



# RAPPORT RSE 2024

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE



# SOMMAIRE

3

PAROLE DE  
COMMISSAIRE  
GENERALE

4

PRESENTATION DE  
L'ORGANISATION

5

NOTRE  
HISTOIRE

6

NOTRE ADN

7

LA DEMARCHE  
RSE

9

Charte Éco-  
manifestation  
de la Ville de La  
Rochele

10

ENGAGEMENT 1  
" GESTION DES  
DECHETS "

15

ENGAGEMENT 2  
" Restauration  
responsable "

17

ENGAGEMENT 3  
" Réduction de  
l'empreinte  
hydrique "

19

ENGAGEMENT 4  
" Mobilité durable &  
transports  
responsables "

23

ENGAGEMENT 5  
" Promouvoir  
l'inclusion et  
l'égalité d'accès  
pour tous "

25

ENGAGEMENT 6  
" Transition vers une  
communication  
durable "

28

ENGAGEMENT 7  
" Promouvoir l'éco-responsabilité  
auprès des publics "

# PAROLES DE “ COMMISSAIRE GENERALE



*“Depuis sa création, le Grand Pavois La Rochelle a toujours été plus qu’un simple salon nautique.*

*C’est un lieu de rencontres, de passions partagées, d’innovations maritimes, avec des responsabilités. Organiser un événement d’une telle envergure nous engage – vis-à-vis de notre territoire, de notre environnement, de nos exposants et de notre public.*

*Dans un monde en transition, il est de notre devoir, en tant qu’acteurs de la filière nautique, de repenser nos pratiques et de faire évoluer notre événement vers plus de durabilité, plus de respect, plus de sens. La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) n’est pas une contrainte : c’est une opportunité. Celle de construire un salon plus vertueux, plus inclusif, et plus en phase avec les attentes d’aujourd’hui et de demain.*

*Ce rapport reflète les engagements que nous avons pris, les actions que nous avons menées, et les défis que nous choisissons de relever collectivement. Il témoigne de notre volonté d’agir concrètement, pas à pas, pour faire du Grand Pavois La Rochelle un événement nautique à impact positif.”*

## NOTRE RAISON D’ÊTRE :

*Parce que la mer nous inspire, elle mérite notre engagement.*

SALON NAUTIQUE INTERNATIONAL À FLOT

# GRAND PAVOIS

LA ROCHELLE 

LA RÉFÉRENCE DE TOUS LES PASSIONNÉS

## DATES CLÉS DE L'ÉVÉNEMENT

- ◆ **Ouverture au public** : du 1er au 6 octobre 2024 (6 jours)
- ◆ **Montage** : environ 3 semaines
- ◆ **Démontage** : 7 à 10 jours

## LIEU ET FORMAT

**Localisation** : Parking des Minimes – La Rochelle (France)

### **Type d'événement** :

Salon nautique à flot et à terre, en plein air

**Superficie totale** : Plus de 100 000 m<sup>2</sup> d'exposition à ciel ouvert

## PRESENTATION DE L'ORGANISATION



Fondée en 1998, l'association Grand Pavois Organisation (GPO) met son expertise unique au service de l'événementiel nautique en France et à l'international. Forte de son savoir-faire reconnu, elle accompagne et organise des événements sur mesure, en apportant des solutions adaptées aux besoins des professionnels du secteur.

Depuis sa création, GPO réunit chaque année les professionnels et les passionnés du nautisme pour un événement dédié à l'innovation, à la découverte, aux échanges commerciaux et à la mise en valeur de l'économie bleue.

GPO a engagé une démarche de responsabilité sociétale, avec l'ambition de réduire son impact environnemental, d'améliorer ses pratiques organisationnelles et d'impliquer toutes les parties prenantes dans une logique de progrès durable.

## EN QUELQUES CHIFFRES...

 **69 000** visiteurs passionnés de nautisme, professionnels du secteur et acheteurs internationaux

 **12** espaces thématiques dédiés aux différents univers du nautisme : plaisance, pêche, sports de glisse, bateaux traditionnels, tourisme, navigation durable, et bien d'autres

 **800** marques exposantes

 **150** journalistes assurant une couverture médiatique nationale et internationale

 **3 km** de pontons

 **700** bateaux dont **300** exposés à flot

 **35** pays en moyenne représentés via leurs marques

**NOTRE**

**HISTOIRE**



GRAND PAVOIS  
ORGANISATION

Le Grand Pavois de La Rochelle est né en 1973, au cœur du Port des Minimes, grâce à l'initiative de quatre pionniers des chantiers navals rochelais. Ils ont fondé une association professionnelle indépendante, l'Association Grand Pavois de La Rochelle, afin de promouvoir la culture maritime et le nautisme sous toutes ses formes.

---

Le premier salon s'est tenu du 20 au 23 septembre 1973, rassemblant une soixantaine de bateaux exposés et attirant près de 10 000 visiteurs. Cet événement a marqué le début d'une longue tradition, faisant du Grand Pavois un rendez-vous incontournable pour les passionnés et les professionnels du nautisme.

---

En 1998, l'association a évolué pour devenir Grand Pavois Organisation (GPO), une structure dédiée à l'organisation d'événements nautiques en France et à l'international. GPO a ainsi élargi son champ d'action, en organisant des salons, des régates, des rallyes transatlantiques, des événements BtoB et BtoC, ainsi que des opérations de relations publiques.

---

Aujourd'hui, le Grand Pavois La Rochelle est reconnu comme l'un des plus grands salons nautiques internationaux à flot et il est devenu un symbole de l'engagement de GPO pour la promotion du nautisme durable et responsable.

Depuis ses débuts, le Grand Pavois Organisation a su conjuguer passion, innovation et responsabilité, en intégrant progressivement des pratiques éco-responsables dans l'organisation de ses événements. Cette évolution témoigne de l'engagement constant de GPO pour un avenir maritime durable et respectueux de l'environnement.

# NOTRE ADN

## “— | **NOS VALEURS** | —”

Ancrées dans l'univers maritime et portées par l'engagement de toute notre équipe, nos valeurs structurent chaque édition du Grand Pavois La Rochelle. Elles traduisent notre volonté d'organiser un événement responsable, inclusif et tourné vers l'avenir, au service de la filière nautique et de la protection du littoral.

## Engagement maritime



Nous œuvrons avec passion pour valoriser la filière nautique et l'économie bleue. Le Grand Pavois est plus qu'un salon : c'est un acteur engagé pour le développement durable des activités maritimes.

