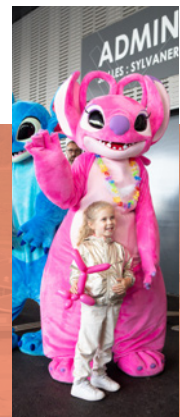


# RAPPORT RSE 2025



**L'événementiel  
responsable  
en action**

# Sommaire

01

Introduction

02

Nos objectifs découlent des objectifs de développement durable (ODD)

03

Nos prochaines étapes 2026

04

Conclusion - Synthèse

# Édito



**Bertrand BURGER**  
Président de Colmar Expo

”

Depuis de nombreuses années, Colmar Expo a mis en place des actions écoresponsables. Ces initiatives ont été utiles, mais elles demeuraient ponctuelles, sans véritable cadre stratégique pour les guider. Conscients de la nécessité d'aller plus loin, nous avons décidé, avec l'ensemble de nos collaborateurs, d'engager en 2024 une démarche structurante : la certification ISO 20121. Ce choix a marqué une étape essentielle, car il nous permet de définir une stratégie RSE claire, ambitieuse et surtout pleinement alignée avec nos valeurs. D'autant plus, en janvier 2026, nos efforts ont été récompensés par l'obtention de la certification ISO 20121:2024, marquant une avancée significative de notre démarche RSE.

Cet engagement s'inscrit dans une logique d'amélioration continue, où chaque action que nous menons est évaluée, renforcée et partagée. Notre ambition n'est pas seulement d'adopter une norme : elle est de transformer durablement notre façon de travailler et d'inscrire la RSE au cœur même de notre activité. Nous intégrons des critères sociaux, sociétaux et environnementaux dans chacune de nos décisions.

Nous savons que cette démarche ne peut pas réussir sans l'implication de toutes nos parties prenantes. C'est pourquoi nous engageons nos collaborateurs, nos fournisseurs, nos partenaires et nos clients autour de ces objectifs communs.

**La RSE est l'affaire de tous : chacun d'entre nous a un rôle à jouer, chacun d'entre nous est concerné.**

La RSE, pour nous, c'est un engagement, un cap et une dynamique collective. Ensemble, nous faisons le choix d'un avenir plus responsable pour Colmar Expo et pour tous ceux qui nous accompagnent."

# 01

## Introduction

## Faits marquants 2025

Colmar Expo défend, depuis de nombreuses années, des valeurs sociales, sociétales, économiques et environnementales mais sans structure, malheureusement nécessaire, à un système d'amélioration continue.

Depuis septembre 2024, nous nous sommes engagés à mettre en place un système de management responsable en lien avec la certification ISO 20121. Cet engagement collectif, porté au quotidien par nos équipes, a permis d'aboutir à l'obtention officielle de la certification en janvier 2026.

Cette reconnaissance est un gage de qualité, mais également de fierté, pour chacun de nos collaborateurs, elle garantit notre démarche de développement durable pour toutes nos parties prenantes.



Notre engagement porte ses fruits et se traduit concrètement à travers plusieurs **temps forts de l'année** :

### Sur le plan social

Nos événements internes témoignent d'un réel succès, portés par l'implication et la rigueur de nos collaborateurs. Afin de préserver cet engagement collectif, nous mettons un point d'honneur à favoriser les moments de cohésion et de partage.

► En mars, nous avons organisé le **Team Building "Vis ma vie"**, une initiative visant à permettre à chacun de découvrir le quotidien de ses collègues. Cette expérience immersive a renforcé la compréhension mutuelle, la solidarité et l'adaptabilité au sein des équipes, tout en créant un climat de convivialité et de confiance.

► Les événements rencontrent un véritable succès grâce à l'engagement et à la rigueur de nos collaborateurs. Chez Colmar Expo, nous avons à cœur de préserver et de renforcer cette dynamique collective. Avec **un score moyen de 7,3/10**, nos collaborateurs témoignent du sens qu'ils trouvent dans leur travail, reflétant ainsi leur bien-être et leur engagement collectif.

### Sur le plan environnemental,

► Nous restons dans une démarche résolument tournée vers la durabilité. Colmar Expo s'engage à réduire son impact environnemental et à promouvoir des pratiques responsables. Nous avons mis en place une politique de tri sélectif rigoureuse, couvrant **huit flux de déchets**, dont 97,52 % sont aujourd'hui valorisés. Par ailleurs, dans le cadre du maintien de la conformité de notre site, nous veillons à ce que chaque adaptation s'inscrive dans une logique de sobriété énergétique. Ainsi, l'ensemble de notre éclairage est remplacé par des ampoules LED en 2025/2026, afin de réduire notre consommation énergétique et notre empreinte carbone.

### Sur le plan sociétal,

► En 2025, Colmar Expo a réitéré son soutien à la lutte contre le cancer du sein en s'associant à Octobre Rose et à l'association Life Pink. Notre parc expo s'est paré de rose. Nous avons également poursuivi notre partenariat avec l'ARAME et nous accompagnons également les travailleurs en situation de handicap avec 3 sessions annuelles de l'IMPRO Saint-Joseph.

Nous travaillons également lors de l'Oktober FAV avec des associations locales et nos dons leur permettent de fonctionner toute l'année.

