

ÉDITION 2023

**DOSSIER DE CANDIDATURE  
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2023**

**CONFIDENTIEL**

NB : En fonction de votre type de structure, vous pouvez préciser « non concerné ou non applicable » le cas échéant

---

**I/ PRÉSENTATION DE LA STRUCTURE CANDIDATE**

---

**INFORMATIONS GÉNÉRALES**

---

Raison sociale / nom commercial : ALIVE GROUPE

Statut (SA, SASU, SAS...) : SASU

Date de création/de reprise : 1995

Domaine d'activité : Cliquez ici pour entrer du texte.

Prestataire technique événementiel, intégrateur audiovisuel QUALIFELEC, organisme de formation certifié QUALIOP

Territoire(s) d'action : National, International

Effectif : 400

Adresse complète : 119 Chaussée Marcelin Berthelot – 59 200 TOURCOING

Personne en charge du dossier :

**Nom** : TESSIER      **Prénom** : Déborah      **Fonction** : Responsable Qualité Sécurité Environnement

**E-mail** : [d.tessier@group-alive.com](mailto:d.tessier@group-alive.com)      **Tél. fixe** : 0320112929      **Tél. mobile** : 07.62.73.05.42

Autres contact(s) : VEIGA Anthony, Responsable Communication, [a.veiga@group-alive.com](mailto:a.veiga@group-alive.com)

Site Internet : <https://www.group-alive.com/>

Compte Réseaux Sociaux (twitter/Facebook/LinkedIn/Instagram...) :

- LinkedIn Alive Group : <https://www.linkedin.com/company/alive-groupe/>
- Instagram Alive Group : <https://www.instagram.com/alivegroup/>
- Facebook Alive Group : <https://www.facebook.com/alivegp>

Prix et nominations :

Cliquez ou appuyez ici pour entrer du texte.

Certifications :

- Label des Prestataires de Service du Spectacle Vivant
- Label PRESTADD

Votre contact Réseau Alliances : Pauline COLLET – [pcollet@reseau-alliances.org](mailto:pcollet@reseau-alliances.org) – 03.20.99.46.88

- ISO 20 121 en cours
- ECOVADIS Silver
- Membre du Club des Eco Prestataires (REEVE)
- QUALIFELEC
- QUALIOPI

Signature de charte d'engagement particulières :

Charte Relations Fournisseurs Achats Responsables (RFAR)

- **Dans le cas d'une forte évolution budgétaire, du CA et/ou du résultat net : comment expliquez-vous cette situation par le contexte externe et interne à l'entreprise ?**

La filière événementielle a fortement été impactée par la crise sanitaire COVID, ce qui explique la forte évolution budgétaire.

- **Dans le cas d'une différence significative entre le CA et le résultat net : comment s'explique cet écart pour votre structure ?**

## CONTEXTE & ACTIVITE

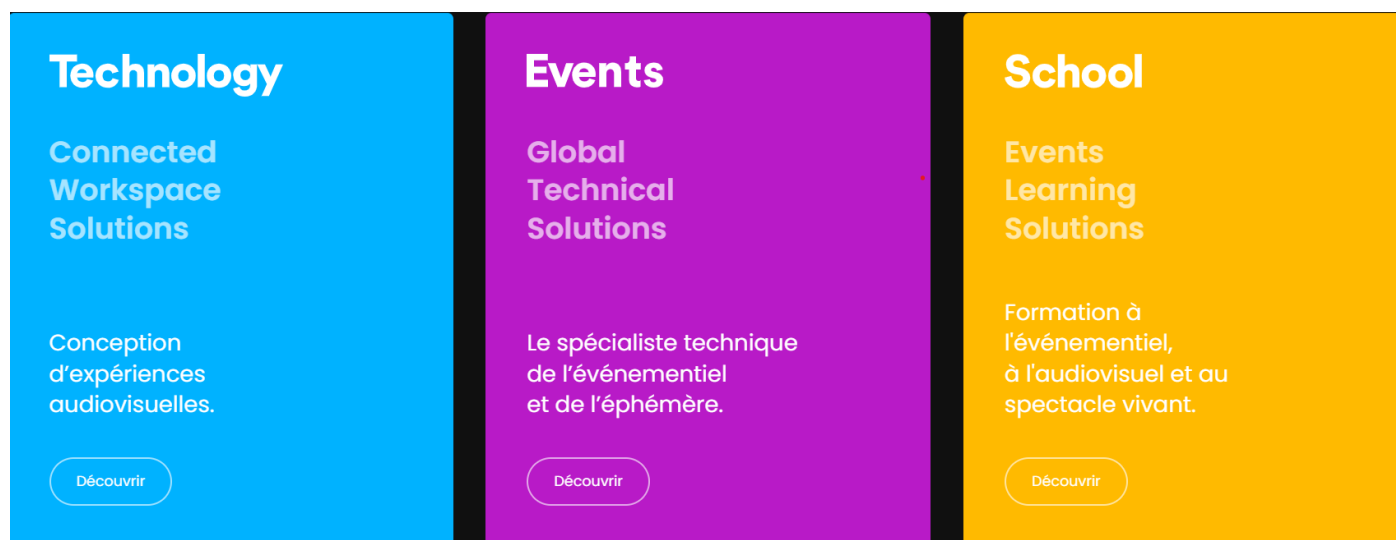
### 1) Racontez-nous l'histoire de votre structure.

L'histoire d'Alive, c'est avant tout une histoire de passion. Celle d'un DJ qui animait les soirées de la jeunesse lilloise dans les années 90, et a fondé une société qui, en 25 ans, est devenue une ETI composée de près de 500 collaborateurs. Aujourd'hui présente en France et à l'international, cette success story n'a jamais empêché de garder la simplicité et l'authenticité qui caractérisent cette entreprise et le territoire du Nord dans lequel elle est née.

Le siège social est toujours à Tourcoing et depuis 2018 installé dans les anciens entrepôts de la Redoute à Tourcoing sur 45 000 m<sup>2</sup>. Ces locaux classés à l'inventaire des bâtiments de France ont été rénovés pour accueillir nos équipes. Dans un souci de proximité, d'optimisation et de limitation des kilomètres nous avons créé 6 agences qui accompagnent le maillage en France et en Suisse: Paris Nord, Paris Sud, Angers, Lausanne, Lyon et Cannes (ouvert cette année).

### 2) Quelle est votre activité et qui sont vos clients/bénéficiaires ?

Notre activité s'axe autour de 3 marques: Aive School, Alive Technology et Alive Events respectivement spécialisées dans la formation professionnelle et initiale, l'intégration audiovisuelle et la prestation technique événementielle.



La branche événementielle (Alive Events) constitue 90% de notre activité et nos clients sont principalement :

- des agences événementielles : Publicis live, Auditoire, Live nation, Hopscotch ...
- des lieux d'événements: Lille Grand Palais, La Défense Arena, le Vélodrome de St Quentin et de Roubaix...
- des organisateurs d'événements: ASO, Quinze mai, Infopro, LOSC...
- des annonceurs: Cofidis, Decathlon, Bonduelle...