## ESPRIT D'ÉQUIPE

Agir collectivement, c'est notre état d'esprit. Une équipe sera toujours plus forte qu'un seul individu.



## CONFIANCE



Sans confiance, rien n'est possible. Elle permet de construire des projets et faire grandir les collaborateurs.

## Responsabilité environnementale

Conscients de notre impact, nous intégrons des pratiques écoresponsables dans tous les volets de l'événement



# LA DÉMARCHE

# RSE



Le secteur événementiel, quant à lui, évolue rapidement sous l'effet des attentes sociétales et des normes émergentes. Il ne s'agit plus simplement d'organiser un salon ou une manifestation, mais de concevoir une expérience écoresponsable, inclusive et éthique, en partenariat avec les parties prenantes locales et internationales.

Cela passe par une structuration de nos engagements RSE autour de piliers solides : gestion durable des ressources, mobilisation des exposants et visiteurs, ancrage local, et exemplarité interne

## Cette formalisation de la démarche RSE nous permettra :

### Notre Responsabilité Sociétale d'Entreprise

Déjà engagé dans des actions en faveur du développement durable et de la responsabilité sociétale, le Grand Pavois Organisation formalise aujourd'hui sa démarche RSE dans un cadre structurant et ambitieux.

#### ➤ Pourquoi formaliser une démarche RSE aujourd'hui ?

Il s'agit d'une décision pensée, qui est le résultat de plusieurs facteurs. D'abord, nous sommes aujourd'hui, plus que jamais, convaincus que la Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est un levier de performance globale, y compris dans le secteur événementiel.

Les actions responsables menées jusqu'ici par Grand Pavois Organisation, bien que ponctuelles, ont démontré leur pertinence tant en matière de gestion des ressources qu'en termes d'impacts positifs sur le territoire et sur l'image de l'événement.

L'univers nautique et maritime est aujourd'hui confronté à des enjeux environnementaux majeurs : protection des écosystèmes marins, transition énergétique, pollution plastique, dérèglement climatique...

En tant qu'organisateur d'un événement de référence comme le Grand Pavois La Rochelle, GPO a un rôle clé à jouer.

Formaliser notre démarche RSE, c'est ainsi agir en cohérence avec les valeurs du nautisme, qui repose sur le respect de la mer, la transmission de savoir-faire durables et le lien profond entre l'homme et l'environnement marin.

#### Valoriser les initiatives existantes et leur donner une cohérence stratégique

En structurant notre démarche, nous pourrions recenser, organiser et mettre en lumière toutes les actions responsables déjà menées par GPO, afin qu'elles s'inscrivent dans une vision globale et cohérente, porteuse de sens pour l'avenir.

#### Réduire durablement l'empreinte écologique de l'événement

Grâce à une approche systémique, nous serons en mesure d'identifier les principaux postes d'impact environnemental (déchets, énergie, transport, etc.) et de mettre en place des actions concrètes pour limiter ces effets sur le long terme.

#### Répondre aux attentes croissantes des institutions, partenaires, prestataires et publics

Les parties prenantes attendent désormais des événements qu'ils soient porteurs de valeurs fortes. En intégrant pleinement la RSE à notre stratégie, nous renforçons notre crédibilité, notre attractivité et notre capacité à mobiliser autour d'engagements partagés.

#### Créer un cadre d'amélioration continue, au service d'un événement toujours plus responsable

La formalisation RSE nous offre un cadre structuré pour évaluer nos actions, mesurer nos progrès, et ajuster nos pratiques chaque année, dans une logique de progrès constant.

# “ L'AMÉLIORATION CONTINUE & LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ”

## LES ODD : DE QUOI S'AGIT-IL ?

Les ODD ont été définis en 2015 par les Etats membres des Nations Unies et indiquent une ligne de conduite à suivre pour parvenir à un développement mondial équilibré d'un point de vue social, économique et environnemental.

Ces 17 objectifs sont un appel mondial à agir pour éradiquer la pauvreté, protéger la planète et faire en sorte que tous les êtres humains vivent dans la paix et la prospérité d'ici 2030.



## LES ODD : À QUOI SERVENT-ILS ?

Les ODD sont l'affaire de tous et ont vocation à aider les organisations, qu'elles soient, à se projeter sur un temps long et à orienter leurs efforts autour d'une série commune de cibles et d'objectifs.

Ils doivent servir de compas, notamment aux entreprises, qui peuvent contribuer positivement aux ambitions de l'Agenda 2030, en réduisant leurs impacts négatifs et en créant de la valeur durable.



**Les engagements & Actions de Grand Pavois Organisation répondent plus particulièrement aux 5 ODD suivants :**



### Travail décent et croissance économique

- Soutien à l'économie locale par le choix de prestataires du territoire
- Valorisation de l'emploi local via les fournisseurs et partenaires du salon



### Consommation et production responsables

- Mise en place d'un plan de gestion des déchets et tri sélectif
- Sur-tri et collecte rigoureuse par une équipe dédiée
- Vaisselle réutilisable dans les points de restauration
- Réduction du plastique à usage unique (fontaines à eau, interdiction bouteilles)
- Recyclage & upcycling des éléments de signalétique
- Charte écoresponsable pour les exposants
- Choix de restaurateurs locaux engagés & menus durables (végétarien, local, saison)



### Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques

- Réduction de l'empreinte carbone de l'événement
- Expérimentation d'énergies alternatives
- Éclairage LED et basse consommation
- Réduction des structures énergivores (grands halls supprimés)
- Encouragement aux transports durables (vélo, bus éco, trains)



### Vie aquatique

- Réduction de l'impact écologique en exploitant le port pour l'arrivée des bateaux
- Préservation des milieux marins par une gestion durable de l'événement
- Sensibilisation à la biodiversité et à la pollution marine



### Partenariats pour la réalisation des objectifs

- Coopération avec des associations locales pour le recyclage/upcycling
- Partenariats avec des traiteurs engagés (ex. reprise de dons alimentaires avec HMC)
- Co-construction d'une charte écoresponsable avec les exposants

## “ Le Grand Pavois La Rochelle s’engage ! ”

Conscient de l’impact environnemental que peut représenter un événement nautique international de grande ampleur, Grand Pavois Organisation (GPO) a souhaité formaliser son engagement en matière de développement durable en signant la Charte Éco-manifestation de la Ville de La Rochelle.

Cette signature marque une volonté forte de structurer et de renforcer nos actions en faveur d’un événement plus respectueux de l’environnement, du territoire et de ses habitants. Elle vient compléter les nombreuses initiatives déjà mises en œuvre sur le salon, et nous inscrit dans une logique d’amélioration continue.