2025 a été l'année d'une première collaboration avec l'association Espoir, fin décembre, pour le tri des déchets (gestion des déchetteries temporaires et ambassadeur du tri)

► Au total, **14 associations locales** sont soutenues financièrement.

### Sur le plan économique

Nous cherchons à démontrer que la RSE n'est pas un frein mais une aide à l'accroissement de la performance économique de Colmar Expo.

► Cette approche se traduit concrètement par le succès grandissant de nos événements, notamment la Foire aux Vins d'Alsace, qui a enregistré en 2025 un record de fréquentation de **325 210 visiteurs (+7% VS 2024)**. Une réussite emblématique qui illustre parfaitement que l'Alsace vibre... durablement !

► La satisfaction de nos exposants demeure également une priorité. Selon notre enquête menée en 2025, **86,6 %** d'entre eux se déclarent satisfaits des services proposés par Colmar Expo, témoignant ainsi de la qualité de notre accompagnement et de notre professionnalisme.



## La société

Notre entreprise d'événementiel Colmar Expo organise et accueille diverses manifestations. Nous portons une grande attention aux exposants et aux clients reçus lors de chaque événement. Grâce à un fort engagement et à une grande rigueur de la part de nos collaborateurs, les événements sont une réussite.

Colmar Expo est une entreprise privée disposant de plus de 15 000 m<sup>2</sup> d'espaces événementiels, dont l'Espace Auguste (EA), et employant 37 collaborateurs. L'entreprise a engagé un ambitieux projet de transformation, avec des résultats encourageants dès ses premières étapes. La responsabilité sociétale des entreprises (RSE) occupe une place centrale dans la stratégie du groupe, la référente en développement durable étant directement membre du comité exécutif.

Colmar Expo a structuré sa démarche RSE autour de trois axes principaux :

- ▶ **1. Réduction de l'impact environnemental** : gestion responsable des déchets, limitation de la consommation énergétique, sensibilisation des exposants et visiteurs aux pratiques durables.
- ▶ **2. Responsabilité sociale et sociétale** avec une écoute attentive des parties prenantes : valorisation des acteurs locaux, conditions de travail sécurisées et inclusives, accessibilité des événements pour tous, promotion de la diversité et de l'égalité des chances.
- ▶ **3. Performance économique durable** : optimisation des ressources, partenariats avec des fournisseurs écoresponsables, contribution au dynamisme économique local.



# Chiffres clés 2025



## Economique

**100%**

des clients des manifestations accueillis sont satisfaits des services de Colmar Expo

**83%**

des exposants ayant participé à nos précédentes manifestations organisées ont renouvelé leur participation en 2025.

Nos locaux sont occupés

**70%** du temps

sachant que le taux d'occupation moyen des gestionnaires événementiels en France se situe entre 34.5 % et 35.5 %

**147,2**

millions d'euros de retombées économiques ont été générés par l'activité de Colmar Expo dont **51,3 millions** concernent la Foire Aux Vins d'Alsace 2025



## Social / sociétal

**10,5 ans**

de moyenne ancienneté de nos collaborateurs démontrant notre efficacité et nos savoir-faire ancrés

**32%**

de femmes dans l'entreprise et 14.2% de femmes au sein du COMEX ; 28% au sein du conseil d'administration

**1452 exposants**

en 2025 pour les manifestations organisées

**84,6%**

de nos fournisseurs sont considérés comme responsables

**2270 emplois**

créés ou maintenus grâce à l'activité de Colmar Expo dont **936** concernent la Foire Aux Vins d'Alsace 2025



## Environnemental

**2 à 8** flux de tri de déchets selon les parties prenantes

# 02

**Nos objectifs  
découlent  
des objectifs de  
développement  
durable (ODD)**

Afin de donner un cadre clair et cohérent à notre stratégie RSE, Colmar Expo a choisi de s'engager sur 8 Objectifs de Développement Durable (ODD) et d'intégrer des critères ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance) au sein de ses trois piliers : environnemental, social/sociétal et économique.



## ENVIRONNEMENT

L'un des premiers enjeux de Colmar Expo est de gérer durablement nos ressources et de réduire notre impact environnemental. Pour ce faire, notre démarche s'articule autour de 6 Objectifs de Développement Durable (n°7, 9, 11, 12 13 et 17).

### ► objectif 01

## Généraliser le tri et s'assurer de la valorisation des déchets



► Dans une démarche d'amélioration continue de notre gestion des déchets, nous avons **déployé un système de tri adapté aux spécificités de nos parties prenantes.**

Selon les sites et les activités, **le tri s'organise désormais entre 2 et 8 flux distincts** comprenant notamment **le carton, la fer-**

**raille, le bois, le verre, les emballages, l'huile, les biodéchets et autres déchets résiduels.**

Cette approche différenciée nous permet de **mieux valoriser les matières** tout en **réduisant notre impact environnemental global.**

