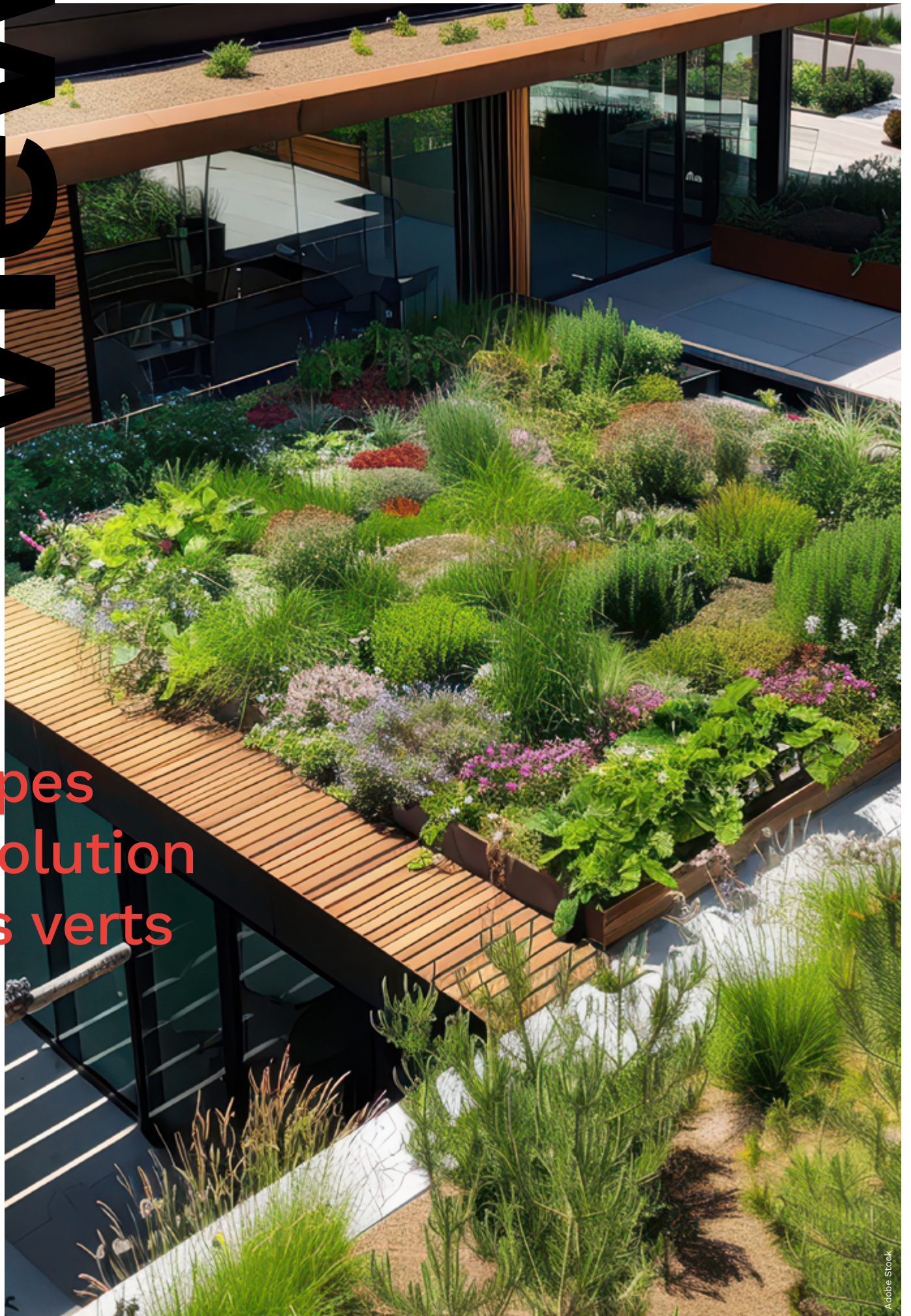


Roofscapes et la révolution des toits verts



Adobe Stock

ÉDITO

Un souffle d'innovation traverse l'industrie, façonnant les villes de demain.

Ce nouveau numéro de REDVIEW vous invite à explorer les tendances qui redéfinissent les paysages du bâtiment et des travaux publics. Désormais, les toitures s'affranchissent de leur rôle traditionnel.