Signée volontairement par GPO, la charte éco-manifestation définit un socle d’engagements à respecter pour réduire l’empreinte écologique de l’événement, encourager des pratiques responsables et impliquer l’ensemble des parties prenantes (collaborateurs, exposants, prestataires, visiteurs...).



### Cette charte nous engage concrètement à :

- ◆ Réduire et mieux trier nos déchets
- ◆ Limiter notre consommation d’énergie et d’eau
- ◆ Favoriser les mobilités douces et les transports collectifs
- ◆ Soutenir une restauration plus responsable (circuits courts, alternatives végétariennes, réduction du plastique)
- ◆ Sensibiliser nos publics aux enjeux environnementaux



# ENGAGEMENT 01

## GESTION DES DECHETS





# OBJECTIF

## “ RÉDUIRE ET VALORISER NOS DÉCHETS ”

Le Grand Pavois La Rochelle affirme son engagement environnemental en déployant une stratégie rigoureuse de tri et de valorisation des déchets, en partenariat avec des acteurs locaux et spécialisés. Notre ambition est de réduire au maximum notre impact tout au long du cycle de vie de l'événement, depuis le montage jusqu'au démontage.



Une équipe de nettoyage dédiée, **Servy Clean**, assure non seulement la propreté du site mais aussi un sur-tri des déchets, garantissant une meilleure valorisation des matériaux collectés.

Durant le salon, des poubelles jaunes et bleues sont stratégiquement disposées dans les lieux clés, permettant un tri sélectif efficace. Chaque exposant reçoit un kit de sacs recyclables accompagné d'une note explicative, ce qui facilite et encourage leur engagement dans le tri des déchets.

Un processus rigoureux est mis en place avec l'équipe de nettoyage pour une collecte quotidienne des déchets triés (cartons pliés, bouteilles, canettes), qui sont déposés chaque soir devant les stands, assurant ainsi une gestion optimisée et régulière des flux de déchets.

Une zone de tri accessible à tous les visiteurs et exposants permet un apport volontaire supplémentaire, renforçant la sensibilisation à l'économie circulaire.





Des initiatives spécifiques sont également menées, notamment la collecte d'équipements sportifs usagers via **ECOLOGIC**, ainsi que le recyclage des moquettes, tissus, coquillages, piles, aérosols et DEEE, témoignant d'une volonté d'aller au-delà du tri traditionnel.

Le Grand Pavois collabore avec des partenaires locaux et experts (PAPREC, VALDELIA, LA MATIÈRE, TEO, MARINE FLOOR) pour optimiser la gestion des déchets, incluant le réemploi des cartons, le retrait des chutes de bois, la gestion des biodéchets, et une réflexion sur la collecte et réemploi du verre, ce dernier représentant près de 10 m<sup>3</sup> durant l'événement, soit environ **5 000** bouteilles.



Par ailleurs, des actions de sensibilisation et de prévention sont menées auprès de l'ensemble des publics grâce à une signalétique claire et des communications ciblées, afin d'encourager les comportements responsables et d'impliquer tous les acteurs présents.



ENGAGEMENT 1 - GESTION DES DECHETS

Dans le cadre de la gestion des déchets générés par l'événement, une attention particulière a été portée à l'utilisation de la moquette et du coton gratté, deux matériaux à usage unique.

**Infrastructures réutilisées**

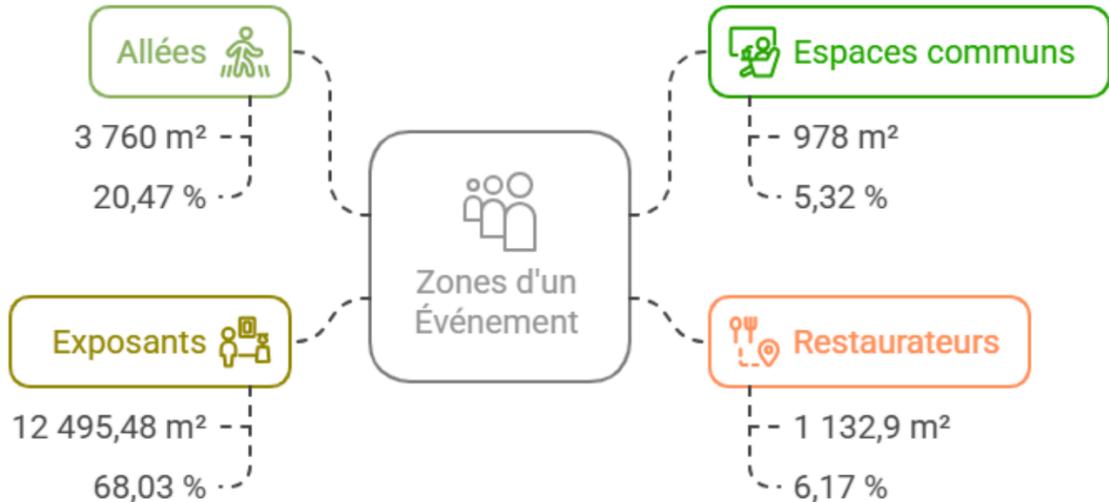
Les éléments suivants sont loués et réutilisés sur d'autres événements :

