

Installer des ruches UNE DÉMARCHE NOVATRICE ET GAGNANTE POUR L'ENTREPRISE

La prise en compte des enjeux sociétaux et environnementaux dans la conduite de l'activité (RSE) des entreprises et des collectivités n'est plus une contrainte. En 2023, c'est devenu une vraie opportunité : s'engager pour la biodiversité est un moyen simple et rapide de faire valoir une différence. Les meilleures entreprises l'ont compris.

De nos jours, le poids de la RSE est majeur dans la réputation globale de l'entreprise. Et il ne cessera jamais de croître car la majorité des consommateurs tend à vouloir de plus en plus d'éthique. Le salarié aussi veut de plus en plus d'éthique. La vertu envers la société humaine devient un préalable au succès des organisations commerciales ou à la reconnaissance des collectivités.

Social Mag faisait récemment écho à une étude Trust Barometer d'Edelman qui révélait que 60% des Français auraient de plus en plus d'aversion pour les marques qui utilisent les enjeux RSE, pensant améliorer leur image, mais qui n'agissent jamais réellement. La sanction allant généralement jusqu'au boycott. A l'inverse, les entreprises qui disent leur engagement et le démontrent, gagnent auprès de leurs clients sur tous les tableaux.

La période de crise sanitaire conforte la tendance, la réussite passera par la crédibilité et la crédibilité devra s'appuyer sur la réalité des actes. On ne devrait pas s'en étonner ou le souligner, c'est pourtant une bonne nouvelle : on ne se contentera plus des intentions dans l'opinion publique ou auprès des prospects et clients.

En 2019, pas moins de 65% des Français achetaient les marques dont les engagements correspondaient à leurs convictions personnelles. C'est 15 points de plus que deux ans plus tôt. Cela sans distinction de classes d'âge ou de revenus. Cet impact est aujourd'hui renforcé par le poids de plus en plus grand de la recommandation. Verbale et surtout digitale.



« La nouvelle génération d'employés recherche bien plus qu'un salaire : elle recherche du sens dans son travail et veut un employeur qui partage ses valeurs et qui l'encourage à faire la différence »

Adrienne Lo (WWF)

L'engagement de l'entreprise en faveur des attentes sociétales des Français ne doit pas être une contrainte mais un moteur pour l'organisation et les projets.

En ce sens, les ruches offrent une réponse des plus satisfaisantes. L'investissement rapporté au bénéfice obtenu est des meilleurs.

Les abeilles sont fondamentales pour la culture des fruits et des légumes. Sans les insectes pollinisateurs, pas de production. Pourtant, les abeilles sont de moins en moins nombreuses dans notre pays. Les raisons sont multiples mais l'activité humaine est souvent en cause.

L'installation de ruches au sein d'un établissement démontre un engagement que l'on sait mesurer et valoriser : communication autour de l'arrivée des abeilles, reportages sur l'actualité saisonnière, depuis la récolte jusqu'à l'hivernage, organisation d'événements avec les partenaires, les clients, les salariés voire la population locale (à travers les écoles par exemple), communication positive associant les vertus du miel et l'engagement sociétal sur les pots marqués aux couleurs (logo) de l'entreprise. La démarche est novatrice est forcément gagnante.