



LES RENDEZ-VOUS BIODIVERSITÉ ET ENTREPRISES 2020

Guide d'aide à l'organisation des Rendez-vous
Biodiversité et Entreprises 2020



SOMMAIRE

I. Contexte des Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020	1
I.1 2020, année charnière pour la biodiversité : Congrès mondial de la Nature de l'UICN et COP15 de la CDB	1
I.2 Enjeux biodiversité et entreprises	1
II. Propositions de déroulés à adapter selon les événements.....	6
II.1 Suggestions de formats	6
II.1.1 Inspirer et servir d'exemple	6
II.1.2 Échanger et débattre.....	7
II.1.3 Co-construire grâce à l'intelligence collective	8
II.1.4 S'engager et être acteur.....	9
II.2 Proposition de déroulés-types.....	9
III. Définition du contenu de l'événement	12
III.1 Propositions d'intervenants mobilisables pour les événements	12
III.1.1 Experts/scientifiques	12
III.1.2 Acteurs institutionnels	13
III.1.3 Acteurs locaux dédiés à la protection de la biodiversité	13
III.1.4 Entreprises initiées.....	13
III.1.5 Associations	14
III.1.6 Exemple pour le territoire Auvergne-Rhône-Alpes	14
III.2 Inciter les entreprises à participer à l'événement.....	16
III.3 Suggestions de thématiques à aborder selon les spécificités des territoires	16
III.4 Les points de vigilance lors de l'organisation des événements	18
III.4.1 Dans l'organisation du programme	18
III.4.2 Derniers préparatifs de l'événement.....	19
III.4.3 Le Jour-J	19
IV. Promotion de l'événement	21
IV.1 Logos.....	21
IV.2 Communication	21
IV.2.1 Communication auprès du public.....	21
IV.2.2 Communication auprès des journalistes	21
IV.2.3 Communication via Twitter	22



I Contexte des Rendez- Vous Biodiversité et Entreprises 2020

I. Contexte des Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020

I.1 2020, année charnière pour la biodiversité : Congrès mondial de la Nature de l'UICN et COP15 de la CDB

2020 sera une année d'une importance sans précédent de mobilisation internationale en faveur de la biodiversité. La 15^{ème} Conférence des Parties de la Convention sur la diversité biologique (CDB) devrait être l'occasion de redéfinir des objectifs ambitieux pour la préservation et la restauration de la biodiversité au niveau mondial, à la suite des Objectifs d'Aichi qui ne seront pas atteints. La France est au premier rang de cet élan de mobilisation, avec notamment l'organisation en amont du Congrès mondial de la Nature de l'Union Internationale de Conservation de la Nature (UICN) qui se tiendra à Marseille du 11 au 19 juin 2020.

C'est dans ce contexte favorable que l'Office français de la biodiversité (OFB) souhaite mobiliser les entreprises de toute taille aux enjeux de la préservation de la biodiversité, directement sur les territoires. Ces "Rendez-vous Biodiversité et Entreprises 2020" se joueront à plusieurs niveaux :

- Au niveau national, la thématique "Biodiversité" investira les événements majeurs orientés "Entreprises" tout au long de l'année, afin de sensibiliser un maximum d'entreprises ;
- Au niveau local, l'objectif sera d'organiser des événements directement sur les territoires pour permettre les échanges entre les professionnels locaux du monde de l'entreprise et de la biodiversité.

En tant qu'acteur public, l'OFB est pleinement dans ses compétences pour accompagner les organisateurs dans la formulation d'événements à l'échelle des territoires. Les Rendez-vous Biodiversité et Entreprises 2020 visent, entre autres, à promouvoir l'initiative "Entreprises engagées pour la nature – act4nature France", en permettant l'engagement de nouvelles entreprises, et à valoriser les actions des entreprises déjà signataires.

Ils s'inscrivent aussi dans le cadre du Forum Biodiversité et Économie 2020, qui aura lieu le 7 octobre 2020 et qui sera l'occasion d'aborder les thématiques fortes et incontournables des territoires. Si la création et la mise en évidence des dynamiques territoriales sont réalisées durant l'année 2020, cette mobilisation des acteurs a vocation à perdurer dans le temps.

I.2 Enjeux biodiversité et entreprises

Les enjeux et interdépendances entre la biodiversité et les entreprises seront au cœur de ces Rendez-vous Biodiversité et Entreprises. En raison des contextes internationaux et nationaux, la prise en compte des impacts et dépendances entre les entreprises et la biodiversité se renforce et conforte la nécessité d'agir. Les entreprises doivent ainsi questionner leur stratégie afin d'intégrer plus globalement la biodiversité, de l'amont à l'aval de leur processus productif.

Vous avez dit biodiversité ?

La biodiversité correspond à la diversité de l'ensemble du vivant sur terre. Elle représente à la fois la diversité des milieux, la diversité des espèces, la diversité génétique au sein d'une même espèce mais aussi toutes les relations et interactions qui existent entre ces différents milieux, espèces et individus. La biodiversité, en constante évolution, permet l'équilibre des écosystèmes et a permis le maintien de la vie sur Terre pendant les 4 derniers milliards d'années.

État de la biodiversité au niveau mondial

Début mai 2019, à l'issue de sa 7ème plénière à Paris, la Plateforme Intergouvernementale sur la Biodiversité et les Services Ecosystémiques (IPBES) a publié l'Évaluation mondiale de l'état de la biodiversité et des services écosystémiques, la plus exhaustive à ce jour. Elle alerte sur la dynamique d'effondrement de la biodiversité en s'appuyant sur des chiffres éloquentes :

- Niveau d'extinction des espèces au moins 10 fois supérieur à la moyenne des 10 millions d'années précédentes ;
- 75 % du milieu terrestre est « sévèrement altéré » à ce jour par les activités humaines ;
- Jusqu'à 1 million d'espèces menacées d'extinction, dont de nombreuses au cours des prochaines décennies.

Cette évaluation a identifié les principales pressions s'exerçant sur la biodiversité et confirme la nécessité d'agir pour enrayer son érosion.

Contexte national

La France a d'ores et déjà pris des engagements forts au niveau international dans le Plan biodiversité. Celle-ci souhaite « *donner une impulsion à la CDB par l'aboutissement d'un cadre international ambitieux pour la décennie à venir, en suscitant la prise d'engagements de la part des États qui soient à la hauteur des défis à relever en matière de biodiversité. La France souhaite aussi porter la mise en place d'un agenda d'actions concrètes et multilatérales de la part des acteurs non étatiques qui puisse contribuer à l'atteinte des nouveaux objectifs qui seront fixés* ».

