

DOSSIER DE CANDIDATURE
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2020
Catégorie « Entreprises de moins de 10 salariés »

CONFIDENTIEL

Dossier suivi par Noémy MESSI FOU DA et Charlotte CALONNE, Réseau Alliances

I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE

1. INFORMATIONS GENERALES

Raison sociale : 2R AVENTURE

Statut : SARL

Date de création/de reprise : création le 24-02-2009 ; reprise 03-07-2015

Domaine d'activité : vente de matériels et services de plein air et de mobilité

Territoire d'action : France

Effectif : 3 associés + 1 salarié externalisé (force de vente supplétive exclusivement dédiée à 2R Aventure, managée par des experts de la commercialisation et une prestation) (+ des stagiaires)

Adresse complète : 43 avenue Albert Calmette 59910 BONDUES

Personne en charge du dossier :

Noémie ROGEAU, gérante - noemie@2raventure.com - 03.20.13.09.15 - 06.89.32.04.63

Site Internet : www.2raventure.com

Compte twitter : <https://twitter.com/2raventure>

Prix et nominations :

- Label Solar Impulse pour V'Lease 2019
- Choiseul Hauts de France 2019 – Top 100 des jeunes dirigeants
- Sélection BFM Académie - 2019
- Leadexport CCI Internationale– Pépite à l'export 2018
- Trophées du Digital – CCI Hauts de France – Prix du jury ESS 2018
- 3° prix – entreprise textile innovante Promod & BPI Group - 2018
- Mobilitéés – mobilité connectée Keolis Lille - 2016
- Mobilité 0 carbone – Université de Lille 1 – 2016

	2019	2018	2017
Chiffre d'affaires HT	Non communiqués	Non communiqués	Non communiqués
Résultat net	Non communiqués	Non communiqués	Non communiqués

2. CONTEXTE & ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre structure ?

Deux passionnés de voyages adoptent les scooters électriques en Chine. 2R Aventure naît de cette découverte. En 2015, 2R Aventure est reprise par Noémie Rogeau dans l'objectif de devenir une entreprise à impact. (Les 2 créateurs d'origine restent associés). Le business model initialement focalisé sur le e-commerce bascule vers une logique de valeur ajoutée.

2 activités :

> la mobilité durable :

- En **BtoB** : V'lease : fourniture de vélo avec accompagnement dans la mise en place de la démarche (diagnostic, animation et formation, maintenance...).
- En **BtoC** : vente de vélos électriques et développement d'outils d'aide à la décision.
- Participation à des **expérimentations** pour démocratiser la mobilité durable.

> le camping hors-sol :

- Distribution en ligne de produits de camping innovants (tentes suspendues et tentes surélevées).
- Développement d'une marque propre : la Cabaniste 0 (cabane gonflable, produite localement dont chaque élément est remplaçable et d'autres produits tels qu'un pyjama thermique et des guides régionaux des parcs naturels).

2) Pour quelles raisons avez-vous initié une démarche RSE ?

Différentes expériences universitaires et professionnelles à l'international ont ouvert Noémie à une autre culture de mobilité et un autre rapport à la nature. La reprise de 2R Aventure est basée sur l'idée que «dehors, on est plus heureux». Les deux thématiques sur lesquelles travaillent l'entreprise, la mobilité et la découverte de la nature, font de l'entreprise une structure naturellement orientée vers la RSE. Intégrer la RSE sur la question du business model questionne naturellement la façon de travailler. C'est ce qui a poussé 2R Aventure à réfléchir à son impact.

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

Les trophées sont une façon de faire un diagnostic de la politique et des engagements RSE de l'entreprise et donc une possibilité de les faire évoluer. C'est aussi une belle vitrine pour sensibiliser les plus grands acteurs économiques et un accélérateur conséquent en termes de notoriété.

3. PARTIES PRENANTES

4) Quelles sont les parties prenantes prises en compte dans le déploiement de votre démarche RSE ?

Collaborateurs

Société Civile

La Planète

Clients

Collectivités

(environnement)

Fournisseurs

II/ VOTRE DÉMARCHÉ RSE

1. GOUVERNANCE

1.1. MISSION & VALEURS

5) Quelle est la mission de votre structure / sa contribution à la Société ?

