



**Besight, le spécialiste des objets
éco-responsables, s'associe avec Veolia
pour transformer tous les objets du quotidien**

BUD : Beau, Utile et Durable® :

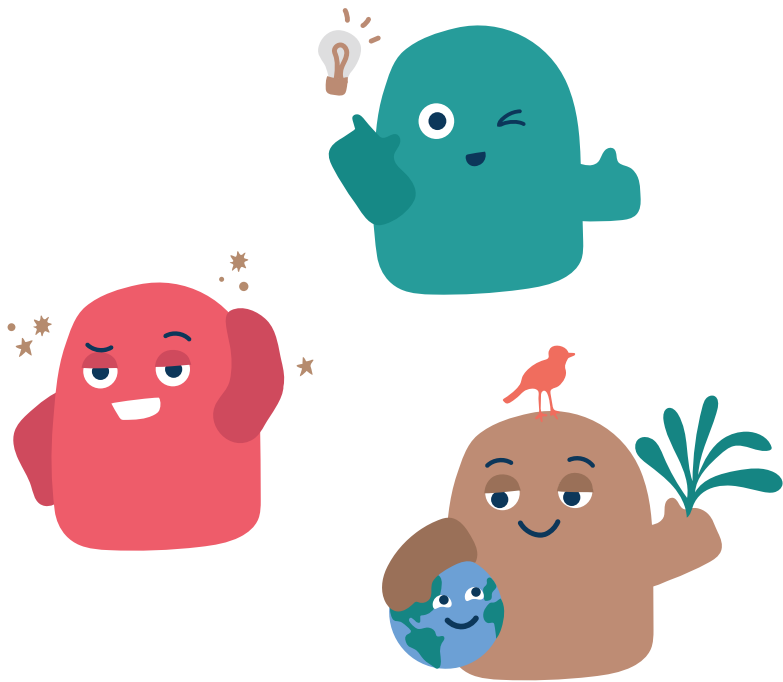
Besight invente la communication du monde d'après

Alors que tous les postes de l'entreprise sont désormais transformés pour être éco-friendly et riches de sens, le secteur de la communication doit se transformer en profondeur pour en finir avec des pratiques obsolètes.

Comment pourrait-on, aujourd'hui encore, envisager de produire des goodies de piètre qualité à l'autre bout du monde, qui seront jetés aussitôt après avoir été utilisés ? Néfastes pour la planète et pour les hommes, ils sont aussi devenus catastrophiques pour l'image de marque des entreprises.

C'est pour en finir avec cette situation que Besight développe la charte BUD : Beau, Utile et Durable® : un référentiel unique pour éco-concevoir tous les objets de la vie quotidienne et s'assurer de leur pertinence dans un contexte de communication.

Cette charte est élaborée entre autres grâce au partenariat avec la **Direction de l'écoconception de Veolia**, afin de créer des objets éco-friendly de la fabrication jusqu'à leur fin de vie. Cette initiative est d'ailleurs née d'un questionnement sur la recyclabilité : aujourd'hui en France, personne ne sait comment sont recyclés les goodies...





Wilfrid DE CONTI, le fondateur, souligne :

« En travaillant en collaboration avec Veolia, nous voulons impulser un véritable changement de mentalité sur un marché qui produit des millions d'objets tous les ans, sans considération sur leur recyclabilité et qui finiront donc souvent dans des décharges... »

Aujourd'hui, Besight souhaite encourager l'écoconception afin de diminuer la part d'objets jetés à la poubelle ou simplement dans la nature, en favorisant leur recyclage. Cela passe par l'augmentation de leur taux de recyclabilité en modifiant leur conception, puis par l'amélioration de la communication sur les conditions de recyclage d'un produit. Enfin, il est envisagé de travailler avec plusieurs acteurs sur la création de filière de collecte et de valorisation des déchets non recyclables ou sans filière déjà existante.

Besight travaille avec Veolia et Crowe – Sustainable Metrics pour sa charte BUD.

La charte BUD est aussi **co-construite avec un cabinet de conseil en développement durable, Crowe – Sustainable Metrics**, dans lequel Jean-Marc Jancovici siège au comité exécutif. D'autres acteurs ayant pignon sur rue vont aussi rejoindre prochainement ce projet ambitieux.





Une communication par l'objet plus humaine et plus responsable

Tous les produits du catalogue Besight sont conçus et choisis pour être à la fois Beaux, Utiles et Durables de A à Z (objet brut, service Besight et personnalisation). Besight est d'ailleurs une des seules agences capables de donner une estimation du coût carbone suite à une campagne de communication.