- ◆ Halls
- ◆ Jardens individuels
- ◆ Planchers
- ◆ Cloisons
- ◆ Mobilier

**Moquette & coton gratté à usage unique**

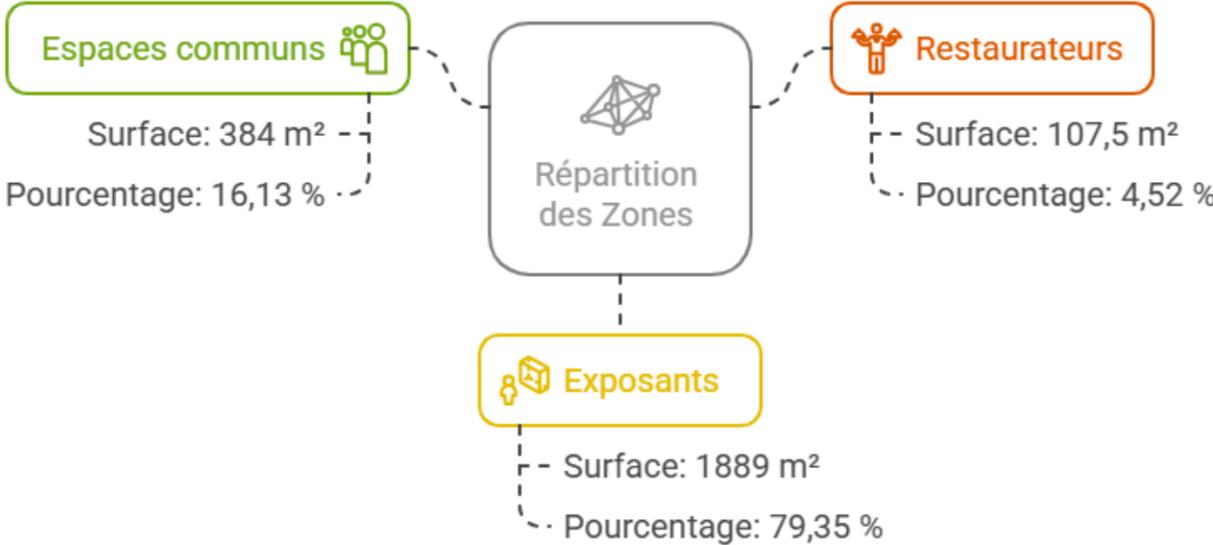
Afin de réduire l'impact environnemental lié à l'usage de moquette, la surface de moquette d'allée a été réduite de moitié en 2024. Voici la répartition des surfaces de moquette utilisées :

**Répartition des Zones d'un Événement**



**Coton gratté**

**Répartition des Zones**

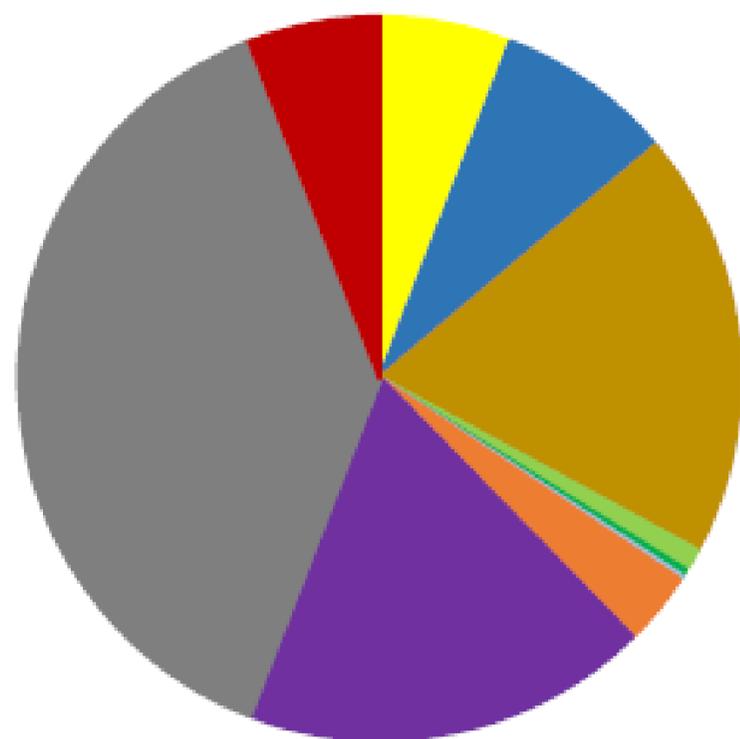


L'analyse de la répartition des surfaces recouvertes de moquette met en évidence que près de 70 % sont dédiées aux stands des exposants. La réduction de moitié de la moquette d'allée en 2024 constitue une première action significative. Pour les prochaines éditions, une réflexion peut être engagée sur l'optimisation de la moquette sur les stands et l'exploration de solutions alternatives plus durables, comme les revêtements réutilisables ou les matériaux recyclés.

# BILAN RECYCLAGE



Dans le cadre de notre démarche de gestion responsable des déchets, un dispositif structuré de collecte, de tri et de valorisation a été mis en place en collaboration avec différents prestataires spécialisés. Ce bilan présente les principaux flux de déchets collectés lors de l'événement, ainsi que les solutions de valorisation ou de recyclage mises en œuvre. Il témoigne de l'engagement continu de l'organisation en faveur de l'économie circulaire et de la réduction de son impact environnemental.



- Cartons
- Papiers
- Bois
- Bio-Déchets
- Huiles Aliment
- Huîtres
- Films PE
- Moquettes
- DIB
- OM

Type de déchet	Prestataire	Quantité 2024	Valorisation / Recyclage
<b>Biodéchets</b>	PAPREC	514 kg	Compostage
<b>Coquilles d'huîtres</b>	PAPREC / OVIVE	90 kg	Recyclage
<b>Huiles alimentaires</b>	PAPREC	160 kg	Valorisation énergétique
<b>Papier</b>	PAPREC	4 080 kg	Recyclage
<b>Carton</b>	PAPREC	3 040 kg	Recyclage
<b>Plastique / Film PE</b>	PAPREC	1 690 kg	Recyclage
<b>Ordures ménagères (OM)</b>	PAPREC / CDA	3 020 kg / 58 100 L	Valorisation énergétique
<b>CS (recyclage)</b>	CDA	5 940 L	Recyclage
<b>DIB (Déchets banals)</b>	PAPREC	19 620 kg	Tri, valorisation si possible ou enfouissement
<b>Moquette</b>	PAPREC	9 340 kg	Recyclage
<b>Bois</b>	PAPREC	9 760 kg	Recyclage
<b>Verre</b>	CDA	Estimé à 4,8 m <sup>3</sup>	Recyclage
<b>Mégots</b>	CDA / PAPREC	1 kg	-



# ENGAGEMENT 02

Restauration responsable

---



# OBJECTIF

## FAVORISER UNE RESTAURATION DURABLE ET RESPONSABLE

Lors de l'événement, une offre de restauration diversifiée a été proposée aux différents publics :

- ◆ 4 restaurants, 1 beach bar, 2 foodtrucks,
- ◆ Un restaurant dédié à l'Invité d'Honneur,
- ◆ Des stands partenaires (Région & Département),
- ◆ Des espaces VIP et catering.

Dans une démarche de responsabilité environnementale, les restaurateurs ont été sensibilisés en amont via un cahier des charges intégrant les objectifs suivants :

- Favoriser les produits locaux, de saison et si possible issus de filières responsables,
- Proposer systématiquement au moins une offre végétarienne ou végétalienne,
- Utiliser de la vaisselle réutilisable – la vaisselle jetable à usage unique étant supprimée (une tolérance étant acceptée uniquement pour les papiers alimentaires ou sachets papier),
- Appliquer une gestion raisonnée des quantités afin de limiter le gaspillage alimentaire.