Dans cette perspective, l'OFB a lancé l'initiative « Entreprises engagées pour la nature – act4nature France ». Elle a pour objectif principal la mobilisation des entreprises en faveur de la biodiversité. Cette initiative nationale vise à susciter des engagements concrets et à assurer la montée en puissance progressive du sujet au sein des entreprises, dans une démarche de progrès.

Impacts et dépendances des entreprises à la biodiversité

Parmi l'ensemble des activités humaines, les entreprises, qui produisent des biens et des services, ont des impacts sur la biodiversité. Elles participent donc, directement et indirectement, aux principales pressions s'exerçant sur la biodiversité :

- *Changement d'usage des terres et de la mer* : l'augmentation des surfaces agricoles est la principale cause du changement d'usage des sols. Couplée à l'urbanisation forte et le développement des infrastructures dus à la croissance de la population, cette expansion se fait au détriment des forêts, des zones humides et des prairies ;
- *Exploitation directe des ressources* : cette surexploitation touche principalement les animaux et les végétaux via l'agriculture, l'abattage, la chasse et la pêche, notamment à cause d'un taux de prélèvement supérieur à leur régénération. Les ressources non renouvelables à l'échelle de temps humaine (énergies fossiles, métaux, terres rares) sont aussi concernées ;
- *Pollutions* : les activités économiques entraînent des pollutions diverses dont les impacts sont directs sur la biodiversité et la santé humaine (pollution atmosphérique, pollutions chimiques, pollution plastique, etc.) ;
- *Changement climatique* : étant donné les nombreuses rétroactions entre climat et biodiversité, les émissions de gaz à effet de serre des entreprises participent à l'érosion de la biodiversité ;
- *Introduction d'espèces exotiques envahissantes* : la multiplication des échanges commerciaux et des flux humains entraîne leur introduction et leur prolifération.

Au-delà des impacts des activités humaines sur les écosystèmes, il existe de réelles dépendances entre économie et biodiversité. Ces dépendances s'observent principalement par le biais des services écosystémiques, définis comme étant « *les bénéfiques que les humains tirent des écosystèmes* » :

- *Services d'approvisionnement* (nourriture, fibres, ressources génétiques, eau douce, biomasse combustible, médicaments, etc.)
- *Services de régulation* (régulation climatique, régulation des maladies, purification de l'eau, pollinisation, traitement des déchets, contrôle de l'érosion, etc.)
- *Services culturels* (loisirs, tourisme, éducation, valeurs éthiques et spirituelles, etc.)
- *Services de soutien* (cycle des nutriments, production primaire, cycle de l'eau, photosynthèse, formation des sols, etc.)

Ces impacts et dépendances peuvent être sources de risques s'ils ne sont pas assimilés par l'entreprise et traduits dans sa stratégie. Ils conduiront au contraire à des opportunités importantes s'ils sont pris en compte dans ses activités.

Risques et opportunités quant à la prise en compte de la biodiversité

- *Positionnement stratégique* : La prise en compte de la biodiversité peut permettre de se différencier par rapport à ses concurrents et peut donc conduire à un monopole temporaire. De même, la prise en compte de la biodiversité peut aussi permettre l'accès à de nouveaux marchés de produits et services « verts », plus respectueux de l'environnement et répondant à une nouvelle demande des consommateurs ou des clients.
- *Gestion des coûts* : l'intégration de la biodiversité dans les activités de l'entreprise peut être une source importante de réduction de coûts (coûts de gestion, coûts de production, coûts des matières premières, etc.), que ce soit dans la gestion des sites ou dans la chaîne d'approvisionnement. La sécurisation de la fourniture en matières premières est aussi un enjeu grandissant pour les entreprises.
- *Anticipation de la réglementation* : en réponse aux nouvelles obligations, elle peut permettre une réduction des coûts (coûts de gestion des risques, coûts de mise en conformité), ainsi qu'une meilleure acceptabilité politique et sociale des projets portés par les entreprises. À l'inverse, le retard accumulé par certaines entreprises en termes de réglementation peut au contraire être source de risques importants : détérioration de l'image en cas de non-respect de la loi, coûts pour la mise à niveau du processus productif, perte de bénéfices financiers, sanctions et contentieux, etc.
- *Opportunités de financement* : aujourd'hui, de plus en plus d'appels d'offres intègrent des critères biodiversité (ou du moins environnementaux). Les investissements ESG – Environnementaux, sociaux et de gouvernance -, les obligations vertes et les investissements à impact social et environnemental se développent rapidement et entraînent une évolution progressive dans la typologie des formes de financement. D'un autre côté, l'une des stratégies mises en œuvre par les investisseurs est l'exclusion, dont l'objectif est d'éliminer de certains portefeuilles les actifs considérés comme non responsables issus de secteurs polluants.
- *Image et réputation* : en adoptant un modèle plus vertueux, les entreprises bénéficient d'une amélioration de leur réputation et de leur image auprès des fournisseurs et des clients de plus en plus vigilants. À l'heure où le regain des jeunes générations et de la société civile pour les questions environnementales bat son plein, il devient crucial et opportun pour les entreprises d'engager une transition vers des modèles de sobriété écologique. Il en est de même pour les salariés qui cherchent de plus en plus un travail ayant du sens et refusent d'intégrer des entreprises dont les impacts environnementaux sont significatifs.

- *Inspiration et innovation* : La biodiversité peut aussi être une opportunité pour innover, que ce soit sur les technologies, les organisations ou encore les procédés. La diversité des êtres vivants, leurs modes de vie, leurs interactions et leurs fonctionnalités offrent une source d'inspiration sans égale aux entreprises.

Prise en compte de la biodiversité dans la stratégie d'entreprise

Dans un contexte de dynamique d'effondrement de la biodiversité et de changement climatique, les acteurs économiques sont amenés à revoir leur *business model* initial pour développer une réflexion de long terme correspondant aux enjeux globaux actuels et à venir. L'initiative Entreprises engagées pour la nature – act4nature France » a développé une méthodologie permettant aux entreprises d'agir concrètement en faveur de la biodiversité. Après avoir évalué les impacts et dépendances de l'entreprise et identifié les risques et opportunités associés, il s'agit d'agir en élaborant un plan d'action et en définissant des objectifs à atteindre. Ceux-ci feront l'objet d'un suivi et d'une évaluation en vue de son ajustement ultérieur, dans une perspective d'amélioration continue (Cf. Figure 1).