<https://www.group-alive.com/>

Pour quelles raisons avez-vous initié une démarche RSE ? Votre démarche est-elle issue d'une réflexion récente ou a-t-elle toujours fait partie de l'ADN de votre structure ?

Depuis plus de 10 ans, le Groupe ALIVE est engagé dans une démarche RSE, afin de contribuer à rendre l'événementiel de demain plus responsable.

Notre démarche RSE est en amélioration permanente, de manière à prendre en compte l'évolution des enjeux de notre écosystème et les attentes de nos parties prenantes, notamment nos clients, collaborateurs et fournisseurs. Notre potentiel réside en nos collaborateurs, qui sont à l'origine d'actions concrètes au quotidien.

Labellisé PRESTADD depuis 2012, ALIVE est un acteur impliqué dans la vie économique de la Région et participe à de nombreuses initiatives locales. Nous sommes membres de l'organisation Hello Lille. Alexis DEVILLERS, PDG

fondateur, est président de l'association Dream Makers. Nous participons également à des actions caritatives, comme la course Lille Hardelot.

Nous poursuivons notre dynamique en menant le projet structurant de certification ISO 20121, pour lequel nous avons reçu un avis favorable.

Nos démarches et impacts sont détaillés par la suite.

### **3) Quels sont les principaux enjeux RSE liés à votre activité et à vos parties prenantes internes/externes ?**

Nos principaux enjeux de RSE impliquent :

- La performance économique de notre organisation :
  - o En proposant une offre claire correspondant aux attentes et à la valeur d'utilité perçue par nos clients
  - o En animant les équipes autour de méthodes et outils de travail structurés et communs
- La limitation de l'impact de nos prestations sur l'environnement
  - o En développant une démarche d'achats responsables, orientée vers le territoire, nous permettant avec nos clients et fournisseurs de co-construire des événements plus responsables
  - o En optimisant notre logistique et en s'orientant vers des transports durables
  - o En limitant nos déchets et en offrant une seconde vie à nos produits
- La préservation des conditions de travail de nos collaborateurs
  - o En maintenant de bonnes conditions de travail dans le respect des règles de sécurité
  - o En développant les compétences de nos équipes et en formant les professionnels de demain
  - o En poursuivant nos actions avec le tissu associatif local

### **4) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?**

Nous candidatons aux trophées pour :

- Appuyer notre démarche RSE Groupe
- Donner de la visibilité à la démarche (client et collaborateurs)
- Être challengé/accélérer pour faire évoluer nos process, nos achats et notre offre

## PARTIES PRENANTES

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

Collaborateurs	<input checked="" type="checkbox"/>
Clients	<input checked="" type="checkbox"/>
Fournisseurs	<input checked="" type="checkbox"/>
Actionnaires	<input checked="" type="checkbox"/>
Société Civile	<input checked="" type="checkbox"/>
Collectivités	<input checked="" type="checkbox"/>
Associations	<input checked="" type="checkbox"/>
Écoles, universités	<input checked="" type="checkbox"/>
Environnement (biodiversité, ressources naturelles...)	<input checked="" type="checkbox"/>
Autre : Précisez	

Répondez aux questions ci-après en expliquant vos actions RSE emblématiques, innovantes et leurs bénéfices pour l'entreprise et ses parties prenantes. Indiquez si possible pour chaque action des indicateurs chiffrés probants.

## II/ VOTRE DÉMARCHE RSE

### 1. GOUVERNANCE

#### MISSION & ENGAGEMENT

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

La mission et la vision de notre structure est la suivante :

“Nous rassemblons et connectons le monde avec nos solutions audacieuses et engagées.”

“Rassembler les mondes, créer des moments de partage autour du sport, de la musique, salons professionnels, événements d'entreprise”

Elle se traduit dans notre contribution à la Société à travers :

- **La création d'une culture de l'égalité.** Notre mission est de promouvoir l'égalité pour tous. En tant que dirigeants, nous donnons l'impulsion pour créer le mouvement de l'action au profit de l'évolution sociale chez Alive mais aussi chez nos clients en tissant des liens solides avec nos clients.
- **Le développement durable :** notre rôle est de créer les conditions favorables pour faire de l'environnement une partie prenante de l'entreprise et faire de chaque collaborateur un acteur de cette politique : achats durables, fabrication responsable et engagée, réduction de notre bilan carbone, optimiser le cycle de vie de nos produits ...
- **Le développement d'une marque employeur forte :** Nous avons vocation à développer de l'emploi, intégrer les talents, former les équipes, s'impliquer localement pour créer une dynamique économique qui va au-delà de l'entreprise

##### 2) Quelles sont vos valeurs ?

O PARADIS ☑ Optimisme / Passion / Appartenance / Responsabilité / Ambition / Disponibilité / Innovation / Simplicité  
Ces valeurs ont été écrites il y a quelques années de manière collaborative lors d'un séminaire vision !

Elles sont aujourd'hui utilisées au quotidien dans nos relations avec nos clients et partenaires, elles sont au cœur de notre recrutement et portent l'entreprise dans ses réflexions stratégiques et opérationnelles.

**3) Comment votre entreprise intègre-t-elle la performance sociale et environnementale dans la prise de décision ?**

Le passage ISO 20121 nous a permis de structurer notre gouvernance et donc nos décisions autour de nombreux indicateurs et notamment de nouveaux indicateurs concernant la performance environnementale et sociale. Notre politique RSE écrite, partagée et déployée intègre des objectifs sociaux, économiques et environnementaux qu'il convient de piloter et d'analyser pour orienter les nombreuses décisions prises et ajuster nos choix politiques.

**4) Quelles pratiques votre entreprise a-t-elle mis en place pour promouvoir l'éthique dans la prise de décisions et pour prévenir la corruption ?**

Nos valeurs sont notre principal vecteur de promotion de l'éthique auprès de nos collaborateurs mais aussi de nos fournisseurs, partenaires et clients. Elles sont communiquées dès les 1ers contacts. Ex. le parcours d'intégration d'un nouveau collaborateur propose une journée dédiée à l'éthique, les bonnes pratiques et la manière de porter nos valeurs.

Afin de prévenir la corruption, notamment dans le cadre de nos achats :

- Nous avons créé un poste de Responsable Achats,
- Nous lançons systématiquement des appels d'offre pour les achats significatifs,
- Pour les petits achats, nous consultons systématiquement plusieurs fournisseurs.

### 5) Comment vos parties prenantes sont-elles mobilisées dans votre démarche RSE ?

Le dialogue avec nos parties prenantes s'adapte à chacune d'entre elles.  
Nous échangeons avec nos collaborateurs, clients et fournisseurs quotidiennement.

Le système de gouvernance mis en place au sein du Groupe, permet un échange des informations avec nos **collaborateurs** de la stratégie de l'entreprise à sa mise en place opérationnelle.

