



# BWH | Hotel Group<sup>SM</sup>



WORLDHOTELS<sup>TM</sup>  
COLLECTION



Best Western<sup>®</sup>  
Hotels & Resorts



SureStay<sup>®</sup>  
HOTEL GROUP



# ACTIONS RSE MARQUE EMPLOYEUR 2021

Confidential: This presentation contains confidential, proprietary information and trade secrets of Best Western International, Inc. ("Best Western"). It is intended for use solely by Best Western and its Members, Affiliate Organizations and Master Licensees. This presentation and its content may not be shared with or disclosed to any non-Best Western affiliated third-party. Initiatives described may be amended in Best Western's sole discretion and may be implemented in whole, in part, as revised, or not at all.

General Notice: Best Western and the Best Western marks are services marks or registered service marks of Best Western International, Inc. ©2018, Best Western International, Inc. All rights reserved.



# Renouvellement de l'adhésion

Confidential: This presentation contains confidential, proprietary information and trade secrets of Best Western International, Inc. ("Best Western"). It is intended for use solely by Best Western and its Members, Affiliate Organizations and Master Licensees. This presentation and its content may not be shared with or disclosed to any non-Best Western affiliated third-party. Initiatives described may be amended in Best Western's sole discretion and may be implemented in whole, in part, as revised, or not at all.

General Notice: Best Western and the Best Western marks are services marks or registered service marks of Best Western International, Inc. ©2018, Best Western International, Inc. All rights reserved.

# Souhait de renouvellement au Global Compact

Depuis 2019, le groupe a rejoint le Pacte Mondial des Nations Unies, démontrant ainsi notre volonté d'agir et de contribuer au **respect des 10 principes du Global Compact**, tels que les droits de l'homme, les normes internationales du travail, la protection de l'environnement et la lutte contre la corruption.

Notre **politique des petits pas** en RSE et Marque Employeur nous permettent d'amorcer une transition environnementale et sociétale en France année après année. Notre démarche se structure et nos convictions se renforcent. Aussi, je suis heureux de confirmer que BWH Hotel Group réitère son soutien envers les Dix principes du Global Compact des Nations Unies.

## OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

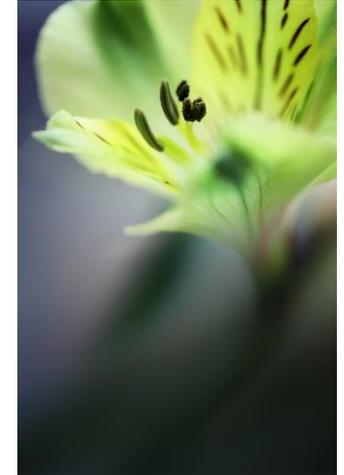


# Souhait de renouvellement au Global Compact

« En effet, face aux changements climatiques, à la surexploitation de nos ressources environnementales, aux inégalités sociales qui perdurent, **notre groupe a pris conscience de ses impacts**. Son ambition est de devenir un acteur positif pour les communautés où il est implanté.

Dans cette communication annuelle sur les progrès, nous décrivons les actions que nous mettons en œuvre pour améliorer constamment l'intégration du Global Compact et de ses principes à la stratégie, à la culture et aux opérations journalières de notre entreprise.

Nous nous engageons également à partager ces informations avec nos parties prenantes par le biais de nos principaux canaux de communication. »





# Présentation de notre groupe: BWH Hotel Group

Confidential: This presentation contains confidential, proprietary information and trade secrets of Best Western International, Inc. ("Best Western"). It is intended for use solely by Best Western and its Members, Affiliate Organizations and Master Licensees. This presentation and its content may not be shared with or disclosed to any non-Best Western affiliated third-party. Initiatives described may be amended in Best Western's sole discretion and may be implemented in whole, in part, as revised, or not at all.

General Notice: Best Western and the Best Western marks are services marks or registered service marks of Best Western International, Inc. ©2018, Best Western International, Inc. All rights reserved.

# Une coopérative engagée

BWH Hotel Group est une coopérative d'hôtels indépendants dont le siège social est basé à Phoenix en Arizona. Elle compte près de **4700 hôtels répartis dans plus de 100 pays et en regroupe près de 300 en France.**

Chaque hôtel affilié répond à des normes de qualité communes dans le monde entier tout en conservant sa propre personnalité et son indépendance. Le groupe commercialise:

- un portefeuille de marques hôtelières qui couvrent tous les segments de marché, de l'économique au luxe,
- une marque de coworking, myWO,
- une école hôtelière, ého
- une centrale de référencement ProAchat.

En tant que coopérative, le groupe cultive son **caractère singulier** et offre une distribution forte à ses hôtels affiliés, accompagné d'un soutien opérationnel, commercial et marketing.



# Vers une amélioration continue

Depuis plus de 70 ans, Best Western® Hotels & Resorts **se tient à l'écoute et au service de ses voyageurs**, et ce, grâce à une équipe d'experts et de professionnels engagés.

**Un climat serein, une priorité à la prise d'initiative des équipes et à leur formation continue**, sont autant de facteurs qui contribuent à l'amélioration continue de l'entreprise et de ses procédures.

Le respect des engagements, l'absence de toute corruption, la transparence dans les relations, le maintien en toutes circonstances d'une attitude professionnelle et éthique sont les principes fondamentaux sur lesquels s'est construit, au fil du temps, **le capital confiance du groupe**. Il s'agit de le conserver et de le faire fructifier au service de notre développement.



# Des valeurs en phase avec notre politique RSE

BWH Hotel Group fonde sa réussite sur **l'accueil et la satisfaction de ses clients**. Attentive à leurs besoins et à leurs attentes, notre organisation s'engage à leur fournir une prestation de qualité. Pour cela, elle se mobilise autour d'un programme d'accueil mondial « I CARE » dans laquelle s'inscrit une charte d'engagement qualité « On s'engage » qui vise la recherche de performance et de solutions.

Nos collaborateurs font de leur engagement quotidien au service de l'entreprise un levier d'exemplarité.

**Les valeurs d'authenticité, de convivialité et d'engagement** sont au cœur de l'identité et des activités de BWH Hotel Group. Elles constituent une signature et sont le socle de la confiance qui anime notre Groupe, sur lequel repose les relations entre collaborateurs et partenaires. Ces valeurs **donnent du sens** et un objectif aux missions quotidiennes des collaborateurs et inscrivent leurs actions dans les territoires.





# Contexte: Boom du tourisme responsable

Confidential: This presentation contains confidential, proprietary information and trade secrets of Best Western International, Inc. ("Best Western"). It is intended for use solely by Best Western and its Members, Affiliate Organizations and Master Licensees. This presentation and its content may not be shared with or disclosed to any non-Best Western affiliated third-party. Initiatives described may be amended in Best Western's sole discretion and may be implemented in whole, in part, as revised, or not at all.

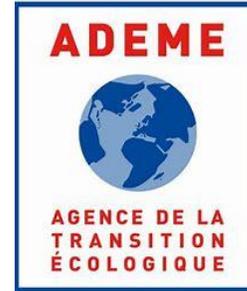
General Notice: Best Western and the Best Western marks are services marks or registered service marks of Best Western International, Inc. ©2018, Best Western International, Inc. All rights reserved.

# Contexte

Etude ADEME juin 2021 : Le tourisme représente **11% de l'inventaire national d'émissions de GES\* en France**

A savoir : Dans notre secteur, le  $\frac{3}{4}$  des émissions carbone sont causés par le déplacement des voyageurs

Objectif = neutralité carbone à 2050



Il est de notre responsabilité à tous d'accélérer nos actions vers une transition environnementale et sociétale.

# Un de nos gros challenges: éveil des consciences

Accélérer la prise de conscience du réseau pour agir davantage sur le terrain

Récolter des données RSE d'où importance de la labélisation

Accompagner chacun des hôtels dans l'élaboration d'une feuille de route RSE avec une vision à court moyen et long terme pour plus de performance globale



# Les tendances de voyage et effets de la pandémie

- (Re)découvrir la France...
- Des voyages à impact positif
- La sécurité sanitaire, une priorité
- La flexibilité, critère essentiel

## Les principaux effets de la pandémie sur nos comportements

### TOP 5 AUPRÈS DE LA POPULATION DANS SON ENSEMBLE



CONSOMMATION

CONSCIENCE EN INTENTIONS



#ladntendances2021

020)

# Des consommateurs prêts à changer leurs habitudes d'achat

**61%**

des consommateurs sont prêts à changer leurs habitudes d'achat pour réduire leur impact environnemental.  
(80% post Covid)

Une réalité,  
quelle que soit la  
génération.