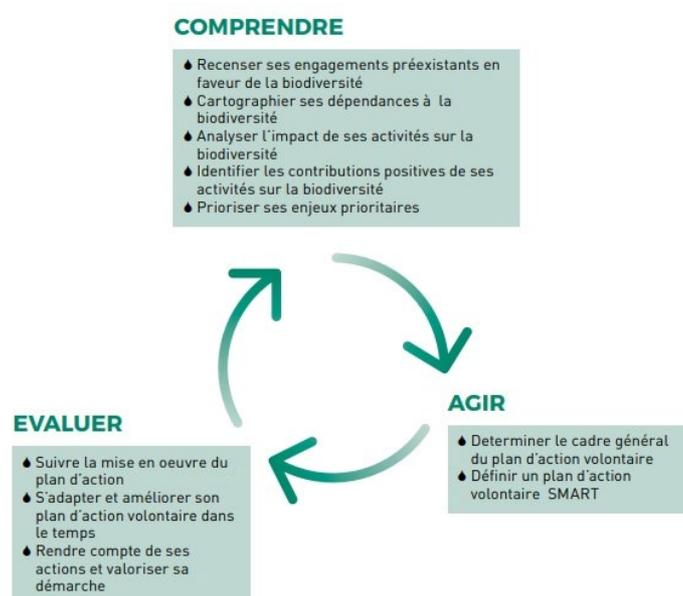


Figure 1 : Méthodologie d'élaboration d'un plan d'action en faveur de la biodiversité (d'après l'Office français de la Biodiversité, 2019)

Les Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020 vont permettre d'inciter les entreprises des différents territoires à renforcer leur stratégie en faveur de la biodiversité.

Il est essentiel de garder à l'esprit que les dirigeants qui seront contactés pour intervenir en tant qu'entreprises initiées doivent aussi être encouragés à rejoindre l'initiative « Entreprises engagées pour la nature – act4nature France » et à signer les engagements associés. Un guide pour l'action est disponible sur le site Internet de l'initiative pour accompagner les entreprises dans cette démarche¹.

¹¹ https://engagespourlanature.biodiversitetousvivants.fr/sites/default/files/2019-12/EEN_guide-pour-l-action_1.pdf

II Propositions de déroulés à adapter selon les événements

II. Propositions de déroulés à adapter selon les événements

Afin d'accompagner chaque organisateur dans la conception de son événement, voici quelques propositions de formats utilisés dans les conférences et événements professionnels, que les organisateurs sont libres d'utiliser ou de décliner selon leurs propres besoins.

Afin de donner une vision d'ensemble des enjeux « Entreprises et Biodiversité », il semble intéressant de débiter chaque événement par l'intervention de différentes catégories d'acteurs dont les connaissances, compétences et expériences se croisent et se complètent :

- Un représentant d'une direction régionale de l'OFB devra être contacté en amont de l'évènement en tant que co-organisateur ou un représentant de l'OFB
- Un expert national ou local permettant d'introduire le sujet biodiversité et entreprises
- Un acteur public institutionnel
- Une structure locale qui s'exprime sur la nécessité d'appliquer les lois et recommandations nationales à l'échelle des territoires
- Une entreprise initiée particulièrement pertinente au niveau local pour porter la ou les thématiques sélectionnées
- Une association connaissant les problématiques du territoire et pouvant accompagner les entreprises dans la prise en compte de la biodiversité

Par la suite, l'idée est d'initier ou de renforcer une dynamique entre les acteurs du territoire afin d'inciter les entreprises à s'engager pour agir durablement en faveur de la biodiversité.

II.1 Suggestions de formats

Selon les territoires, les filières ciblées ou les lieux disponibles, les formats utilisés dans les événements seront variés. Pour donner des idées aux organisateurs, voici un panel de différents formats à mobiliser pour la création des déroulés-types des événements.

II.1.1 Inspirer et servir d'exemple

Ici, la communication est principalement unilatérale, ce sont les expériences des intervenants qui vont être mises en lumière dans le but d'inspirer les participants. Les participants auront cependant la possibilité de poser des questions.

La présentation vidéo : 2-3 minutes



Un expert ou un institutionnel de renom réalise en amont de l'évènement une vidéo qui sera diffusée en introduction de l'évènement, permettant de poser et présenter les enjeux.

La conférence courte d'introduction : 10-15 minutes

Un expert ou un institutionnel intervient pendant 10-15min en introduction de l'évènement afin d'effectuer un balayage large de la thématique. L'objectif est aussi de laisser quelques minutes pour une séance de questions-réponses.

La conférence courte pour approfondir un sujet spécifique : 10-15 minutes

Un expert ou un représentant d'entreprise intervient pendant 10-15min lors de l'évènement pour présenter une thématique ou un projet très précis. L'objectif est aussi de laisser quelques minutes pour une séance de questions-réponses.



Le lightning talk : 10-15 minutes

2-3 interventions de 5 minutes sur des sujets plus accessibles ou un peu plus éloignés de la ligne éditoriale de l'événement. Le sujet doit être suffisamment percutant pour attiser la curiosité du public tout en demeurant suffisamment accessible pour être compris presque instantanément.

La conclusion par un Grand témoin : 15 minutes

Ce format permet de consolider les échanges ayant eu lieu pendant tout l'événement. Ce travail est fait par un expert du sujet qui assiste à l'ensemble de l'événement et met en perspective ses connaissances et expériences avec les principales conclusions de la journée.

La présentation accompagnée d'une discussion : 30min



L'expert s'adresse pendant 15min à un public large, avant de laisser 15 autres minutes de réelle discussion. La compétence de la personne qui préside la manifestation joue un rôle plus important que dans une conférence en assemblée plénière.

La conférence en assemblée plénière : 30-45 minutes

Un expert s'adresse à un public qui, à la fin de la présentation, se voit parfois donner la possibilité d'intervenir pour poser quelques questions brèves. En raison de la taille du public, cet événement est axé sur l'intervenant ainsi que sur les techniques de présentation. La communication est avant tout unilatérale.

II.1.2 Échanger et débattre

Ces formats permettent de présenter plusieurs points de vue, différentes expériences et donnent donc une vue d'ensemble du sujet. Les points de vue peuvent être complémentaires et/ou contradictoires et amènent donc le participant à se questionner. Comme pour les formats précédents, ceux-ci restent dans une logique unilatérale même si les participants peuvent intervenir et poser des questions à la fin des sessions.