Une restauration engagée, pilotée en amont avec des critères responsables intégrés dès la sélection des restaurateurs.

### Restauration durable sur l'événement



85 % de nos restaurateurs sont locaux

- Track de Ouf (17)
- Casado Negro (17)
- HMC (17)
- Brasserie Basque (33)
- Atelier des Cousins (17)
- Le Phare (17)
- Viking Breton (14)

100 % proposent une offre végétarienne

◆ Rappel des obligations réglementaires, notamment dans le cadre de la loi AGEC, visant à réduire les déchets plastiques et à promouvoir le réemploi.



# ENGAGEMENT 03

Réduction de l'empreinte hydrique





# OBJECTIF

## “ Maîtrise des consommations d'eau ”

L'eau est une ressource naturelle essentielle, dont la préservation représente un enjeu central pour le Grand Pavois Organisation. En tant qu'événement rassemblant un large public et mobilisant des moyens logistiques importants, nous avons conscience de notre responsabilité en matière de gestion durable de l'eau.

Afin de limiter notre impact, plusieurs actions concrètes sont mises en œuvre :



- **Maîtrise de la consommation** : des compteurs sont installés sur le site afin de suivre avec précision la consommation d'eau tout au long de l'événement. Cette initiative permet une meilleure compréhension des usages et la mise en place progressive de mesures correctives.
- **Accès à l'eau potable responsable** : dans la mesure du possible, les fontaines à eau sont raccordées au réseau de la ville et déployées sur plusieurs espaces stratégiques du salon. Lorsque le raccordement n'est pas envisageable, des fontaines à bonbonnes de grand conditionnement, consignées et réutilisables, sont installées pour garantir un approvisionnement tout en limitant les déchets plastiques à usage unique.
- **Sanitaires éco-conçus** : les bungalows toilettes sont équipés d'un système ingénieux permettant la réutilisation de l'eau des lave-mains pour alimenter les chasses d'eau, réduisant ainsi significativement le gaspillage d'eau.



Dans le cadre de notre politique écoresponsable, nous avons analysé les volumes de boissons commandés pour l'édition 2024 afin d'évaluer l'impact indirect sur la consommation d'eau.

Volume de boissons pour l'édition 2024 :



- 1. COMMANDE AVEC PRISE EN CHARGE PARTIELLE (50 %) :**
  - 300** BOUTEILLES DE MINUTE MAID ORANGE (33CL)
  - 24** BOUTEILLES DE GINGER ALE (1L)
  - 24** BOUTEILLES DE LIMONADE (1L)
  - 24** BOUTEILLES DE JUS DE POMME (1L)
  - 24** BOUTEILLES DE SCHWEPPE'S INDIAN TONIC (50CL)
- 2. COMMANDE TOTALEMENT OFFERTE :**
  - 720** BOUTEILLES DE BADOIT (50CL)
  - 300** BOUTEILLES DE BADOIT (1L)
  - 918** BOUTEILLES D'EAU (50CL)
  - 480** BOUTEILLES D'EAU (1L)
  - 390** CANETTES DE COCA-COLA (33CL)
  - 30** BOUTEILLES DE COCA-COLA (1,5L)



◆ **L'ensemble de ces actions témoigne de notre engagement à préserver la ressource en eau, tout en intégrant des pratiques responsables et adaptées au contexte événementiel.**

Cette consommation importante nous incite à réfléchir à des alternatives plus durables, notamment : La mise en place de fontaines à eau pour limiter l'usage de bouteilles.

# ENGAGEMENT 04

Mobilité durable & transports responsables





## OBJECTIF

“ **Réduire l’empreinte carbone liée aux déplacements pendant l’événement** ”

Le Grand Pavois implique de nombreux déplacements, difficiles à comptabiliser précisément, qui se répartissent sur plusieurs phases :

**Montage & démontage :** transport du matériel, déplacements des exposants, prestataires, équipes organisatrices et techniques.

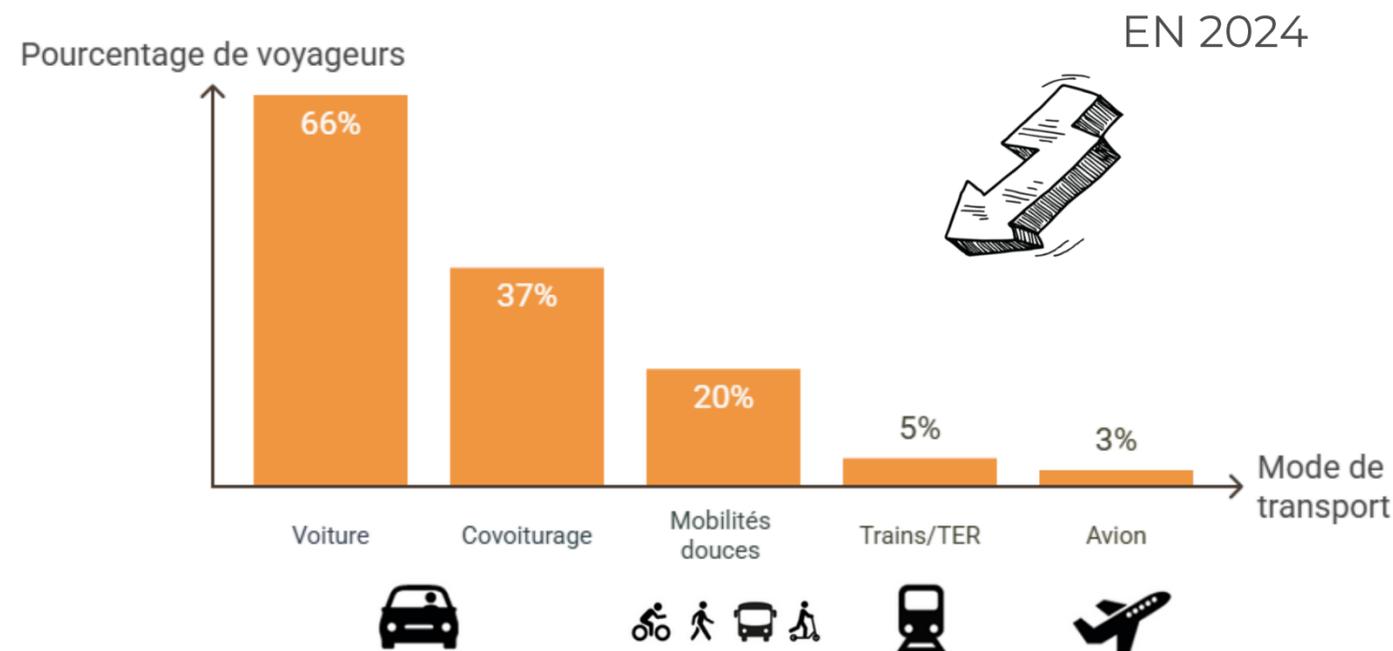
**Durant l’événement :** déplacements des visiteurs, exposants, équipes organisatrices, techniques et prestataires.