Une réalité,  
quelle que soit  
l'industrie.

Source: Kanatr TGI 2020, OpunionWays2020, IBM consumer studies 2019

# Les voyageurs green

- 70% des français prévoyaient de préparer leurs vacances avec une approche plus écologique en 2020
- 88 % déclarent favoriser les activités et produits qui soutiennent les fournisseurs et producteurs locaux au cours de leurs voyages
- 35 % des français déclarent être prêts à payer 5 à 10 euros de plus pour séjourner dans un logement respectueux de l'environnement. Ils sont 34 % à consentir de payer entre 10 et 20 euros supplémentaires
- Freins évoqués : le manque d'information pour 33% et le coût que les voyages écoresponsables peuvent représenter
- 70% des sondés affirment que la mention « eco-responsable » pourrait les encourager à réserver un hébergement
- Une prise de conscience et un besoin d'agir plus urgent chez les participants âgés de 46 à 55 ans (74%) et les Millénials (71%)

▪ Sources : étude réalisée par Voyages Pirates en janvier 2020 sur l'engagement des français vis-à-vis de l'éco-tourisme. Etude réalisée par Booking en 2019.

# Vers plus de démarches responsables

Depuis plusieurs années, le siège et les hôtels du groupe **réforment leurs pratiques** pour une gestion de plus en plus responsable:



Réduction des gaspillages et optimisation des consommations (eau, énergie...)



Contribution active au développement économique et social des territoires, au bien-être des personnes qu'elles soient employés, partenaires, clients, fournisseurs..



Respect de l'environnement et de la biodiversité...

# Stratégie RSE

**Sensibilisation du réseau  
aux bonnes pratiques**

**Renforcer notre démarche  
environnementale**

**Promouvoir une culture  
commune du  
développement durable**

**Interagir avec les acteurs  
publics locaux**

Champs d'action	Enjeux Clefs du secteur	Thématique Global Compact	ODD concernés	Correspondance EcoVadis	Correspondance Clef Verte
<b>Ancrage Territorial</b>	la lutte contre l'exclusion, le soutien aux communautés, la solidarité, la protection des cultures et du patrimoine.	Droits de l'Homme Environnement	     	Ethique Achats Responsables, Environnement	Politique environnementale Sensibilisation de la clientèle à l'environnement Gestion énergie / eau / déchets Achats Responsables Cadre de vie
<b>Marque Employeur Forte et Responsable</b>	favoriser un travail décent, l'inclusion, la diversité, le bien-être, le développement des individus, l'intégrité dans la conduite des affaires et la protection des données personnelles.	Droits de l'Homme, Normes internationales du travail Lutte contre la corruption	    	Ethique, Social & Droit de l'Homme	Politique environnementale Sensibilisation de la clientèle à l'environnement Cadre de vie
<b>Réduction de notre empreinte environnementale</b>	l'eau, le carbone, les déchets, la pollution, les achats responsables, la lutte contre le gaspillage alimentaire	Environnement	     	Achats responsables, Environnement	Politique environnementale Sensibilisation de la clientèle à l'environnement Gestion énergie / eau / déchets Achats responsables
<b>Adaptation au changement climatique et à la biodiversité</b>	la biodiversité, le respect des territoires, l'artificialisation des sols, le dérèglement climatique et donc les transports / déplacements.	Environnement	 	Environnement	Politique environnementale Sensibilisation de la clientèle à l'environnement Gestion énergie / eau / déchets Achats responsables
<b>Mobiliser, informer et fédérer les acteurs du secteur</b>	Sensibilisation des parties prenantes et mise en place de bonnes pratiques sur toute la chaîne de valeur.	Stratégie, Gouvernance	  	Achats responsables, Social & Droit de l'Homme	Politique environnementale et sociale, Sensibilisation de la clientèle à l'environnement, Achats responsables

# Actions RSE au niveau du groupe



# Poursuivre nos engagements responsables

En tant que marque reconnue, nous progressons chaque année sur nos enjeux environnementaux et sociétaux.

**GOLD**  
2022  
**ecovadis**  
Sustainability  
Rating

**69/100**  
Passage de l'argent à l'or  
avec +10 points!

**OBJECTIFS  
DE DÉVELOPPEMENT  
DURABLE**

Niveau **advanced**  
depuis 2021

**Charte**   
**RELATIONS FOURNISSEURS  
RESPONSABLES**



# Engagements environnementaux

BWH Hotel Group France s'engage à ne plus avoir de **plastique à usage** unique dans les hôtels d'ici 2023.

## Nouveauté 2022 :

A partir du 01/01/2023, il ne sera plus possible d'avoir du plastique à usage unique dans l'hôtel selon les critères suivants :

- ✓ Arrêt des bouteilles plastiques en chambre et dans le minibar
- ✓ Suppression des sacs à linge en plastique
- ✓ Suppression des produits d'accueil en plastique à usage unique



# Engagements environnementaux

BWH Hotel Group France s'engage en faveur du **bien-être animal**.

## Nouveauté 2022 :

### ✓ Poules

A partir du 01/01/2025, les œufs et ovoproduits (produits transformés à base d'œufs) présents dans l'hôtel proviennent exclusivement de poules élevées dans des élevages alternatifs aux cages.

### ✓ Poulets

A partir du 01/01/2026, la viande de poulet provient d'élevages respectant l'ensemble des critères du [European Chicken Commitment](#) .

20% de ces volumes devront provenir d'élevages garantissant un accès en plein air ou à un jardin d'hiver.



# Autres engagements institutionnels

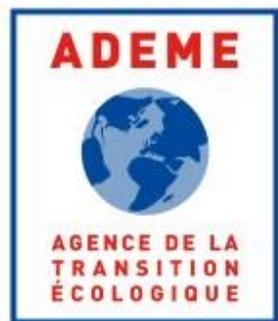


Je suis Acteur du Tourisme Durable !

Participation aux UTD et réflexions vers un tourisme responsable



Participation aux discussions des nouvelles grilles de classement « plus vertes »



Mise en avant des solutions responsables



Participation à la commission RSE



Participation à des opérations de lutte anti gaspillage alimentaire



# Elaborer une charte éthique BWH Hotel Group

## Sommaire



### Charte Ethique

#### Les valeurs du Groupe 4

- L'authenticité
- La convivialité
- L'engagement

#### I. Conformité à la législation 6

#### II. Relations avec les collaborateurs 6

- a. Respect des personnes et lutte contre les discriminations
- b. Loyauté et conflits d'intérêts
- c. Respect de la confidentialité et propriété intellectuelle

#### III. Relations avec les clients 9

- a. Qualité de services
- b. Transparence

#### IV. Relations avec les partenaires tiers, les fournisseurs et la concurrence 10

- a. Concurrence loyale
- b. Respect des partenaires tiers et des fournisseurs
- c. Audit des partenaires tiers et des fournisseurs
- d. Lutte contre la corruption
- e. Lutte contre le trafic d'influence
- f. Pots-de-vin, cadeaux et divertissements

#### V. Relations sociétales 12

La Charte éthique définit les principes, les pratiques et les valeurs auxquels le groupe BWH Hotel Group et l'ensemble de ses filiales adhèrent. Son objectif est de **fixer un ensemble de règles de conduite individuelles ou collectives destinées à être appliquées par le Groupe et ses partenaires** et de guider les collaborateurs de l'entreprise dans la pratique quotidienne de leur métier. Elle encadre les relations avec les parties prenantes du groupe (ses partenaires, ses fournisseurs, ses intermédiaires et ses conseils notamment) sur les questions de loyauté, de lutte anti-corruption et de libre concurrence.

Dans un monde complexe et changeant, nécessitant souplesse et agilité pour s'adapter aux évolutions de marché, le respect de cette charte est un gage de stabilité et de pérennité.

L'éthique, l'intégrité, la responsabilité sociétale, la loyauté, la confiance, le respect de la personne et des droits de l'Homme, la transparence, la lutte contre la corruption et contre la concurrence déloyale sont au cœur des préoccupations fondamentales du Groupe dans la conduite des affaires et des bonnes pratiques commerciales. BWH Hotel Group a la volonté d'être un acteur exemplaire en matière de développement durable et l'ambition d'apporter à ses clients des solutions durables et innovantes contribuant aux Objectifs de Développement Durable (ODD) définis par les Nations Unies.

Notre offre de services a ainsi vocation à répondre aux attentes de nos parties prenantes (clients, salariés, fournisseurs...) dans une logique pleinement responsable. A cet effet, BWH Hotel Group cherche constamment à améliorer la qualité de ses services et activités.