La table ronde : 45 minutes



Tous les participants au débat sont à positions égales. La discussion débute par une brève introduction ou par la présentation de la question abordée. Ne pas confondre avec le symposium ou la réunion-débat. Dans une table ronde, tous les participants sont sur un pied d'égalité.

Le symposium : 40 minutes

Il s'agit d'une série de présentations formant un ensemble cohérent. L'objectif est généralement de présenter soit un sujet sur lequel ils ont tous travaillé, soit les résultats de travaux de recherche. Chacun dispose habituellement d'un temps assez limité (10 à 20 minutes) pour son intervention. Le temps réservé à la discussion entre les présentateurs, ainsi qu'entre ceux-ci et l'auditoire, peut être assez variable.

Le « Pecha Kucha » : 20 minutes



Ce format d'animation consiste à inviter des porteurs de projets à présenter leurs travaux et réflexions pendant 6 minutes et 40 secondes. Chaque présentateur commente 20 images qui restent affichées pendant 20 secondes. Ce format innovant permet des présentations originales, prenant le contrepied des présentations classiques.

La réunion-débat : 20-30 minutes

Les membres du groupe de discussion (généralement des experts dans le domaine concerné) débattent d'un problème, d'un dilemme ou de positions contradictoires. L'interaction entre les différents participants est très prononcée. Elle peut s'adresser à un auditoire assez large. Une partie du temps peut être réservée aux questions de l'auditoire.



L'Explorcamp : 2 heures

Celui-ci est composé de tables d'exploration où un animateur présente en 20 minutes un usage/une bonne pratique. Au bout de 20min, les participants changent de table. En 2 heures, les participants auront appréhendé 6 à 7 thématiques différentes.

II.1.3 Co-construire grâce à l'intelligence collective

Ces formats sont participatifs et permettent un échange entre les intervenants et les participants. Chaque participant contribue au résultat de l'événement. Ces formats nécessitent une véritable réflexion sur l'aménagement de l'espace afin de favoriser la participation de tous.

Le quiz d'introduction : 8 minutes



L'idée du quizz d'introduction est d'identifier le niveau de connaissances de l'auditoire sur une thématique et de susciter leur intérêt sur les sujets à venir.

L'atelier : 1h30

Quelques personnes se retrouvent dans une salle de taille plus réduite, pour 1h d'atelier puis 30min de restitution collective. C'est l'occasion d'échanger plus longuement avec les participants, d'étudier un sujet plus en profondeur et de mettre en application le savoir plus théorique qui a peut-être été présenté en amont. Chacune de ces séquences commence par quelques minutes de théorie, puis l'énoncé d'un exercice pratique, avant de passer à la réalisation de celui-ci. L'objectif est de présenter en plénière les résultats des différents ateliers.

Les ateliers successifs : 1h30



Contrairement au format précédent, chaque individu participe à 3 ateliers qui sont beaucoup plus courts. L'objectif est d'avoir des slots de 25min qui permettent d'en faire 3 pour chaque intervenant, puis d'avoir 15min de restitution pour les 3 ateliers. Chacun de ces slots commence par quelques minutes de théorie, puis l'énoncé d'un exercice pratique, avant de passer à la réalisation. L'animateur présente ensuite en plénière les résultats après avoir consolidé les 3 slots.

Le World Café : 1h30

Les participants débattent d'une question ou d'un sujet en petits groupes. À intervalles réguliers, ils changent de table. Un hôte reste à la table et résume la conversation précédente aux nouveaux arrivés. Le World Café se distingue donc de l'enchaînement de plusieurs ateliers par le fait que les participants reprennent les discussions où elles ont été arrêtées par le groupe précédent.



Le Speed Networking : 1h30

Le speed networking est une rencontre lors d'entretiens individuels tournants, de quelques acteurs professionnels et de quelques experts. L'objectif est d'échanger rapidement sur le partage d'expériences et de bonnes pratiques.



Le CityLab : 2 heures

Initialement prévu pour accélérer des projets en un weekend avec l'aide d'une équipe et l'appui d'experts (économiques, entrepreneurs, développeurs, etc.), le CityLab peut être décliné sur un temps plus court (2h). Une thématique est proposée et permet aux individus d'exposer leurs idées en format ouvert.

II.1.4 S'engager et être acteur

Ces formats visent à valoriser l'engagement des participants et leur présence à l'événement.



La signature de l'initiative "Entreprises engagées pour la nature –act4nature France" et les photographies officielles : 20 minutes

À la fin de l'événement, les CEO signent une pancarte "Entreprises engagées pour la nature – act4nature France", qui sera ultérieurement présentée lors de l'introduction par un institutionnel et permettra de prendre une photo des différents engagés.

Le Concours/challenge : 1h30



Les concours/challenges visent à récompenser des projets et idées innovants proposés par les citoyens. Après une phase de présélection, le public est invité à défendre un projet devant un jury à l'issue duquel un prix sera décerné aux vainqueurs. Ces événements sont généralement en lien avec l'actualité et bénéficient du soutien de nombreux partenaires.

II.2 Proposition de déroulés-types

Sur la base des différents formats présentés ci-dessus plusieurs déroulés peuvent être élaborés, selon les souhaits des organisateurs et/ou des acteurs locaux. Certains événements peuvent être focalisés sur l'intelligence collective entre les acteurs tandis que d'autres seront plus formels avec des engagements des entreprises et la prise de parole d'institutionnels de renom.

Exemple n°1 – Rencontres avec les experts

1. Conférence courte d'introduction par un expert Biodiversité-Entreprise (15min)
2. Symposium présentant l'action de structures locales et associations (45min)
3. Séance de speed Networking entre entreprises et experts (1h30)
4. Conclusion par un Grand témoin institutionnel (15min)
5. Signature des engagés "Entreprises engagées pour la nature –act4nature France" (15min°)



Exemple n°2 – Conférence inspirante

1. Présentation vidéo par un expert (2-3min)
2. Présentation d'un expert accompagnée d'une discussion (30min)
3. Table ronde rassemblant experts, associations, entreprises et structures locales (45min)
4. Table ronde rassemblant experts, associations, entreprises et structures locales (45min)
5. Lightning talk (15min)
6. Conclusion par un Grand témoin (15min)
7. Signature des engagés "Entreprises engagées pour la nature –act4nature France" (15min)



Exemple n°3 – Intelligence collective

1. Conférence courte d'introduction par un expert Biodiversité-Entreprise (15min)
2. Pecha Kucha (20min)
3. Explorcamp ou World Café ou ateliers (1h30-2h)
4. Conclusion par un Grand témoin (15min)
5. Signature des engagés "Entreprises engagées pour la nature –act4nature France" (15min)



Exemple n°4 – Engagements formels

1. Conférence courte d'introduction par un institutionnel de renom (15min)
2. Table ronde inspirante d'acteurs du territoires (40min)
3. Conférence courte pour approfondir un sujet spécifique (15min)
4. Atelier (1h30)
5. Conclusion par un Grand témoin (15min)
6. Signature des engagés "Entreprises engagées pour la nature – act4nature France" (15min)



Organiser un accueil café et/ou un cocktail à la fin de l'événement permet d'instaurer un climat propice aux échanges et sont généralement des temps appréciés des participants. Ces moments favorisent les discussions informelles et facilitent la mise en réseau. Ils constituent un temps incontournable pour instaurer et faire perdurer des dynamiques favorables à la biodiversité sur les territoires.