Une analyse complète de l’impact environnemental nécessite de prendre en compte le nombre total de participants, leur origine, et les moyens de transport utilisés.

Dans le cadre de notre démarche RSE, nous nous engageons à faciliter l’accès au site tout en réduisant l’impact carbone lié aux déplacements des visiteurs, exposants et équipes organisatrices. Plusieurs actions concrètes ont été mises en place :



Pour mieux comprendre l’impact environnemental lié aux déplacements lors du Grand Pavois, nous avons collecté et analysé les données disponibles sur les modes de transport utilisés par les **visiteurs**.



### Transport collectif

Mise en place de navettes visiteurs en partenariat avec la RTCR, assurant des rotations toutes les 10 minutes entre les parkings (Les Salines) et le salon, de 9h30 à 20h, avec 4 bus en semaine et 5 bus le week-end. Navettes dédiées aux exposants entre le parking Technoforum et le salon, avec des rotations régulières durant les heures de forte affluence.

## Mobilités douces

Afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre liées aux déplacements sur site, l'événement encourage activement les alternatives de transport bas carbone à travers plusieurs dispositifs.

- Mise à disposition de 70 racks à vélo aux entrées, offrant environ 500 places, avec un taux d'utilisation élevé.
- Présence du Bus de Mer à proximité immédiate de l'entrée du salon, assurant une fréquence de passage toutes les 20 minutes.
- Usage de vélos et de chariots électriques par les équipes organisatrices et techniques pour limiter les déplacements motorisés internes.



En complément des dispositifs mis en place, une stratégie de communication a été déployée pour encourager les visiteurs et exposants à adopter des modes de transport durables :

### En amont de l'évènement :

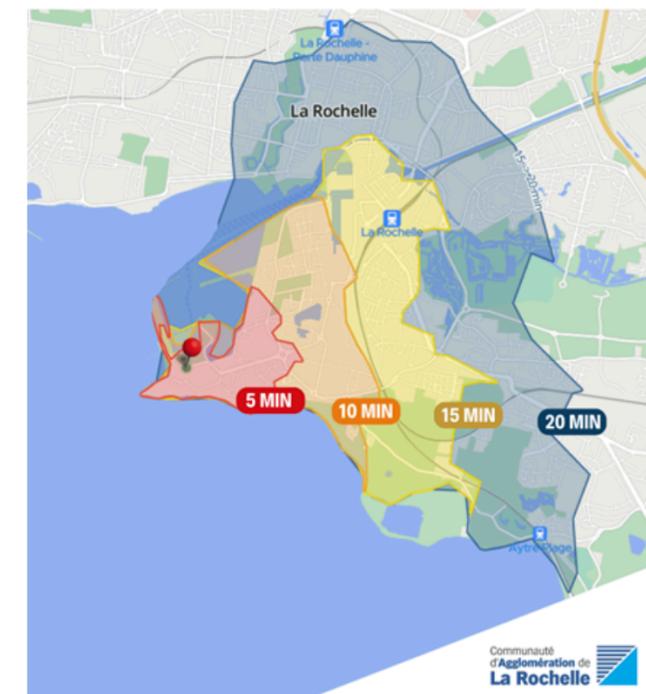
- Mise en avant des mobilités partagées (marche, vélo, transports en commun, covoiturage) via la page Infos Pratiques du site web, incluant notamment un module BlablaCar.
- Envois réguliers de newsletters entre juin et septembre.
- Espace Expositant enrichi du module BlablaCar.
- Diffusion du Guide Expositant intégrant des cartes isochrones réalisées par la CDA, facilitant le choix de mobilités alternatives.

### Pendant l'évènement :

- Repartage sur les réseaux sociaux des stories de Yelo (réseau de transport local).
- Diffusion par les hôtesses d'informations pratiques sur les navettes et les transports par les hôtesses, tant sur le salon qu'à l'accueil exposants.

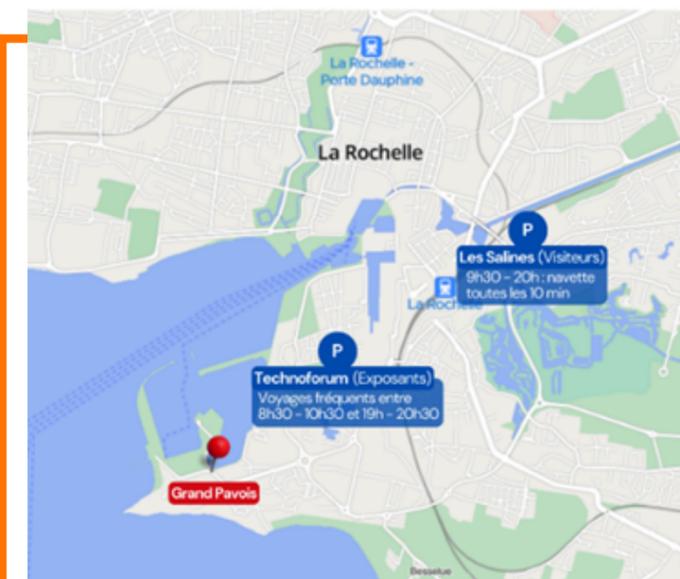
## VENIR AU GRAND PAVOIS À VÉLO

DÉPLACEZ-VOUS FACILEMENT À LA ROCHELLE



## STATIONNEZ ET LAISSEZ-VOUS TRANSPORTER

PROFITEZ DES NAVETTES GRATUITES  
POUR REJOINDRE LE GRAND PAVOIS





## Sensibilisation sur site

Dans une démarche de sensibilisation aux mobilités durables et de suivi de leur adoption, deux sondages ont été mis en place aux points d'information du salon, en collaboration avec le service Mobilité & Transport de la collectivité. Ces dispositifs ont permis de recueillir des données précieuses sur les modes de déplacement utilisés par les visiteurs.

Les premiers résultats montrent une nette préférence pour le covoiturage, qui s'impose comme moyen de transport privilégié. Cette tendance a été confirmée par les données croisées issues des questionnaires visiteurs et de l'outil de billetterie, renforçant ainsi la pertinence des actions de communication menées en amont et pendant l'événement en faveur des mobilités partagées.