2R Aventure a pour mission de « mettre les gens dehors » pour faire découvrir, aimer et protéger ce qui nous entoure.

6) Quelles sont vos valeurs ?

- ✓ Audace
- ✓ Service
- ✓ Responsabilité
- ✓ Intégrité

1.2. ENJEUX & OBJECTIFS RSE

7) Quels sont les enjeux RSE liés à votre activité ?

- La gestion des collaborateurs (mobilité, formation, épanouissement)
- L'accompagnement des clients (diagnostic, formation, suivi, pérennité des actions & durabilité des équipements)
- L'impact environnemental (impact de l'activité, gestion des fournisseurs et produits, de la seconde vie).

8) En fonction de ces enjeux, quels sont les objectifs de votre démarche RSE ?

⇒ **Economiques :**

En travaillant sur les logiques de l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération (EFC), le modèle économique de l'entreprise a évolué. L'objectif n'est plus de chercher du volume de ventes mais de valoriser du service pour maximiser la valeur ajoutée. Petit acteur, nous ne pouvons ni ne voulons concurrencer les grandes enseignes ou les pure players digitaux. Mais nous avons la capacité d'offrir un service qui nous différencie.

Ainsi, nous ne vendons plus uniquement des vélos comme un marchand de cycles mais fidélisons nos clients. Nous réalisons un diagnostic de mobilité en amont. Nous adaptons le matériel et la fourniture mais également le financement (3x sans frais, location longue durée). Nous formons les utilisateurs et animons les communautés que nous avons au travers des réseaux sociaux, de notre newsletter mais aussi de conseils personnalisés.

Nous vendons également des tentes en B2B (hébergement insolite, service de sécurité civile) avec une notion d'accompagnement et de services.

Enfin, nous avons développé une marque locale dont les produits (pyjamas, livres, et cabane flottante) sont fabriqués en France.

Les enjeux économiques nous permettent de travailler dans la durée avec des clients satisfaits et de plus en plus récurrents.

⇒ **Sociaux :**

L'engagement social est d'abord sur le recrutement et la gestion des collaborateurs (stagiaires et salarié externalisé).

Cependant, la mobilité durable est un enjeu social. 25% des français ont refusé une formation ou un emploi pour des raisons de mobilité. Sensibiliser et accompagner les employeurs avec des solutions de mobilité permet d'être inclusif. C'est également le cas d'expérimentations telles qu'Avesnois Mobilité (cf. partie 7. Engagement sociétal).

⇒ **Environnementaux :**

Participer au développement d'une mobilité propre (moins d'émissions), moins consommatrice d'infrastructure, et de promouvoir la nature. Le choix et la gestion des fournisseurs sont donc naturellement impactant (cf. partie 5. Bonnes pratiques d'affaires). Au quotidien, mais aussi, tout au long de l'année, cet engagement responsable se matérialise par une gestion des déplacements, majoritairement effectués à vélo sur la métropole lilloise.

⇒ **Sociétaux :**

Développer une mobilité et des activités de plein air plus durables et naturellement plus inclusives. Ces pratiques ont un enjeu évident sur l'espace public et les services publics.

1.3. MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

9) Comment votre structure implique-t-elle les collaborateurs et/ou d'autres parties prenantes dans la stratégie de l'entreprise ?

Les stagiaires et le salarié ont une **autonomie** importante et une latitude qui permet de faire évoluer l'offre commerciale proposée. Nous travaillons également avec des **structures externes** qui agissent en conseil (force de vente supplétive, pôle de compétitivité, organisme d'accompagnement). Les associés sont destinataires

d'indicateurs mensuels de performance économique et de développement. Enfin, le comité stratégique réunit les 3 associés tous les 6 mois.

10) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes aux enjeux RSE liés à votre activité ? Précisez vers quelle partie prenante

Les collaborateurs sont formés notamment à la mobilité durable à leur entrée dans la structure. Les clients sont accompagnés vers des mobilités durables et inclusives mais aussi respectueuses de l'environnement. Nos fournisseurs s'engagent également sur des sujets RSE.

2. DROITS DE L'HOMME

2.1. DIVERSITE, EGALITE DES CHANCES & LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

11) Comment votre structure favorise-t-elle la diversité & l'égalité des chances ? (Lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, seniors, insertion...)

