



LE MAGAZINE DES ENTREPRISES
POUR LE DEVELOPPEMENT DURABLE

NUMERO SPECIAL

**“En quête de développement durable”,
un film pour vous inspirer.**

**Les bonnes idées,
les meilleures pratiques
et les solutions ingénieuses.**

GREENbusinessBOX®

L'expérience des entreprises qui font la différence

ISSN 1662-4688





ZA des Nations
342, rue du Professeur Paul Milliez
94500 Champigny sur Marne
Tél. : +33 (0)1 41 77 44 44
cial@point44.com

Tri sélectif et traitement
des déchets industriels,
flashage CTP,
impression avec
des encres végétales
sur papiers recyclés
ou issus de forêts gérées
durablement.



www.point44.com

Ensemble, relevons
le défi du développement durable

Les entreprises qui font la différence.



Ce numéro d'Euphorie magazine est spécialement dédié à la GREENbusinessBOX®, au Club Génération Responsable® et à tous ceux qui, au travers de leurs propres expériences en entreprise, nous ont nourri de cette force qu'est le développement durable.

Du plus bas au plus haut de la hiérarchie de l'entreprise, nous avons découvert que le concept global, la philosophie du développement durable permettaient des améliorations opérationnelles, financières et personnelles remarquables.

Vivre mieux, n'est-ce pas l'objectif de chacun ? N'est-ce pas l'objectif de toute entreprise ?

Nous en débattons chaque mois lors des GREENDAYS du Club Génération Responsable®, nous l'écrivons dans votre magazine Euphorie, aujourd'hui grâce à la GREENbusinessBOX®, nous le portons à l'écran afin que vous puissiez vous inspirer des bonnes idées, des meilleures pratiques et des solutions ingénieuses.

A chacun son chemin, à chacun sa méthode et son rythme. L'entreprise a un rôle majeur dans l'équilibre de la société et de son environnement. Par raison ou par profit, le développement durable est devenu la base de la compétitivité sur les marchés, maintenant à nous de jouer.

La GREENbusinessBOX® est un coffret précieux dédié à tous les entrepreneurs, directeurs, managers et employés qui ont décidé de faire de leur entreprise, une entreprise qui fait vraiment la différence.

Bon chemin à tous !

Didier Pillonel,
Président de FacetoFace,
Co-fondateur de l'Association Club Génération Responsable®.

"En quête de développement durable", les entreprises parlent aux entreprises.

C'est effectivement une quête que nous avons menée lors des multiples journées de tournages et d'interviews. Basé sur un scénario flexible, cette quête a façonné le film pour rendre l'expérience plus enrichissante, les exemples plus concrets et les solutions plus fortes.

Nous avons parcouru la France pour vous présenter ces dirigeants qui concrétisent le développement durable au quotidien. Au travers de petites expériences ou de grandes évolutions de leurs business modèles, ils vous parlent en toute transparence de la plus-value de leurs actions sur leurs clients mais aussi sur leurs collaborateurs et sur eux-mêmes.

Dans ce film, vous trouverez aussi des thèmes de réflexion et des démonstrations qui ont été la base pour ceux qui, aujourd'hui, parlent du développement durable au présent :

Positivité et créativité.

C'est par l'analyse de ces deux mots que le film commence. Deux mots qui surgissent à chacun de nos rendez-vous et qui sont les piliers de toute démarche développement durable en entreprise. Une approche philosophique mais bien réelle dans la vie quotidienne d'un responsable DD

L'entreprise modèle.

C'est tout naturellement vers Switcher à Lausanne que nous nous sommes tournés pour présenter un des pionniers du développement durable. L'expérience et la vision de Robin Cornelius, le fondateur, sont passionnantes. Elles nous ouvrent les portes vers des modèles économiques dont nous doutions encore il y a quelques années.

Le Club Génération Responsable®.

Nécessaire, voir obligatoire pour tout dirigeant de pouvoir inspirer et s'inspirer d'autres initiatives. Les Greendays du Club sont de grands bols d'air frais où effectivement la recherche du mieux est partie intégrante de la participation.