Les Comités de Direction (mensuels), d'Exploitation (mensuels), les réunions de service (mensuels), CSE (trimestriels), entretiens annuels ainsi que la proximité des managers avec leurs équipes facilitent la mobilisation des équipes.

L'Intranet et l'affichage dynamique sur les sites permettent également de mobiliser les équipes.

Des séminaires sont régulièrement organisés ainsi que des moments de retrouvailles des collaborateurs, au travers de fêtes de fin d'année et de barbecue estival. L'occasion d'échanger dans la bonne humeur.

Au-delà de la relation qu'entretiennent les commerciaux avec **nos clients**. Ils sont également consultés au travers d'enquêtes de satisfaction mensuelles basées sur un échantillonnage et d'un baromètre annuel. Inscrit dans une relation de partenariat, nous rencontrons régulièrement nos fournisseurs, et à minima annuellement, afin d'échanger sur nos relations, démarches respectives, les nouveautés produits, ...

Nos **fournisseurs** sont interrogés sur leur démarche RSE, à travers la démarche d'achats responsables du Groupe. Nous les rencontrons régulièrement afin d'échanger sur leurs actualités et nouveautés.

Nous rencontrons **nos financeurs** régulièrement : les fonds d'investissements, 4 fois par an, les banques deux fois par an.

Une newsletter est transmise à notre base de données mensuellement, intégrant les actualités RSE.

ALIVE organise son SUMMIT, une fois par an. Nous réunissons toutes nos parties prenantes : clients, collaborateurs, partenaires et fournisseurs, sur notre site de Tourcoing. L'occasion d'ouvrir notre environnement de travail, de faire découvrir notre outil de production, nos savoir-faire et nos métiers. Au programme de cet événement : plénières inspirantes, parcours immersif, showroom de start-ups (invitées) et beaucoup de moments d'échanges.

Cet événement est né à la sortie de la crise sanitaire, après de nombreux mois sans rencontre en présentiel et une crise majeure pour notre secteur d'activité. Le Summit est placé sous le signe du positif, de la réflexion, de l'innovation et du partage.

→ <https://www.youtube.com/watch?v=78v4XcXtjls>

### 6) Comment communiquez-vous vos engagements à vos parties prenantes ?

#### Donner un exemple pour chacune des parties prenantes.

La communication de nos engagements à nos parties prenantes utilise plusieurs canaux.

**Toutes parties prenantes :**

- Site Internet / rubrique Engagements : <https://www.group-alive.com/alive-group-engagements-wip>

- Réseaux sociaux / Page LinkedIn Groupe
- Newsletters / Emailing
- Participation à des événements : HEAVENT, COM' EN OR DAY

**Clients :**

- Site Internet mobilier / démarche Be Engaged : <https://mobilier.group-alive.com/be-engaged>
- Plaquette de présentation de la démarche
- Évènements, type salon professionnel

**Collaborateurs :**

- Intranet
- Supports interne de la démarche
- Réunions régulières
- Newsletter

**Fournisseurs :**

- Rendez-vous fournisseurs
- Journée technique, salon (Workspace Expo)
- Réseaux sociaux
- Site internet
- Newsletter / Emailing

**Financeurs :**

- Assemblée Générale
- Rendez-vous financeurs
- Rapports

## **PILOTAGE**

---

### **7) Réalisez-vous un rapport extra-financier ?**

Non. La réglementation actuelle ne s'applique pas pour notre organisation (<500 collaborateurs). Néanmoins nous l'intégrons dans nos réflexions, afin d'anticiper sa mise en application prochaine.

### **8) Avez-vous mis en place des indicateurs de performance globale (économiques, sociaux et environnementaux) que vous ne mesuriez pas avant ? Si oui, lesquels ?**

*Exemple de critères ESG : respect des droits fondamentaux, équité hommes et femmes, lutte contre la corruption, impact environnemental...*

Oui.

Taux de satisfaction client (90%), Consommation énergétique des bâtiments, suivi de la sinistralité, part d'inclusion, rapport égalité femmes / hommes (indicateurs détaillés à la question 17), déploiement de la démarche d'achats responsables, part de produits identifiés responsables (6,5% de nos références agencement/aménagement), taux de valorisation des déchets (40%), ...

### **9) Prenez-vous en compte des critères extra-financiers dans vos investissements ?**

*Exemple de critères ESG : respect des droits fondamentaux, équité hommes et femmes, lutte contre la corruption, impact environnemental...*



Oui. Le lieu de production, la démarche RSE fournisseur.

Selon le type d'investissement : matières premières utilisées, durabilité et réparabilité du produit, poids, éléments logistiques, polyvalence, consommation énergétique, filières de recyclage en fin de vie, ...

### **BEST PRACTICES « GOUVERNANCE » :**

Si nous devons retenir uniquement 2 bonnes pratiques RSE innovantes de votre entreprise autour de la gouvernance... Quelles seraient ces bonnes pratiques ?

Indiquer 2 “best practices” mises en place dans ce domaine d’action qui vont au-delà de la réglementation.

**Best practice 1 :** Commencer toutes les réunions stratégique, COMEX et de Direction par un **tour météo**, afin d’avoir le ressenti et l’état d’esprit personnel et professionnel du collaborateur prenant la parole.

**Best practice 2 :** Création, tournage, montage et diffusion de **8 capsules vidéo sur les objectifs ISO 20121 du Groupe**. Ces vidéos ont été réalisées en interne par le service communication et en collaboration avec la Direction. Dans ces capsules, la Direction s’adresse face caméra à tous les collaborateurs de manière simple, fluide et en totale transparence. Les vidéos ont été diffusées en interne via des newsletters et notre intranet à un rythme d’une par semaine. Pour augmenter l’engagement, nous avons mis en place des questionnaires à la suite de chaque sortie de vidéo. L’initiative a bien fonctionné : une cinquantaine de collaborateurs actifs se sont pris au jeu chaque semaine pour répondre aux questionnaires. Les collaborateurs les plus assidus ont été sélectionnés pour un tirage au sort mettant en jeu trois tablettes numériques. Le côté “décalé” de certaines vidéos a créé une interaction au sein de l’entreprise et c’est naturellement que les collaborateurs en échangeaient entre eux.

## 2. COLLABORATEURS

### RESSOURCES HUMAINES RESPONSABLES

10) **Que mettez-vous en place pour vos collaborateurs au sein de votre entreprise, au-delà de la réglementation ?** (Recrutement, parcours d'intégration, formation, mobilité interne, qualité de vie au travail, rémunération, prévention des risques, aménagements de postes...)