III Définition du contenu de l'événement

III. Définition du contenu de l'événement

III.1 Propositions d'intervenants mobilisables pour les événements

Pour faciliter l'organisation des Rendez-Vous et la participation d'acteurs locaux, divers acteurs/structures sont à mobiliser. Il est toutefois important de noter que ces acteurs/structures n'ont pas été contactés en amont et n'ont pas été informés de leur sollicitation potentielle pour ces événements. Ainsi, il sera du ressort des organisateurs d'événements de les contacter, de les informer des tenants et des aboutissants des événements et de les mobiliser jusqu'au jour-J, voire même au-delà pour la valorisation des événements et la dynamique territoriale.

Il s'agit de valoriser les connaissances et expériences des acteurs afin de déclencher une prise de conscience de l'auditoire. À travers une pluralité d'intervenants, l'idée sous-jacente est de montrer la nécessité d'agir dès à présent et de prendre en compte la biodiversité dans les stratégies d'entreprises.

Afin de renforcer les synergies sur les territoires et de créer des espaces d'échanges permettant aux entreprises de s'approprier les enjeux biodiversité, chaque événement doit pouvoir générer une dynamique suffisamment importante en rassemblant environ 70-80 personnes.

Il s'agit alors, pour chaque événement, de permettre la prise de parole d'acteurs variés : scientifiques, acteurs publics, entreprises initiées à la prise en compte de la biodiversité, associations et structure locales.

III.1.1 Experts/scientifiques

À l'échelle nationale, il est possible de faire intervenir à un certain nombre d'experts particulièrement pertinents sur les enjeux biodiversité. Les organisateurs peuvent les contacter afin de les faire intervenir à leur(s) événement(s), notamment en introduction pour souligner les grands enjeux et l'urgence d'agir en faveur de la biodiversité. La liste présentée ci-dessous est **non-exhaustive** :

- Gaël Giraud, Économiste, Paris-Sorbonne
- Bruno David, Président du Muséum National d'Histoire Naturelle
- Marc Barra, Écologue, Agence régionale de la Biodiversité Île-de-France
- François Sarrazin, Président du Conseil scientifique de la Fondation pour la Recherche sur la Biodiversité
- Philippe Grandcolas, Écologue au CNRS, Île-de-France
- Nathalie Frascaria-Lacoste, Écologue à AgroParisTech en Île-de-France
- Gilles Bœuf, Biologiste à Sorbonne Université
- Luc Abbadie, Écologue, Sorbonne Université
- Pierre-Henri Gouyon, Biologiste spécialiste de l'évolution au Muséum National d'Histoire Naturelle
- Hubert Cocher, Agro-économiste à AgroParisTech en Île-de-France
- Harold Levrel, Économiste à AgroParisTech en Île-de-France
- Jacques Richard, Spécialiste de la Comptabilité Écologique à l'Université Paris-Dauphine
- Guillaume Sainteny, Spécialiste en droit, sciences politiques et développement durable à l'École Polytechnique
- Sandra Lavorel, Écologue au CNRS à Grenoble
- Michel Trommetter, Économiste à l'INRA à Grenoble
- Philippe Billet, Juriste à l'Université Lyon-3
- Claire Lajaunie, Juriste à l'Université Aix-Marseille
- Pascal Picq, Paléoanthropologue au Collège de France
- Alain Karsenty, Économiste au Cirad (Occitanie)
- Sabrina Gaba, Écologue spécialiste de l'agriculture et des sols à l'INRA (en Bourgogne-Franche Comté)
- Yvon Le Maho, Écologue au CNRS dans le Grand Est
- Jean-Claude Lefeuvre, Écologue au Muséum National d'Histoire Naturelle
- Marc Dufumier, Agronome à AgroParisTech
- Michel Hignette, Biologiste à l'Union des Conservateurs d'Aquarium de France

- Pierre Scemama, Écologue à l'Ifremer (Bretagne)

La liste peut aussi être complétée par des experts/scientifiques locaux, que l'on peut retrouver dans les Comités scientifiques des Offices régionaux de la biodiversité, des PNR, des structures locales, des associations environnementales, *etc.*

III.1.2 Acteurs institutionnels

Ces acteurs, au cœur du déploiement des stratégies nationales et encadrant la mise en place de mesures en faveur de la biodiversité, doivent être associés aux événements. Ces structures nationales peuvent posséder des entités à l'échelle des territoires :

- Office français de la Biodiversité
- Directions régionales de l'OFB
- Les directions régionales de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement (DREAL)
- Collectivités locales (Régions, départements, établissements publics de coopération intercommunale, communes)
- Agences de l'Eau

III.1.3 Acteurs locaux dédiés à la protection de la biodiversité

Il est important que chaque événement soit adapté et conçu pour le territoire ciblé en fonction des thématiques sélectionnées, des problématiques locales et des attentes des acteurs. Pour ce faire et pour permettre aux entreprises ciblées de s'approprier les sujets en lien avec la biodiversité, la prise de parole de structures locales est particulièrement pertinent. Elle favorise une mise en avant des enjeux environnementaux, économiques et sociaux à l'échelle locale.

Ci-dessous une proposition de structures (à adapter et faire évoluer selon le territoire où se déroule l'événement) en capacité de souligner les enjeux de biodiversité locaux :

- Parcs Naturels Régionaux
- Centres Permanents d'Initiatives pour l'Environnement (CPIE)
- Conservatoires d'Espaces Naturels
- Conservatoires du Littoral
- Réserves Naturelles
- Parcs Nationaux
- Directions régionales de l'Ademe...