Il est de la responsabilité de chacun de travailler de façon sécuritaire, de respecter les normes et de veiller à la santé et la sécurité de ceux qui nous entourent. Nous comprenons l'incidence de nos activités sur l'environnement et prenons soin de l'atténuer en visant continuellement à apporter des améliorations durables à la gestion de la biodiversité, du carbone et de l'énergie, à notre utilisation de la terre, de l'eau et de l'air. Nous apprécions la diversité et nous accueillons de la même façon tous nos employés et partenaires, sans égard à leur race, sexe, nationalité, origine ethnique, religion, âge ou orientation sexuelle. Notre engagement est de nous conformer à l'ensemble des lois nationales et accords internationaux applicables à la main-d'œuvre. Aucune conduite illégale ou contraire à l'éthique ne serait être tolérée. BWH Hotel Group ne peut compromettre ses principes pour obtenir un avantage à court terme.

Aussi, chaque salarié du groupe se verra remettre cette charte lors de son embauche et aura accès à toute mise à jour ultérieure. Nous considérons que pour responsabiliser chaque collaborateur, la logique de prévention prévaut sur la logique de sanction.

Néanmoins, le non-respect de ce code de conduite exposerait, après signalement, tout collaborateur à des sanctions.

C'est par un comportement irréprochable de tous, dans le cadre du présent Code de Conduite, que nous contribuerons collectivement à la pérennité et à la performance de BWH Hotel Group.

# Elaborer une charte éthique BWH Hotel Group

## I. Conformité à la législation

BWH Hotel Group France s'engage à exercer son activité dans le respect des lois et réglementations, avec intégrité et dans le respect des parties prenantes.

Ainsi, il est de la responsabilité de chaque collaborateur et partenaires du Groupe de connaître et d'appliquer les lois et règlements qui régissent son activité, ainsi que les différentes procédures internes définies par le Groupe, et d'alerter la direction en cas de non-respect de ces règles.

## II. Relations avec les collaborateurs

### a. Respect des personnes et lutte contre les discriminations

La politique RH du Groupe est basée sur des principes de dignité, de respect, de confiance mutuels et d'égalité des chances.

Au-delà du respect du droit du travail et du dialogue social, le Groupe s'engage à n'opérer aucune discrimination, pour quelque cause que ce soit, en matière d'emploi et de carrières.

#### Pour cela, il s'engage à :

- **respecter** la vie privée des collaborateurs et leurs données personnelles,
- **chercher** à valoriser, favoriser et accompagner le développement des compétences de chacun, notamment par une politique de formation professionnelle adaptée,
- **œuvrer** pour la diversité dans le recrutement et le développement des femmes et des hommes en ouvrant les parcours professionnels à tous les profils,
- **encourager** l'emploi et l'insertion des travailleurs handicapés,
- **développer** un dialogue social responsable auprès des collaborateurs et de leurs représentants,
- **veiller** à la santé de tous et assurer la sécurité des salariés dans l'exercice de leurs fonctions
- **lutter** contre toute forme de harcèlement, qui puisse se traduire par une action, pression ou conduite à l'encontre d'un individu.

## IV. Relations avec les partenaires tiers, les fournisseurs et la concurrence

### a. Concurrence loyale

BWH Hotel Group France respecte toutes les parties prenantes de son environnement professionnel, y compris ses concurrents. Il évolue dans un environnement hautement concurrentiel pour l'ensemble de ses activités. Cette position implique que chacun apporte une vigilance toute particulière aux règles exigeantes du droit de la concurrence. Cette dernière, sous réserve qu'elle soit loyale, permet de se challenger et de se différencier sur le marché. Il est impératif de ne pas abuser d'une position dominante, de ne pas prendre part à une entente anti-concurrentielle et, plus largement, de ne pas avoir de pratiques restrictives de concurrence ou déloyales, comme le dénigrement.

Aussi le Groupe s'engage à respecter les règles d'une concurrence loyale et de permettre une compétition librement exercée.

### b. Respect des partenaires tiers et des fournisseurs

BWH Hotel Group France veille à traiter ses partenaires et fournisseurs avec équité, impartialité et loyauté, à mettre tout en œuvre pour respecter les engagements pris et la confidentialité des informations transmises, à respecter l'identité propre et l'indépendance de ses interlocuteurs commerciaux et à partager sa vision et ses attentes en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale.

De plus, il sélectionne ses fournisseurs sur la base de consultations ou d'appels d'offres ouverts et concurrentiels et veille à ce que les offres soient comparées et étudiées de manière équitable.



### c. Audit des partenaires tiers et des fournisseurs

Le Groupe peut être amené à auditer ses fournisseurs et ses partenaires ou à leur demander de prouver que leurs pratiques s'inscrivent dans le respect de cette charte et de la réglementation.

Le Groupe s'autorise à refuser ou à stopper toute collaboration avec un fournisseur qui, de façon répétée, ne satisfait pas à ses attentes ou qui ne respecterait pas nos principes éthiques, notamment en matière de Droits de l'Homme et/ou de lutte contre la corruption.



# Mettre en avant des bonnes pratiques du réseau

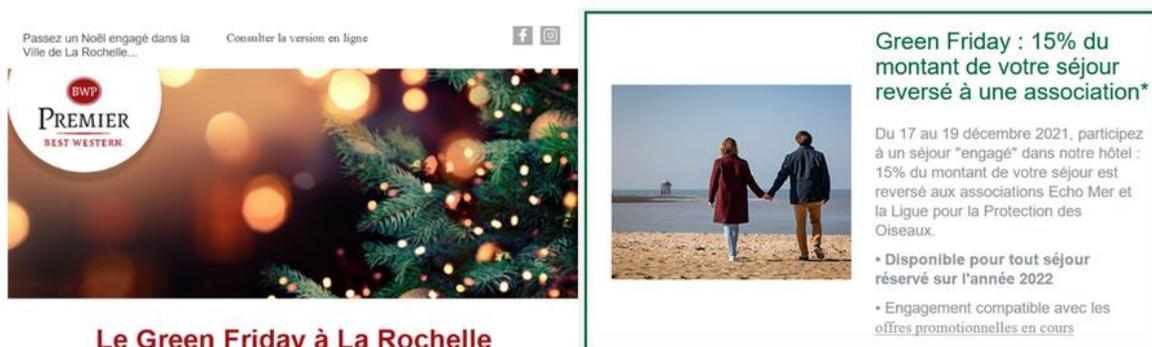
Le **Best Western Plus Hotel Littéraire Jules Verne** à Biarritz a réalisé une opération de collecte des déchets sur son littoral :



Le **Best Western Plus Le Moderne** à Caen a créé son [blog](#) « Le Meilleur de l'Ouest » :



Le **Best Western Premier Masqhotel** à la Rochelle a lancé son « Green Friday » :





# Encourager d'autres formes de mobilité durable





# Proposer au réseau des solutions déchets sur tout le territoire via des partenariats



## PRESENTATION DE SERVIPAC-SALAZIE

### UNE COUVERTURE NATIONALE

En moyenne les prestataires de Servipac-Salazie se trouvent à moins de 30 minutes des sites français industriels et retails.

Pour cela, nous disposons d'un réseau d'environ **400 prestataires industriels** capables de servir en fréquences récurrentes ou à la demande les collectes des déchets des différents sites clients.

### LES BÉNÉFICES POUR LES ENTREPRISES MULTI-SITES EN FRANCE



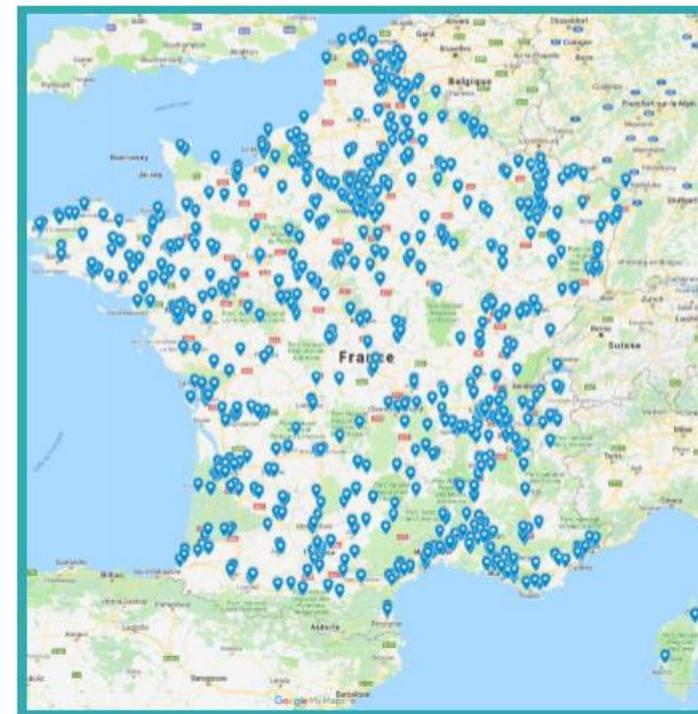
Fort de ce maillage, Servipac-Salazie fait bénéficier aux sites français d'une couverture plus dense et plus étendue que celles offertes individuellement par les « 3 Majors » : Veolia, Suez et Paprec Group.