→ suite page 2



ROADVIEW

Les roadshows, accélérateurs de performance pour le BTP.

Page 2



ARCHIVIEW

Du zinc aux jardins suspendus : Roofscapes et la révolution des toits verts. Interview de Eytan Lévi

Page 3



COMVIEW

Quatre rencontres pour apporter un regard neuf sur les enjeux du BTP.

Page 4

→ suite de la page 1

Avec l'avènement des « roofscapes », elles s'élèvent pour réconcilier la nature et l'urbain, offrant des espaces de repos tout en améliorant l'efficacité énergétique. Découvrez comment cette révolution verte enrichit à la fois l'environnement et les perspectives des acteurs du BTP. Dans cet élan de transformation, les entreprises se tournent vers des pratiques plus responsables. La communication n'échappe pas à cette évolution : elle se réinvente pour répondre aux attentes croissantes de transparence et d'engagement. Les bénéfices d'une approche durable se révèlent puissants, avec, entre autres, le renforcement de leur crédibilité et la fidélisation de leurs clients. Adoptez ces nouvelles pratiques et façonnez une image de marque durable et inspirante.

L'innovation ne se limite pas aux idées : elle s'incarne également dans les rencontres. Les roadshows,



Vincent
CEO de Red Agency

véritables catalyseurs de liens humains, ouvrent des chemins nouveaux. Ces événements itinérants, au cœur des territoires, resserrent les liens avec les partenaires, clients et collaborateurs. Ils permettent de mieux se connaître, de promouvoir les solutions innovantes et surtout, de renforcer votre impact commercial.

À cette dynamique s'ajoute une autre force, celle des médias spécialisés. Avec la montée en puissance du digital, ces canaux deviennent des alliés incontournables pour faire rayonner vos projets. Intégrer les médias à votre stratégie de communication, c'est ouvrir une fenêtre sur un public élargi, c'est offrir à votre expertise une visibilité nouvelle, et ainsi, accroître votre notoriété.

Enfin, l'anticipation des tendances a atteint son point culminant avec BATIMAT 2024. Ce salon international a représenté, cette année encore, une vitrine éclatante d'innovations et de rencontres décisives. Restez connectés à Red Agency pour ne rien manquer des nouveautés qui transforment et transformeront toujours le BTP •

PS : Vous désirez obtenir nos anciens numéros REDVIEW ou recevoir les prochains ? Rendez-vous page 4 ou consultez-les via notre site red-agency.fr

les 5 atouts de la communication responsable

Il ne peut y avoir de bonne stratégie RSE sans une bonne communication responsable sur le fond et sur la forme. La communication responsable sert à valoriser et pérenniser les actions menées dans le cadre d'une stratégie RSE.

1 Créer de la confiance

Une communication responsable permet de renforcer la confiance entre l'entreprise et ses différentes parties prenantes en adoptant une approche transparente, honnête et respectueuse.

2 Renforcer la réputation

Une communication responsable peut contribuer à améliorer l'image et la réputation de l'entreprise en montrant son engagement social et environnemental.

3 Favoriser l'engagement

Une communication responsable peut inciter les parties prenantes à s'engager davantage auprès de l'entreprise, en étant plus fidèles à ses produits ou services, en devenant des ambassadeurs de sa marque.

4 Lutter contre le greenwashing ou le greenhushing

Une communication responsable peut contribuer à lutter contre le greenwashing ou le greenhushing lorsque les entreprises préfèrent s'abstenir de communiquer au sujet de leur action environnementale, de peur de mal s'y prendre.

5 Formaliser sa démarche RSE

84 % des entreprises du BTP mènent des actions que ce soit au niveau environnemental ou social mais ne formalisent pas de bilan des actions menées, de plan de progrès et ne communiquent pas (Observatoire des métiers du BTP).

ROADVIEW

Les roadshows, accélérateurs de performance pour le BTP

DANS UN SECTEUR AUSSI CONCURRENTIEL QUE LE BTP, COMMENT LES ENTREPRISES PEUVENT-ELLES SE DÉMARQUER ET SÉCURISER DE NOUVEAUX MARCHÉS ?