La mobilité inclusive déployée au sein de notre structure permet d'accompagner certains stagiaires.

La diversité des associés (2 hommes de plus de 50 ans et une femme de moins de 35 ans) assure une certaine parité et égalité de traitement. Nous sommes capables d'aménager le temps de travail comme nous l'avons fait avec l'intégration d'un stagiaire sportif de haut niveau (absent fréquemment pour cause de compétition et d'entraînement).

2.2. DROITS DE L'HOMME & PRINCIPES FONDAMENTAUX DE L'OIT

12) Comment votre structure s'engage-t-elle au respect fondamental des Droits de l'Homme et quels moyens met-elle en œuvre (y compris dans sa politique Achats) ?

La santé et la sécurité de nos collaborateurs (stagiaires et salarié externalisé) est un élément important. Ainsi, le peu de travaux qui peuvent être physiques (transport de vélos) sont réalisés à plusieurs avec les équipements de sécurité adaptés. Les fournisseurs sélectionnés sont soumis aux obligations de lutte contre le travail des enfants et contre le travail forcé lorsque certaines productions sont hors Union Européenne. Les horaires de travail sont indiqués à l'intégration et respectés pour assurer un rythme non discriminatoire.

3. RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL

13) Comment organisez-vous le recrutement, l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur ?

Le recrutement des stagiaires (2 à 3 stagiaires accompagnés par an) est réalisé avec des partenaires et relais (écoles locales, ISTC, EDHEC notamment) ou directement sur des plateformes web (indeed, le bon coin). Ces premiers contacts sont accompagnés de plusieurs entretiens physiques et téléphoniques.

Le stagiaire est formé pendant plusieurs jours (en fonction de la tâche qui lui est dédiée) en binôme : présentation de l'équipe, formation au produit & service et est soumis à un rapport d'étonnement. Il est pendant plusieurs semaines / mois suivi de façon régulière pour assurer sa formation mais aussi son équilibre dans la structure.

→ Depuis la reprise en 2015 : 9 stagiaires ont été formés et accompagnés sur différents sujets (communication, marketing, commercial, infographie, mécanique...).

2R Aventure est incubée dans les locaux d'Optimachines, une PME d'une trentaine de personnes. Cette incubation est liée à une synergie importante. L'accueil des nouveaux arrivants d'une des deux structures contient naturellement une présentation des deux structures.

Nous ne demandons pas de permis B et fournissons une solution de mobilité adapté au besoin du collaborateur. Nous offrons 100% du remboursement des frais de transport en commun, la formation à la réparation d'un vélo de 2^{de} main ou la mise à disposition d'un vélo électrique ou conventionnel en fonction des profils. Nous facilitons le télétravail et l'autonomie.

Le recrutement du **commercial externalisé** avec une force de vente supplétive nous permet d'assurer un management technique adapté avec un manager disposant d'une expérience commerciale et de la connaissance de la gestion des commerciaux. Noémie Rogeau a travaillé avec le prestataire de force de vente supplétive et un spécialiste de la marque employeur pour identifier le bon profil. Celui-ci a été formé sur site et accompagné avec différents supports. À distance (région parisienne), il est accompagné de façon quotidienne par téléphone et de visu de façon mensuelle.

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

Nous proposons : formation (notamment sur les accidents de trajets), accompagnement, travail en équipe (et jamais en solo), équipement adapté (EPI & outillage) qui permettent de limiter les risques lors de la maintenance de vélo (travail peu risqué).

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

Nous encourageons nos collaborateurs au travers de formations diverses avec un mentorat multi-entreprises (nous sommes installés dans les bureaux d'une autre entreprise et facilitons les échanges). Cela va de la (re)mise en selle, à l'apprentissage de la mécanique plus ou moins poussée, la formation graphique & web, commerciale et comptable.

16) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ?

L'encouragement à la mobilité active permet de réduire le stress et les risques sanitaires des collaborateurs. Ceux-ci sont également encouragés à pratiquer une activité physique le midi ou sur le temps personnel notamment avec les conseils de Noémie, ancienne sportive de haut niveau.

