



POLITIQUE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DE L'ENTREPRISE FRANCE MUSÉUMS

Introduction

Agence de conseil et d'ingénierie culturelle, France Muséums accompagne les musées et sites patrimoniaux dans leur transformation en mobilisant, en France et à l'international, un savoir-faire et un réseau uniques au monde.

Notre histoire débute en 2007 par une aventure collective hors du commun : la naissance du Louvre Abu Dhabi, premier musée du Monde arabe à présenter un parcours global de l'histoire de l'art.

Ce document présente notre stratégie de responsabilité sociétale et environnementale et son exécution. A l'initiative des équipes, puis soutenu par la direction, cette démarche a débuté en 2020. Conscients des conséquences de nos activités, nous nous engageons à réduire nos impacts en nous fixant et en atteignant des cibles clairement définies, ainsi qu'en développant des solutions pour un futur souhaitable.

Grâce à notre vision créative et à notre méthodologie, nous nous efforçons d'accompagner les musées et sites patrimoniaux dans leur transformation ; en sensibilisant les professionnels du secteur et les visiteurs ; en les encourageant à devenir ambassadeur d'actions plus pérennes.

Nos engagements sociétaux et environnementaux

France Muséums s'est engagée en 2020 dans une démarche de responsabilité sociétale des entreprises. Considérée dès son origine comme élément stratégique pour l'avenir de l'agence, ce travail a été partagé et coconstruit avec notre équipe multidisciplinaire de 40 employés ainsi qu'avec l'ensemble de nos parties prenantes.

Nous avons tout d'abord fait un état des lieux de l'ensemble de nos activités pour mieux comprendre nos impacts et les leviers potentiels auprès de notre écosystème. En nous basant sur la norme ISO26000, nous avons ensuite réalisé une matrice de matérialité afin d'évaluer les risques et opportunités que France Muséums a avec ses partenaires et clients en France et à l'international. Nous avons ainsi sollicité l'ensemble de nos parties prenantes afin d'identifier une quinzaine d'objectifs liés à la responsabilité environnementale, sociale



et sociétale de France Muséums. L'identification de ces principaux enjeux RSE nous ont permis de définir notre plan d'action, pour lequel nous avons collaboré étroitement avec nos partenaires et prestataires sur le développement de cette stratégie. Depuis, chaque membre de l'équipe accompagne à son niveau les porteurs de projets pour questionner l'impact de leurs activités, en s'adaptant à leurs territoires, à leur taille et à leurs spécificités, tout en s'efforçant de proposer des solutions plus durables.

Le pouvoir de l'art comme agitateur de conscience

Deux objectifs caractérisent notre démarche :

- Poursuivre nos actions de concepteur-réalisateur de projets muséaux de qualité à l'international en limitant au maximum nos impacts négatifs ;
- Maximiser l'impact social et sociétal de la culture sur la vie des populations à travers la rencontre avec les œuvres et l'expérience de visite.

En offrant aux visiteurs une narration inspirante, nous souhaitons faire du musée un lieu populaire, un lieu de vie, de rencontre et de découverte accessible à tous dans et hors les murs. Le musée devient alors un agitateur des consciences sur les sujets culturels, environnementaux et sociétaux pour inviter le public à devenir acteur des transformations à venir. Le musée a vocation à être un vecteur de durabilité ancré dans son territoire.

A. La question de l'impact sociétal et environnemental au cœur de nos métiers

Convaincus que les musées ont un rôle important à jouer pour inventer le monde de demain, plus respectueux du dialogue interculturel et de la préservation de notre environnement naturel, nous positionnons l'impact sociétal comme une colonne vertébrale de l'accompagnement et des solutions que nous proposons à nos clients.

L'une de nos missions est de mettre l'humain face au mystère de la création, en reconstituant un maillage entre le paradigme nature-culture. Le musée vient ainsi confronter un public, le plus large possible, aux œuvres de l'esprit, tout en lui donnant envie de s'instruire et de s'interroger sur le monde qui l'entoure. Aller à l'encontre de la fragmentation des sociétés que l'on observe aujourd'hui : le musée a pour vocation de connecter les cultures, les époques et les sociétés les unes aux autres.

