

NOTRE ANALYSE DE MATÉRIALITÉ :

les enjeux RSE qui
façonnent l'avenir
de Luxexpo The Box

Août 2026



INTRODUCTION

POURQUOI L'ANALYSE DE MATÉRIALITÉ ?

La RSE est aujourd'hui un impératif stratégique pour les entreprises. Mais face à la diversité des enjeux environnementaux, sociaux et économiques, une question essentielle se pose : **sur quels sujets concentrer nos efforts en priorité ?**

C'est tout l'objectif de l'analyse de matérialité : identifier et hiérarchiser les enjeux de durabilité les plus significatifs pour l'entreprise et ses parties prenantes, afin d'orienter les décisions et les actions là où elles peuvent avoir le plus d'impact.

Cette démarche s'inscrit pleinement dans notre vision : devenir un partenaire fiable et impliqué dans la transformation socio-économique durable du Luxembourg, en portant des engagements à moyen et long terme, en phase avec les attentes de nos parties prenantes.

Pour traduire cette ambition en priorités concrètes, nous avons mené une analyse de matérialité selon deux dimensions complémentaires :

- la matérialité **socio-environnementale**, qui évalue les impacts de nos activités sur la société et l'environnement ;
- la matérialité **économique**, qui examine la manière dont les enjeux de durabilité peuvent affecter la performance, la situation financière et le développement de l'entreprise.

Nous avons décidé d'entreprendre cette démarche pour plusieurs raisons :



Le recueil et l'analyse de données

Premièrement, le recueil et l'analyse des données permettent aux collaborateurs de l'entreprise, et pas seulement aux responsables RSE ou la direction, d'avoir une vision d'ensemble des forces, faiblesses, opportunités et menaces.

Cet exercice offre un examen approfondi du macro-environnement comme du micro-environnement, grâce à **la participation de l'ensemble des parties prenantes** : collaborateurs, comité d'administration, fournisseurs, clients et société civile.

**L'amélioration de
la stratégie
interne et de la
performance**

Deuxièmement, au-delà de l'amélioration de la stratégie interne et de la performance, l'analyse de matérialité renforce la **réputation de l'entreprise auprès de nos salariés, de nos fournisseurs et de nos clients.**

Elle pose les bases d'un dispositif de suivi et de réévaluation régulière, permettant ainsi d'inscrire la stratégie dans une démarche durable et pérenne.

Cette approche se traduit concrètement par l'accueil d'événements qui constituent autant d'espaces de dialogue autour de grands enjeux de société. C'est notamment le cas de Home Expo, le salon du logement, qui rassemble plus de 200 professionnels du secteur de l'habitat pour échanger autour de thématiques telles que l'habitat durable et la qualité de vie au Luxembourg.

LES ÉTAPES DE NOTRE DÉMARCHE

Nous avons mené cette analyse entre avril et juin 2026 en **6 étapes**, en collaboration avec le cabinet de conseil en stratégie ESG, A Beautiful Green, selon une approche participative.



01

Analyse du contexte du secteur

La consultante a analysé le contexte du secteur événementiel et ses enjeux spécifiques

02

Identification des enjeux ESG

Elle a ensuite établi une liste des enjeux ESG pertinents pour notre activité

03

Cartographie des principales parties prenantes

Nous avons identifié nos parties prenantes et évalué leur niveau d'influence et d'intérêt

04

Atelier de travail en interne

Nous avons organisé un atelier interne pour comprendre et prioriser les enjeux

05

Consultation des parties prenantes

Un questionnaire a été adressé à nos partenaires et fournisseurs

06

Matrice et enjeux prioritaires

Nous avons consolidé une matrice de matérialité et identifié nos enjeux prioritaires

LES ACTEURS ENGAGÉS

Pour garantir la pertinence de notre analyse, nous avons consulté **34 personnes** issues de **trois groupes clés** :



Le Conseil d'Administration

impliqué dans la réflexion stratégique et la validation des orientations.

Les parties prenantes

externes, partenaires, clients et fournisseurs, via un questionnaire, tels que :



Les collaborateurs

via un atelier dédié à la priorisation des enjeux.

Cette approche participative nous a permis de recueillir des retours précieux et de nous assurer que nos priorités reflètent les attentes de l'ensemble de notre écosystème.

COMMENT AVONS-NOUS PROCÉDÉ ?

Cartographie des parties prenantes

Pour structurer notre démarche, nous avons cartographié l'ensemble des acteurs interagissant avec Luxexpo The Box selon la matrice « niveau d'intérêt et influence ».

Cela nous a offert une vision claire de notre écosystème et nous permet de concentrer nos efforts de dialogue sur les sujets qui comptent vraiment.

Nous avons notamment visualisé les acteurs suivants :

- **ceux qui sont associés à nos réflexions stratégiques** : collaborateurs, clients, autorités et conseil d'administration ;
- **ceux à informer régulièrement** : fournisseurs, médias et équipe RSE ;
- **ceux à tenir informés de nos évolutions** : organismes de contrôle et acteurs du secteur ;
- **ceux à suivre périodiquement** : concurrents et communauté locale.