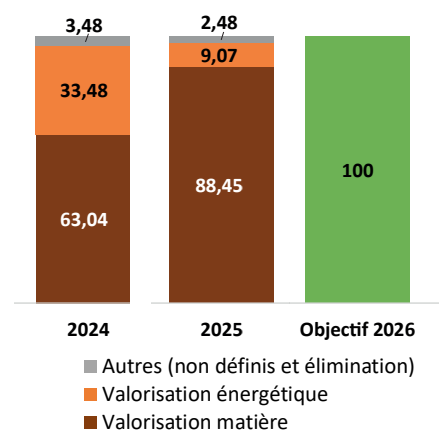


► En 2024, nous avons généré 32,08 tonnes de déchets, dont **31,89** tonnes ont été valorisées soit au total **99.4%**. Fin 2025, nous avons valorisé **97,52 %**. Le volume de déchets valorisés a atteint **79,15** tonnes (hors ordures ménagères, prises en charge par la ville), soit environ 2,5 fois plus qu'en 2024. Cette augmentation s'explique par une gestion différente des déchets : jusqu'en 2024 seuls les déchets carton, verre, ferraille, huiles et bio déchets issus des exposants étaient valorisés. Nous avons mis en place en juillet 2024 des poubelles bi-flux visiteurs, augmentant significativement les déchets valorisés au détriment des ordures ménagères non valorisables.

► Dans le cadre de notre engagement en faveur de la valorisation des déchets, nous avons mis en place des actions de dons auprès d'associations afin de donner une seconde vie à nos équipements. L'objectif initial fixé pour 2025 était d'at-

teindre quatre typologies de consommables valorisées ; nous avons finalement réussi à en valoriser six à la fin de l'année 2025.

### Déchets valorisés (en %)



#### Nos dons aux associations :

1. Bâches
2. Tissus
3. Moquettes
4. Bouchons
5. Cartouches d'encre
6. Autres (couvercles...)

#### Partenaires :

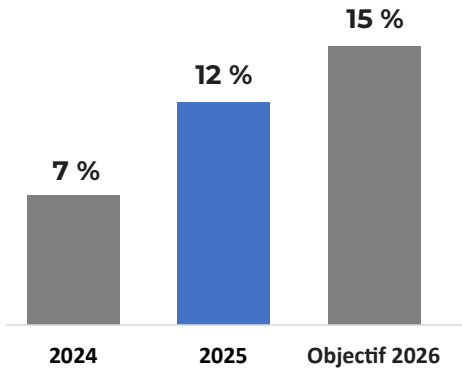
EMMAUS  
LYRECO  
Les bouchons de l'espoir  
SCHROLL...

# ► objectif 02

## Développer notre autoconsommation pour viser la sobriété énergétique



Part d'énergie consommée issue de sources renouvelables (en %)



► Dans le cadre de notre stratégie de transition énergétique, nous visons à doubler la part de notre consommation d'énergie issue de sources renouvelables entre 2024 et 2027, en passant de 7 % à 15 %.

► L'année 2025 constitue une étape clé de cette trajectoire : nous atteignons un taux estimé à **12%** en fin d'année. Toutefois, en raison de la mise en service récente de plusieurs installations (LED, installations de portes rapides pour éviter les pertes thermiques et panneaux photovoltaïques), il n'a pas été possible de disposer de données consolidées pour le premier semestre 2025.

Nous avons pour ambition de souscrire un contrat d'énergie 100 % verte dès 2025 ; toutefois, en raison de contraintes externes, sa mise en œuvre a été reportée à 2026. Ce délai ne remet pas en cause notre engagement, mais nous pousse au contraire à renforcer nos actions internes d'efficacité énergétique.

En guise de substitution, nous avons initié une étude de faisabilité sur le raccordement au chauffage urbain. Ce projet vise à couvrir nos besoins en chauffage et en climatisation tout en valorisant nos propres déchets comme ressource énergétique.

Des travaux seront entamés courant 2026

► L'année 2025 marque également une avancée significative dans le développement des panneaux photovoltaïques, avec une surface installée passant de **560 m<sup>2</sup> en 2024 à 1 061 m<sup>2</sup>**. Cette croissance témoigne de notre volonté d'accroître la part d'énergie solaire dans notre mix énergétique.

Bien qu'aucun objectif chiffré ne soit encore fixé pour 2027, nous restons pleinement mobilisés pour poursuivre cette dynamique de déploiement.

# ► objectif 03

## Explorer d'autres initiatives contribuant à limiter notre impact sur l'environnement



### 2024 ►►► 2025 S1 ►►► 2025 S2 ►►► 2026/27

► Pas de nouvelles initiatives

► Pas d'actions de sensibilisation auprès des parties prenantes

► Meilleure structuration tri et une nouvelle déchèterie interne/ relamping (LED en 2025 S2)

► Politique de développement durable, création d'un livret tri des déchets selon les événements

► 3 nouvelles initiatives : Etude végétalisation du parc; Formation pour les employés au sujet de la pollution numérique et du stockage de données ; formation pour l'accueil de personne en situation de handicap

► 1 nouvelle action de sensibilisation pour les collaborateurs : fiches les écos-gestes

► Mettre en place au minimum 2 initiatives écoresponsables par an

► Mettre en place une nouvelle action de sensibilisation auprès de nos parties-prenantes au sujet de notre engagement RSE et au développement durable de manière générale



## SOCIAL/SOCIÉTAL

Chez Colmar Expo, nous plaçons l'humain au centre de nos priorités. Notre second enjeu RSE porte sur l'**impact social et sociétal** de notre activité. Convaincus que la réussite collective repose sur la cohésion et l'engagement de chacun, nous mettons tout en œuvre pour renforcer le **lien entre nos collaborateurs** et favoriser un environnement de travail épanouissant. Nous prenons également en compte **2 enjeux sociétaux majeurs**, à savoir l'inclusion, via l'égalité des chances, et l'engagement local via nos partenaires associatifs.