En 2024, 80 % des entreprises du BTP ayant investi dans des roadshows ont observé un retour sur investissement positif, souvent en termes de nouvelles opportunités de projets et de partenariats¹. Ces tournées de présentation s'avèrent ainsi essentielles, tant sur le plan économique que pour accroître la notoriété des entreprises. Non seulement elles permettent d'établir de nouvelles relations avec des clients et des partenaires, mais elles offrent aussi l'opportunité de démontrer leurs compétences et leur expertise de manière interactive. Plongée dans une dynamique actuellement prisée par les géants du secteur, qui n'hésitent plus à intégrer les roadshows dans leur stratégie de communication.

Cette année, Bouygues Construction a pris l'initiative d'occuper le devant de la scène médiatique en organisant une tournée de roadshows dans plusieurs grandes villes européennes. L'objectif ? Promouvoir ses capacités en matière de projets d'infrastructure innovants. Une stratégie gagnante, non seulement parce que ces rendez-vous ont permis à Bouygues d'initier de nouvelles collaborations internationales dans des marchés clés, mais aussi parce qu'ils ont favorisé le réseautage avec des décideurs locaux, des partenaires potentiels et des clients. Cet exemple illustre bien l'opinion de 75 % des professionnels du BTP, qui considèrent que les événements en face à face, tels que les roadshows, augmentent considérablement la visibilité et l'engagement autour des nouveaux projets et technologies².

Une vocation pédagogique

Au-delà de la dimension commerciale, les roadshows poursuivent également une vocation pédagogique. Ils offrent une occasion unique aux constructeurs de rassurer leurs clients en répondant directement à leurs questions et préoccupations. Ils permettent également de clarifier des aspects techniques ou logistiques des projets, dissipant ainsi les doutes potentiels. De plus, ces événements servent souvent de plateformes pour former les clients et partenaires sur les meilleures pratiques, les normes de sécurité et les nouvelles réglementations du secteur.

En 2023, Saint-Gobain, leader mondial de la construction durable, a organisé un roadshow pour présenter sa nouvelle gamme de matériaux de construction écoresponsables. Le roadshow a permis de démontrer les avantages environnementaux et économiques de ces matériaux, à travers des démonstrations en direct et des présentations interactives. Cette initiative a renforcé la visibilité de la marque et facilité des discussions approfondies avec des architectes et des constructeurs intéressés par des solutions plus écologiques. Rien d'étonnant, dans ce cas, à ce que 70 % des participants aux formations lors des roadshows aient indiqué une meilleure compréhension des nouvelles normes de sécurité et des pratiques recommandées³.

Feedback direct : un atout stratégique

Les roadshows représentent aussi l'occasion rêvée de recueillir des retours directs de la part des participants. C'est un moyen précieux pour tester, en conditions réelles, l'accueil réservé aux nouveaux produits et innovations. Les retours obtenus permettent ensuite aux constructeurs d'ajuster leurs offres de produits et services en fonction des attentes et des besoins du marché. Prenons l'exemple du Winco Tour, conçu et mis en œuvre par RED AGENCY. Cette tournée, organisée par une PME du BTP pour présenter ses nouvelles solutions de construction modulaire, a permis à l'entreprise de se rapprocher de ses clients régionaux, de recueillir des avis sur ses produits et d'ajuster

sa stratégie commerciale en fonction des retours reçus.

Ainsi, les roadshows ne représentent pas simplement une vitrine pour les entreprises du BTP : ils sont devenus une véritable opportunité de renforcer leur présence sur le marché, d'éduquer leurs publics et d'innover en matière de relations clients. À l'heure où la concurrence s'intensifie, intégrer ces événements dans une stratégie de communication BTP pourrait bien constituer le levier de différenciation dont les constructeurs avisés ont besoin •



1 - BIM+, « ROI of Roadshows in the Construction Industry 2024 ».
 2 - Construction Marketing Association « Construction Event Marketing Report 2023 ».
 3 - Building Safety Journal, « Training Effectiveness in Construction Events 2023 ».

ARCHIVIEW

Du zinc aux jardins suspendus : Roofscapes et la révolution des toits verts

Créée par trois amis pendant leurs études à l'École d'Architecture et d'Urbanisme du MIT de Boston en 2020, Roofscapes est une startup qui vient de livrer son projet pilote sur la toiture de l'Académie du Climat, installée dans l'ancienne Mairie du quatrième arrondissement de Paris. Ses objectifs : transformer les toitures inutilisées en surfaces végétalisées et accessibles comme moyen d'atténuer les effets du changement climatique et offrir de nouveaux espaces extérieurs dans les villes. Rencontre avec Eytan Lévi, l'un des trois co-fondateurs.