Ce vivier d'industriels apportera une flexibilité unique en terme d'exploitation, une gamme de produits plus large et une garantie de continuité de service solide.



Cette proximité géographique nous permet de privilégier les circuits logistiques courts, de mutualiser les collectes et de réduire par conséquent votre budget ainsi que votre bilan carbone.



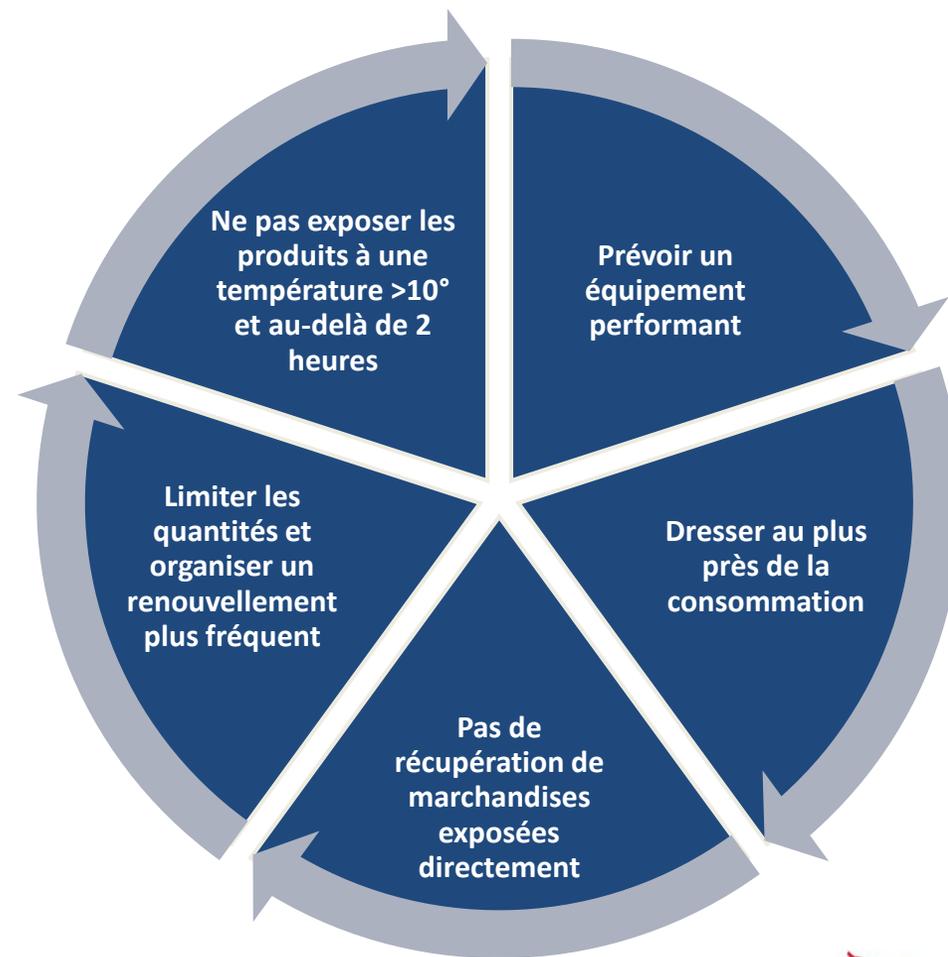
● Sites « Prestataires industriels de Servipac-Salazie »

# Mettre en avant nos richesses territoriales





# Inciter les hôtels à acheter responsable/local mieux et à mieux optimiser leurs buffets





# Faire coïncider RSE et mesures sanitaires



# Proposer des alternatives à la bouteille en plastique



12 CONSOMMATION  
ET PRODUCTION  
RESPONSABLES



13 MESURES RELATIVES  
À LA LUTTE CONTRE  
LES CHANGEMENTS  
CLIMATIQUES



9 INDUSTRIE,  
INNOVATION ET  
INFRASTRUCTURE



# Encourager notre réseau d'hôtels à choisir des fournisseurs qui ont des politiques RSE



**La Seigneurie:**  
Peinture faible  
teneur de COV



**Interface:** Moquette  
à faible teneur de  
CO2



**Kyvadrat:**  
Tissus eco-conçus  
danois

**79% des fournisseurs  
référencés ProAchat ont  
un démarche RSE**

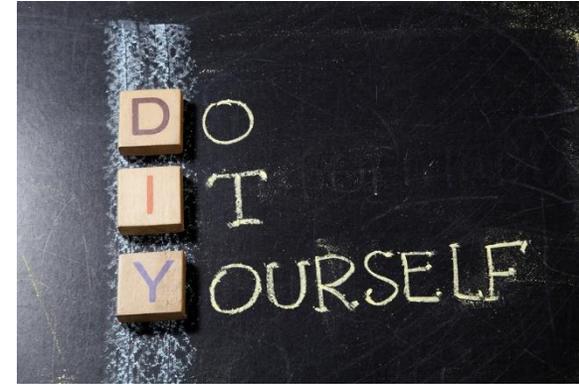
# Encourager la création d'ateliers participatifs et moments de détente aux collaborateurs et clients



yoga



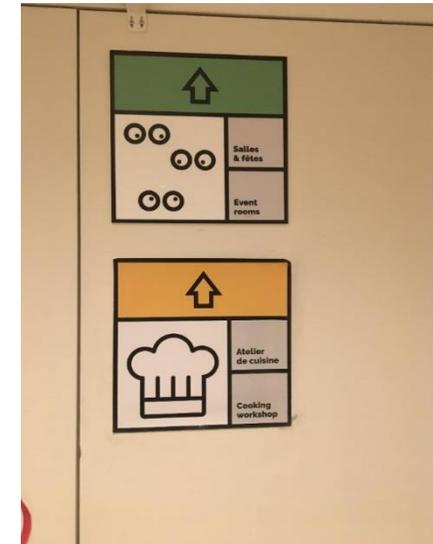
dessins



bricolage



potagers



cuisine



# Sensibiliser le réseau sur les crédits d'impôts et dispositifs CEE

FAIRE  
TOUT POUR MA RÉNOV'

UN CREDIT D'IMPÔT JUSQU'EN 2021 POUR ACCÉLÉRER LA  
RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE DES LOCAUX DES TPE ET DES PME.

ISOLATION THERMIQUE    SYSTÈME DE CHAUFFAGE



Changement de chaudière fioul ou gaz  
Isolation des canalisations  
Changement des convecteurs électriques  
Thermostat programmable  
Production d'eau chaude sanitaire performante  
Récupération de chaleur  
Mousseurs...



# Sensibiliser le réseau sur le Plan de Relance & fond de tourisme durable



**Volet maritime du plan de relance : le ministère de la Mer annonce 650 millions d'euros et ancre ses objectifs dans un cadre durable**

Le Vendredi 4 septembre 2020



**Fonds de soutien à l'émergence de projets du Tourisme durable**

Création d'un fonds dans une logique subventionnelle, visant à faire émerger et faire grandir des projets innovants/transformants et à fort ancrage territorial dans le tourisme durable (sur les trois volets-environnemental, économique, sociétal).