III.1.4 Entreprises initiées

Une entreprise initiée, dans le cadre des Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020, signifie qu'elle agit d'ores et déjà en faveur de la biodiversité et qu'elle a intégré les enjeux biodiversité dans sa stratégie de développement. Aussi, faire intervenir des entreprises expertes permet de montrer, concrètement, comment une entreprise du territoire peut valoriser la biodiversité tout en soutenant son activité économique. Mobiliser les entreprises qui agissent en faveur de la biodiversité permet de montrer l'exemple.

Pour les identifier, plusieurs entrées sont possibles parmi lesquelles :

- Entreprises engagées pour la nature – act4nature France (<https://engagespourlanature.biodiversitetousvivants.fr/entreprises/>)
- Entreprises labellisée "Stratégie nationale pour la Biodiversité" (<https://www.ecologique-solidaire.gouv.fr/strategie-nationale-biodiversite>)
- Prix entreprises et environnement décernés par le Ministère de la transition écologique et solidaire (catégorie "Biodiversité et entreprises")
- Dans certaines régions, Trophées pour la biodiversité (*e.g.* en Occitanie), Trophées RSE (*e.g.* en Pays de la Loire), Trophées du Développement Durable (*e.g.* en Normandie)

- Entreprises dont les démarches sont labélisées, certifiées ou font l'objet d'une norme environnementale (e.g. BEE FRIENDLY®, Biodiversity®, EcoJardin, EVE®)
- Entreprises recensées dans les initiatives de prise en compte de la biodiversité par les entreprises aux niveaux mondial, européen et national (<https://entreprises-biodiversite.fr/wp-content/uploads/2019/12/Initiatives-Biodiversite.pdf>)
- Faire appel aux réseaux d'entreprises travaillant sur la biodiversité (ORÉE ou EpE)
- Entreprises partenaires de structures locales ou d'associations environnementales

III.1.5 Associations

La mobilisation des associations lors des événements est essentielle puisqu'elle permet de mettre en évidence l'urgence d'agir. Par ailleurs, les ONG et associations étant souvent mobilisées sur ces sujets, il est essentiel qu'elles puissent échanger avec les entreprises et confronter leurs points de vue et intérêts :

- Ligue pour la Protection des Oiseaux (LPO), et ses antennes locales
- France Nature Environnement (FNE), et ses antennes locales
- Fondation Nicolas Hulot (FNH)
- Comité français de l'UICN
- Noé Conservation
- WWF
- Humanité et Biodiversité
- Fondation Good Planet

Cette liste d'associations nationales doit évidemment être complétée par des associations locales, dont la plupart sont adhérentes des antennes régionales de FNE. Cette liste, non-exhaustive, sert d'exemple et peut bien évidemment être modifiée et/ou complétée par les organisateurs d'événements.

III.1.6 Exemple pour le territoire Auvergne-Rhône-Alpes

<p>EXPERTS/ SCIENTIFIQUES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Philippe Billet, Directeur de l'Institut de droit de l'environnement, Université Jean Moulin Lyon 3 • Sandra Lavorel, Directrice de recherche CNRS au laboratoire d'écologie alpine, Grenoble • Michel Trommetter, Économiste à l'INRA, Grenoble • Marie-Hélène Cruveillé, Directrice déléguée à l'évaluation IRSTEA, présidente du PNR des Ecrins • Fabien Arnaud, Paléo-environnementaliste, Laboratoire « environnement dynamique et territoires de montagne », Université de Savoie-Chambéry/Annecy, CNRS • Philippe Bourdeau, Géographe, Institut de géographie alpine, Université Joseph Fourier, Grenoble-Saint-Martin-d'Hères • Jean-Michel Gaillard, Écologue, Laboratoire de biométrie et biologie, CNRS, Université Lyon 1, Lyon • Bernard Delay, Biodiversité et changements globaux, président du PNR de la Vanoise • Sébastien Lavergne, Biologie de la conservation, laboratoire d'écologie alpine du CNRS • Irène Till-Botraud, Biologie de la conservation, CNRS • Philippe Fleury, Agronome, ISARA • Jean-Yves Chetaille, Président du CEN Rhône-Alpes
<p>ACTEURS PUBLICS INSTITUTIONNELS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Office français de la Biodiversité • Auvergne Rhône-Alpes Énergie Environnement • DREAL Auvergne-Rhône Alpes • Région Auvergne-Rhône Alpes

	<ul style="list-style-type: none"> • Départements de l'Ain, de l'Allier, de l'Ardèche, du Cantal, de la Drôme, de l'Isère, de la Loire, de la Haute-Loire, du Puy-de-Dôme, du Rhône, de la Savoie et de la Haute-Savoie • 167 EPCI, notamment la Métropole de Lyon, Saint-Étienne Métropole, Grenoble-Alpes Métropole et Clermont Auvergne métropole • Les communes principales (Lyon, Grenoble, Saint-Étienne, Clermont-Ferrand, Annecy, Chambéry, Valence, Bourg-en-Bresse, etc.) • Agences de l'eau Rhône-Méditerranée et Loire-Bretagne
STRUCTURES LOCALES	<ul style="list-style-type: none"> • 10 Parcs Naturels Régionaux (Aubrac, Baronnies provençales, Chartreuse, Haut-Jura, Livradois-Forez, Massif des Bauges, Monts d'Ardèche, Pilat, Vercors et Volcans d'Auvergne) • Les différents CPIE à travers l'Union régionale des CPIE Auvergne-Rhône-Alpes • Conservatoires d'Espaces Naturels Rhône Alpes, Allier, Isère, Savoie, Haute-Savoie et Auvergne • 51 Réserves naturelles • Les Parcs Nationaux de la Vanoise et des Écrins • L'ADEME en Auvergne-Rhône-Alpes
ENTREPRISES INITIÉES	<ul style="list-style-type: none"> • "Continuum des entreprises en action pour la Nature" : • Groupe Cheval • Domaines Paul Jaboulet Ainé • C'Pro • Imprimerie Souquet • Fayol • Naturéal Constructeur • Suez • Gel'Pam • Entreprises du réseau INNOV'R : • Biomae • Ecovalim • Entreprises adhérentes du Clusterbio : • Eau Vive • Favrichon • Biocoop • Sabarot
ASSOCIATIONS	<ul style="list-style-type: none"> • FRAPNA : FNE Auvergne-Rhône-Alpes • Association Côtière pour l'Écologie et la Revalorisation (ACER) • Association pour la connaissance de la nature jurassienne • CPN Le Colibri • LPO Loire • Terre et Nature • Association Défense Santé Environnement • Bassin Eyrieux Environnement et Développement • CEDER • Collectif Santé Environnement de Veyrins-Thuellins • Écologie et Citoyenneté • ENI / Espace Nature Isère • Nature Vivante • Sévenne Environnement • LPO Savoie • LPO Haute-Savoie