Ce retour terrain met en lumière l'impact positif des dispositifs d'accompagnement et de sensibilisation, tout en offrant des pistes d'amélioration pour les éditions futures.

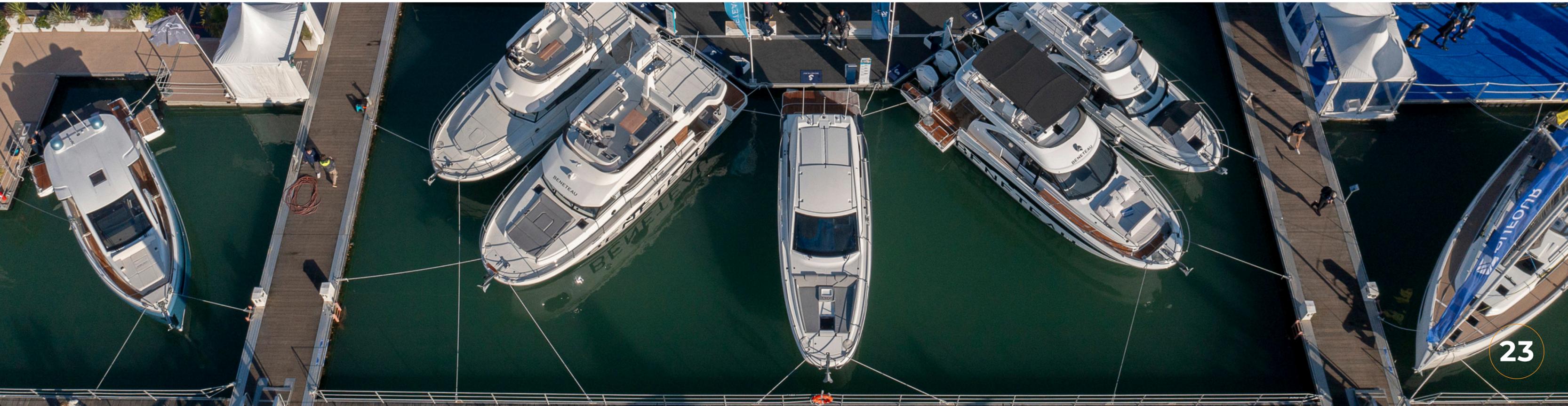




# ENGAGEMENT 05

Promouvoir l'inclusion et l'égalité d'accès pour tous

---



## OBJECTIF

“—  
| **Rendre l'événement accessible aux personnes en situation de handicap (PSH) et favoriser leur pleine participation** |  
—”

Dans une démarche inclusive, l'organisation du salon met en place plusieurs dispositifs pour garantir l'accessibilité physique, sociale et culturelle aux publics en situation de handicap. Des places de stationnement réservées aux personnes à mobilité réduite (PMR) sont disponibles à proximité directe de l'entrée principale. De nombreuses rampes ont été installées afin de faciliter la circulation sur les stands, et des fauteuils roulants sont mis à disposition à l'entrée grâce au partenariat avec le réseau RTCR.

En parallèle, l'inclusion dans les activités est également favorisée grâce au partenariat avec HandiCap'Access, permettant aux personnes en situation de handicap de participer aux animations nautiques dans un cadre sécurisé et adapté.



- ◆ L'événement valorise aussi la sensibilisation du public, en intégrant un moment fort au programme officiel : La projection d'un film sur le ParaSurf, suivie d'une rencontre avec un athlète handisport, afin de renforcer la visibilité du handisport et promouvoir une société plus inclusive.

le salon s'engage dans une dynamique d'insertion sociale en impliquant des élèves de lycées professionnels de la région (notamment le lycée hôtelier et le lycée de Rompsay) dans l'organisation de l'événement, favorisant ainsi l'accès à l'expérience professionnelle pour les jeunes.



# ENGAGEMENT 06

Transition vers une communication durable





**OBJECTIF**

“ — **Réduction des supports imprimés et promotion des outils digitaux** — ”



La tendance générale est à la dématérialisation, privilégiant une communication digitale plus respectueuse de l’environnement. Bien que les supports imprimés restent utilisés, leur volume diminue progressivement grâce à l’intégration de solutions numériques innovantes. L’utilisation de papier certifié PEFC et labellisé Imprim’Vert témoigne de l’attention portée à la durabilité des matériaux utilisés.

Les catalogues et plans imprimés sont toujours distribués aux visiteurs, avec environ 15 000 catalogues et 7 400 plans, presque intégralement distribués. Pour limiter le gaspillage, ces quantités sont régulièrement réévaluées à la baisse.



Un plan interactif digital, en place pour la deuxième année consécutive, est utilisé par environ 8 % des visiteurs, complété par une fréquentation importante du site web (48 000 visites pendant le salon) et une augmentation du nombre d’abonnés aux réseaux sociaux. De nombreux QR codes sont présents sur le site pour encourager la consultation des outils digitaux.



### Réduction des supports imprimés : une démarche éco-responsable

Dans un souci constant de réduire le gaspillage et l'impact environnemental lié à la production de supports imprimés, une réévaluation des quantités de catalogues et de plans distribués est envisagée. Bien que la quantité de supports imprimés ait déjà été réduite au fil des années, des efforts supplémentaires sont nécessaires pour limiter davantage les excédents.