- Parcours d'intégration à l'arrivée du collaborateur et remise d'un livret d'accueil
- Remise de goodies et vêtements de travail logotés
- Mise en place d'un Campus via notre centre de formation
- Intégration d'alternants (contrats d'apprentissage et de professionnalisation) et stagiaires
- Salle de sport mise à disposition
- Mise en place de Spart (plateforme de bien-être et sport en entreprise)
- Olympiade annuelle (activités sportives, partage entre collaborateurs)
- Soirée Noël
- Séminaire annuel commercial au Club Med
- Déjeuner de bienvenue (trimestriel) et présentation du groupe par le PDG
- Accord de Participation étendu sur le groupe
- Attribution de tickets resto d'une valeur de 7 €
- Attribution de cartes cadeaux (noël, évènement familial : mariage, naissance...)
- Versement d'une prime d'ancienneté dès 20 ans
- Célébration pour la médaille du travail

11) **Comment vos collaborateurs sont-ils impliqués dans la gouvernance de l'entreprise (comité, partage de la valeur, prise de décisions collaboratives...)?**

- Organisation de séminaire par service (partage entre collaborateurs, point d'amélioration)
- Mise en place de Comex mensuel en présence de la Direction et des services supports, exploitation, production...
- Liberté d'embauche pour les managers (recrutement, profil...)
- Organigramme de gouvernance
- Réunion annuelle bilan (présentation chiffres)
- Ouverture du capital aux managers

12) **Quelles actions favorisent la diversité et l'inclusion dans votre structure et qui les portent ?**

- Participation à la journée européenne DUODAY, pour la constitution de binômes constitué d'un collaborateur de l'entreprise et d'une personne en situation de handicap ☑ Service RH
- Intégration de sous-traitants, via des Entreprises Adaptées ou Chantier d'Insertion, notamment pour les retours de mobilier ou les installations sur prestation ☑ Production, logistique
- Confection de certains de nos produits avec des ateliers d'Insertion ☑ Chef de produit
- Contrats avec des sous-traitants ESUS, ESAT, ... : Recyclage papier, récupération DEEE, collecte déchets, audit interne ISO, ... ☑ QSE
- CAMPUS ouvert à tous, sans CV, pour la formation à nos métiers, en partenariat avec Pôle Emploi et l'AFDAS : Alive School, détaillé plus bas dans la best practice n°1 de la question 17.

**13) Merci de remplir ce tableau d'indicateurs et leurs évolutions sur les dernières années ou d'indiquer N/A si vous n'êtes pas concernés.**

Indicateurs	Année 2021	Année de référence (à préciser :2022)
Effectif de l'entreprise	371.59	424.37
Répartition Homme/Femme	293.63H / 77.96F	312.64H / 111.73F
Composition du CODIR	7	8
Effectif des collaborateurs en CDI	316.83	362.39
Moyenne d'âge	39	37
% de personnes Reconnues en Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH) dans vos équipes ?	3.05	3.30
Effectif des personnes en situation d'apprentissage	11.33	28
Turn-over	33.83	42.4
Taux d'absentéisme	3.49	5.42
Nombre d'accidents du travail	21	44
Taux de satisfaction des collaborateurs (si calculé)	-	-
% de la masse salariale consacrée au plan de formation	1.48	0.86
Nombre de collaborateurs ayant évolué dans l'entreprise (mobilité interne)	12	43

**BEST PRACTICES « COLLABORATEURS » :**

Si nous devons retenir uniquement 2 bonnes pratiques RSE de votre entreprise portée sur les collaborateurs ... Quelles seraient ces bonnes pratiques ? Indiquer 2 "best practices" mises en place dans ce domaine d'action qui vont au-delà de la réglementation.

**Best practice 1 :**

**ALIVE CAMPUS** : Formation de nos nouveaux collaborateurs, ouverte à tous, en partenariat avec l'AFDAS et Pôle Emploi. Deux parcours sont proposés : Technicien polyvalent audiovisuel, technicien polyvalent agencement.

Le premier mois intègre une formation à la RSE ainsi qu'une sensibilisation par l'atelier de La Fresque du Climat. Les stagiaires suivent ensuite un passeport sécurité pendant lequel ils passent leurs habilitations et permis, avant d'être formés par un apprentissage par le geste, par nos équipes d'experts pendant un an.

Le campus Alive est une réponse à un constat accablant sur le marché : le manque de main-d'œuvre qualifiée. La période de la COVID19 a été cruelle pour le marché de l'événementiel, les intermittents du spectacle se sont réorientés ou reconvertis dans d'autres secteurs.

Le campus Alive est venu répondre en interne à cette problématique conjoncturelle. Le processus de recrutement s'est réinventé : plus de CV ni lettre de motivation, uniquement de la volonté et de la passion. De nombreux jeunes issus de tout milieu ont été reçus et recrutés pour un processus de formation innovant.

Les apprenants ont ensuite la possibilité d'intégrer l'entreprise en CDI. Suite à la première promotion, ce sont 7 nouveaux collaborateurs qui ont intégré les équipes Alive, en CDI. Les collaborateurs ont activement participé à ce processus de formation, certains d'entre eux se sont transformés en de véritables pédagogues, partageant leurs savoir-faire et leur passion.

## **Best practice 2 :**

### **Promotion du sport en entreprise :**

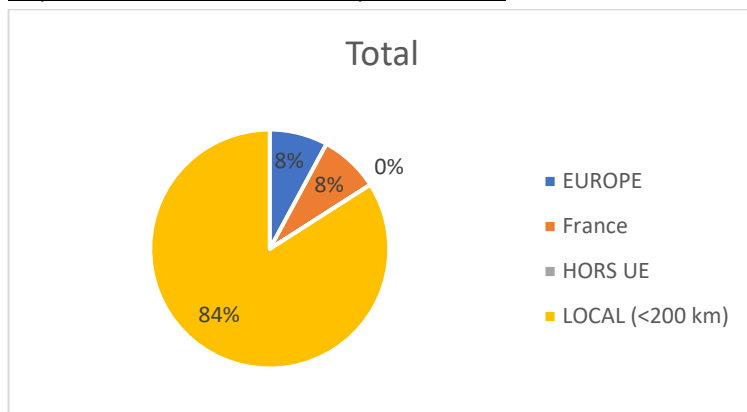
- Salle de sport à disposition
- Course de vélo Lille Hardelot : organisation de la course et donation œuvre sociale
- Déploiement de l'application SPART : l'application sport + santé pour le bien-être des salariés. Chaque semaine, nos collaborateurs reçoivent des conseils bien-être et relèvent des défis sportifs ou ludiques, seuls ou en équipe. Tous se prennent rapidement au jeu et se mobilisent autour d'un objectif solidaire au profit d'une association.

### 3. COLLECTIVITES

#### IMPACT ECONOMIQUE ET RAYONNEMENT

##### 14) Comment votre entreprise privilégie le local ? (Approvisionnement, sourcing, embauche...)

Répartition des achats 2022 (part du CA) :



Le Groupe ALIVE a à cœur de travailler avec des partenaires locaux. Aussi bien avec des fournisseurs de matériel, consommables, ... qu'avec des prestataires de services, nos sous-traitants, ... Cela représente plus de 80% de nos achats.