Pouvez-vous nous présenter Roofscapes ?

Roofscapes est une initiative que nous avons lancée avec mes deux associés, Tim Cousin et Olivier Faber. Depuis 2020, nous travaillons sur l'adaptation des toits, notamment des toits en pente, face au changement climatique et à l'évolution des usages dans les bâtiments. Concrètement, nous avons développé un système de plateforme en bois pour ombrager, végétaliser et rendre accessibles les toits qui ne peuvent pas être adaptés avec des techniques traditionnelles. Ce système permet d'obtenir plusieurs bénéfices écosystémiques. Il favorise, par exemple, la création d'ancres de biodiversité à l'échelle des villes et de corridors écologiques en zone urbaine. Il contribue également à la rétention des eaux pluviales lors de précipitations importantes et amé-



liore l'accès aux espaces extérieurs directement depuis les logements ou les bureaux dans des environnements très denses comme les centres-villes européens. Aujourd'hui, plusieurs partenaires publics et privés soutiennent notre action, notamment la Ville de Paris et la Région Île-de-France.

Pouvez-vous nous parler de votre chantier en cours ?

Avec Roofscapes, nous développons et construisons actuellement notre premier projet pilote à l'Académie du Climat, en collaboration avec la Direction de la Transition Écologique et du Climat de la Ville de Paris et l'appui technique d'autres directions.

Ce projet consiste en une plateforme en bois d'environ 100 m² située sur la toiture en zinc de ce bâtiment. Il s'agit d'une démonstration, en conditions réelles, du système que nous avons développé pour ombrager, végétaliser et rendre accessibles les toits en zinc sans les détruire ou les modifier depuis l'intérieur. Nous avons la chance de travailler avec deux partenaires qui nous accompagnent sur ce pilote : l'entreprise Meha Construction Bois, qui s'occupe de tout ce qui concerne la couverture et la charpente, et la société Topager, qui a la charge de la végétation et la maintenance de la plateforme.

Quels sont précisément les objectifs de cette expérimentation ?

Ce projet pilote a d'abord pour ambition de mesurer en conditions réelles l'impact de la solution développée par Roofscapes, notamment environnemental. Nous allons vérifier que cette plateforme en bois permet d'améliorer le confort thermique à l'intérieur de la toiture. Des sondes seront réparties sur et sous la toiture pour quantifier les différences de température. Nous réaliserons également des inventaires de biodiversité pour étudier la faune et la flore spontanées, dont l'apparition est attendue, en plus de la flore plantée. Nous chercherons ainsi à analyser la biodiversité qui se développe dans un environnement initialement minéralisé.

Nous étudierons aussi la capacité des espèces végétales que nous avons sélectionnées à se développer dans les conditions de cette toiture, en comparant des végétaux méditerranéens et franciliens essentiellement irrigués à partir d'eaux pluviales stockées dans des bacs de rétention sur la plateforme. Cette expérimentation est prévue pour durer plusieurs années, et nous permettra ainsi de quantifier et qualifier l'impact de notre solution d'ombrage et de végétalisation pour l'adaptation des toits.

Quelles expertises sont mobilisées sur ce projet ?

Entre la phase de définition de l'expérimentation à sa mise en œuvre, en passant par la conception et la fabrication, une quarantaine de personnes sont à pied d'œuvre. Ce qui n'a rien de surprenant au regard de la complexité technique, réglementaire et administrative de ce projet pilote. Cette expérimentation implique également de créer des liens entre des acteurs qui n'ont pas forcément l'habitude de travailler ensemble, par exemple des ingénieurs en structure, des charpentiers, des couvreurs, des aménageurs paysagers, des architectes, des actrices et acteurs publics... Nos partenaires, Meha Construction Bois et Topager sont sur le site tout au long du chantier pour s'assurer que chaque étape se passe comme prévu puis de temps en temps après la livraison, notamment pour vérifier le développement de la végétation.

À travers cette expérience, pouvez-vous nous décrire votre vision de la ville de demain ?