III.2 Inciter les entreprises à participer à l'événement

De nombreuses institutions publiques sont en lien direct avec des entreprises et ont un réseau important. Il est donc pertinent de les mobiliser pour atteindre un grand nombre d'entreprises :

- CCI régionales/départementales
- Offices du tourisme,
- Banque des territoires
- La Caisse des Dépôts
- PNR
- BPI France
- Collectivités locales

Et/ou via des organismes privés tels que :

- ORÉE
- Epe
- Le Medef
- BPI France
- L'Union professionnelle du génie écologique (UPGE)
- L'Union nationale des producteurs de granulats (UNPG)
- L'Union nationale des industries de carrières et des matériaux de construction (UNICEM)
- Le Portail numérique des éco-entreprises de France
- La Fédération CINOV
- Le Club B4B+
- L'AFEP
- Global Compact
- L'Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises

Évidemment la liste des entreprises initiées pouvant mettre en avant des actions en faveur de la biodiversité s'allonge de jour en jour. Toutefois, l'enjeu est de sélectionner les entreprises faisant sens sur chaque territoire afin de renforcer les collaborations entre les entreprises et la mise en avant des solutions locales.

III.3 Suggestions de thématiques à aborder selon les spécificités des territoires

Pour introduire le sujet biodiversité aux entreprises présentes, il est essentiel d'adopter une approche pédagogique et didactique en commençant par les grands enjeux biodiversité et les solutions concrètes pour les relever.

Il s'agit de présenter des réponses aux enjeux et aux besoins des entreprises, illustrées par des solutions appliquées sur le territoire. Il est pertinent d'ouvrir les thématiques des événements aux filières particulièrement développées ou porteuses d'emplois suivants les territoires.

Chaque rencontre organisée est une occasion de référencer et de présenter les acteurs économiques du territoire. En amont de l'événement, chaque organisateur pourra réaliser une cartographie des filières les plus représentées sur son territoire à partager avec l'OFB et les participants.

Le tableau suivant répertorie différents secteurs d'activité par région, selon les données des chambres de commerce et d'industrie :

REGION	FILIERES LES PLUS REPRESENTEES
Hauts-de-France	Agricole (productions végétales), industrie (acier), textile, transport/logistique
Grand-Est	Industrie (notamment automobile et ferroviaire), agro-alimentaire
Normandie	Agriculture, industrie, activités marines, énergie
Île-de-France	Tertiaire, tourisme, finance
Bretagne	Agriculture/agroalimentaire, activités marines, tourisme
Centre-Val de Loire	Agriculture (céréales), santé, cosmétiques
Pays de la Loire	Agroalimentaire (élevage), horticulture
Bourgogne-Franche-Comté	Métallurgie, agriculture (notamment viticulture et sylviculture), secteur automobile
Nouvelle-Aquitaine	Agriculture (notamment viticulture), haute technologie, sylviculture, tourisme
Auvergne-Rhône-Alpes	Tourisme (notamment d'hiver), agriculture
PACA	Tourisme, agriculture, activités marines, tertiaire
Occitanie	R&D, aéronautique
Corse	Tourisme
Territoires ultramarins	Tourisme, transports, tertiaire

Pour illustrer quelques propositions présentes dans le tableau, voici des exemples de points à aborder autour de deux thématiques :

- Tourisme en région PACA : fragilité du milieu marin, perte de biodiversité endémique, conséquences sur les activités économiques (dégradation des services écosystémiques, baisse du nombre de visiteurs, pêche réduite, diminution de l'attractivité), solutions pour préserver la biodiversité marine (aménagement des zones littorales et sentiers pédestres, organisation des zones de mouillage, valorisation des entreprises contribuant à la gestion durable des ressources, *etc.*)
- Agroalimentaire dans le Grand-Est : impacts de la dégradation qualitative et quantitative de la ressource en eau et solutions pour maintenir/améliorer les services écosystémiques rendus par l'agriculture (valorisation des paysages, distribution des productions alimentaires en circuit-court, formation et adoption de pratiques responsables par les agriculteurs, sensibilisation et formation des acteurs du territoire à une transition agroécologique, *etc.*)

Ces secteurs d'activité peuvent aider les organisateurs à cibler davantage les sujets à aborder ou à valoriser en fonction des problématiques des territoires, mais ne limitent pas le champ des thématiques à choisir pour les différents événements.

III.4 Les points de vigilance lors de l'organisation des événements

Très en amont de l'événement jusqu'au jour-J, un certain nombre de points de vigilance sont à garder à l'esprit afin de s'assurer du succès de l'événement. Plus ceux-ci seront prévus en amont, plus il sera aisé de s'adapter et donc d'éviter tout problème le jour de l'événement.

III.4.1 Dans l'organisation du programme

- Veiller à convier les acteurs incontournables du territoire : En fonction de la thématique spécifique de l'événement, il s'agira d'effectuer une sélection des structures ayant une expertise sur le sujet, afin d'éviter de créer des tensions politiques ou relationnelles.
- Prévoir des solutions alternatives en amont en cas de non-disponibilité d'un intervenant : les intervenants ont souvent des agendas très chargés et des urgences auxquelles ils doivent répondre. Il est donc opportun de prévoir quelques noms complémentaires qui pourraient remplacer un intervenant en cas d'annulation.
- Prévoir des présentations de l'initiative « Entreprises engagées pour la nature – act4nature France » : Il est en effet opportun de s'assurer de la compréhension de l'initiative par l'ensemble des intervenants afin que leur discours soit cohérent.
- Être précis quant aux intitulés des tables rondes : les noms de tables rondes flous et généralistes peuvent nuire à l'inscription de potentiels participants et à la clarté des interventions. Un réel cadrage et une réflexion précise du programme sont nécessaires pour éviter ces écueils.
- Prévoir du temps pour les différents formats : Pour éviter d'être continuellement en retard le jour de l'événement et d'empiéter sur le temps d'échange avec le public, il peut être opportun de prévoir plus de temps pour chaque intervention.
- Être précis quant à l'heure de début de l'événement : Il s'agit ici de différencier l'heure de début de l'événement (heure à laquelle le premier intervenant parlera) de l'heure à laquelle l'accueil débutera, afin d'éviter toute frustration aux participants souhaitant arriver pour le début de l'événement.
- Ne pas sous-estimer le temps à passer sur les différentes tâches : du temps à préparer les invitations au temps de relance, en passant par les mises à jour dues aux évolutions du programme et à la rédaction du communiqué de presse, l'organisation d'un événement demande du temps. Concernant le programme de l'événement, celui-ci évolue progressivement tout au long de l'organisation de l'événement et peut donc nécessiter des changements importants à chaque envoi.
- Prévoir un événement le plus vertueux écologiquement possible : Les événements étant organisés afin d'engager les entreprises en faveur de la biodiversité, il est essentiel qu'ils soient le plus vertueux possible. Concernant l'aspect traiteur, il s'agit de privilégier des produits plutôt végétariens, locaux, de saison et issus de l'agriculture biologique. Plus d'informations dans cette charte d'événements éco-responsables : <http://refedd.org/wp-content/uploads/2019/01/Charte-%C3%A9v%C3%A9nementiel-responsable.pdf>