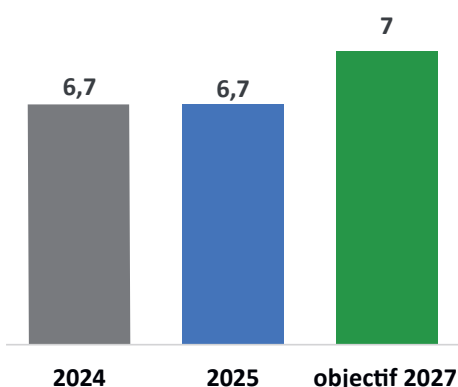
Notre démarche s'inscrit dans la continuité des **Objectifs de Développement Durable, c'est-à-dire les n°3, 4, 12 et 17**

### ► objectif 01

## Entretenir l'esprit d'équipe et maintenir le bien-être au travail



Qualité de vie au travail des collaborateurs de Colmar Expo (note moyenne sur 10)



► Afin de préserver une **qualité de vie au travail** optimale et de nourrir l'esprit d'équipe, nous nous sommes fixés pour objectif d'organiser au **minimum quatre événements collectifs par an**. Ces moments de partage, tels que des **activités de team building**, permettent de renforcer la solidarité, la créativité et la cohésion au sein de nos services. En 2024 et en 2025, notre objectif a été pleinement atteint.

► Une initiative singulière distingue d'ailleurs notre équipe en charge des manifestations organisées : **tous les trois mois, un ou deux collaborateurs prennent l'initiative d'organiser un team building de 2 à 3h**, favorisant ainsi l'implication et l'autonomie de chacun dans la vie de l'entreprise.

► Au-delà de ces actions collectives, nous veillons à évaluer régulièrement le ressenti de nos équipes. Chaque année, nous diffusons un **questionnaire "Qualité de Vie au Travail"** afin de mesurer le bien-être global de nos collaborateurs.

Notre objectif était d'atteindre une moyenne de **7/10**. En 2025, la note obtenue s'élève à **6,7/10**. Si ce résultat est légèrement inférieur à nos attentes, il constitue pour nous un **signal d'amélioration** et un **levier d'action**. Nous renforçons ainsi notre engagement à placer la **QVT au cœur de nos priorités pour 2026**, avec la volonté d'écouter, de comprendre et d'agir encore mieux pour nos équipes.

### ► objectif 02

## Promouvoir notre engagement sociétal



► Dans le cadre de l'Objectif de Développement Durable n°12, Colmar Expo s'engage à développer ses modes de communication ainsi que la communication digitale dédiée à la RSE, et à renforcer la **transparence** de ses actions auprès de ses collaborateurs et de l'ensemble de ses parties prenantes.

Afin d'assurer un suivi clair et mesurable de nos engagements, nous souhaitons mettre en place un **rapport RSE annuel**. Ce document aura pour vocation de **présenter nos actions, d'évaluer l'atteinte de nos objectifs** et de témoigner de notre **démarche d'amélioration continue**.

La **communication** autour de ces initiatives constitue également un axe prioritaire. Nous ambitionnons de **partager régulièrement nos avancées** avec nos parties prenantes que ce soit sur des supports de communication imprimés (limités) ou de communication digitale.

Nous avons également développé fin 2025 un **intranet**. Il s'agit d'une nouvelle plateforme de communication pour tous les collaborateurs centralisant toute l'actualité.

► En 2024, cette démarche étant nouvellement instaurée nous avons réalisé 3 actions de communication sur les réseaux sociaux et nous avons mis en place notre politique de développement durable et le livret tri des déchets. Cependant, pour 2025, Colmar Expo s'est fixé pour objectif de réaliser au **minimum 11 actions de communication**, afin de valoriser nos progrès et renforcer la transparence de nos pratiques.

► En 2025 nous avons effectués **20 actions de communications RSE** sur les réseaux sociaux pour nos parties prenantes et/ou par mail pour nos collaborateurs. Nous avons également mis en place une **fiche résumant les écogestes**.

Comme évoqué précédemment, Colmar Expo a intensifié son engagement sociétal en soutenant **14 associations en 2025**, contre aucune sur l'année précédente. Cette action s'inscrit dans notre volonté d'avoir un **impact positif sur la société**. Nous souhaitons ainsi **poursuivre et développer notre engagement au niveau local**.

#### Les associations partenaires :

Emmaüs / Life Pink / Arame / L'Institut St Joseph / La ligue contre le cancer : les foulées de la ligue / Terre des Hommes / Ludschiki / OMS / Cook Music / Omnisport / Club cyclo / St-Hippolyte / Chorale Double-Croche / EcoBio Alsace

# ► objectif 03

## Développer les compétences des collaborateurs

4 ÉDUCATION DE QUALITÉ



► Chez **Colmar Expo**, nous croyons que la richesse de notre entreprise réside avant tout dans **le développement des compétences de nos collaborateurs**. Favoriser la montée en compétences de chacun est au cœur de notre démarche RSE. Nous nous fixons pour objectif que **chaque salarié bénéficie régulièrement de formations**.