17) En quoi les ressources humaines améliorent-elles l'attractivité de votre structure ?

L'équilibre des collaborateurs en fait des ambassadeurs. Que ce soit pour de futurs collaborateurs (c'est le cas des stagiaires qui préconisent l'entreprise à de futurs stagiaires de la même école) ou auprès d'autres parties prenantes (clients, fournisseurs éventuellement investisseurs...).

4. ENVIRONNEMENT

18) Quelles sont les ressources nécessaires à votre activité ? (matières premières, eau, énergies)

Les vélos sont achetés complets. Ils contiennent majoritairement de l'aluminium, des composants électroniques, des batteries lithium ion. Les tentes sont équipées de textiles performants (fibres synthétiques traitées) et de pièces métalliques. La logistique routière ainsi que la tenue d'un bureau et showroom (dans des locaux partagés) impliquent une consommation énergétique.

19) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ? Quels moyens mettez-vous en œuvre pour limiter ces impacts ?

- **Un calculateur carbone** (ci-dessous pour 2019 – selon Good Planet) est réalisé et challengé. Le plan de mobilité fait partie de notre activité et est ré-ajusté régulièrement. La gestion de nos bureaux est partagée et nous essayons de réduire l'empreinte carbone de ces derniers.

(cf. Annexe « vos émissions »)

➔ Près de **5.3 tonnes de CO₂** ont été évitées avec les trajets à vélo sur la métropole lilloise (estimation basée sur une pollution de 120g / km pour une 207 SW) uniquement pour les trajets de Noémie Rogeau sur 4.5 années.

- Les expérimentations locales ont également des potentiels de sensibilisation importants (cf. partie 7. Engagement sociétal)

- Cabaniste, **marque propre de cabane gonflable**, a fait travailler des **designers locaux**, des **industriels locaux** pour le prototypage et inclus un retour d'expérience au sein des filières d'**innovation textile** (Clubtex). **100% de la confection est française**. Seul un tissu n'est pas de fabrication française car la technologie n'existe pas. Pour les premières séries (environ 50 unités), il a été sourcé dans les stocks inutilisés et dédiés au rebus d'un partenaire. **Les prototypes ont valorisé exclusivement des fins de stocks ou des chutes**. Ainsi, 100% de la valeur ajoutée de la Cabaniste 0 est française. Et dans la limite possible, plusieurs éléments permettent de valoriser de l'**upcycling*** et une **réutilisation de chutes de tissus peu recyclables** (40% des textiles utilisés).

* *Upcycling = action de récupérer des matériaux ou produits dont on n'a plus l'usage afin de les transformer en matériaux ou produits de qualité ou d'utilité supérieures.*

5. BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES

20) Comment intégrez-vous la RSE dans votre démarche d'achats et dans la relation avec vos fournisseurs ?

Nos fournisseurs sont issus d'une sélection qui intègre notamment la RSE :

- Tentsile a été choisi notamment pour son implication dans la reforestation,
- LuminAID pour ses actions humanitaires (en Haïti, au Népal et autres),
- Norrona pour sa recherche poussée autour de la durée de vie de ses matériaux,
- Bosch pour sa fiabilité et capacité d'offrir des produits durables et la gestion de la seconde vie,
- Riese Und Müller pour sa production européenne, la gestion de ses ressources humaines et son implication dans des projets expérimentaux (carvelo2go - vélo partage en Suisse notamment)...

Le développement d'un produit en marque propre se fait en France avec des partenaires proches géographiquement et validés aussi en fonction du respect de l'environnement et de leurs collaborateurs.

21) Quelles règles éthiques avez-vous établies vis-à-vis de vos concurrents ?

Nous n'avons pas de concurrents directs sur une autre offre de vélo de fonction avec un catalogue de produits et services aussi conséquent. Cependant, la mobilité est un secteur innovant et plusieurs autres approches peuvent être considérées comme concurrentes. Lorsque le diagnostic amont met en avant une autre solution plus pertinente, celle-ci est conseillée au client. Nous tâchons de nous démarquer systématiquement avec de l'innovation et du service à valeur ajoutée pour éviter d'avoir une concurrence peu productive axée uniquement sur le prix. Nous nous engageons à tenir les prix publics préconisés par nos fournisseurs.