**50 M€ dédié au tourisme durable**  
80% pour les hébergements  
20% pour les restaurants

- Exemples de projets :
- ✓ Biodéchets dans la restauration, Gaspillage Alimentaire
  - ✓ Performance environnemental des hébergements (Affichage environnemental et EUEE)
  - ✓ Accompagnement de réseaux d'établissements dans leur transition durable



# Créer une newsletter RSE

Une newsletter engagée auprès des membres

- Promesse Cyclotourisme
- Offre Housekeeping
- Carte fidélité dématérialisée
- Label Clef Verte





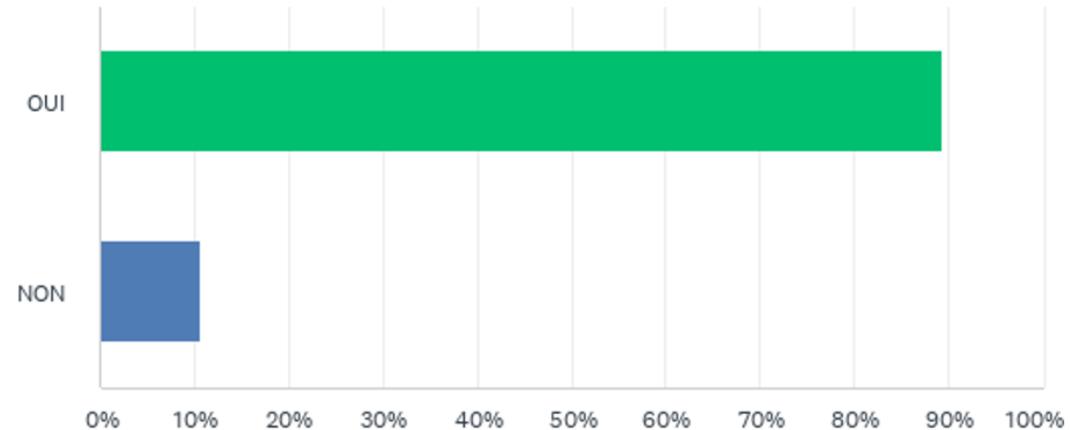
# Mener une enquête RSE à nos clients Best Western

Nous avons mené une enquête clients RSE à 9 200 contacts optin email en octobre.  
Le taux d'ouverture a été de 30% et 5% de taux clic, ce qui est très élevé.

Près de 300 répondants en 3 jours, preuve que les sujets environnementaux et sociétaux sont au cœur des préoccupations de nos clients.

## Q1: Etes-vous sensible aux sujets environnementaux et sociétaux ?

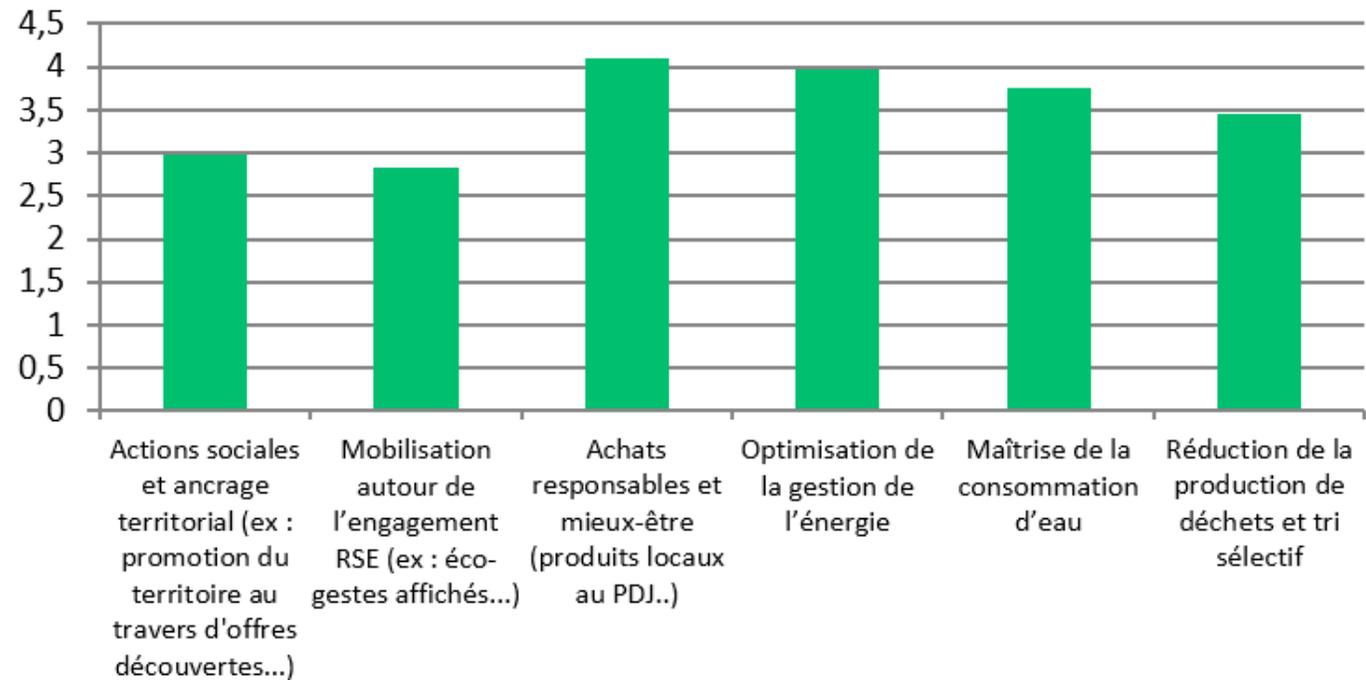
Réponses obtenues : 288 Question(s) ignorée(s) : 0





# Mener une enquête RSE à nos clients Best Western

Quelles actions vous semblent essentielles à mettre en place au sein de nos établissements (classer de 1 à 6 - du plus important 1 au moins important 6)





# Promouvoir la labélisation responsable des hôtels lors des réunions de région, congrès...

Clef Verte est le **1<sup>er</sup> label européen responsable** en nombre d'hôtels. Il compte 59 hôtels à ce jour, et bien d'autres à venir.

## 5 axes:

- La mise en œuvre d'une politique environnementale et d'une démarche socialement responsable,
- La gestion intelligente des déchets
- La maîtrise des consommations d'énergie et eau,
- Les achats responsables
- La sensibilisation active de la clientèle et des collaborateurs
- Le cadre de vie





# Proposer des fiches outils pour chacun des 119 critères Clef Verte



13 - Le responsable Environnement et son équipe ont-ils été formés sur les enjeux environnementaux ?

Formation RSE à suivre via Eho. Les formés obtiendront une attestation.



38 - Vous limitez le chauffage et le rafraîchissement dans les chambres/locatifs et salles de réunion.

Gestion de la température maximum et minimum. Thermostat et bridage de la température depuis la réception. Le client ne peut pas mettre trop chaud ou trop froid.





# Mettre en avant les hôtels labélisés via bestwestern.fr



Best Western Plus

## Richelieu

Limoges

(à 0.98Km du centre de Limoges)



Prix du séjour

Pour 1 chambre, 1 nuit



(521 avis)

À partir de

**92**,65 EUR

**Logo responsable pour  
tous les hôtels labélisés**

### Accessibilité

Labels Tourisme et Handicap



### Hôtels responsables

Label Clef Verte ou Ecolabel Européen



### Nouveau filtre responsable



# Mettre en avant les hôtels labélisés via bestwestern.fr



VOYAGEZ RESPONSABLE

RÉGION  VILLE  ARRIVÉE  DÉPART  1 NUIT

[CODES AVANTAGES](#) ▼

## Un séjour responsable

Envie de séjourner dans un hôtel responsable ? Découvrez à présent nos hôtels labélisés Clef Verte ou Ecolabel Européen.

Chaque année en France des millions de vacanciers ou professionnels en déplacement séjournent dans des hébergements touristiques et se rendent au restaurant. Aujourd'hui ils peuvent **choisir de réduire leur impact environnemental et affirmer leur responsabilité sociale** en choisissant un établissement labellisé. Nos hôtels labélisés Clef Verte ou Ecolabel Européen s'engagent ainsi dans **une démarche environnementale performante** avec pour objectif d'évoluer en permanence vers les meilleures pratiques.

Presque 1/3 de notre réseau s'est ainsi orienté vers le label Clef Verte / Green Key, **premier label de tourisme durable international pour les hébergements touristiques et les restaurants.**

Avec Best Western Hotels&Resorts, vous avez maintenant l'opportunité de choisir un hôtel plus responsable pour vos déplacements !



