

LE DEHORS VU PAR UNE ENTREPRISE

Pierre Lebrun, directeur de Yellow Events

Yellow Events est une sprl spécialisée dans l'organisation durable d'événements. Même si « un événement qui ne pollue pas est un événement qui n'existe pas », comment utiliser le monde des affaires pour mettre en place des innovations qui mettent l'humain et l'environnement au cœur des activités ? Pour s'inspirer, la petite équipe a lu « Tout peut s'effondrer » et passe beaucoup de temps dehors, en contact avec le potager, les poules, les chèvres...

Pierre Lebrun est directeur de Yellow Events, une organisation d'événements avec 8 collaborateurs. La spécificité de son entreprise ? *« On essaie d'être souvent dehors, pour le bien-être de nos collaborateurs et de nos clients, et parce qu'on a la conviction d'être une entreprise en transition. On fait du business, qui marche, mais on le fait différemment »*. Installée dans un zoning à Louvain-la-Neuve, l'entreprise a troqué l'habituelle pelouse, contre des chèvres, des poules, un verger, un grand potager, des vignes... *« On a essayé d'investir tout l'espace disponible »*. Qui veut va quand il veut s'occuper de tout ça. Tout a été fabriqué par le personnel. Et quand un client arrive, il n'est pas rare qu'il aille en terrasse et reparte avec des œufs. L'entreprise était certifiée EMAS et ISO, mais ça demandait énormément de temps en procédures. Ils ont alors arrêté pour convertir ce temps de procédures en temps passé dehors, en visites de fermes, etc.

« L'autre différence, c'est qu'on essaie de travailler le plus souvent possible dehors. Dans les événements proposés à nos clients, on leur propose plutôt des activités dehors qu'un Family Days au Kinopolis. On a investi dans des tipis géants. Ça nous permet de faire des activités à l'extérieur, tout en étant confortable », raconte Pierre. *Cette idée de vouloir plus investir le dehors est venue petit à petit par des rencontres et parce que ça génère pour nous du bien-être, de façon presque égoïste au départ. Ceux qui viennent travailler avec moi le savent »*. Dans l'équipe, il y a un bucheron, un élagueur, une fille qui a fait la musicologie, un ingénieur civil... bref aucun dans l'événementiel. Car pour Pierre ce n'est pas l'essentiel.

« Mon associée adorait le shopping et les city-trips et maintenant n'a plus de voiture, s'engage dans les incroyables comestibles, etc. On est allergique au greenwashing, on ne se présente pas comme entreprise d'événement durable, mais juste « d'événement ». Mais ça se sait. On fait les événements pour Greenpeace, Triodos,... Notre réputation vient aussi de la convivialité, la qualité des relations avec nos clients. On fait bien notre boulot parce qu'on s'y plait bien ». Exemple d'événements : dans le cadre de la construction d'un village de « vacances durables » à Tournai, dans les bois, Yellow Events a organisé une soirée de réception un week-end porte ouverte, une conférence de presse, etc. Pour ce faire, ils ont construit un plancher, monté une tente berbère, le pupitre a été fait dans un tronc de hêtre, les WC étaient des toilettes sèches... *« Et quand les collaborateurs logent sur place, ils choisissent de dormir dans un hamac »*.

Refusent-ils des clients qui seraient dans un secteur d'activité en désaccord avec leur philosophie ? *« On refuse rarement, par exemple on va mettre des écrans dans un centre commercial, parce qu'ils paient cher et ça nous donne le temps de faire autre chose »*.

Le temps perdu du personnel à s'occuper du jardin et des animaux ? *« Ça prend quelques minutes de donner des graines aux poules, donc le temps n'est pas le problème. Le potager prend plus de temps, certaines zones vont moins bien. Mais si chaque jour chacun y va 5', ça fait une heure au total. Souvent ils téléphonent en même temps. Mais on n'est pas maraîcher. Comme il y a des herbes folles devant l'entreprise, qu'on fauche seulement de temps en temps, les gens pensent qu'on est en faillite »*.

L'entreprise va essayer de faire incredible company, dans la veine de « incredible edible », où des citoyens plantent des légumes en libre service dans l'espace urbain. Objectif : encourager les entreprises à faire entrer la biodiversité et les légumes dans leurs pelouses. Ils ont déjà commencé avec leurs voisins, la société IBA.

« C'est fou, les gens viennent chez nous pour travailler parce qu'on a des poules et des salades, alors qu'on le fait depuis la nuit des temps, sauf depuis 40 ans. Mais on n'a pas un rôle de sensibilisation, on ne dit pas aux gens qu'on fait comme ci ou comme ça, mais on le fait. On m'a souvent pris pour un allumé, en me disant que ça ne marcherait pas, mais finalement, avec un peu de recul, ça marche, et quand ça ne marche pas on fait autre chose ».

Contact :

Pierre Lebrun / Yellow Event - info@yellowevents.be - <http://yellowevents.be/>

Prise de notes : Christophe Dubois, Réseau IDée

Les bienfaits du dehors identifiés par les participants lors de cet atelier :

- *Bien-être des employés et des repas de qualité gratuit*
- *Faire des bénéfiques "verts", organiser des évènements décalés*
- *Réapproprier le dehors même en entreprise, c'est donner du sens à la transition*
- *Créer une bonne ambiance dans l'équipe*
- *Innover la vie de l'entreprise*
- *Permettre de récupérer efficacement, souder l'équipe, être sollicité par l'extérieur*