Nous sommes également en lien avec les acteurs locaux (Mairie, agglomération, associations, ...) pour participer à certaines initiatives : forums emplois, activités associatives, salons régionaux, ...

##### 15) Avez-vous travaillé avec vos parties prenantes (clients, fournisseurs, collaborateurs, concurrents...) pour améliorer la performance sociale, environnementale ou sociétale de votre entreprise ?

Nous sommes en contact permanent avec nos parties prenantes.

Les réponses aux questions 5 et 6, permettent d'avoir une idée du travail réalisé avec celles-ci pour améliorer notre performance sociale, environnementale et sociétale.

#### ENGAGEMENT CIVIQUE ET DONATION

##### 16) Quel est le lien de votre entreprise sur le territoire, avec les écoles, associations, ONG... ? (Mécénat de compétences, sponsoring, sensibilisation...)

Un axe de notre politique RH concerne les recrutements intergénérationnels. Aussi nous intervenons dans des écoles pour parler de nos métiers, et en accueillons sur site pour leur faire découvrir les locaux, nos équipes et nos métiers. Nous sommes signataires de la Charte pour l'Emploi des Seniors, de la MEL et participons également au programme PEPS (Plein emploi pour les Séniors) avec l'organisation de deux sessions en 2022.

Nous réalisons des dons auprès de plusieurs organisations (111 des Arts, Se Vince, Emmaüs, Ludopital, ...)

Alexis DEVILLERS, PDG du Groupe mène également des actions de mécénat de compétences, comme avec l'association Entreprendre pour Apprendre, afin de sensibiliser des jeunes à l'entrepreneuriat.

Nous intervenons également dans d'autres régions, dans lesquelles nous avons développé des réseaux locaux. Cela nous permet de déplacer un chef de chantier sur les prestations, qui gère les équipes en local, leur apprend le métier et les fidélisent sur la durée.

## CHAINE DE VALEUR RESPONSABLE

### 17) En quoi votre chaîne de valeur est-elle plus durable ? Avez-vous mis en place des critères d'achats et de répartition de la valeur ? (Évaluation des fournisseurs, méthodes d'évaluation, contractualisation des relations, nature des achats et leurs impacts...)

ALIVE est signataire de la charte RFAR (Relations Fournisseur Achats Responsables) et a mis en place sa propre politique d'achats responsables. A travers laquelle nous avons interrogé les fournisseurs représentant 80% de notre chiffre d'affaires sur leur démarche.

## **Charte d'Achats Responsables**

### Préambule

Orienté autour de 6 marchés : Corporate, Salons et Congrès, Mode et Luxe, Culture, Sport et e-sport, Télévision, sur les métiers de l'audiovisuel et de l'aménagement et présent sur l'ensemble du territoire, ALIVE EVENTS propose une offre créative et technique à 360°.

L'expertise de nos équipes, nous permet d'apporter des solutions à chacun de nos clients, afin d'allier l'aspect éphémère de nos activités et leur durabilité.

Cette mission s'inscrit autour de valeurs fortes :

Optimisme, Passion, Ambition, Responsabilité, Appartenance, Disponibilité, Innovation, Simplicité  
 Au service de quatre ambitions : CONSOLIDER – CONQUERIR – AGITER – INNOVER  
 Labelisé PRESTADD depuis 2012, le Groupe ALIVE est engagé depuis plusieurs années dans une démarche RSE, afin de contribuer à rendre l'événementiel de demain plus responsable, dans le respect des considérations relatives au devoir de vigilance (respect des droits essentiels dans l'éco système de l'organisation), au devoir d'inclusion (pour ne laisser personne de côté), à l'intégrité (éthique) et à la transparence.

### Les engagements de l'entreprise en matière de responsabilité sociale et environnementale

Nos enjeux prioritaires de développement durable impliquent :

- La performance économique de l'organisation.
  - o En proposant une offre claire correspondant aux attentes et à la valeur d'utilité perçue par nos clients
  - o En animant les équipes autour de méthodes et outils de travail structurés et communs
- La limitation de l'impact de nos prestations sur l'environnement.
  - o En développant une démarche d'achats responsables, orientée vers le territoire, nous permettant avec nos clients et fournisseurs de co-construire des événements plus responsables.
  - o En optimisant notre logistique et en s'orientant vers des transports durables
  - o En limitant nos déchets et en offrant une seconde vie à nos produits
- Le potentiel d'ALIVE Group réside en ses collaborateurs. Aussi, nous œuvrons pour :
  - o Maintenir de bonnes conditions de travail dans le respect des règles de sécurité
  - o Développer les compétences de nos équipes et former les professionnels de demain
  - o Poursuivre nos actions avec le tissu associatif local

### Engagements d'Alive envers ses fournisseurs et sous-traitants

Un achat responsable est "un achat de biens ou de services auprès d'un fournisseur ou d'un prestataire sélectionné pour minimiser les impacts environnementaux et sociaux, et favoriser les bonnes pratiques en termes d'éthique et de droits humains.". Définition AFNOR

C'est pourquoi Alive est signataire de la charte gouvernementale Relations fournisseurs et achats responsables (RFAR) et s'engage à :

- Assurer une relation financière responsable vis-à-vis des fournisseurs
- Entretenir une relation respectueuse avec l'ensemble des fournisseurs, favorable au développement de relations collaboratives
- Identifier et gérer les situations de dépendances réciproques avec les fournisseurs
- Impliquer les organisations signataires dans leur filière
- Appréhender l'ensemble des coûts et impacts du cycle de vie
- Intégrer les problématiques de responsabilité environnementale et sociale
- Veiller à la responsabilité territoriale de son organisation
- Le professionnalisme et l'éthique de la fonction achats
- Une fonction Achat chargée de piloter globalement la relation fournisseurs
- Une fonction de médiateur « relations fournisseurs », chargé de fluidifier les rapports internes et externes à l'entreprise

### Engagements des fournisseurs et sous-traitants vis-à-vis d'Alive

En tant que partie prenante de notre organisation et acteur de la chaîne de valeur de nos prestations, nous souhaitons que vous vous engagiez avec nous afin de contribuer à notre charte d'achats responsables et que vous continuiez à :

- Proposer un produit/service répondant à nos attentes en termes de coût/qualité/délais
- Limiter vos déchets et les recycler au maximum
- Proposer vos alternatives plus durables
- Encourager l'inclusion, la diversité
- Favoriser les solutions locales
- Être en capacité de prouver ses engagements

La société **LEGALLAIS** s'engage à respecter la réglementation en vigueur, à diffuser cette charte auprès de ses équipes et à mettre en œuvre les moyens et actions permettant d'y contribuer. Cette charte est vouée à être améliorée pour continuer de satisfaire au mieux les exigences de toutes les parties prenantes du secteur, nous restons à votre disposition si vous avez des améliorations, suggestions, remarques ou nouvelles idées. Alive accompagnera ses fournisseurs dans ses démarches d'amélioration RSE et se réserve le droit de se désengager de ses fournisseurs, sous-traitants, partenaire ne respectant pas cette charte.