# Actions RSE au niveau des hôtels

## Nouveaux outils RSE proposés en hôtels

# Notre promesse de marque « On s'engage »

- Présenter nos mesures et actions sanitaires : « *on s'engage pour votre protection* »  
Rassurer le client et les salariés sur notre capacité à garantir leur sécurité
- Démontrer notre capacité de résilience au grand public et aux médias : « *on s'engage à vous refaire rêver* »
- Engager nos équipes et nos clients dans cette démarche : « *on s'engage tous ensemble / collectivement* »
- Remercier les professions mobilisées pendant la crise (personnels soignants, livreurs, commerçants) : « *on s'engage à dire merci à ceux qui ont tant fait pour nous* »
- Positionner notre vision du « monde d'après », dans la continuité de nos valeurs historiques et de notre démarche RSE : « *on s'engage pour un monde nouveau* »  
Adapter notre offre pour un tourisme durable tout en limitant les contraintes et les irritants : « *on s'engage pour un tourisme durable* »
- Démontrer notre capacité d'innovation en situation de crise : « *on s'engage à repenser sans cesse nos modèles* »
- Adapter notre politique commerciale et tarifaire : « *on s'engage à proposer une offre adaptée aux conditions de marché* »

# Introduire de nouveaux éco-gestes en hôtels\*

**Ensemble,**  
adoptons les éco-gestes.



**Vous sortez ?**  
Pensez à éteindre les lumières et le téléviseur, et à fermer la fenêtre.

**Going out?**  
Remember to turn the lights and the TV off, and to close the window.



**Veillez à trier vos déchets** et à ne jeter que du papier dans les toilettes.

**Be sure to sort your waste** and only throw paper down the toilet.



**L'eau est précieuse.** Utilisez vos serviettes, draps de bain et draps plusieurs fois, permet d'économiser de l'eau.

**Water is precious.** Using your towels and sheets more than once will save water.

**Together,**  
let's be green.

**Envie de favoriser l'économie régionale ?**  
En nous choisissant, vous faites travailler les commerces et associations locales.



**Want to favor the local economy?**  
By choosing us, you are helping the economic and associative local networks.

**Envie d'une visite ou d'une randonnée ?**  
N'hésitez pas à nous en parler, nous connaissons la région comme notre poche.



**Want to go for a visit or a hike?**  
Don't hesitate to tell us about it, we know the region like the back of our hand.

**Et si vous choisissiez des modes de transports alternatifs** (vélo, transport en commun...) pour visiter la région ?



**What if you chose alternative transportation modes** (bicycle, public transport...) to visit the region?

# Introduire de nouveaux éco-gestes collaborateurs en hôtels\*

## Labellisation CLEF VERTE

JOIGNONS L'ÉCO-GESTE À NOTRE PAROLE DE RESPECTER UN TOURISME DURABLE



### Gestion des déchets

**RESPECTONS** les consignes de tri dans les chambres comme dans les locaux techniques.



### Gestion de l'eau

**LIMITONS** les fuites et nos consommations quotidiennes.



### Cadre de vie

**AGISSONS** collectivement et individuellement en faveur de la réduction de notre impact environnemental.



Le label CLEF VERTE

Premier label de tourisme durable pour les hébergements touristiques et les restaurants.



### Gestion de l'énergie

**ÉCONOMISONS** l'énergie en limitant le chauffage et l'éclairage des lieux inoccupés.



### Achats responsables

**PRIVILÉGIONS** les productions locales et les produits respectueux de l'environnement.

www.corporateaffairs.fr - Janvier 2022 - Illustration: Jouvray

Authenticité • Convivialité • Engagement



\*livraison prévue 1<sup>er</sup> trimestre 2022





# Enrichir les promesses avec celle du Cyclotourisme

## Le vélo, un sport en plein essor

- Une prise de conscience environnementale de plus en plus forte
- Le chiffre d'affaire du marché du cycle (vélos + accessoires) a bondi de +10,1 % en 2019
- En 2019, on observe une hausse de +12% pour la vente de vélo électrique et +36% pour les vélos sportifs, et la crise sanitaire amplifie encore plus ces résultats sur 2020 : +87 % de fréquentation cyclable, en ville comme à la campagne
- Profil : 45/60 ans et retraités actifs
- 50% des cyclotouristes partent à moins de 200km de chez eux
- 68€ de dépense quotidienne par cyclotouriste en moyenne contre 55€ pour un autre touriste



Sources : Webinar de la région Bretagne sur le cyclotourisme, article « Le déconfinement pourrait booster le marché du vélo » des Echos, article « La pratique du vélo augmente de 50 % dans les grandes villes par rapport à 2019 » de Ouest France, Impact économique et potentiel de développement des usages du vélo en France, Inddigo – VetigoLab parue en avril 2020



# Proposer une nouvelle offre housekeeping

- Pour tout séjour de 2 nuits minimum
- 500 points bonus par jour offerts pour chaque jour sans ménage
- Valable pour les membres Best Western Rewards® (opportunité supplémentaire de recrutement)
- Les points sont à la charge de l'hôtel (crédit manuel)

2 nuits\* =  
1000 points  
bonus offerts

3 nuits\* =  
1500 points  
bonus offerts

4 nuits\* =  
2000 points  
bonus offerts

getty  
Chinnabe

**«VERT»**  
**L'INFINI ET AU-DELÀ !**  
**Protégeons la Planète**

**Obtenez 500 points bonus**  
**Best Western Rewards®**  
**pour chaque Journée**  
**sans service ménage\*.**

**Vous n'êtes pas membre**  
**Best Western Rewards® ?**  
**Inscrivez-vous à la réception !**

*Accrochez ce support à votre porte la veille  
au soir ou appelez la réception pour participer.*

**BW** Best Western  
**REWARDS.**

\* Séjour de 2 nuits minimum requis. Les participants doivent être membres du programme Best Western Rewards®. Offre disponible uniquement dans les hôtels participants. L'établissement se réserve le droit d'entrer quotidiennement dans chaque chambre afin de vérifier son état de propreté ou pour tout autre besoin.





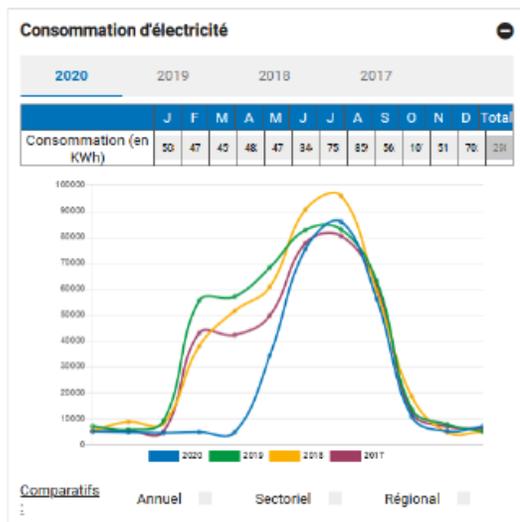
# Elargir nos partenariats responsables



# Proposer un accompagnement technique à la labélisation Clef Verte

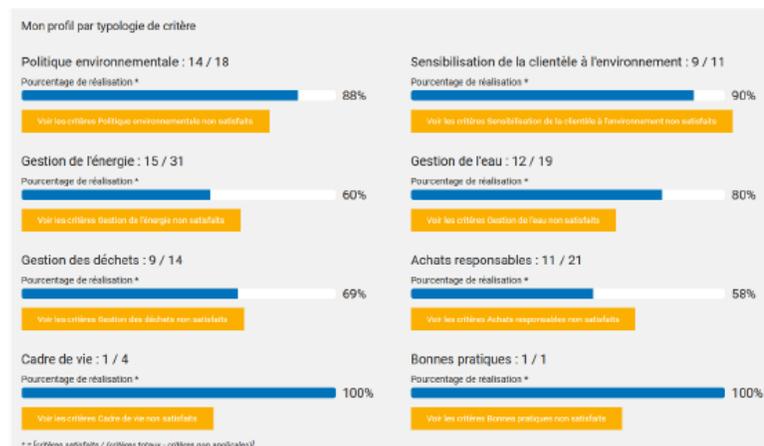
Une plateforme à votre disposition (il vous suffit de créer votre compte):

<http://pro.laclefverte.org>



## MON DIAGNOSTIC

Voici le diagnostic de votre démarche de tourisme durable suite aux réponses que vous avez fournies dans le Questionnaire environnemental.