Etat des lieux, PME et développement durable.

Partie animée par la CCIP sur les résultats du "baromètre du développe-



ment durable" ainsi que sur les solutions concrètes mises à disposition par la CCIP.

La vision et l'anticipation.

A nouveau deux mots qui résument très bien la partie dédiée à la préparation de l'entreprise aux marchés de demain. Comment gérer le changement, comment préparer ses équipes, comment positionner son entreprise.

Elaborer votre propre plan d'action.

C'est parti. Comment commencer ? par quoi débiter ?

Les conseils des experts et des directeurs développement durable en poste.

LES ACTIONS.

La présentation de séquences courtes, de mini reportages sur les thèmes ci-dessous avec des solutions concrètes et des explications :

- Le textile éthique.
- L'impression verte, les labels papier.
- Les cartouches rechargeables.
- L'éco-conception et les déchets.
- L'énergie
- Les transports.
- L'éco conduite.
- Les achats responsables et les éco-labels.
- La traçabilité.
- La communication
- La responsabilité sociale.
- Le pilier sociétal.

Le carnet de vol, votre livre de bord, une source d'informations et de contacts.

Le Carnet de Vol, c'est la transparence des directeurs de développement durable en poste.

C'est aussi, les conseils et les témoignages de ceux qui nous ont guidé dans notre quête de développement durable. Il est un support d'expression des divers intervenants, il est aussi un guide sur les solutions des CCI, de l'ADEME et du MEDEF, il est une source importante d'informations et de contacts et il est aussi un abcdère avec toutes les adresses utiles pour mieux débiter ou poursuivre sa démarche développement durable en entreprise.

La présentation de toutes ces solutions est une invitation à les utiliser bien sûr mais surtout à vous inspirer et à vous permettre d'adapter chaque thème ou initiative à votre propre entreprise. La réflexion, l'anticipation, la mise en place progressive est un long chemin qu'il faut partager avec les autres afin d'intégrer "les parties prenantes" et valider vos progrès.

Le Carnet de Vol vous permettra en outre de mieux cerner les priorités dans votre entreprise ou dans votre vie professionnelle afin que vous puissiez déjà imaginer des actions sur ces thèmes là. Rien ne sert d'embrasser tous les thèmes à bras le corps, vous le lirez, pas à pas, votre démarche prend du sens et de la valeur.

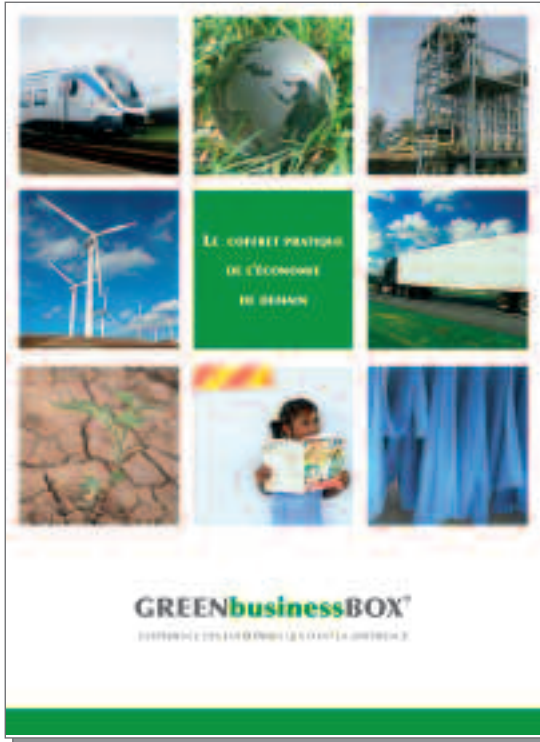
En dernière partie du Carnet de Vol, "ABCvert" vous a identifié plus de 300 adresses et contacts utiles pour faciliter votre prochaine action ou réflexion sur le développement durable.

LE CARNET DE VOL.