En **2024**, le volume moyen de formation s'élevait à **16 heures par salarié par an**.

► Pour Colmar Expo, accueillir des alternants et stagiaires n'est pas seulement un moyen de former, c'est aussi **une manière de renforcer notre culture d'apprentissage, d'ouverture et de solidarité** au sein de nos équipes. Chaque jeune talent intégré contribue à enrichir notre organisation et à insuffler de nouvelles idées, tout en bénéficiant d'un accompagnement personnalisé et valorisant.

En **2025**, nous avons poursuivi cet engagement en maintenant **3 alternantes** au

Cet indicateur constituait également **notre objectif pour 2025**. Nous avons non seulement réussi à le maintenir, mais aussi à le dépasser, atteignant **18.6 heures de formation par collaborateur par an**.

Dans une logique d'**amélioration continue** et dans le cadre de **l'ISO 20121**, nous visons désormais une nouvelle étape : **atteindre 20 heures de formation par salarié d'ici 2027**.

sein de nos équipes, tout en accueillant **1 stagiaire de courte durée et 3 stages de découverte**

Au-delà de ces actions, nous avons fixé des objectifs ambitieux pour les années à venir : **accueillir 2 alternant(e)s et 2 stagiaires de longue durée en 2027**. Cette démarche reflète notre volonté de **favoriser l'insertion professionnelle des jeunes**

► La **sécurité** et la **santé** de nos collaborateurs constituent des priorités absolues chez **Colmar Expo**. Dans cette optique, nous encourageons activement nos collaborateurs à suivre la **formation "Santé et Sécurité au Travail"**, afin de renforcer la culture de prévention au sein de l'entreprise.

À la fin de l'année **2024**, **51 % de nos salariés** avaient déjà été formés. Nous nous étions alors fixés pour objectif d'atteindre

**70 % de collaborateurs formés d'ici fin 2025**. Cet objectif a été **atteint et légèrement dépassé**, avec un taux de **73 %**.

Conscients que cette formation doit être régulièrement **renouvelée (recyclée)**, nous nous engageons à **maintenir ce taux de 73 % à horizon 2027**, garantissant une continuité en matière de prévention et de sécurité au travail.





## ECONOMIQUE

Au sein de Colmar Expo, nous souhaitons poursuivre le développement de notre démarche RSE tout en assurant la pérennité économique de notre activité. Pour se faire nous souhaitons **valoriser l'économie locale et améliorer notre efficacité organisationnelle**. Pour avoir une ligne directrice, nous nous sommes basés sur 3 ODDs **les n° 9, 12 et 17**.

# ► objectif 01



## Accroître notre performance tout en réduisant notre empreinte environnementale

► Pour notre premier objectif économique, nous avons souhaité agir sur **le coût global de nos actions de communication**, en cherchant à en améliorer l'efficacité tout en réduisant leur empreinte environnementale.

Pour évaluer nos progrès, nous suivons un indicateur clé de performance (KPI) : le **taux du budget communication rapporté au chiffre d'affaires**. Cet indicateur permet de mesurer la proportion du chiffre d'aff-

aires consacrée à la communication, et ainsi d'en suivre l'évolution et l'efficacité.

**En 2024**, ce taux s'élevait à **15 %**. **En 2025**, **il est resté stable**. Notre ambition pour les prochaines années est de maintenir au plus à 15% voire de le diminuer, en privilégiant des actions de communication plus ciblées, responsables et digitalisées, permettant à la fois de toucher un public plus large et de limiter les supports physiques.



► Dans une logique complémentaire, nous mesurons également **le coût de la communication par visiteur**. Cet indicateur permet d'évaluer la pertinence et la rentabilité de nos investissements en communication, rapportés au nombre de visiteurs accueillis.

**En 2024**, ce coût s'élevait à **2,28 € par visiteur**. En 2025, il a légèrement augmenté pour atteindre **2,30 €**, une évolution que nous analysons afin d'identifier des pistes d'optimisation.

À l'horizon 2027, nous nous engageons à ce que le coût ne dépasse pas 2,30 €

► Toujours dans une logique d'accroître notre performance nous avons décidé d'agir sur les achats. Une **procédure d'achats responsables** a été mise en place, afin d'encadrer et de guider nos décisions selon des principes éthiques, transparents et durables.

logiciel nous permet de mieux identifier et **valoriser les partenaires engagés** dans une stratégie de durabilité.

**En 2025**, nous avons également développé un outil numérique de référencement et de classification des fournisseurs. Ce

Cette initiative contribue à **renforcer la traçabilité de nos achats, à favoriser la collaboration avec des fournisseurs responsables et à réduire progressivement notre empreinte environnementale** tout en soutenant une économie locale et vertueuse.





# ► objectif 02

## Structurer notre démarche d'achats responsables



► Dans le cadre de notre démarche RSE, nous avons mis en place un système de classification de nos fournisseurs à travers une application dédiée.