## Contacts:

Loren Staquet, Chef de mission senior  
01 45 49 02 09 ou [loren.staquet@teragir.org](mailto:loren.staquet@teragir.org)

Rachel Loison, Responsable RSE et Marque Employeur,  
06 24 33 86 45 ou [rachel.loison@bestwestern.fr](mailto:rachel.loison@bestwestern.fr)

Vous êtes dans un établissement en démarche de labélisation Clef Verte, premier label de tourisme durable pour les hébergements touristiques et les restaurants

Votre logo

**Le bon usage de la machine à laver!**  
The proper use of washing



Utilisez le programme économique  
Use economy mode

Préférez laver à basse température  
Prefer washing at low temperature



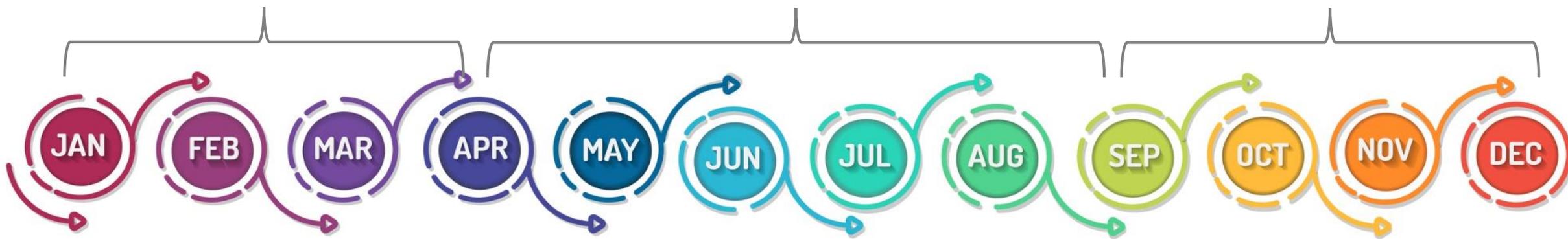
Lancez la machine lorsqu'elle est pleine  
Start the machine only when it is full

# Proposer un accompagnement humain à la labélisation Clef Verte

## Dépôt de candidature

## Audit et accompagnement

## Jury et résultats



- ✓ Création de son compte sur [pro.laclefverte.org](http://pro.laclefverte.org)
- ✓ Questionnaire environnement
- ✓ Définition du plan d'actions hôtel
- ✓ Validation de sa candidature en ligne



**Engagement ferme et contractuel**

- ✓ Organisation de l'audit par Clef Verte
- ✓ Visite d'audit : contrôle et recommandations de Clef Verte sous forme de Compte-rendu
- ✓ Mise en œuvre par l'hôtel des recommandations et transmission des justifications selon date demandée



**Réception facture frais de participation et audit**

- ✓ Jury Clef Verte
- ✓ Envoi de la décision à l'hôtel par email et courrier
- ✓ Si OK, réception des éléments de communication
- ✓ Si pas ok, possibilité de déposer un recours sur votre [comptepro.laclefverte.org](http://comptepro.laclefverte.org)

**NB : Possibilité de vous inscrire sur la plateforme dès maintenant et commencer à tester les grilles**

# La Marque Employeur

Confidential: This presentation contains confidential, proprietary information and trade secrets of Best Western International, Inc. ("Best Western"). It is intended for use solely by Best Western and its Members, Affiliate Organizations and Master Licensees. This presentation and its content may not be shared with or disclosed to any non-Best Western affiliated third-party. Initiatives described may be amended in Best Western's sole discretion and may be implemented in whole, in part, as revised, or not at all.

General Notice: Best Western and the Best Western marks are services marks or registered service marks of Best Western International, Inc. ©2018, Best Western International, Inc. All rights reserved.

On s'engage!

Une nouvelle promesse de Marque

# Véhiculer une nouvelle promesse employeur

## Créons ensemble votre histoire

Les valeurs d'authenticité, de convivialité et d'engagement sont au cœur de l'identité et des activités de BWH Hotel Group. Elles constituent une signature et sont le socle de la confiance qui anime notre Groupe, sur lequel repose les relations entre collaborateurs et partenaires.

Ces valeurs **donnent du sens** et un objectif aux missions quotidiennes des collaborateurs et inscrivent leurs actions dans les territoires.





# Véhiculer une nouvelle promesse employeur

## Créons ensemble votre histoire



3 valeurs

AUTHENTICITÉ  
CONVIVIALITÉ  
ENGAGEMENT

3 piliers

LA FORMATION  
LE COLLECTIF  
LA DÉMARCHE RESPONSABLE



On s'engage!



Nouveaux outils & avantages Marque Employeur  
proposés en hôtels



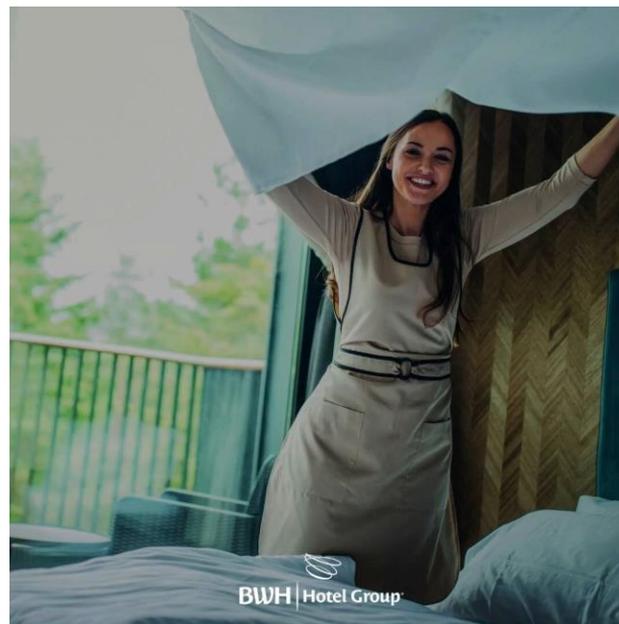
# Proposer des outils pour mieux véhiculer les valeurs

Des affiches

Une vidéo

Un modèle de livret d'accueil nouveau talent

« Créons ensemble votre histoire »





# Proposer un onglet RSE & Marque Employeur actualisé via l'Extranet



ENGLISH ▾ HELLO VICTOR BULLOT 93090 ▾

GESTION DES DONNÉES ▾ VIE DU RÉSEAU ▾ VIE EN EXPLOITATION ▾ COMMERCIALISATION ▾ EXPÉRIENCE CLIENT ▾ REWARDS ▾ **RSE & MARQUE EMPLOYEUR ▾** MYWO ▾



ières informations

2021 - Extension du passe sanitaire

## FIDÉLISER

Nos valeurs & Notre différence  
Nos avantages collaborateurs  
Nos actions de prévention

## AGIR ENSEMBLE

Acteurs du Tourisme Durable (ATD)  
Nos partenaires lutte anti-gaspillage

## FORMER

ého, l'école hôtelière  
Compte Personnel de Formation (CPF)

## PARTAGER DES OUTILS RH

Charte éthique  
Accessibilité  
Anti-discrimination  
Kit du Manager  
Outils réglementaires

## ACCOMPAGNER EN RSE

Audit RSE  
Chartes Relations Fournisseurs Responsables  
Ademe : les fiches outils  
Guides pratiques  
Labels hôtels

## RECRUTER & ACCUEILLIR

Broadbean  
Fiches de postes & métiers

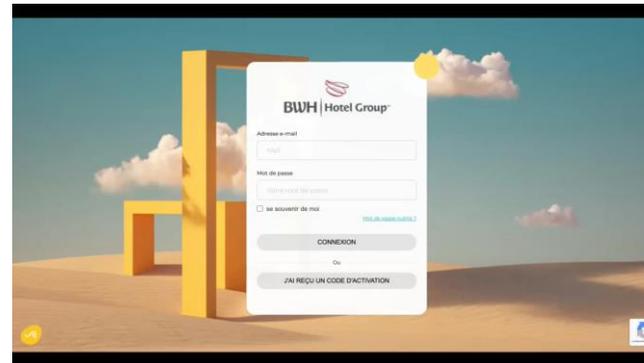


# Proposer des avantages aux collaborateurs

- **1500 comptes** créés sur la Plateforme avantages Uni-CE [avantages.bestwestern.fr](https://avantages.bestwestern.fr)
- E-Card Best Friends disponible via la plateforme



Des réductions dans d'autres hôtels du réseau allant jusqu'à -50% du tarif affiché



Profitez des avantages salariés sur votre plateforme dédiée !

**Plus de 150 000 références à prix réduits auprès de grandes enseignes partout en France !**  
 Équipement de la maison, décoration, loisir, sport, mode, beauté, optique, bien-être, culture, presse, restauration...