- Tous les chapitres
- Tous les témoignages
- Les informations
- Les articles
- Les solutions
- Les entreprises
- Les contacts
- Les adresses



En quête de développement durable ...



Le coffret GREENbusinessBOX®

L'EXPERIENCE DES ENTREPRISES QUI FONT LA DIFFERENCE



LES PARTENAIRES DE LA GREENbusinessBOX®

Le coffret GREENbusinessBOX, à quoi ça sert ?

Certains vous répondent que ça sert à sauver les ours blancs sur la banquise, d'autres à sauver la planète.

Certains vont même vous dire que ça ne sert à rien, que tout est déjà foutu. "La glace fond, les eaux montent et il n'y aura jamais assez de pastis pour garder l'équilibre."

C'était au comptoir de la Gare de Lyon la semaine dernière.

Et les autres, les dirigeants, les directeurs DD, vous diront que ça sert à renforcer votre entreprise, à anticiper les marchés de demain, à gagner en compétitivité et surtout, surtout, ça sert à travailler mieux.

Mieux pour vous, pour vos collaborateurs, vos clients, fournisseurs. Mieux pour la planète bien sûr et mieux pour y vivre.

Le film.

Il sert à démontrer. Voir c'est croire. S'inspirer c'est conseiller.

Les entreprises vous parlent et vous présentent ce qu'elles ont mis en place dans les divers thèmes du développement durable.

C'est vous inviter à adapter la démarche à votre propre entreprise ou à vos propres équipes. Au travers de la réalité des autres, vous pourrez mieux envisager la vôtre, ou du moins elle vous donnera des pistes.

Le Carnet de Vol.

Il sert à inspirer.

Au travers des témoignages de directeurs de développement durable en poste, découvrez comment ils abordent les thèmes du développement durable, par quoi ils ont commencé, comment ils organisent leurs actions, comment ils font passer les budgets.

Une mine d'expérience à dévorer pour tous ceux qui voient le changement et veulent l'anticiper, le gérer, le contrôler.

La carte.

Faire le pas vers le développement durable, c'est aussi entrer dans une philosophie commune à tous les autres dirigeants et entrepreneurs.

La Carte vient donc vous remercier et vous inviter comme VIP dans les entreprises partenaires du projet.

Au travers d'offres spéciales qui vous sont réservées, d'invitations et de bonus, la carte vous invite aussi à nous rejoindre au sein du Club Génération Responsable® et d'intégrer l'une de ses commissions de travail.

"Et si il y a plus de glace, on va faire quoi alors ?" Reprenez vite un verre avant, cher Monsieur ...



Animer une conférence ou un atelier sur le développement durable, le témoignage de ceux qui ont déjà commencé.

Face à la demande croissante de présentations et de conférences sur le développement durable, les producteurs de la GREENbusinessBOX® vous proposent un modèle de conférence-débat que vous pouvez organiser dans votre région. Ce modèle est flexible mais s'articule sur une base de 3 parties :

- 1. Le support du film "En quête de développement durable" en introduction,**
- 2. La conférence-débat avec les experts et acteurs locaux,**
- 3. L'incitation à faire le pas grâce à la GREENbusinessBOX®.**

Il n'existe pas une recette miracle du développement durable, chaque entreprise intègre la responsabilité environnementale, sociale et sociétale suivant sa structure, son histoire, la volonté de son dirigeant et les infrastructures de sa région. Cette régionalisation est très importante au vu des disparités historiques dans l'aménagement du territoire et des politiques locales. De plus, il est bien plus efficace de trouver des solutions et des optimisations avec son voisin, c'est bien connu.

Le support du film.

Le modèle de conférence proposé commence par des extraits du film "En quête de développement durable" pour inspirer les participants et les faire réagir sur des réalités d'entreprises. Au travers des exemples concrets, les participants sont alors mis devant le fait accompli par d'autres. L'impossible n'est plus d'actualité. Oui c'est possible, oui d'autres l'ont fait, oui l'effort est récompensé.

