<i>Ressource 1</i>ELECTRICITE (KWH).....	240252	236202	223054
<i>Ressource 2</i>FUEL (L).....	8000	7500	10000

29) Identifiez les principaux rejets du processus de production (gaz à effets de serre, emballages, services généraux...) Indiquez le volume si disponible.

Un **collecteur de déchets organiques** est installé dans chaque maison afin de permettre aux clients de porter ceux-ci dans un composteur collectif. Le compost produit sert à amender le jardin potager de la résidence.

Nature des déchets	2015		2016		2017	
	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
.....NON EVALUE.....						

5/ BONNES PRATIQUES D’AFFAIRES : ÊTRE ACTEUR LOYAL ET RESPONSABLE SUR LES MARCHÉS

30) Comment s’organisent les relations avec vos fournisseurs, sous-traitants, concurrents, partenaires ?

Mise en place d’une **politique d’achat local** pour les produits alimentaires et les fournitures.
Travail avec des prestataires locaux pour les activités de services : ménage, entretien.

31) Quelle politique d’achats responsables avez-vous mise en place ? Quel est votre processus de sélection ?

Nous choisissons des **prestataires locaux** et travaillons avec eux depuis longtemps.

→ **85%** localement (dans un rayon de moins de 50KM)

32) Quel est votre processus de suivi et d’accompagnement de vos fournisseurs et sous-traitants ?

Nous entretenons des **relations durables avec nos fournisseurs : un nombre important est référencé depuis l’ouverture il y a plus de 10 ans** : fournisseurs de linge, entreprise d’entretien général, ESAT, le traiteur, fournisseurs de consommables, entreprise d’entretien d’électroménager.

Les fournisseurs sont régulièrement sensibilisés à la démarche à travers les entretiens individuels, les courriers de sensibilisation et les actions portées par le Domaine du Val.

On retrouve certains d’entre eux dans l’association Baie de Somme Zéro carbone, illustrant ainsi notre **partage de valeurs**.

33)

	2015	2016	2017
% fournisseurs audités : AUDIT SOCIAL			
% fournisseurs audités : AUDIT ENVIRONNEMENTAL			

6/ CLIENTS ET CONSOMMATEURS : RESPECTER LEURS INTÉRÊTS

34) Comment s'organisent les relations avec vos clients – B2B et B2C (relations clients, écoute client, satisfaction clients...)?

Notre **relation commerciale est basée sur la confiance et la loyauté** :

- Transparence de la politique commerciale affichée sur notre site web.
- Enquête de satisfaction mise à disposition de chaque client avec gestion d'éventuel litige dans le cadre d'une **écoute attentive**.
- Prise en compte des avis clients mis sur les réseaux sociaux ou sites de réservations en ligne

35) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ?

Tous les ans, l'APAVE vient réaliser les contrôles éclectiques des installations et le SDIS vient tester la défense incendie.

Nous avons des contrats d'entretien annuel avec différents prestataires : organisme de contrôle des extincteurs, Veolia pour la gestion de l'eau et des déchets, constructeur pour l'entretien des maisons, le pisciniste pour la piscine.

36) Comment assurez-vous l'accessibilité pour tous de vos produits/services ?

L'ensemble de notre offre est accessible à l'ensemble de la population.

4 maisons sont homologuées **Tourisme et Handicap**.

37) Comment sensibilisez-vous vos clients aux changements de mode de consommation au regard de votre démarche RSE ?

L'ensemble des activités mises en avant par le Domaine du Val tant en interne qu'en externe sont dans une approche responsable :

- interne : atelier Abeille avec un apiculteur, atelier jardinage pour les enfants, ...
- externe : randonnée pédestre et pirogue guidées par des professionnels

Un **parcours de découverte de la faune et la flore** avec des panneaux pédagogiques a été mis en place dans le domaine.

Au niveau communication, nos **clients sont sensibilisés à chaque étape de leur séjour** sur notre démarche RSE :

- sur notre site web apparait notre démarche RSE
- sur la communication digitale apparait notre logo
- à l'arrivée un logo et l'attestation de Label signalent notre engagement
- dans chaque maison, le logo est affiché et surtout notre **guide de séjour explique l'ensemble de notre démarche**.
- les différents supports (bac à compost, jardins potagers, ruche) permettent d'échanger.

Sur la clientèle séminaire, nous faisons une présentation rapide de notre démarche à l'arrivée. Nous délivrons en fin de réunion une attestation « **SEMINAIRE RESPONSABLE** »

7/ ENGAGEMENT SOCIÉTAL : ALLIER LES INTÉRÊTS DE L'ENTREPRISE ET CEUX DE LA COMMUNAUTÉ

38) Menez-vous des projets en collaboration avec des acteurs de la société civile (associatifs, pouvoirs publics, écoles, ESAT...)?

Le constat est que pour être efficiente, la démarche RSE doit être partagée par le maximum de partenaires d'où **le fort engagement dans des actions collectives au service de la RSE** :

-> Membre du bureau de l'association Baie de Somme zéro carbone (association d'une cinquantaine d'acteurs du tourisme en Baie de Somme ayant pour objet la mise en place d'un tourisme plus responsable). L'association met en place des actions très concrètes : **mise en place de relations circuits courts**, formations, marché et cuisine locavores dans le cadre de la fête de la gastronomie...

-> Membre du Conseil de Développement du Syndicat mixte Baie de Somme 3 vallées. J'ai été l'initiateur du **projet Baie de Somme Responsable** porté par le syndicat.

-> Membre de la CCI Littoral Hauts-de-France avec pour projet **la déclinaison de la démarche REV3 au secteur du tourisme**.

39) Favorisez-vous l'implication de vos collaborateurs (et autres parties prenantes) dans ces projets ?

Les collaborateurs sont complètement imprégnés de la démarche RSE portée par l'entreprise.

III/ SYNTHÈSE

40) Pour conclure, quels sont, selon vous, les 3 points forts de votre dossier ?

La démarche RSE portée par le Domaine du Val s'appuie sur 3 points forts

- la dimension collective de la démarche à travers la **participation et la promotion de la RSE dans différentes structures** : association Baie de Somme zéro carbone, CCI, SMBDS3V
- la sensibilisation et la diffusion de la RSE vers l'ensemble des parties prenantes et des clients à travers des actions concrètes et visibles réalisées dans la résidence.
- la **recherche de progrès permanent** stimulée par le renouvellement tous les 3 ans du label Lucie.