**Connectez-vous sur [avantages.bestwestern.fr](https://avantages.bestwestern.fr) et laissez-vous guider\***

\* Plateforme accessible aux CDI à partir de 6 mois d'ancienneté

Service RH & Marque Employeur [RH@bestwestern.fr](mailto:RH@bestwestern.fr)

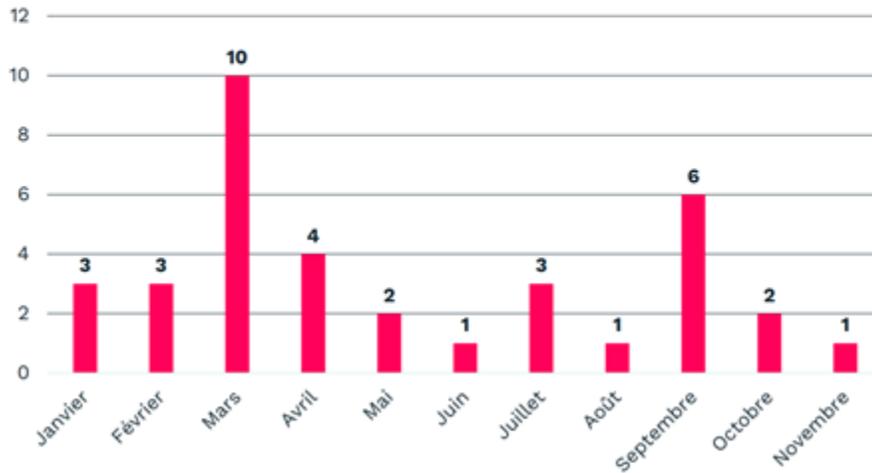
Pour plus d'informations Contactez directement Uni-CE [bestw@uni-ce.com](mailto:bestw@uni-ce.com) / 02 84 25 71 88



# Proposer des supports de prévention aux collaborateurs

- Best Western for me= 36 dossiers  
86% en soutien psychologique

**Nombre de dossiers traités sur 2021**



## Flash Info BW | Best Western Hotels & Resorts

### Best Western For Me : votre kit de communication

Chers adhérents,

Dans le prolongement de nos engagements, en veillant à la qualité de vie au travail de nos collaborateurs, nous souhaitons **renforcer la stratégie de marque employeur** que nous déployons collectivement.

La semaine dernière, à l'occasion d'un webinar dédié, nous vous présentions le nouveau service Best Western For Me que nous avons souhaité mettre à votre disposition, pour vous accompagner et vous soutenir dans votre quotidien.

**Ce service gratuit est en accès illimité 24h/7j** pour vous, vos proches et vos collaborateurs grâce à un numéro de téléphone dédié. Il comprend un soutien psychologique et un coaching de vie.

Vous pouvez retrouver [ici](#) le replay du webinar ainsi que [la présentation](#) de Best Western For Me.

- Afin d'informer vos équipes de ce nouveau dispositif, nous avons créé un [kit de communication](#) que nous vous mettons à disposition pour communiquer dans vos établissements. Ce kit comprend :
- **Un dépliant de présentation** du programme Best Western For Me
  - **Une carte Best Western For Me** avec le numéro dédié que vous pourrez distribuer à vos collaborateurs (un lot de cartes sera envoyé à chaque hôtel d'ici 15 jours)
  - **Une affiche** pour mettre dans vos espaces privés
  - **2 visuels** au format jpeg pour communiquer via WhatsApp à vos équipes.
- L'ensemble de ces documents a été mis en ligne sur l'Extranet dans l'onglet





# Elargissement de l'offre Best Western For Me

- Une plateforme téléphonique unique + carte pour appeler numéro de façon anonyme
- 3 en 1 : support psychologique + assistance sociale et familiale pour tous les collaborateurs hôtels + assistance juridique RH pour les managers & directeurs d'hôtels
- Du lundi au vendredi 9h/18h pour assistance sociale et juridique RH. En dehors de ces plages, il est proposé à l'appelant de laisser ses coordonnées pour être rappelé dès le lendemain matin. Pour le soutien psychologique, il y a un psychologue d'astreinte en 24/7 avec protocole d'urgence en cas de crise suicidaire.





# Proposer des supports de prévention aux collaborateurs

<https://youtu.be/BvQENecNsig>

MIEUX SE CONNAÎTRE  
*Kinésiologie*



**# CONCEPT**

Mieux vivre ensemble, c'est surtout et d'abord mieux vivre avec soi : si on est bien dans sa peau, dans son énergie, on se sent moins fragile, plus étanche face à des génés du quotidien.

**# BÉNÉFICES**

- # Meilleure gestion des émotions
- # Plus grand équilibre énergétique
- # Boîte à outils fonctionnelle

**# CONTENU**

Nous vous délivrons conseils et techniques grâce à des exercices courts, pratiques et faciles pour apprendre à rééquilibrer les énergies liées au stress au travail et dans votre quotidien.

Réduire la taille du fichier PDF, activer l'option de prévisualisation et contrôler les options d'image et de police.

CORPO HEALTH

Prévenir contre le burn-out: Mieux vivre avec soi & Meilleure gestion du stress grâce à la kinés

<https://youtu.be/1XEydSYBgfU>

MIEUX PRENDRE SOIN DE SOI  
*Détente articulaire & renforcement musculaire [Salariés en mouvement]*



**# CONCEPT**

Tendinites, lombalgies... ces pathologies sont les troubles musculo-squelettiques (TMS). Grâce à ces vidéos, nous vous accompagnons dans une démarche préventive et pratique.

**# BÉNÉFICES**

- # Meilleure posture au quotidien et gain d'autonomie
- # Gain de force, souplesse et mobilité
- # Soulagement des tensions articulaires et plus grande énergie

**# CONTENU**

Au travers de techniques concrètes, vous apprenez à appliquer sur vous-même des exercices simples, visant détente articulaire et renforcement musculaire. Ces exercices ont été spécialement pensés pour des personnes qui travaillent en mouvement et qui sont amenées à passer plusieurs heures debout ou à effectuer des gestes répétitifs (salariés en boutique, livreurs, hôtellerie/restauration, manutention).

CORPO HEALTH

Prévenir contre les troubles musculo-squelettiques  
Détente articulaire et renforcement musculaire



# Proposer une aide au recrutement aux hôtels

**Simplifiez vos recherches de talents**

Pour faciliter au quotidien la gestion de vos campagnes de recrutement, Best Western® Hotels & Resorts met à votre disposition BROADBEAN, solution de multidiffusion d'offres et de recherche de candidats.

Forte attente du réseau sur ce sujet

- Gain de temps**  
Vos offres d'emplois publiées en quelques clics parmi plus de 2.000 supports intégrés
- Analyse des indicateurs clés**  
Accès facile au nombre de candidatures reçues par support, meilleur jour & heure de publication, coût/ publication
- Suivi ROI des supports**  
Identifiez vos sources les plus efficaces et ajustez votre stratégie grâce aux reportings

### Accompagnement et suivi

Un responsable de compte dédié vous accompagne lors de points de suivi réguliers afin d'optimiser avec vous votre stratégie de recrutement :

- formations complémentaires
- analyse des rapports statistiques
- activation de fonctionnalités supplémentaires selon les besoins

Votre gestionnaire de compte  
Lea.Dinh@careerbuilder.com

Service clients Broadbean : 0800 915 501  
serviceclients@broadbean.com

<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Apec Corp</p> <p>(Gratuit)</p> <p>Pour les offres d'emploi de profil Cadre</p>	<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Best Western (FR)</p> <p>GRATUIT</p>	<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Indeed Sponsored (Per Job)</p> <p>Coût par publication : €100.00</p>
<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ L'Hôtellerie Restauration</p> <p>(25 quotas crédit(s) restant(s))</p> <p>Coût par publication : €120.00</p>	<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Le Bon Coin</p> <p>(Pas d'espace disponible libre)</p> <p>Coût par publication par mois : 50,5 € HT</p> <p>Coût par publication : €50.50</p>	<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ LinkedIn</p> <p>(4 espaces disponibles libre)</p>
<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Pôle-Emploi ADO</p> <p>(Gratuit)</p> <p>CDD/CDD/ALTERNANCE/Mission intérimaire supérieure ou égale à 3 mois seront repris sur le portail ljeune1solution pour les offres de moins d'un an d'expérience</p>	<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ StepStone</p> <p>Publication sur StepStone et Hotel Career</p> <p>Coût par publication : €139.00</p>	<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Welcome To The Jungle</p>
<p>modifier l'abonnement   Définir limites</p> <p>✓ Wizbii</p> <p>(Gratuit)</p>		

Environ **900** annonces d'emploi publiées et **5000** réponses candidats via la plateforme de multi diffusions Broadbean = record d'utilisation !



Devenir une référence en formations dans le secteur

**é:ho**  
l'école hôtelière



## Formation continue

- Polyvalence
- Montée en compétence

## Formation initiale diplômante

- Reconversion
- Apprentissage

## Accompagner les carrières

  
*human inclusive*  
RESSOURCES VRAIMENT HUMAINES

  
**BWH** | Hotel Group™