6. CLIENTS ET CONSOMMATEURS

22) Proposez-vous une offre responsable à vos clients/consommateurs ? Si oui, laquelle ? Si non, pourquoi ?

Nos deux offres sont responsables : la mobilité (V'lease), et l'habitat temporaire dans la nature (Cabaniste).

- **V'Lease** est une offre de services (intégrant la sensibilisation, l'animation, la vente ou la location longue durée et la maintenance) tout compris de vélos (à assistance) électrique(s) de fonction destinée aux employeurs.

→ Près de **1000 collaborateurs ont été sensibilisés** de façon individuelle au vélo à assistance électrique via un test ou un échange lors des animations réalisées sur un site de la région Hauts-de-France.

- **Cabaniste** est la première marque outdoor non extrême, made in France construite autour d'une cabane gonflable qui s'installe partout (eau, neige, arbres...) et se démonte (en quelques secondes) sans laisser de traces.

Initialement simple distributeur en ligne de produits de camping innovant (tentes suspendues et tentes surélevées), pour les marchés d'urgence et d'aventure, 2R Aventure a évolué grâce à **l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération (EFC)**. La sensibilisation à l'EFC a permis à l'entreprise et sa dirigeante de **faire le pari de développement d'une marque propre, Cabaniste, et du développement d'un produit innovant conçu et manufacturé à 99% en France.**

Cabaniste est une marque française déposée, non extrême pour permettre à tout un chacun de profiter d'une nuit, d'une sieste ou d'une pause dans la nature. Cabaniste 0 est une **cabane gonflable brevetée** qui se porte, s'installe et se désinstalle en 5 minutes. Elle flotte sur l'eau, se suspend aux arbres et s'installe sur tous types de sol à hauteur d'assise. En complément de la Cabaniste 0, la marque a développé un **guide des parcs naturels français** permettant de les promouvoir et une **panoplie de Cabaning** : un ensemble de pyjama antibactérien, anti-humidité made in St André lez Lille et personnalisé au plateau fertile.

23) Comment sensibilisez-vous vos clients/consommateurs à la consommation responsable ?

Les produits proposés sont sélectionnés pour leur **durabilité** et leur **capacité de réparation**. À la livraison, nous formons nos clients à un usage responsable et aux premiers éléments de maintenance et d'entretien qui permettent d'allonger la durée de vie du produit.

2R Aventure a développé des **outils de réassurance** autour d'une **plateforme YouTube** pour **démocratiser la technologie d'un vélo à assistance électrique**. Avec 2500 modèles présents sur le marché, il est particulièrement difficile pour un néophyte de faire un choix. Le site web et les tutoriels YouTube ainsi que des actions ponctuelles de communication grand public (ex. [ici](#)) ont vocation à **sensibiliser les usagers aux différentes technologies adaptées à différents usages**. Cette plateforme est développée en parallèle d'un **showroom accessible au public** mettant à disposition 20 vélos à assistance électrique pour tester et découvrir les modèles qui sont adaptés au besoin de l'utilisateur. Venir tester un vélo chez 2R Aventure c'est passer une heure accompagnée, guidé vers la technologie adaptée et profiter des outils correspondants (accessoires mais aussi plateformes GPS, fiscalité, et bons conseils).

24) Comment intégrez-vous la RSE dans la relation clients/consommateurs (accessibilité, relation court terme et long terme, satisfaction...) ?

En amont d'une vente, nous proposons un **diagnostic** (plus ou moins lourd et engageant) permettant d'adapter l'offre au besoin. À la livraison ou mise en place, nous intégrons une session de **formation** (cf. plus haut) et assurons un suivi avec un entretien (optionnel), une newsletter, un blog et une animation des réseaux sociaux permettant de **transmettre bons conseils & bonnes pratiques**.

7. ENGAGEMENT SOCIÉTAL

25) Expliquez vos actions sociétales et précisez pour chacune l'implication de vos collaborateurs et les liens avec vos parties prenantes :

L'**implication sur le territoire** et la **sensibilisation au vélo** est réalisée par l'ensemble des collaborateurs. Lors de leur intégration, ils sont formés et sensibilisés à la mobilité durable et agissent notamment en relai locaux lors d'événements. La polyvalence de l'équipe lui permet d'avoir une action responsable sur la plupart des parties prenantes : les stagiaires en communication sont formés à la mécanique et peuvent accueillir un client ou faire un premier diagnostic de réparation.