Représentant(e) de la société : **Brigitte DELORD, Directrice RSE**

Date : 01/08/2022

Signature : **P.O. Brigitte DELORD**

**Mathilde BAKO**

**LEGALLAIS S.A.S**  
 Direction Responsabilité Sociétale  
 10 rue d'Alatante - Cilia  
 14200 HEROUVILLE-SAINT-CLAIR  
 Tél: 06.79.85.82.27 - b.delord@legallais.com

Les contrats de nos sous-traitants intègrent des clauses extra financières en lien avec l'hygiène, la santé sécurité au travail et le respect de l'environnement.

### Vous pouvez vous aider du schéma et des étapes ci-dessous :

Logistique d'approvisionnement	Fabrication	Logistique de commercialisation	Marketing et ventes	Services
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Localisation fournisseurs</li> <li>- Démarche fournisseur</li> <li>- Conditionnement en fly, pour certains produits, en sortie fournisseur afin de limiter les déchets d'emballage</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Choix matières premières : provenance, label, ...</li> <li>- Optimisation des panneaux</li> <li>- Réutilisation des chutes</li> <li>- Polyvalence et robustesse</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Choix de produits en lien avec les équipes logistiques, afin d'optimiser les volumes de stockage et de transport</li> <li>- Maillage territorial nous permettant d'être au</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mise en avant de produits définis comme responsables, selon des critères définis, dans nos devis, par le symbole [R]</li> <li>- Mise en avant de notre démarche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contrat de maintenance / SAV avec nos fournisseurs audiovisuels</li> <li>- Garantie des équipements</li> <li>- Formation de nos</li> </ul>

	des produits	plus près de nos clients - Outil d'optimisation de nos tournées	Be Engaged et de nos engagements, sur nos sites web et réseaux sociaux (cf. question 6)	experts métiers
--	--------------	--	---	-----------------



### **18) Est-ce que votre entreprise valorise une communauté ou met en place des actions pour être plus inclusive sur le territoire ?**

Nous participons depuis 2021, à la journée européenne, DUO DAY, qui consiste à créer des duos le temps d'une journée entre un collaborateur de l'entreprise et une personne en situation de handicap.

Nous menons des projets avec des acteurs locaux de l'inclusion. Notamment avec l'entreprise d'insertion D MULTIPLE qui réalise certains produits de notre gamme mobilier, comme les coussins upcyclés.

L'ouverture de notre ressourcerie RE ALIVE, permet également à des citoyens du territoire d'accéder à du mobilier et du matériel audiovisuel à un prix attractif.

#### **BEST PRACTICES « COLLECTIVITES » :**

Si nous devons retenir uniquement 2 bonnes pratiques RSE de votre entreprise portées sur le domaine d'action « collectivités »... Quelles seraient ces bonnes pratiques ?

Indiquer 2 "best practices" mises en place dans ce domaine d'action qui vont au-delà de la réglementation.

#### **Best practice 1 :**

La mise en place de notre **ressourcerie** : « **RE ALIVE** »

Re-Alive a pour but de coordonner la seconde vie pour toutes les familles de produits et ce sur l'ensemble de nos métiers. ReAlive c'est, depuis juin 2022, un lieu de rencontre et de découverte de nos produits d'occasion à la vente. Celle-ci permet un lien avec les collaborateurs de l'entreprise et le bassin local : clients, associations, particuliers. Elle donne accès à du mobilier et de l'audiovisuel à des tarifs préférentiels, ainsi qu'un accès à des chutes de bois pour les collaborateurs.

#### **Best practice 2 :**

**ALIVE SUMMIT** : Le RDV annuel by Alive, réunissant nos clients, collaborateurs, fournisseurs. Cet événement met en avant des initiatives et innovations, autour de plénières inspirantes et de tables rondes.

Les invités ont l'opportunité d'effectuer un parcours immersif, accompagné par nos équipes, au cœur de nos locaux et différents pôles, afin de découvrir la palette de nos expertises.

Présence de start-ups innovantes préalablement sélectionnées, sessions de pitch et remises de prix.

## 4. ENVIRONNEMENT

---

### **19) Développez en 10 lignes votre stratégie RSE en ce qui concerne la partie environnementale de votre entreprise, la vision sur les prochaines années et les objectifs chiffrés.**

Les enjeux de notre stratégie RSE pour la limitation de l'impact de nos prestations sur l'environnement impliquent :

- De développer notre démarche d'achats responsables, orientée vers le territoire, qui nous permettent, avec nos clients et fournisseurs de co-construire des événements plus responsables (utilisant des matières premières plus responsables, générant moins de déchets, optimisant les transports, la consommation des équipements, intégrant des équipes issues de l'ESS, ...)
- D'optimiser notre logistique et de s'orienter vers des transports durables
- De limiter nos déchets, de valoriser 60% d'entre eux et d'offrir une seconde vie à nos produits
- De fournir des équipements permettant de maîtriser la consommation énergétique des installations

Dans les prochaines années, ALIVE sera en mesure de proposer des prestations entièrement réutilisées / réutilisables, recyclées/recyclables, en sourçant des matières et matériaux plus responsables, en innovant dans nos pratiques, en repensant la conception de nos prestations et en améliorant nos filières de réutilisation, recyclage, dons, ...

Nous aurons réduit notre empreinte carbone, par des transports plus durables intégrant les énergies renouvelables et minimisant la part d'énergies fossiles et des équipements plus économes en énergie, grâce aux innovations de nos fournisseurs et au dimensionnement des produits strictement nécessaires sur prestations. Nous serons également en mesure de compenser notre empreinte carbone résiduelle, par des programmes de compensation carbone, en lien et avec sens pour nos activités.

*Voici différents champs d'action que la RSE prend en compte. Parmi chacun des items, citez deux bonnes pratiques emblématiques (avec indicateurs chiffrés si possible) mises en place dans l'entreprise, qui va au-delà de la réglementation.*

- Locaux de l'entreprise :
  1. Notre installation dans les anciens bâtiments La Redoute, a permis de réutiliser et de rénover ce bâtiment de 44 000 m2 centenaire, classé **bâtiment de France**
  2. **Accessibilité collaborateurs** : les locaux sont facilement accessibles en train puis en bus, avec un arrêt au pied du bâtiment, à vélo, et voiture avec sa proximité de l'autoroute. Nous sommes attentifs à la mobilité de nos collaborateurs dans nos projets d'implantation. Les locaux se veulent conviviaux avec une salle de sport, une salle de sieste et des espaces détente : baby-foot, billard, rooftop, ..., accessibles aux collaborateurs, pour favoriser leur bien-être en entreprise.
- Mobilité (collaborateurs, approvisionnement, livraison...) :
  1. Notre logiciel de **gestion des tournées**, nous permet de rationaliser le chargement de nos camions et leur itinéraire, dans une logique d'optimisation des camions, des kilomètres parcourus, du nombre de collaborateurs mobilisés sur un temps donné. La géolocalisation des véhicules permet également de dérouter des camions au besoin ou de dépanner sur des prestations à proximité, plutôt que d'affréter un transport spécifique.
  2. Lors de l'aménagement de notre nouvelle agence à Cannes, les approvisionnements de mobilier ont eu lieu en **rail-route**, permettant d'économiser 4.65T CO2e.
- Air, climat (énergie, émission de gaz à effet de serre) :
  1. Le Groupe a défini sa **charte de sobriété énergétique**. Les collaborateurs sont sensibilisés aux actions d'économie d'énergie.