Pour la majorité des entrepreneurs et des PME, le développement durable est source de coûts ou source de contraintes. Il est nécessaire de casser ces croyances erronées par la démonstration que le développement durable est très rentable, qu'il apporte un plus important aux équipes et collaborateurs et qu'il est source de reve-

nus additionnels à terme. C'est la survie de leur entreprise qui en dépend, il est nécessaire de parler franc.

La conférence-débat.

Cette démonstration n'est utile que si les participants retrouvent l'expertise locale pour en parler ouvertement. Au travers de la présence des acteurs locaux, élus ou institutions locales, les débats portent alors sur les thèmes prioritaires retenus. Comment avancer plus vite ensemble, comment s'organiser pour minimiser nos impacts locaux, la conférence se doit d'apporter des propositions de solutions ou des propositions de consultations pour imaginer le futur dans la région.

L'objectif n'est pas de faire une journée d'information. Il est de créer une dynamique constructive pour améliorer et faire mieux qu'hier.

L'incitation à faire le pas

La GREENbusinessBOX® étant un grand appel à l'amélioration, elle servira aux participants à éveiller en eux les pistes de réflexions et les axes d'amélioration dans leur propre entreprise. Démontrer par l'exemple, inspirer par la démonstration et inviter à faire le pas, la GREENbusinessBOX® vient alors aider l'entrepreneur dans la continuité de la conférence.



Comment organiser ma conférence ?

Prenez simplement contact avec FacetoFace, les producteurs de la GREENbusinessBOX®, qui sont aussi les fondateurs du Club Génération Responsable®, club des entreprises pour le développement durable et les éditeurs de ce magazine !

Comment trouver l'expertise locale ?

Si vous avez des difficultés à trouver des experts locaux sur les thèmes que vous voulez développer, nous pouvons actionner un réseau important de contacts pour trouver les intervenants les plus adaptés à la conférence.

Que dois-je prévoir ?

Pour votre conférence, il est conseillé de travailler sur une journée complète de 09h00 à 12h00 et de 14h00 à 17h00, par exemple. Cela donne l'occasion d'aborder plusieurs thèmes du développement durable en donnant le temps aux participants d'intervenir. Prévoyez donc un lieu central, si possible près d'une gare pour favoriser les déplacements en train. Le film est sur DVD donc il est nécessaire d'avoir un ordinateur relié à un projecteur.

Qui intervient ?

L'organisation de votre journée se fait en complète collaboration et une personne de FacetoFace assurera l'animation de la journée aux côtés de votre organisation et des intervenants invités.

Quel budget dois-je prévoir ?

La préparation de la journée, la coordination avec vous, l'animation de la journée par FacetoFace et les droits de projection du film se montent à 2'800 euros HT.

Qui contacter ?

Jocelyne Leporatti ou Didier Pillonel
jocelyne@facetoface-franchise.com
didier@facetoface-franchise.com

FacetoFace
10 rue de la Paix
75002 Paris



GREENbusinessBOX®

L'expérience des entreprises qui font la différence

"En Quête de développement durable",

un film qui inspire,
un carnet de vol qui informe,
une GREENbusinessCARD®
qui invite au changement.



I - POSITIVITE ET CREATIVITE.

Les deux mots piliers d'une démarche DD.

Ces deux mots ont été choisis comme les piliers d'une démarche développement durable en entreprise par les principaux acteurs et intervenants. A première écoute, ils sonnent légers et naturels mais à y regarder de plus près, ces deux mots sont d'une extrême violence.

Ils reflètent le combat quotidien du responsable développement durable face aux habitudes et acquis de l'entreprise, ils reflètent le combat contre l'immobilisme ou le manque de vision d'une direction, ils reflètent aussi bien sûr les doutes et les échecs d'actions sans résultats, les assauts répétés vers plus de responsabilité, les stratégies pour faire accepter aux autres que c'est d'abord leurs missions à eux.

Le développement durable n'est pas qu'un défi macro-économique pour la planète, il est un exercice intellectuel salvateur pour chacun d'entre nous. Il est l'occasion pour toute entreprise et tout entrepreneur de s'inviter et d'inviter ses équipes à réfléchir. Stoppez un instant de produire, venez réfléchir. Imaginez votre poste, votre entreprise et vos clients demain, c'est la créativité. Oser le faire c'est la positivité.