Matrice de matérialité



- 1 : Sécurité globale, résilience des infrastructures et gestion des risques
- 2 : Protection des données, cybersécurité et gouvernance IT
- 3 : Éthique des affaires et transparence
- 4 : Écoute clients et satisfaction des publics
- 5 : Résilience climatique et infrastructures durables
- 6 : Impact socio-économique et rayonnement du territoire
- 7 : Écoute, engagement et expérience collaborateurs
- 8 : Diversité, équité, inclusion et accessibilité
- 9 : Éco-conception des événements et accompagnement sectoriel
- 10 : Achats responsables, ancrage local et gestion RSE des fournisseurs
- 11 : Gouvernance et pilotage stratégique
- 12 : Communication responsable et positionnement de la marque
- 13 : Économie circulaire et gestion des déchets de salons
- 14 : Climat, énergie, eau et performance environnementale
- 15 : Santé et bien-être au travail
- 16 : Attractivité, recrutement et parcours d'intégration (onboarding)
- 17 : Mobilité durable et impacts des déplacements

L'analyse de matérialité nous a permis de visualiser clairement nos priorités qui vont guider notre stratégie.

Pour chaque enjeu identifié, nous avons évalué **deux dimensions** :



Le croisement de ces deux critères nous a donné une cartographie précise de notre écosystème et de nos priorités.

NOS 4 ENJEUX PRIORITAIRES

GOUVERNANCE ET PILOTAGE STRATÉGIQUE

Il s'agit de regrouper l'ensemble des mécanismes permettant à Luxexpo The Box de définir ses orientations, de créer une stratégie commune et solide, et de clarifier les rôles et responsabilités au sein des équipes.

SÉCURITÉ GLOBALE, RÉSILIENCE DES INFRASTRUCTURES ET GESTION DES RISQUES

Luxexpo The Box s'engage à renforcer les mesures de prévention lors de toutes les phases des événements et à réaliser un audit de sécurité pour identifier les principaux risques.

ENGAGEMENT ET EXPÉRIENCE COLLABORATEURS

Ce levier est essentiel pour assurer une excellente performance, une haute qualité des services et une capacité d'adaptation aux risques par nos équipes, qui sont au cœur de notre succès.

ÉCOUTE CLIENT ET SATISFACTION DES PUBLICS

Luxexpo The Box s'engage à créer une approche structurée à l'écoute de nos clients pour rester compétitif sur le marché, renforcer la fidélisation et anticiper leurs attentes afin d'améliorer en continu leur expérience.



LES

RETENIR

POINTS À

Comme le montre l'image précédente, **17 enjeux** ont été identifiés et numérotés par ordre d'importance.

Nous les avons résumés dans les quatre axes stratégiques suivants :

1

GOVERNANCE ET PILOTAGE STRATÉGIQUE RESPONSABLE



Renforcer les orientations de l'entreprise pour une meilleure coordination et performance, grâce à un engagement structuré en faveur du développement durable.

Cela permettra de consolider les rôles et responsabilités, de partager une stratégie commune et de renforcer notre capacité d'exécution en priorisant les ressources humaines et financières.

2 RENFORCER NOTRE IMPACT SOCIAL



Créer un environnement qui favorise l'écoute, l'engagement et l'expérience des collaborateurs, via des bilans semestriels, et des pratiques de satisfaction client pour mieux comprendre leurs attentes.

Cela renforcera la fidélisation et la satisfaction, tant en interne qu'en externe, et accompagnera toutes nos parties prenantes vers un parcours de développement durable commun.

3 RENFORCER L'EXPÉRIENCE CLIENT ET LE POSITIONNEMENT DE LUXEXPO



La qualité de l'expérience proposée à nos clients, exposants et visiteurs est un facteur clé de notre attractivité.

Cet axe vise à développer une approche structurée de l'écoute et de la satisfaction de nos publics, afin d'améliorer en continu nos services et de renforcer la confiance de nos parties prenantes. Il s'agit également de valoriser nos engagements RSE dans notre communication, en veillant à la transparence et à la fiabilité des informations.

4 ACCÉLÉRER LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE



Notre ambition est de réduire notre impact environnemental via l'éco-conception, l'économie circulaire, la modernisation des infrastructures et les achats durables (>80% locaux).

Nous améliorerons la gestion des déchets (réemploi, recyclage, valorisation), intégrerons des critères ESG dans nos achats, et accompagnerons les organisateurs vers des pratiques durables.



LES

Et maintenant ?

ACTIONS

Cette analyse de matérialité nous offre une vision claire de nos priorités et nous permet de concentrer nos efforts sur ce qui compte vraiment. Et ce n'est que le début.

Nous tenons à remercier chaleureusement l'ensemble des parties prenantes internes et externes qui ont participé à notre enquête. Leurs retours ont permis de construire notre matrice de matérialité et de forger une stratégie commune et solide.

Forts de ces enseignements, nous avons structuré notre stratégie autour de quatre axes complémentaires (gouvernance, capital humain, expérience client et transition environnementale) qui guideront nos actions dans les années à venir.

Notre engagement est clair : faire de Luxexpo The Box un acteur de référence de l'événementiel responsable au Luxembourg.