III.4.2 Derniers préparatifs de l'événement

- Prévoir un point avec chacun des intervenants : Cette prise de contact doit permettre de caler le temps d'intervention, les questions posées par l'animateur, les réponses envisagées par l'intervenant afin d'éviter les incompréhensions et les hésitations le jour-J et de focaliser sur des échanges constructifs concernant la thématique choisie.
- Vérifier les éléments techniques liés à l'événement : Il s'agit ici de vérifier si une connexion Internet est disponible, de tester le(s) Powerpoint et les micros en amont, de vérifier l'image et le son s'il est prévu de projeter une vidéo.
- Préparer tous les éléments du jour-J quelques jours au préalable : Ceux-ci sont nombreux : mail de confirmation aux invités inscrits, préparation du fléchage, impression de la liste des participants, réalisation des badges, réalisation des chevalets pour les intervenants, préparation des affiches, préparation des places réservées, préparation de l'affiche pour le pupitre, préparation des supports de communication, préparation des documents pour les journalistes, etc.
- S'assurer de la présence de suffisamment de personnel le jour-J : Les missions sont nombreuses le jour de l'événement : accueil, distribution des badges, gestion du vestiaire, passage des micros dans la salle, gestion de la lumière, gestion du Powerpoint, animation, etc.).

III.4.3 Le Jour-J

- Prévoir du temps pour discuter avec chaque intervenant et s'assurer de leur présence : Des aléas peuvent mettre des intervenants en retard, il est donc essentiel, pour mieux prévoir les discussions ultérieures, de s'assurer de leur présence en amont.
- Prévoir l'arrivée des intervenants institutionnels : Une personne à l'accueil doit accueillir les intervenants institutionnels et leurs équipes et les conduire à la salle où se déroule l'événement.
- Bien prévoir la gestion du temps : Celle-ci peut se faire via l'animateur qui rappelle de poser des questions claires et concises et gère le temps des interventions, mais aussi du personnel qui peut prévoir des affiches « 5min », « 2min » et « 1min » pour cadrer les interventions. Si un temps de pause est prévu, il est compliqué d'empiéter sur celui-ci pour rattraper le temps perdu, celui-ci étant particulièrement apprécié par les participants pour le réseau.
- Prendre des notes et des photos : Pour la communication, il est essentiel qu'une personne prenne en note les échanges (pour élaborer les éléments de langage en aval) et prenne des photos. Ceci permettra de construire la restitution de ces Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises qui sera faite lors du Forum Biodiversité et Economie.

IV

Promotion de l'événement

IV. Promotion de l'événement

Afin de faciliter l'élaboration et la mise en œuvre des événements, voici quelques éléments d'organisation pouvant être intégrés dans la gestion de projets des structures porteuses des temps forts.

IV.1 Logos

Lors de chaque événement, les acteurs devront respecter les logos à afficher, attestant ainsi de leur participation aux Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020 de l'OFB.

Les visuels nécessaires seront proposés par l'OFB et mis à disposition sur leur site Internet.

IV.2 Communication

La communication autour des événements devra être la plus large possible et mobiliser l'ensemble des réseaux disponibles sur les territoires, qu'ils soient publics ou privés afin d'attirer les entreprises cibles. Il s'agit d'élaborer un réel plan de communication permettant une appropriation forte de l'événement :

IV.2.1 Communication auprès du public

- Identification des réseaux et listes de diffusion pour partager l'événement
- À M-2 ou M-3, envoi d'un "Save the date" avec le lieu et la date de l'événement, un visuel et les partenaires, et partage sur les réseaux sociaux et sites Internet de l'organisme et des partenaires
- À M-1, envoi d'une invitation par mailing avec le programme détaillé
- À J-21, J-15 et J-7, relances par réseaux sociaux et sites Internet en présentant à chaque fois un intervenant et le sujet de son intervention
- Relances individuelles

IV.2.2 Communication auprès des journalistes

Concernant la mobilisation des journalistes, les éléments communiqués devront mettre en valeur l'événement à venir à travers un communiqué de presse présentant :

- Le cadre de l'événement : Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020 avec les logos souhaités
- Le titre de l'événement avec éventuellement un sous-titre accrocheur
- La date de l'événement et son lieu
- L'objectif de l'événement
- Les grands enjeux à relever
- Les invités et intervenants susceptibles d'attirer leur réseau ou des acteurs intéressés par sa présence
- Un lien d'inscription en ligne
- Quelques mots sur l'organisateur et ses partenaires
- Un lien vers le site internet de l'OFB et vers « Entreprises Engagées pour la Nature – act4nature France »
- Un contact
- Le programme détaillé de l'événement

Ce communiqué de presse devra être envoyé 15 jours avant l'événement à une liste de journalistes présélectionnés.

IV.2.3 Communication via Twitter

Concernant la communication de vos événements sur Twitter, le **#RDVBiodivEntreprises** devra être identifié dans vos tweets. Il pourra être accompagné du **#engagespouurlanature** si votre événement est en lien avec le dispositif « Entreprise engagée pour la nature-act4nature France ».

Lorsque cela est possible il est aussi préconisé de mettre en avant les mots clés **#biodiversité** et **#entreprise** dans le corps de votre tweet.

Nous remercions chaque organisateur et partenaire des Rendez-Vous Biodiversité et Entreprises 2020 pour leur implication, le temps dédié et la mise à disposition de ressources afin de faire connaître, promouvoir et participer au développement de l'engagement des entreprises en faveur de la biodiversité