Cette évaluation repose sur un questionnaire détaillé portant sur la stratégie et les engagements RSE. En fonction de ses réponses, chaque fournisseur obtient un score qui nous permet de mesurer leur niveau de conformité à notre politique de développement durable. Ceux dont le score est jugé insuffisant ne sont plus retenus pour de futurs partenariats. À l'inverse, ceux respectant nos critères RSE et étant engagés restent référencés et continuent de collaborer avec nous.

Nous favorisons les achats responsables en soutenant les fournisseurs locaux et ceux engagés dans une démarche durable. Cette approche contribue à **dynamiser l'économie régionale**.

► Un objectif clair a été fixé concernant la part de fournisseurs référencés comme engagés (hors catégories artistique, médias, urgents et uniques) : **atteindre 80 % d'ici 2025**. Cet objectif n'a pas pu être atteint en 2024, car l'année a été consacrée au déploiement du logiciel et à la collecte des informations nécessaires auprès des fournisseurs.

**En 2025, 84,6%** de nos fournisseurs sont notés comme responsable selon nos critères.

*D'ici 2027, nous visons à atteindre 90 % d'achats responsables. Ce périmètre exclut certaines catégories sur lesquelles notre capacité d'action est limitée, notamment les prestations artistiques et médias, les exigences spécifiques de nos clients, ainsi que les achats exceptionnels ou urgents pour lesquels cela pourrait compromettre la continuité de nos activités et le bon déroulement de nos événements.*

► Nous avons également effectué des questionnaires auprès des fournisseurs clés sous contrats cadres avec pour objectif un taux d'adhésion aux objectifs du-

rables de 100%. Ceux-ci étants en cours en 2024 et mi-2025. Nous avons tout de même atteint notre objectif fin 2025.

# ► objectif 03

## Optimiser le fonctionnement pour répondre aux attentes de nos parties prenantes



► Colmar Expo exerce deux activités complémentaires, toutes deux guidées par notre volonté de **créer un impact positif sur nos parties prenantes et sur le territoire**. D'une part, l'organisation d'événements nous engage à satisfaire pleinement nos exposants, afin de renforcer leur fidélité, garantir la pérennité de l'entreprise et contribuer activement au développement économique local. D'autre part, chaque manifestation que nous accueillons est pensée pour offrir une expérience de qualité, respectueuse de nos engagements responsables.

Pour mesurer l'efficacité de nos actions et notre capacité à répondre aux attentes

de nos clients, nous avons défini deux indicateurs clés de performance (KPI) :

### 1. Satisfaction client

Nous recueillons systématiquement les retours de nos exposants via des questionnaires, afin de mieux comprendre leurs besoins et d'adapter nos pratiques. Cette démarche reflète **notre volonté d'amélioration continue et notre engagement envers des relations durables et responsables**.

### 2. Taux de reconduction des contrats

Ce KPI nous permet de mesurer la fidélité de nos clients et de valoriser la confiance qu'ils nous accordent, signe de la qualité de notre accompagnement.

### Taux de satisfaction des exposants et clients (en %)

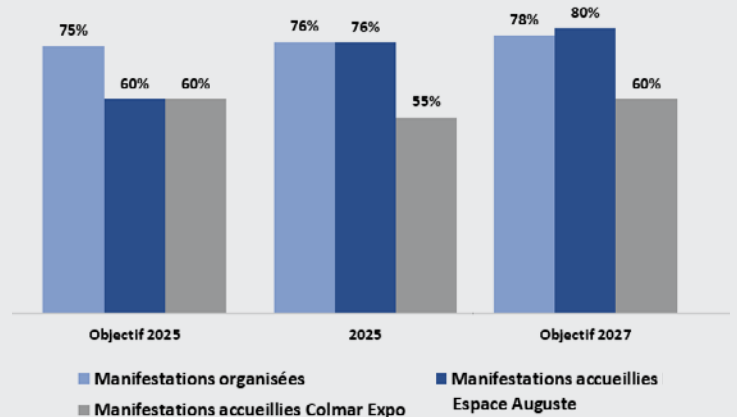


En 2025, nous nous étions fixés pour objectif d'atteindre un taux de satisfaction de 100 % pour les manifestations **accueillies**, objectif qui a été **atteint**.

Concernant les manifestations **organisées**, l'objectif était fixé à 86 % et il a été atteint avec 86,6%.



### Taux de fidélité des exposants et clients (en %)



En 2025, l'objectif de fidélité de 60 % pour les manifestations accueillies a été globalement dépassé avec une moyenne de **65 %**, portée par les **76 %** de l'Espace Auguste et les **55 %** du Parc des Expositions.

Fort de ce constat, Colmar Expo segmente désormais ses ambitions pour 2027 en visant des taux de fidélisation de **80 %** pour l'Espace Auguste et **60 %** pour le Parc des Expositions.

Concernant les **manifestations organisées**, l'objectif était fixé à **75 %**. Cet objectif a été atteint, avec un taux de **76 %**, soit un léger écart à la cible initiale. En 2027, nous visons un **taux de fidélisation de 78 %**.

Ces objectifs nous encouragent à **intensifier nos actions** en faveur de la **fidélisation des clients et exposants de Colmar Expo**. Nous restons déterminés à consolider ces relations de confiance sur le long terme.