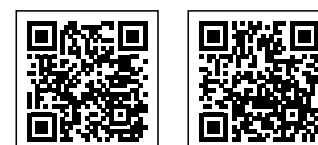
À travers Roofscapes, nous voulons prendre activement part à l'éveil des consciences à la nécessité d'adapter physiquement les bâtiments existants pour les rendre plus résilients face à un climat qui change et des usages qui évoluent. Un certain nombre d'actrices et d'acteurs sont déjà conscients de cette urgence, mais beaucoup d'autres ignorent encore son existence. Pour les prochaines décennies, nous souhaitons concilier, notamment dans les milieux urbains, la protection du patrimoine avec l'adaptation climatique.



Pour ce faire, nous prôtons la valorisation des bâtiments existants plutôt que la construction de nouvelles structures. Cela passe par une nécessité de lever les freins réglementaires, financiers et techniques qui empêchent certains utilisateurs de la ville de vivre dans des conditions confortables et par la mise en œuvre d'actions concrètes revendiquant le droit pour chacun de s'adapter à un climat changeant. Enfin, grâce à des événements, comme le festival « Paris Rooftop Days » que nous avons co-fondé en 2023 avec la Chambre syndicale française de l'étanchéité (CSFE) et l'Association française des toitures et façades végétales (Adivet), nous tentons de sensibiliser le grand public et les filières du bâtiment et de l'immobilier à la nécessaire prise de conscience du potentiel et des enjeux des toits dans l'adaptation climatique. En les réinventant, nous souhaitons ouvrir la voie vers une ville qui fonctionne face aux réalités climatiques de demain, dont les effets se perçoivent déjà aujourd'hui.

Stéphanie Buitekant

REGARDER LES INTERVIEWS



BTPVIEW

LES MÉDIAS DANS LE BTP : UNE PRÉSENCE INCONTOURNABLE

Véritable baromètre permettant aux professionnels de rester informés sur les tendances, les innovations et les réglementations, les médias spécialisés jouent un rôle fondamental dans le BTP. Orientant de plus en plus les décisions d'achat et les pratiques au quotidien, leur consultation est devenue incontournable pour les acteurs du secteur.

81% DES PROFESSIONNELS DU BTP

CONSULTENT DES MÉDIAS SPÉCIALISÉS AU MOINS UNE FOIS PAR SEMAINE.

(Institut de la Construction et du Bâtiment, 2023)

60% DES DÉCIDEURS DU BTP

SE FIENT AUX MÉDIAS SPÉCIALISÉS POUR ORIENTER LEURS CHOIX D'ACHATS.

(Observatoire du Digital, 2021)

72%

DES PROFESSIONNELS DU BTP UTILISENT LES RÉSEAUX SOCIAUX POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ DU SECTEUR. C'EST LE CAS EN PARTICULIER DE LINKEDIN, SOURCE D'INFORMATION ESSENTIELLE PERMETTANT UN ÉCHANGE RAPIDE D'IDÉES ET DE TENDANCES.

(Médiatrack, 2022)

LES VIDÉOS REPRÉSENTENT 45% DU CONTENU LE PLUS CONSOMMÉ PAR LES PROFESSIONNELS DU BTP.

30%

DES ENTREPRISES DU BTP INVESTISSENT DANS LA PUBLICITÉ EN LIGNE SUR DES SITES SPÉCIALISÉS.

COMVIEW

LES RENCONTRES

redagency

BATIMAT

Quatre rencontres pour apporter un regard neuf sur les enjeux du BTP

Retour sur les quatre rencontres RED AGENCY sur le plateau TV Bati Journal au salon BATIMAT. Quatre rencontres animées par Stéphane Miget, animateur, présentateur et journaliste spécialisé en construction et des acteurs du secteur qui ont partagé leurs expériences et présenté leurs solutions qui répondent aux nouveaux défis du BTP.

1

INTERVENANTS

Jérôme Rouge

Marguerite

Thierry Gesset-Parment

Président CAPEB Grand Paris

Vincent Werbrouck

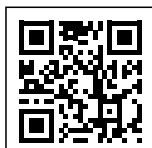
Red Agency

MARGUERITE

SOLUTIONS POUR OPTIMISER LE TRAVAIL EN CENTRE-VILLE
programme-marguerite.fr

Gagner du temps, économiser de l'énergie et adapter des pratiques logistiques urbaines plus durables et mutualisées... pour que travailler en centre-ville ne soit plus un fardeau pour les artisans.