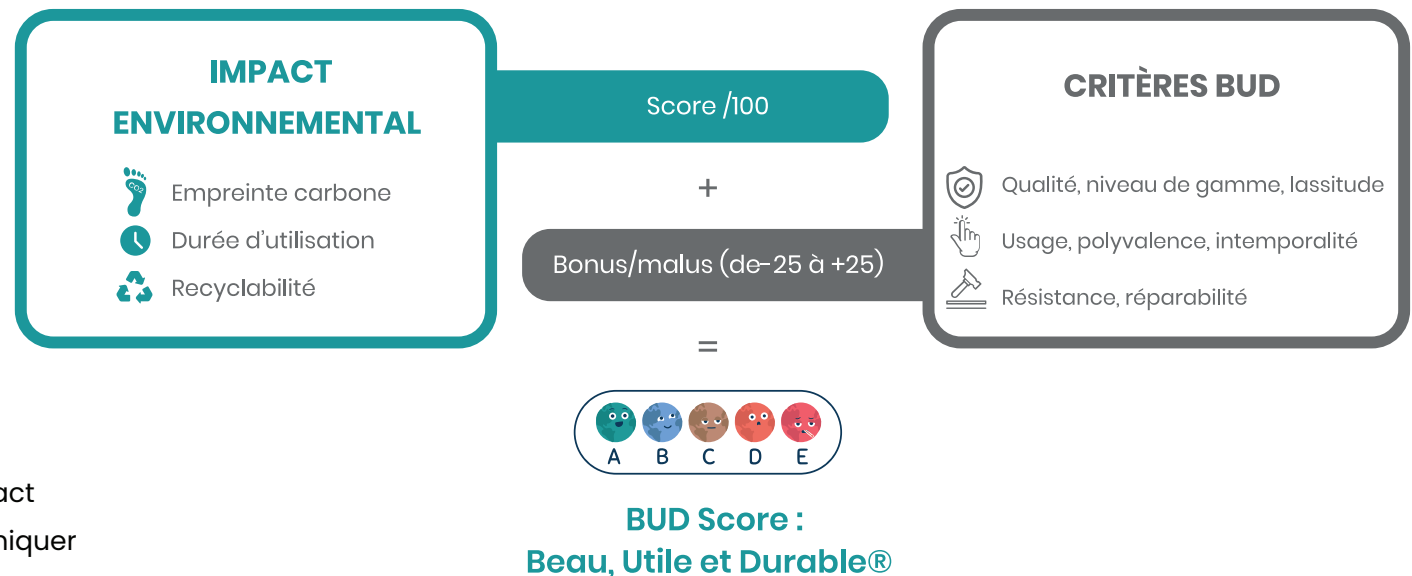
La validation des objets se fait donc suivant un protocole très précis :

ÉTAPE 1 : Calcul d'un indicateur environnemental pour l'entrée au catalogue

Un score environnemental sur 100 est

établi comme suit :

Ce score permet à Besight de mesurer l'impact environnemental d'un objet et de le communiquer simplement au client. Tous les objets qui entrent en catalogue doivent être audités par cette méthodologie afin de s'assurer que le catalogue de Besight soit BUD : Beau, Utile et Durable®.



Une communication par l'objet plus humaine et plus responsable

ÉTAPE 2 :

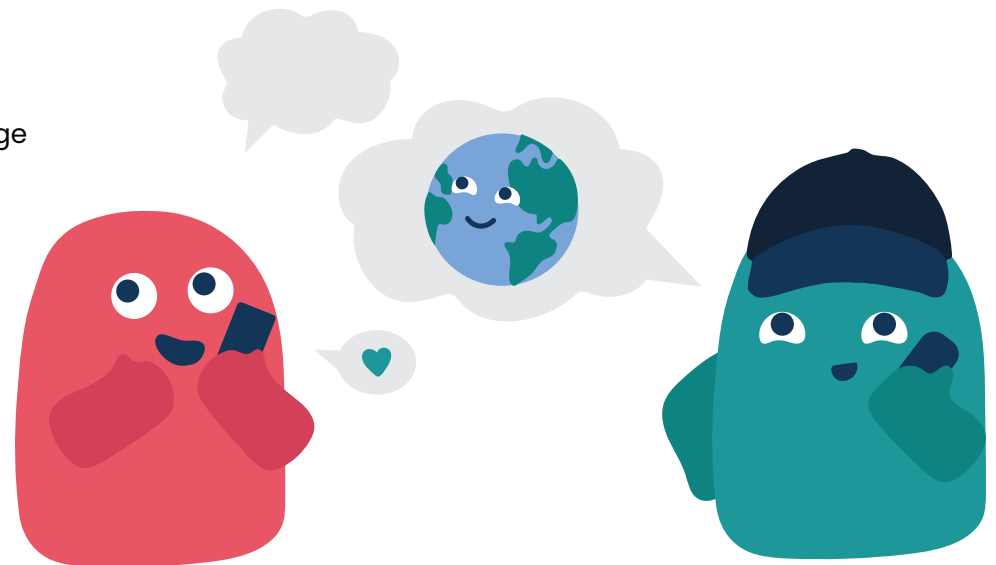
Conseil sur le projet pour adapter le projet au contexte du client