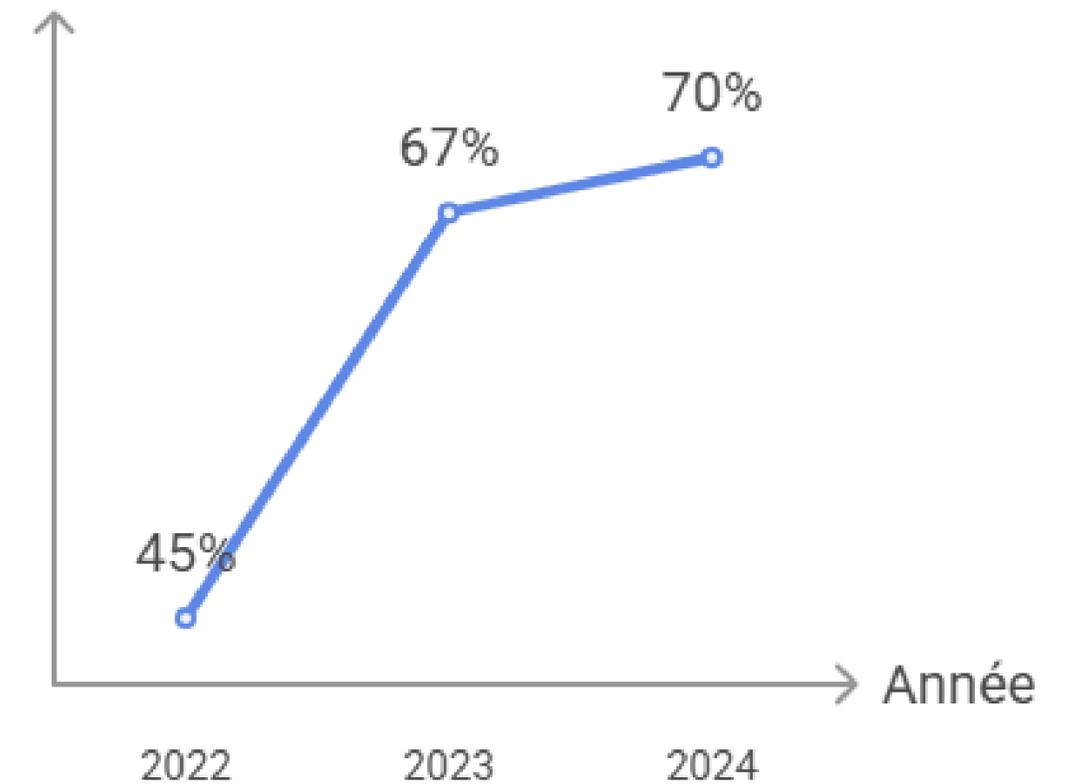
Pour encourager l'utilisation des outils numériques, les équipes d'accueil et d'information présentent le plan interactif aux visiteurs. Cette démarche vise à faciliter l'adoption de ce support digital, pratique et éco-responsable, et à en maximiser l'utilisation sur place.



Concernant les invitations, une nette diminution des commandes papier est constatée, en faveur des invitations électroniques, désormais majoritaires.



Pourcentage d'invitations numériques



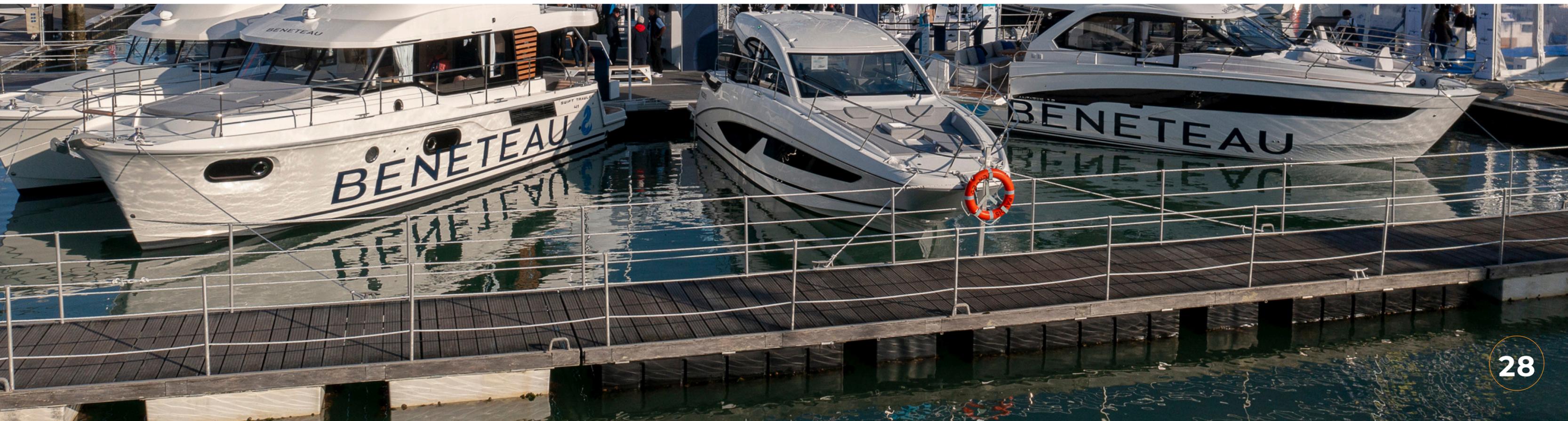
En 2024, **-17%** de commande d'invitation papier par rapport à 2023

Le salon fait face à un surplus de badges en PVC à la clôture de l'événement, qui sont ensuite triés selon les différentes catégories d'utilisateurs. Bien que ces badges soient valorisés via un recyclage en gouttières, la réduction de leur production reste essentielle pour diminuer le volume global de déchets générés.

Par ailleurs, un excédent similaire est observé pour les vitrophanies — ces autocollants décoratifs ou informatifs apposés sur les vitrines. Cette situation souligne la nécessité d'optimiser la quantité produite afin de limiter le gaspillage et d'améliorer la gestion des ressources matérielles.

# ENGAGEMENT 07

Promouvoir l'éco-responsabilité auprès des publics



## OBJECTIF

“ **Sensibiliser et encourager les comportements durables** ”

**Promouvoir activement la sensibilisation à l'éco-responsabilité auprès de tous les publics présents lors du salon, en mobilisant divers supports de communication, partenaires engagés et animations pédagogiques.**

La sensibilisation à l'éco-responsabilité constitue un pilier essentiel de notre démarche. Pour cela, plusieurs actions sont déployées :



### Communication dédiée

Diffusion régulière de communiqués de presse et newsletters, mise en avant d'une page spécifique « Éco-responsabilité » sur le site Internet, ainsi qu'un Guide Exposants orienté vers des pratiques durables.

### Espace Innovations durables

Un espace toujours plus important est consacré aux innovations en matière de développement durable, permettant de présenter des solutions concrètes et inspirantes.

### Partenariats avec des associations locales engagées

La présence d'acteurs locaux tels que Echo-mer et E.C.O.L.E De la Mer renforce l'ancrage territorial et l'implication dans la protection de l'environnement.

### Programme d'animations variées et impactantes

Conférences (notamment la conférence VELA), diffusion de films à message fort comme « Voilier à 1€ », et ateliers pratiques d'upcycling, animés notamment par Echo-Mer, contribuent à sensibiliser de manière interactive et concrète.



## GRAND PAVOIS ORGANISATION

Tél : 33 (0)5 46 44 46 39

Avenue du Lazaret, Port des Minimes

17 042 La Rochelle Cedex 1

[www.grand-pavois.com](http://www.grand-pavois.com)

[gpoevents.com](http://gpoevents.com)

