

# Bleu Lavande

Ferme florale

Magog, Cantons-  
de-l'Est

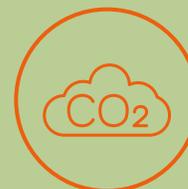
## Attentes initiales

installée à Magog, dans les Cantons-de-l'Est, Bleu Lavande est une entreprise pionnière de la production de lavande au Canada. Déjà très active en matière de protection de la biodiversité, l'entreprise souhaite poursuivre ses efforts sur différents enjeux, le tout en sensibilisant employés et visiteurs.

## Volet sur le développement durable

En collaboration avec ADDERE Service-Conseil

### Enjeux prioritaires de l'entreprise en matière de développement durable

**Protection de  
la biodiversité****Conditions de  
travail et SST****Gestion des  
matières résiduelles****Énergie et gaz  
à effet de serre**

### Quelques pratiques déjà en place

**Protection de la biodiversité**

- Sensibilisation des employés à la biodiversité
- Partenariat avec Bee City
- Aucun pesticide, aucun fertilisant chimique
- Lumières extérieures dirigées vers le bas
- Plantation d'arbre et de certaines plantes indigènes
- Espaces gazonnés non tondus

**Conditions de travail et SST**

- Manuel employé (pour employés saisonniers)
- Comité Santé et sécurité
- Rabais employé sur les produits
- Canaux de communication: application Voilà, babillard, courriel, rencontre d'équipe



### Achats et gestion des déchets

- Îlot de tri à trois voies
- Collecte du compost pendant l'été
- Le fournisseur de boîte à lunch actuel offre des contenants recyclables
- Critères d'achats non officiels comme nourriture locale, santé et le plus possible biologique



### Énergie et gaz à effet de serre

- 100 % électricité (aucune utilisation de combustible)
- Utilisation de lumière LED
- Souci de bien isoler lors de la construction des édifices
- Construction neuve

## Éléments suggérés pour l'engagement de l'entreprise dans sa démarche en développement durable

- Mettre en œuvre un plan d'action en développement durable révisé aux deux ans
- Structurer la démarche en développement durable et communiquer les actions pour sensibiliser et rayonner en :
  - Publiant chaque année une mise à jour des avancements dans le plan d'action relativement aux enjeux auxquels s'adressent la présente politique
- Améliorer les performances de tri des matières résiduelles en :
  - Formant l'ensemble des employés sur la bonne gestion des matières résiduelles
  - Améliorant l'affichage
  - Sensibilisant, informant et accompagnant la clientèle en ce sens
- Améliorer l'écoresponsabilité des achats en :
  - Établissant une liste de critères environnementaux et sociaux à respecter lorsque vient le temps de faire des achats
  - Recherchant des alternatives locales aux achats étrangers
- Favoriser la réduction des gaz à effet de serre en :
  - Installant deux bornes de recharge pour véhicules électriques
  - Réalisant un inventaire des émissions de gaz à effet de serre de l'entreprise
- Favoriser le bien-être du personnel en :
  - Développant un système de rétroaction pour les employés saisonniers
  - Offrant des avantages sociaux innovateurs
- Favoriser la protection de la biodiversité en :
  - Attirant des espèces bénéfiques par des installations appropriées
  - Plantant des espèces végétales indigènes et en limitant la tonte de pelouse à certains endroits
  - Offrant des plants de lavande gratuits à ses nombreux partenaires

## Le tout, en cohérence avec des enjeux transversaux



### Gestion du changement

pour garantir la pérennité de la démarche



### Communication et marketing

pour améliorer son image, l'attraction des produits et la mobilisation du personnel

# Volet sur la communication responsable

En collaboration avec Sens Communications durables et Mouvance Comm responsable

## Audit de communication : quelques bonnes pratiques déjà en place



### Site web

- Site web transactionnel et complet, présentant l'entreprise, les installations et les produits
- Sections "Notre essence" contribuant au storytelling de la marque et plusieurs autres qui sensibilisent la clientèle



### Médias sociaux

- L'entreprise est présente sur Facebook, Instagram, LinkedIn et Youtube
- Communautés de grande ampleur pour Facebook et Instagram, bonne fréquence de publication
- Infolettre envoyée à 30000 contacts

## Plan de rayonnement : des recommandations pour maximiser l'impact de son engagement

Installée à Magog, Bleu Lavande est la première lavanderie en Amérique. Fondée en 2004 et fréquentée chaque année par plus de 25 000 visiteurs, l'entreprise compte, en plus d'un volet commercial, un site agrotouristique avec des champs de lavande et différents espaces visant à faire vivre une expérience parfumée multisensorielle à sa clientèle. Déjà responsable sur plusieurs aspects, dont la protection de la biodiversité et les emballages, Bleu Lavande souhaite accélérer sa transition vers des pratiques écoresponsables et mieux les communiquer. L'entreprise souhaite notamment passer d'une communication promotionnelle à une communication davantage informationnelle visant à sensibiliser sa clientèle et à faire rayonner son engagement social et environnemental pour se démarquer de la concurrence.



### Site web

- Bonifier la section "Notre essence" pour y intégrer les engagements ainsi que la politique en développement durable
- Mettre à jour la page d'accueil pour mentionner les engagements
- Prévoir une série d'articles de blogue axés sur le bien-être et le respect de l'environnement



### Clientèle actuelle

- Ajouter des panneaux descriptifs et de sensibilisation aux enjeux environnementaux sur le site
- Ajouter une mention au sujet des pratiques durables lors des événements et visites guidées
- Sensibiliser les visiteurs aux bonnes pratiques de tri



### Médias sociaux

- Revoir la section Intro sur Facebook et la description sur Instagram et y inclure des messages en lien avec la mission et l'engagement responsable
- Publier 2 à 3 fois par mois des messages concernant les pratiques écoresponsables (trucs écolos, actions mises en place, etc.)



### Autres

- Ajouter une section dans l'infolettre pour mettre en valeur les actions responsables
- Améliorer les étiquettes et les emballages
- Impliquer les employés et informer les fournisseurs