Le Programme Marguerite invite les artisans à adopter de nouvelles habitudes en matière de livraison, collecte et traitement des déchets en ville. Ce programme propose des solutions mutualisées pour améliorer productivité et efficacité, que les artisans peuvent tester gratuitement pendant une durée déterminée. Soutenu par l'État via les Certificats d'économies d'énergie (CEE) et piloté par la Fabrique de la Logistique, ce programme est réalisé en partenariat avec l'Association des CCI métropolitaines et CMA France.



REGARDER LA RENCONTRE **marguerite**

2

INTERVENANTS

Alexandre Pochon

Reda Kabbaj

Faktus

Alexandre Rostaing

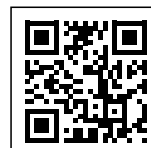
Red Agency

FAKTUS

SIMPLIFIER LA GESTION FINANCIÈRE POUR LES ARTISANS
faktus.eu

Comment réduire le stress lié à la trésorerie, démarrer des chantiers publics sereinement, financer les achats et alléger la gestion quotidienne des artisans du bâtiment ? Cette session dévoile les clés pour une gestion financière sans tracas.

Faktus est le partenaire financier des PME du bâtiment, leur proposant des solutions pour gagner du temps, accéder à des financements et développer leurs activités. Faktus se positionne comme un acteur essentiel du financement pour les PME du BTP, en les aidant à surmonter les obstacles financiers qui freinent leur croissance.



REGARDER LA RENCONTRE **FAKTUS**

3

INTERVENANTS

Laurent Heindryckx

Technical Support Products and Systems - Department Manager

Norman HERLIN

Environmental Support Manager

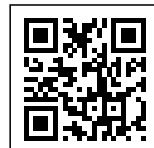
Alexandre Rostaing

Red Agency

VM BUILDING SOLUTIONS

CONFORT THERMIQUE : DÉMYSTIFIER LES IDÉES REÇUES
vmbuildingsolutions.com

Qu'il s'agisse du confort en été ou des problématiques liées aux « passives thermiques » en hiver, les jonctions sont parfois contradictoires. Les experts font le point sur les différentes questions liées au confort thermique et aux solutions existantes. VM Building Solutions est un leader mondial dans la production de zinc pour le secteur du bâtiment, reconnu tant pour ses volumes de production que pour son expertise technique. Sous la marque VMZINC, la gamme comprend des solutions de toiture, de façade, d'évacuation des eaux pluviales, ainsi que divers accessoires et ornements.



REGARDER LA RENCONTRE **VM BUILDING SOLUTIONS**

4

INTERVENANTS

Stéphanie Lefebvre

Gypass

Vincent Werbrouck

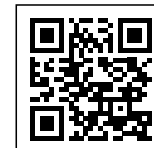
Red Agency

GYPASS

TRANSMISSION D'ENTREPRISE : PRÉPARER LA RELÈVE
gypass.fr

Ce rendez-vous aborde les défis et opportunités liés à la transmission d'entreprise, notamment comment passer le relais à la nouvelle génération ou à ses employés en toute sérénité. Une session inspirante, notamment à travers le témoignage d'une femme ayant repris l'entreprise familiale.

Depuis plus de 30 ans, GYPASS conçoit, fabrique et livre des portes de garage, portails, claustras et portes d'entrée made in France, dans sa région de Normandie. Reconnue pour son innovation technique et esthétique, GYPASS propose des solutions alliant confort, sécurité, et personnalisation illimitée ●



REGARDER LA RENCONTRE **GYPASS**

Ateliers

Des ateliers sur-mesure pour structurer votre démarche RSE et passer à l'action.

> ATELIER 1

ALLER DANS LE BON SENS

Co-construire votre raison d'être, votre mission et vos engagements.

> ATELIER 2

PASSER À L'ACTION

Co-construire un plan d'action RSE.



Découvrez nos ateliers sur notre site red-agency.fr ou contactez Vincent : v.werbrouck@red-agency.fr

Demandez nos anciens numéros



Contactez-nous par mail arthur@red-agency.fr