« Le rôle du responsable développement durable a évolué en même temps que la vision des chefs d'entreprise. Son apport est beaucoup plus important maintenant mais il ne faut pas se voiler la face, dans tous les cas et dans toutes les entreprises, on a une montagne devant soi à gravir ! »

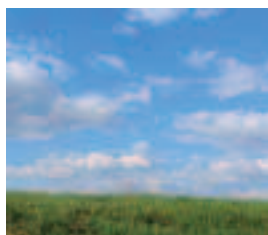
Thomas Busuttill, Imaginable.

« On part d'une feuille blanche, le développement durable c'est chacun sa méthode, chacun sa route. Il n'y a que l'objectif qui est commun à tous. Le rôle et la mission de l'entrepreneur ou du responsable développement durable, c'est anticiper, c'est imaginer la consommation de demain. On a pas le droit d'être entrepreneur sans anticiper ! »

Robin Cornelius, fondateur de Switcher.

« La première compétence d'un responsable développement durable, c'est l'optimisme. C'est pas une compétence, c'est une qualité. Il doit croire en son projet, parce que derrière, l'enjeu de son métier, c'est la conduite du changement. Et si on ne croit pas en sa capacité de pouvoir changer les choses, de faire évoluer ses collègues et ...son patron ou son conseil d'administration, vaut mieux rester chez soi. Après quelle que soit les compétences techniques que l'on a ou pas, la première chose c'est la « niaque ».

Etienne Ruth, Natures & Découvertes.



Des réseaux de réflexions et d'échanges de bonnes pratiques.

Devant l'ampleur de la tâche, les entreprises se rencontrent pour aller plus vite.

Le succès des réseaux de réflexions et d'échanges de bonnes pratiques n'a jamais été si important que sur le thème du développement durable. Des concurrents se mettent à la même table pour parler optimisation logistique et mutualisation des transports !

Manager responsable, Club Génération Responsable®, Club Déméter, Econect..... chaque association ou initiative pousse l'étude, la réflexion, la vision et apporte des éléments de réponse aux entreprises face à leur business modèle à réinventer.

Que trouvent les dirigeants et managers dans ces associations, Club ou réseaux ?

1. La vision.

Se rencontrer, c'est partager, comparer, confronter les visions et les solutions de demain. Dans quelle direction faire évoluer mon business modèle, quels sont les choix des autres entreprises, quelles sont les pistes à imaginer, qui a essayé quoi ?

Comment puis-je anticiper la révolution culturelle en cours, comment imaginer mon entreprise dans 10 ans ?



2. L'expérience.

L'essentiel, c'est l'expérience. Se retrouver avec d'autres responsables développement durable, c'est voir ce qui marche, ce qui ne marche pas. C'est gagner du temps, c'est pouvoir benchmarker ses propres actions par rapport aux autres. La concurrence n'est pas de mise car nous sommes tous dans la même course, plus nous irons vite mieux nous nous porterons.

3. Les meilleures pratiques.

Pourquoi réinventer la roue à chaque action ? La somme des actions déjà réalisées par les entreprises membres des Clubs et Associations est une mine d'or pour toutes les entreprises. Les meilleures pratiques sont d'autant plus précieuses que vous avez de suite les résultats éco, sociaux et financiers qu'elles produisent.

4. Les opportunités.

Belles sont les opportunités lorsque vous rassembler des dirigeants d'entreprises, des collectivités et des institutions autour d'une table ! Pour le Club Déméter par exemple, ce fut la mutualisation logistique entre marques de la grande distribution. Mais aussi du travail sur les livraisons urbaines. Pour le Club Génération Responsable® c'est la mutualisation des efforts pour la gestion des déchets sur les points de vente. Mais aussi la prise en compte de l'handicap dans nos entreprises.