# PLAN DE SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE

## Prêts à respecter ces engagements ?



1. Applique les consignes de températures  
12°C pour un entrepôt de stockage, 19°C pour les bureaux. Climatisation à partir de 26°C en gardant un écart inférieur ou égal à 4°C avec la température extérieure.



6. Ferme les portes, portes de quai et portes sectionnelles



2. Privilégie la lumière du jour



7. Adapte ta vitesse et coupe ton moteur à l'arrêt



3. Eteins les lumières, écrans et appareils plutôt que de les laisser en veille



8. Pense au covoiturage et aux mobilités douces



4. Réduis l'utilisation ou arrête les systèmes audiovisuels non indispensables

Exemple : projecteurs; écrans des halls d'accueil ; cafétarias



9. Pour réduire la consommation des serveurs limite les PJ et nettoye tes dossiers spam et éléments supprimés



5. Optimise l'utilisation des appareils fonctionnant à l'air comprimé



10. Utilise des moteurs de recherche plus responsables et ferme tes onglets non utilisés

\*Liste non exhaustive. N'hésite pas à en faire plus et à partager tes bonnes idées



Charte de sobriété énergétique

Adapte la température de chaque pièce selon ton usage\*



Le savais-tu ?

Le chauffage est responsable de 50% de la consommation d'énergie en entreprise.

\*12°C pour un entrepôt de stockage, 19°C pour les bureaux. Climatisation à partir de 26°C en gardant un écart inférieur ou égal à 4°C avec la température extérieure.

Pense au covoiturage et aux mobilités douces



Le savais-tu ?

En 2018, le covoiturage a permis d'économiser 1,6 million de tonnes de CO<sub>2</sub> - soit l'équivalent des émissions générées par les transports à Paris en 1 an.

Exemples d'encart de sensibilisation sur nos sites

2. Le **maillage territorial** de nos agences ainsi que l'optimisation des transports nous permettent d'être au plus près de nos clients. 85% de nos prestations se situent dans un rayon de 60 km de nos agences.

- Environnement (ressources naturelles, déchets, biodiversité...) :

1. **Gestion du bois** : Le bois est une matière première essentielle pour la création de nos décors. Nous choisissons des essences de bois issues de forêts gérées durablement, labellisées PEFC/FSC. La découpe des panneaux de bois est programmée afin d'utiliser de manière optimale la matière et de limiter les chutes de bois. Les chutes de bois sont récupérées pour d'autres usages (palette, calage, ...) Les éléments ne pouvant être réutilisés sont à disposition des collaborateurs et de la ressourcerie RE ALIVE.

2. Nous récupérons le coton gratté, qui nous permet d'habiller les façades des décors, afin d'alimenter notre **filière de R&D** pour concevoir les articles de demain

- Numérique :

1. Utilisation de **matériel reconditionné** pour la flotte informatique et téléphonique

2. **Dons** du matériel informatique et téléphonique en fin de vie à des associations ou écoles, comme ADRA ou une école d'électrotechnique.

- Eco-conception des produits ou services (économie circulaire, EFC, production locale, labellisée, ACV...) :

1. Développement de notre **gamme de mobilier BE ENGAGED** : stèle TERRAZZO fabriquée en France à partir de plastique recyclé, table en polystyrène recyclé, gammes FELT et LJ réalisées à partir de bouteilles plastiques recyclées, les cloisons B-Fix permettant d'aménager des espaces sans clou ni vis, coussin up cyclé réalisé à partir de chutes de matelas, de retours de nos chantiers et confectionné par une entreprise d'insertion locale ESUS, ...

2. Proposition de **stand pack entièrement locatif** : Cloisons, plafonniers, réserve, éclairage, mobilier. Une solution économique et écologique pour les stands de salon.

## **20) Quelles actions avez-vous mis en place pour sensibiliser votre écosystème et parties prenantes à la préservation de l'environnement ?**

Notre démarche RSE a été expliquée aux collaborateurs à travers de **courtes vidéos de 3 minutes, diffusées sur l'Intranet**.

Les sessions des **formations CAMPUS** sont ouvertes par une sensibilisation RSE sur 2 jours durant laquelle les apprentis participent à La **Fresque du Climat**. Ils suivent ensuite un cursus sécurité d'un mois pendant lequel ils passent leurs différents permis et habilitations nécessaires à l'exercice du métier.

L'ouverture de notre **ressourcerie RE ALIVE** permet également de sensibiliser l'écosystème à la préservation de l'environnement. Depuis sa création en Juin 2022, ce sont 450 bénéficiaires : collaborateurs et clients externes (clients ALIVE, associations, écoles, particuliers) et 450 m3 de déchets évités !

### **BEST PRACTICES « ENVIRONNEMENT » :**

Si nous devons retenir uniquement 2 bonnes pratiques RSE de votre entreprise portées sur l'environnement... Quelles seraient ces bonnes pratiques ?

Indiquer 2 "best practices" mises en place dans ce domaine d'action qui vont au-delà de la réglementation.

#### **Best practice 1 :**

##### **Gestion de nos déchets :**

- Au travers de plusieurs entreprises ESUS (Alternat'ri, ELISE, Les Bouchons d'Amour, ...)
- En prenant en compte l'économie circulaire, notamment en réutilisant nos flight-cases plus utilisés et en les transformant en bac déchets.



#### **Best practice 2 :**

**Développement de notre gamme de mobilier** selon les principes d'éco conception, notamment avec la création d'une assise à partir de chutes de matelas et de retours de chantiers, réalisée dans un atelier de confection ESUS basé à Tourcoing.



## 5. CLIENTS

---

### **21) A qui et à quel(s) besoin(s) votre produit ou service répond-il ?**

Nous répondons à un besoin technique lié à l'organisation d'un évènement.

Nous sommes le prestataire technique qui donne vie aux projets de nos clients (agences évènementielles, organisateurs d'évènement, annonceurs et lieux) nous offrons des solutions pour l'audiovisuel, le mobilier et la décoration sur mesure sur 6 univers: mode et luxe, sport et e-sport, salon et congrès, culture, plateau TV et corporate.