► Dans une démarche d'amélioration continue et pour structurer efficacement notre stratégie RSE, nous déployons des **procédures** couvrant différents domaines de l'entreprise afin d'encadrer nos pratiques. Nous nous engageons à en créer une nouvelle chaque année jusqu'en 2027. Ainsi, alors que **quatre** procédures étaient en place en 2024, nous avons atteint **cinq procédures** à la fin de l'année 2025. Nous avons, à ce jour, une procédure d'achats responsables, de communication avec les parties prenantes, de traitement des non-conformités, de gestion des exigences légales et de stratégie, planification et pilotage.

# 03

**Nos prochaines  
étapes 2026**

## Feuille de route

En 2026 nous allons nous focaliser davantage sur les objectifs non atteints ou retardés et poursuivre notre objectif d'amélioration continue.



### Actions environnementales

- Pour commencer, dans une logique d'économie circulaire, si cela est nécessaire nous remplacerons notre mobilier hors d'usage par du mobilier de seconde main. Cette démarche s'inscrit dans la création d'une nouvelle typologie de mobilier revalorisé, permettant de limiter la consommation de ressources neuves et de prolonger la durée de vie des équipements.
- En 2026, nous ambitionnons de renforcer l'engagement environnemental de

nos équipes à travers l'organisation d'une Clean Walk, consistant à collecter les déchets à l'issue de l'un de nos événements organisés au sein du Parc des Expositions. Cette action vise à sensibiliser les collaborateurs à la préservation de l'environnement. Par ailleurs, une Challenge Week sera mise en place. Cet événement prendra la forme d'une semaine de défis dédiés à l'écoresponsabilité, afin d'encourager l'adoption de pratiques plus durables au quotidien.

### Actions sociales

- Afin de renforcer la cohésion et la collaboration entre les équipes, nous prévoyons l'organisation d'un second team building de type « Vis ma vie », permettant aux collaborateurs de mieux comprendre les métiers et les enjeux de chacun.

- Une formation à **la méthode DISC** sera déployée auprès de l'ensemble des collaborateurs. Cette formation a pour objectif de développer la compréhension des différents profils comportementaux et de renforcer la capacité de chacun à adapter sa communication et ses interactions professionnelles à ses interlocuteurs.

### Actions sociétales

- Dans une démarche de transparence renforcée à l'égard de nos parties prenantes et de nos collaborateurs, nous prévoyons la mise en place d'un code de **conduite et d'éthique professionnelle**. De plus, nous nous sommes inscrits dès janvier 2026 sur la plateforme Acceslibre, dédiée au recensement et à l'information sur l'accessibilité des établissements recevant du public, afin de valoriser l'accessibilité de nos sites (Espace Auguste et Parc des Expositions)

- En 2026, plusieurs actions concrètes ont d'ores et déjà été définies, notamment la mise en place de nouveaux partenariats associatifs.

1 - **Association Espoir** : Officialisation du partenariat avec du recrutement ponctuel de personnes en réinsertion professionnelle lors de nos événements.

2 - **Association Regie Access** : Partage de matériel de manière ponctuelle pour favoriser l'accessibilité lors des événements au sein du Parc des Expositions

- Nous avons également pour objectif de renforcer, année après année, la sensibilisation de nos parties prenantes aux enjeux de responsabilité sociétale. Cette démarche se traduira par la diffusion d'un guide de l'événement responsable à destination des clients des manifestations accueillies. Nous allons élaborer un guide spécifique visant à améliorer la durabilité de notre événement emblématique : **la Foire aux Vins d'Alsace**.

- Nous souhaitons renforcer notre engagement solidaire en organisant un Noël des enfants en faveur des enfants de l'Institut Saint-Joseph, accompagné d'une collecte de vêtements, afin de leur permettre de profiter pleinement des fêtes de fin d'année.

- Nos fournisseurs seront également impliqués à travers la mise en place d'**une charte de bien-être** et de bonnes pratiques, favorisant des relations professionnelles responsables et durables.

- Enfin, afin de promouvoir l'inclusion et la diversité au sein de Colmar Expo, nous précisons systématiquement dans nos offres d'emploi l'existence de dispositifs d'accueil pour les personnes en situation de handicap, ainsi qu'une mention affirmant clairement notre **engagement en faveur de l'égalité des chances et de l'inclusion**.

# 04

## Conclusion



**2025** aura été une année charnière pour Colmar Expo. Une année où nous avons choisi de repenser nos pratiques, de mieux structurer nos engagements et d'assumer pleinement le rôle que nous souhaitons jouer dans l'événementiel responsable. Ce rapport reflète ce mouvement collectif, porté à la fois par la détermination des équipes, l'implication de nos partenaires et la volonté de proposer des événements toujours plus respectueux, utiles et ancrés dans leur territoire.

Au fil des mois, nous avons renforcé notre gestion des déchets, accéléré notre transition énergétique, amélioré le dialogue avec nos parties prenantes et consolidé notre organisation interne. Ces avancées n'ont rien d'abstrait : elles se voient dans nos pratiques quotidiennes, dans la qualité de nos événements et surtout dans l'engagement des collaborateurs, qui constitue l'un de nos marqueurs les plus forts.