5. La veille légale.

Une bonne manière pour les PME de rester au courant des avancées du cadre légal et de ne pas se faire « pincer » par ignorance. Chaque pas en avant de la loi fait l'objet de présentation d'experts afin que les entreprises puissent le cas échéant se mettre aux normes, mais surtout puissent anticiper l'évolution du cadre législatif.

II - PME & DD, la CCIP et le MEDEF accompagnent les entreprises.

La CCIP aux côtés des entreprises.

Opportunité de nouvelle croissance, le développement durable est un véritable challenge pour les PME-PMI.

Afin de les aider, notamment sur le volet environnemental, la CCIP a mis en place une gamme complète de prestations, d'informations, de conseils, d'accompagnement et de formation particulièrement adaptés aux entreprises petites et moyennes.

1°) La CCIP informe.

- Des réponses en ligne.

Sur son site internet dédié www.environnement.ccip.fr, la CCIP propose une information juridique, technique et pratique approfondie, consultée chaque mois par environ 90 000 visiteurs.

environnement.ccip.fr

- Un dialogue constructif.

Au sein d'infogre et des Délégations départementales, des conseillers spécialisés répondent aux demandes des entreprises en leur fournissant un éclairage sur la réglementation et des informations sur les aides techniques et financières liées aux enjeux du développement durable.

- Des connaissances mutualisées.

Les colloques, les réunions, les ateliers pratiques et les « Journées Entreprise et Développement Durable » (les JEDD, organisées chaque année au mois d'avril dans le cadre d'un partenariat avec la CRCI Paris Ile de France) permettent aux entreprises de rencontrer des experts et d'échanger entre elles sur les bonnes pratiques.

- Le Baromètre développement durable.

Pour donner des fondements solides à ses actions et interventions, la CCIP étudie depuis plusieurs années la perception du développement durable par les PME-PMI franciliennes grâce au « Baromètre du développement durable dans les entreprises de la région parisienne », élaboré tous les ans par son Centre Régional d'Observation du Commerce, de l'Industrie et des Services.

2°) La CCIP conseille et accompagne.

- Les pré-diagnostic.

Réalisés à la demande de PME ou PMI, les diagnostics « environnement » consistent à dresser un état des lieux de la situation environnementale de l'entreprise assorti de préconisations d'améliorations aboutissant à la remise d'un rapport comprenant :

- le bilan de la situation de l'entreprise vis-à-vis de la réglementation,
- ses différents impacts sur l'environnement (eau, air, sol, déchets,...),
- des pistes d'amélioration,
- un plan d'actions et l'identification des contacts utiles (aides financières, bureaux d'études, collecteurs de déchets).

- Valoriser l'engagement environnemental des entreprises : 3 exemples.

Aujourd'hui le développement durable peut permettre à une entreprise de se différencier de ses concurrents.

C'est une nécessité pour répondre aux exigences des donneurs d'ordre, satisfaire la clientèle, conquérir de nouveaux marchés. Encore faut-il que la démarche soit reconnue par une marque ou une certification.

La Chambre de commerce et d'industrie de Paris propose un accompagnement personnalisé pour permettre aux entreprises, en particulier aux PME-PMI, d'obtenir la reconnaissance la plus adaptée à leur situation :

- Imprim'vert : la marque des professionnels de l'imprimerie,
- Certificat 1 du 1, 2, 3 environnement : une démarche progressive et proportionnée pour aller vers l'ISO 14001 avec deux niveaux de reconnaissance intermédiaires,
- EnVol : la marque attestant de l'Engagement Volontaire des PME en faveur de l'environnement.

- La bourse des déchets industriels : www.bourse-des-dechets.fr

La bourse des déchets est une base de données en ligne qui permet de publier et consulter des annonces d'offres et de demandes de déchets atypiques afin de favoriser leur valorisation.

Il s'agit d'une initiative innovante qui présente de nombreux avantages pour les entreprises :

- maîtriser les coûts d'élimination des déchets,
- identifier de nouvelles filières de valorisation,
- s'approvisionner en matières premières de seconde main.