L'engagement sociétal passe également par des développements locaux conduits par l'entreprise.

- La participation à des actions de sensibilisation et d'échanges de bonnes pratiques : Réseau Alliances, World Forum for a Responsible Economy, Rev3 et Rev3days, participation aux commissions mobilité & aménagement du MEDEF...
- Plus de coopération et collaboration avec des partenaires privés (Keolis Lille, un certain nombre d'entreprises régionales : ADEO, Leroy Merlin, Damart, La Redoute, Verspieren, ID Kids..), de groupements d'acteurs (ClubTex, Réseau Alliances, CCI, Rev3, I-viatic) et de partenaires publics (MEL, villes, région...). 2R Aventure s'engage également en mettant en relation ses différents partenaires pour des échanges de bonnes pratiques.

Des expérimentations locales avec les collectivités ou délégation de service public sont également un des marqueurs de cet engagement :

- **Pedalille avec Keolis (Ilévia)** : développement d'une application digitale de remise en selle (calculateur d'itinéraires vélo, valorisation de l'écosystème vélo et bons conseils personnalisés adaptés au profil utilisateur – lancement prévu T1 – 2020).

Pedalille: la MEL estime à 540 000 le nombre de vélos en état de marche sur la voie publique en 2016. Le taux d'équipement des foyers est inférieur à 50%. Seuls 61 000 déplacements par jour soit 1.5% de part modale sont réalisés à vélo sur la MEL. Le potentiel de remise en selle et d'utilisateurs de Pedalille est donc colossal.

- **Avesnois Mobilité avec Transdev** : mobilité multimodale pour le retour à l'emploi à Fourmies, 2R Aventure est intervenu sur la mobilité vélo avec la formation au vélo et la définition de l'offre de mobilité douce (2018 – 2019).

Université Lille 1 – campus 0 carbone (projet conçu pour 20 000 étudiants) : lauréat du concours pour le développement d'un écosystème vélo en partenariat avec *Les mains dans le guidon* (atelier d'autoréparation) pour développer une maison du vélo. (Abandonné à la suite de la fusion juridique des universités) - 2017.

- **IMP]²ULCE** : coporté par Réseau Alliances & Université de Valenciennes pour tester les nudges sur 110 sites employeurs (35 000 employés) de la région Hauts-de-France pour accompagner la mobilité verte. 2019-2021. [IMP]²ULCE a le potentiel de toucher près de 35 000 collaborateurs des Hauts de France pendant 14 mois.

III/ FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

26) Qu'est-ce qui permet la réussite de votre démarche RSE (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ? (Les difficultés rencontrées et surmontées peuvent apparaître ici).

Les valeurs partagées de l'entreprise sont responsables. C'est un symbole de l'engagement de la structure et une motivation. Les limites des capacités financières et humaines peuvent freiner la rapidité de mise en œuvre mais n'ont pas d'impact sur la finalité. Le partage de ces valeurs avec les diverses parties prenantes : clients, fournisseurs, collaborateurs permettent de créer des relations de confiance et pérennes qui sont constructives.

27) En quoi votre démarche RSE contribue-t-elle aux performances de votre structure ?

La démarche notamment autour du business model permet de valoriser l'expertise et la valeur ajoutée de l'entreprise. Les démarches d'innovations responsables lui apportent un atout concurrentiel inégalé. Enfin, les notions de partage et de mises en relation ont un impact positif sur le portefeuille client et la notoriété de l'entreprise.

ACTE DE CANDIDATURE

- J'accepte les conditions du règlement des Trophées de l'Economie Responsable (*voir Règlement sur www.reseau-alliances.org*)
- Je m'engage à être sincère et transparent au travers de la candidature de ma structure

Cachet & Signature

Précédés de la mention "lu et approuvé"



Vos émissions s'élevaient à environ

23,48 tonnes équivalent CO2

Le coût total de la compensation de ces émissions est de 516,56 Euros

Votre compensation

516,56 €

COMPENSER MAINTENANT