Mais cette année n'est pas une fin en soi. Elle pose les bases d'une démarche

durable qui s'inscrit dans le temps, avec une vision claire : continuer à progresser, étape après étape, en mesurant mieux nos impacts et en renforçant nos actions prioritaires, notamment sur le carbone, l'inclusion, les achats responsables et la transparence. L'ISO 20121 n'est pas simplement un cadre pour nous ; c'est une opportunité d'améliorer notre modèle et de faire évoluer notre métier.

Nous savons que la route est encore longue, mais nous savons surtout que nous avançons dans la bonne direction, avec une dynamique solide et partagée. Ce rapport témoigne de cette progression et de notre ambition : créer des événements qui rassemblent, qui valorisent notre territoire et qui s'inscrivent pleinement dans une démarche exemplaire et durable.

C'est collectivement que nous continuerons à écrire la suite. Et si 2025 a été une étape essentielle, 2026 sera l'année où nous amplifierons encore notre impact, avec exigence, cohérence et fierté.

# Synthèse

Objectifs	ODDs	KPI	Situation initiale 2024	Objectifs 2025	Résultats 2025	Objectifs 2026	Objectifs 2027
<b>Enjeu 1 : Gérer durablement nos ressources et réduire notre impact environnemental</b>							
Généraliser le tri et s'assurer de la valorisation des déchets	12 & 13	Part de déchets valorisés (en %)	99,40%	100%	96,82%	100%	100%
	12	Simplification et structuration du système de tri et de ses filières	NON	OUI	OUI	OUI	OUI
	12 & 17	Nombre de typologie de consommables valorisés	3	4	5	6	7
Développer notre auto-consommation pour viser la sobriété énergétique	7, 9 & 11	Part d'énergie consommée issue de ressources renouvelables (en %)	7%	15%	12%	15%	15%
	7, 9 & 11	Nombre de m <sup>2</sup> de panneaux photovoltaïques	560m <sup>2</sup>	Augmenter de 100% la superficie	1061m <sup>2</sup>	1061m <sup>2</sup>	1061m <sup>2</sup>
	7, 9 & 11	Part d'énergie verte (en %)	NA	NA	0%	5-10%	5-10%
Explorer d'autres initiatives contribuant à limiter notre impact sur l'environnement	7, 11, 12 & 13	Nombre d'initiatives mises en œuvre	0	2	3	5	7
	7, 11, 12 & 13	Nombre d'actions de sensibilisation auprès de nos exposants et fournisseurs sur notre engagement RSE	0	2	3	4	5
<b>Enjeu 2 : Renforcer la cohésion et l'engagement au sein de notre organisation</b>							
Entretenir l'esprit d'équipe	3	Nombre d'événements organisés au sein des équipes	4	4	4	4	4
	3	Notes de satisfaction interne (questionnaire QVT)	6,7/10	7,0/10	6,7	7,0/10	7,5/10
Promouvoir notre engagement sociétal	17	Nombre d'actions sociétales réalisées	0	4	13	14	18
	12	Nombre de communication mettant en valeur la démarche RSE	11	11	20	12	12
	12	Rapport RSE	0	1	1	1	1
Développer les compétences des collaborateurs	4	Nombre moyen d'heures de formation par collaborateur par an	16h	15	18,6h	19h	20h
	4	Taux de salariés SST	51%	70%	73,0%	73%	73%
	4	Nombre de jeunes talents accueillis (alternant(e)s/ stagiaires)	3 alternantes	3 alternant(e)s	3 alternantes, 1 stagiaire de courte durée et 3 stagiaires d'observation	3 alternant(e)s	2 alternant(e)s et 2 stagiaires de longue durée
<b>Enjeu 3 : Valoriser l'économie locale et améliorer notre efficacité organisationnelle</b>							
Accroître notre performance tout en réduisant notre empreinte environnementale	12	Part du CA annuel consacrée à la communication (hors TRINAT)	15%	Conserver moins que 2024	15%	15%	15%
	12	Coût de la communication par visiteur (hors TRINAT)	2,28 €		2,30 €	2,30 €	2,30 €
	9	Bonne mise en place de la procédure achats responsable et du logiciel de référencement fournisseurs	NA	OUI	OUI	OUI	OUI
Structurer notre démarche d'achats responsables	12	Part des fournisseurs noté considérés comme engagés (en %)	NA	80%	84,60%	85%	90%
	12	Taux d'adhésion des contrats cadres à notre politique RSE	NA	100%	100%	100%	100%
Optimiser le fonctionnement pour répondre aux attentes de nos parties prenantes	17	Taux de satisfaction manifestations organisées	86%	86%	86,6%	88%	90%
	17	Taux de satisfaction manifestations accueillies	90%	90%	100%	100%	100%
	17	Taux de fidélité des clients des manifestations accueillies	NA	60%	Colmar Expo : 55% / Espace Auguste : 76%	Colmar Expo : 57% / Espace Auguste : 78%	Colmar Expo : 60% / Espace Auguste : 80%
	17	Taux de fidélité des exposants des manifestations organisées	NA	75%	76,62%	77%	78%
	12	Nombre de procédures écrites	0	4	5	6	7

► **Contact**

**Stéphanie JUEN**  
stephanie@colmar-expo.fr

► **Nos engagements et notre politique  
de développement durable**