Le service intervient après la sélection des produits dans le catalogue BUD. Il a pour objectif de concevoir le meilleur projet de communication, adapté à un contexte client, tout en ayant l'impact environnemental le plus faible possible.

Cette fois, les conseillers accompagnent les clients sur :

- **Beau** : La beauté de la personnalisation et du choix des couleurs ;
- **Utile** : La juste quantité et la cohérence entre le message et la cible ;
- **Durable** : les propositions de réemploi ou encore des conseils de recyclage en fin de vie.

L'idée étant d'avoir une approche globale et jusqu'au boutiste.



Besight, une Positive Workplace qui casse les codes de la com'

Positive Workplace est le premier label «made in France» qui prend en compte les parties prenantes dans l'audit. En clair, chacun.e est invité.e à donner son avis sur la société auditée, des clients aux partenaires, en passant par les fournisseurs et les collaborateurs.

Besight a initié cette aventure fin 2020, en faisant appel à cet organisme extérieur, et le résultat a été plus que positif : Besight a obtenu le label avec 2 étoiles et quasiment 3 !

La création de ses objets BUD a été félicitée à de nombreux niveaux :

- **Gouvernance** : Une gouvernance partagée grâce à un comité stratégique dont les pouvoirs et les missions sont définis dans les statuts.
- **Activité** : Un cœur d'activité orienté sur les enjeux de produits publicitaires responsables et une volonté de travailler sur l'ensemble des piliers du développement durable.
- **Environnement** : Le cœur business orienté sur la distribution d'objets écologiques permet à Besight de réduire l'impact environnemental par rapport à ses concurrents.
- **Social** : Mise en place d'une politique d'entreprise libérée donnant des responsabilités aux salariés et permettant une liberté d'action très importante.
- **Impact local** : Besight sélectionne majoritairement ses fournisseurs au plus proche et bénéficie d'une excellente satisfaction clients.



Et ce n'est qu'un début !

En 2021, Besight va aller encore plus loin dans la démarche en devenant une entreprise à mission et en lançant des actions éthiques très concrètes : publication d'une charte formalisant ses engagements sur le choix des produits éco-responsables, création d'une charte de l'éthique des affaires, refonte du site web pour qu'il soit moins consommateur en ressources.



A propos de **Wilfrid De Conti,** co-fondateur

Wilfrid DE CONTI a suivi une formation d'Ingénieur. Il a ensuite travaillé deux ans dans la mode éthique et responsable avant de co-fonder Besight, l'agence digitale de communication par l'objet BUD©, avec Jean-Gaël MONTARNAL.

Tous les objets média proposés par cette agence innovante sont créés sur mesure et définis en fonction des besoins de ses clients. Pas plus, pas moins, juste BUD : Beaux, Utiles et Durables®.

Besight évolue avec une dynamique éco-responsable qui se traduit jusque dans l'attribution des postes à chaque membre de l'équipe.

Wilfrid précise :

« C'est assez rare, dans une jeune entreprise, de voir un co-fondateur exercer au poste de Responsable RSE ! Nous avons fait ce choix, en accord avec toute l'équipe, afin de montrer l'importance de cet engagement pour notre entreprise. »



Wilfrid DE CONTI

Cofondateur & responsable RSE Besight

En commençant par son marché d'origine, les objets personnalisés, Besight ambitionne d'étendre son référentiel au marché du grand public, lui aussi fortement consommateur d'objets tels que des gourdes, des mugs ou des carnets.

Pour en savoir plus

Site web : <https://besight.co/>



Contact presse

Wilfrid DE CONTI

Email : wde@besight.co

Téléphone : 06 45 15 82 40