Nous en sommes persuadés, la transformation du monde muséal passera par une articulation fine entre l'amélioration de l'expérience visiteur et la prise en compte et l'intégration des enjeux sociétaux et environnementaux.



B. Nos grandes lignes d'action

L'année 2022 aura marqué ainsi un tournant stratégique, le point de départ d'une transformation profonde de l'agence. Nous avons traduit nos engagements dans un plan d'action 2022-2026 en quatre thématiques, détaillées ci-dessous, déclinées de la norme ISO 26000, dont la mise en œuvre fera l'objet de la publication d'un rapport annuel.

1. L'offre de conseil culturel

En rendant la culture accessible au plus grand nombre, nous contribuons aux transformations des sociétés humaines, et proposons notamment à nos clients des projets liés aux grandes questions sociétales et environnementales contemporaines.

Par nos missions de conseil et d'accompagnement, nous plaçons le visiteur au cœur de nos préoccupations en facilitant l'accès à l'art et à la culture. Nous nous efforçons de créer des liens entre différentes cultures et civilisations en offrant une vision décloisonnée de l'histoire de l'art, afin de parvenir à sensibiliser un public non familier à la culture.

2. L'éthique, les droits humains et les territoires

Par notre activité de formation et de partage de savoir-faire, nous contribuons au développement de territoires grâce à la création de nouvelles compétences locales liées aux projets mis en œuvre pour nos clients. L'impact de la culture sur un territoire peut être puissant, notre travail est de mettre en cohérence les différents acteurs de chaque écosystème. A travers une institution culturelle, c'est la valorisation de tout un territoire, un héritage, un savoir-faire, une histoire commune que nous rendons accessible.

Nous travaillons à la formalisation de dispositifs de prévention et de traitement des risques de corruption et d'atteinte aux droits humains dans nos chaînes de valeur.

3. La responsabilité d'employeur

Au-delà des questions de sécurité et santé au travail, nous développons une politique de qualité de vie au travail. La motivation du personnel et la cohésion d'équipe sont des éléments d'attention. Les bureaux de Paris et d'Abu Dhabi organisent des événements de team building ou des sorties pour les employés, à raison d'un événement par trimestre à minima.

Nous sommes par ailleurs très attentifs à toute forme de discrimination à travers :

- une politique d'égalité professionnelle femmes-hommes ;
- un dispositif de lutte contre les discriminations ;



- un dispositif de lutte contre le harcèlement ;

4. Le climat, la nature

En 2022, nos équipes se sont formées pour assurer la comptabilité carbone de nos activités ainsi que pour définir une trajectoire bas carbone intégrant des objectifs de réduction pour 2030 et 2050.

Notre objectif est d'une part d'intégrer les principes d'économie circulaire dans la gestion des expositions et des projets d'ingénierie culturelle. A ce titre, nos équipes ont suivi une formation en éco-conception au premier trimestre 2023. D'autre part, nous utilisons l'outil que représente le musée, comme vecteur de transmission de savoir, pour mettre en avant ces questions de circularité. La sobriété numérique constituera un des axes de notre trajectoire bas carbone et de notre stratégie d'économie circulaire.

C. Les moyens mis en œuvre

Afin de garantir l'efficacité et la pérennité de notre action :

- Nous avons mis en œuvre un programme de formations ambitieux, sur les enjeux sociaux et environnementaux, pour l'ensemble de nos équipes ;
- Nous avons intégré des objectifs RSE dans les objectifs annuels des salariés de l'agence, dont dépend une prime annuelle de 5% ;
- Le choix de partenaires engagés avec l'intégration de pourcentage dédié à la RSE dans les critères de sélection de nos cahiers des charges, à minima 10% pour le soclage et le transport.

Nous devons encore progresser sur :

- La définition et la mise en œuvre d'une politique d'achat responsable ;
- L'intensification de l'implication et de la collaboration avec nos partenaires sur toute la chaîne de valeur, quant à nos engagements RSE dans le cadre de nos projets communs. Seule une action collective permettra une réelle évolution du secteur.

Paris, le mardi 18 avril 2023

Hervé Barbaret, Directeur général