Nous nous appuyons sur des expertises de logistique, de fabrication ( menuiserie, imprimerie) et de gestion de projet. Nos clients sont :

- Des agences évènementielles : Publicis live, Auditoire, Live Nation, Hopscotch ....
- Des lieux d'évènements: Lille Grand Palais, La Défense Arena, le Vélodrome de St Quentin et de Roubaix...
- Des organisateurs d'évènements: ASO, Quinze mai, Infopro, LOSC...
- Des annonceurs: Cofidis, Decathlon, Bonduelle...

### **22) Quel est l'impact de votre produit ou service sur vos clients ?**

Nous donnons les moyens techniques pour réaliser et donner vie aux projets imaginés (rêvés) par nos clients.

En lien avec notre vision et la raison d'être de la filière : créer du lien, rassembler les Hommes, favoriser les échanges, permettre aux évènements d'être impactants et transmettre un héritage positif.

Nous rassemblons et connectons le Monde avec nos solutions audacieuses et engagées.

### **23) Comment sensibilisez-vous vos clients/consommateurs à une consommation plus responsable ?**

Nous communiquons régulièrement via l'ensemble de nos canaux (emailing, réseaux sociaux, ...) sur les décisions prises, les actions que nous menons chez Alive ou avec nos clients, les certifications ou engagements que nous prenons, ... Nous formons nos commerciaux aux enjeux RSE et au développement de produits spécifiques que nous faisons.

## **RELATIONS CLIENTS**

---

### **24) Que mettez-vous en place pour améliorer la relation avec vos clients ? (Satisfaction client, écoute des clients, analyse de leurs besoins, implication des clients dans votre stratégie, rencontres et échanges...)**

Afin d'améliorer nos relations commerciales, nous avons mis en place :

- La mesure de la satisfaction : Questionnaire mensuel et baromètre annuel
- L'écoute client : RDV Commerciaux/Client, Brief prestations, Mise en place de débrief systématique post projet (interne et avec le client)
- L'analyse des besoins : Baromètre annuel et remontées terrain commercial (CRM)
- Des rencontres & échanges : Création d'un évènement Alive : Le SUMMIT (client, partenaire, fournisseur... pendant 2 jours autour de tables rondes, start-up) // SUMMIT 2023 : 31/08 - 01/09

## **ACCESSIBILITE PRODUIT/SERVICE**

---

**25) Comment rendez-vous vos produits ou services accessibles (par exemple pour les personnes en situation de difficulté : précarité économique, situations de handicap, personnes en situation d'exclusion...) ?**

L'accessibilité des personnes en situation de handicap sur événement est réglementée. Nous nous y conformons et conseillons nos clients sur la mise en œuvre technique de l'accessibilité.

Nos produits sont rendus accessibles par des prêts selon les situations, des dons à des associations, ou à travers notre ressourcerie RE ALIVE, qui propose des produits à des tarifs très attractifs.

Nous rendons accessible à tous, dont des personnes en situation d'exclusion, notre CAMPUS et les deux parcours de formation à nos métiers. Le recrutement a lieu sans CV, en partenariat avec Pôle Emploi et l'AFDAS.

Lors des fabrications de mobilier, nous prenons en compte l'accessibilité à des personnes en situation de handicap (desk abaissé, tablette).

## BEST PRACTICES « CLIENTS » :

Si nous devons retenir uniquement 2 bonnes pratiques RSE de votre entreprise portées sur les clients... Quelles seraient ces bonnes pratiques ?

Indiquer 2 “best practices” mises en place dans ce domaine d’action qui vont au-delà de la réglementation.

### Best practice 1 :

La mise en avant de notre démarche RSE à travers notre **gamme de produits Be-Engaged** (<https://mobilier.group-alive.com/be-engaged>). Ces articles sont identifiés comme responsables [R] dans nos devis, selon des critères définis : origine, matières premières utilisées, cycle de vie, critère techniques...

### Exemples :

#### PRESTATION

[R] Les articles identifiés par ce symbole possèdent des caractéristiques durables.

TDCLSF250ML Cloisons trad. simple face ht 2.50m - ml [R] 9

*Extrait de devis, identifiant un article responsable [R]*



La stèle Terrazzo : fabriquée en France à partir de matières plastiques recyclées. Les + :  
- Utilisation intérieure et extérieure  
- Entretien simple (chiffon et eau), plus besoin de repeindre (contrairement aux stèles en bois)  
- Totalement étanche



Le Fauteuil LJ1 : fabriqué à partir de feutre PET et d'acier recyclé à haute résistance. Le feutre PET est conçu à partir de déchets plastiques (bouteilles et emballages) broyés et comprimés. Le matériau qui en découle est thermoformable, facile d’entretien, et recyclable à son tour.



La table Eco : Fruit du travail de nos menuisiers, la table Eco M se caractérise par un large pied bois et un plateau carré de 90x90cm.

### Best practice 2 :

**Limiter les kms** : Limiter/réduire les déplacements et logistique en optimisant le maillage territorial et en ouvrant localement des dépôts

---

### III/ INNOVATIONS

---

**26) Quelles sont selon vous les innovations (techniques, managériales, ressources humaines, innovations de service ou d'usage...) que vous avez mis en place ces dernières années ou qui sont en cours de mise en œuvre ?**

- ⇒ Création de postes de Chef de produit et d'expert métier (accompagnement commerciale, spécialisation produit, formation produit et sourcing produit et matériaux)
- ⇒ Conception, design et production de mobilier standard en matériaux durables dans nos ateliers par nos équipes (bois et matériaux recyclés)
- ⇒ Déploiement de plateaux TV durant la crise sanitaire

**27) Par rapport à votre secteur d'activité (alimentation, énergie, textile, recyclage...), quelles sont les innovations sur lesquelles votre entreprise est mobilisée (énergies renouvelables, circuits-court, économie circulaire...) ?**

ALIVE est mobilisé sur plusieurs innovations :

- Proposer des produits éco conçus, en circuit court et valoriser l'économie circulaire pour pouvoir proposer demain un produit issu de nos propres déchets.
- Être en veille permanente sur les technologies et nouveaux matériaux plus responsables.
- Intégrer les énergies renouvelables dans notre process de production
- Renouveler notre flotte de véhicules avec des alternatives plus durables intégrant les énergies renouvelables et minimisant la part d'énergies fossiles. Nos sites sont en cours d'équipements de bornes de recharge électrique. Le transport des équipes sur prestation a lieu en covoiturage dans des camions atelier d'équipe.
- Être en mesure de définir le bilan carbone de nos prestations, afin de le communiquer à nos clients, le réduire puis le compenser.

**28) Avez-vous innové dans votre modèle économique ces 3 dernières années (économie à impact, économie de la fonctionnalité, modèle de facturation, coopération...) ?**

Ces 3 dernières années nous avons innové dans notre modèle sur les points suivants :

- Transmission universelle de patrimoine (TUP)
- Passage en entreprise de taille intermédiaire (ETI)
- Réorganisation des services supports du groupe