La bourse des déchets revêt désormais une ampleur nationale grâce à un partenariat entre la Chambre de Commerce et d'Industrie de Paris et l'ACFCI. L'accès à ce dispositif est gratuit pour les entreprises ressortissantes des CRCI adhérentes, notamment les entreprises franciliennes, et facturé 150€ HT/an pour les autres.

3°) La CCIP forme aux enjeux du développement durable.

Les écoles de la CCIP (Tecomah, le CFI, ESCP-EAP, notamment) ont intégré l'environnement, l'énergie et le développement durable au sein de leurs programmes de formations continues.

La CCIP propose également des formations sur mesure.

Pour plus d'information, votre contact :
Isabelle VIDELAINE-TRAXEL,
Déléguée au développement durable.

ividelainetraxel@ccip.fr
Tél. 0820 012 112



Le MEDEF Lyon-Rhône : aider les entreprises à se développer durablement.

Au Medef Lyon-Rhône, nous sommes comme Monsieur Jourdain, nous faisons du développement durable sans le savoir. En principe, notre action consiste à aider et accompagner les entreprises dans un certain nombre de domaines qu'elles nous signalent comme importants pour leur développement. Nos actions sont opérationnelles, elles correspondent à l'expression de besoins des entreprises.

Cependant, nous abordons également à la demande des entrepreneurs certaines questions très en amont. Et si l'on regarde d'une manière globale les actions menées dans ce cadre par le MEDEF Lyon-Rhône, on se rend compte alors que nous aidons les entreprises à se développer en prenant en compte les trois piliers du développement durable : environnement, social et économie ... notre métier est bien d'aider les entreprises à se développer durablement.

Le pilier environnement : l'opération ECONECT.

L'objectif d'ECONNECT est de mettre en relation des PME souhaitant améliorer leurs performances environnementales avec des cadres expérimentés de grandes entreprises, afin qu'il s'effectue un transfert de compétences ou d'expertises sous la forme d'un "coaching" individualisé.

Le pilier social : l'accompagnement pour l'emploi.

Mais le MEDEF n'intervient pas uniquement pour conseiller les entreprises dans la réduction de leur empreinte environnementale, il les accompagne également afin qu'elles prennent en considération leur environnement social. La démarche du MEDEF Lyon-Rhône, dans ce domaine n'est pas de culpabiliser les entrepreneurs mais bien de les informer et de les aider à dépasser les difficultés spécifiques à telle ou telle situation sociale.

Le pilier économique : l'aide aux créateurs d'entreprises.

Enfin, pour le volet économique du développement durable, le MEDEF Lyon-Rhône s'engage dans le cadre de la création afin que notre tissu économique se renouvelle, mais surtout croisse. Nous proposons à des chefs d'entreprise expérimentés d'accompagner des créateurs d'entreprise en post-création.

Pour plus d'information, votre contact :
Luc Audinet, Chargé de mission Santé,
Sécurité, Environnement Medef Lyon-Rhône.
luc.audinet@medeflyonrhone.com
Tél. 04 78 77 36 22



III - VISION ET ANTICIPATION.

Combien d'entre vous qui nous lisez ont pris le temps.

Combien ont pris vraiment le temps de forger leur vision de l'entreprise.

L'entreprise dans la société de demain, l'entreprise sur les marchés de demain, l'entreprise dans son environnement de demain. L'entreprise et ses collaborateurs de demain.

Alors comment faire ?

Eh bien, la recette que nous donne tous ces pionniers du développement durable en entreprise est extrêmement simple ! Prenez le temps et respirez ! Respirez profondément.

Voici quelques extraits précieux :

... « On part d'une feuille blanche, le développement durable c'est chacun sa méthode, chacun sa route. Il n'y a que l'objectif qui est commun à tous. Le rôle et la mission de l'entrepreneur ou du responsable développement durable, c'est anticiper, c'est imaginer la consommation de demain. On a pas le droit d'être entrepreneur sans anticiper ! » ...

... « Tout ce que vous appliquez c'est le présent, un peu par anticipation mais surtout par réaction. Mais si vous pensez présent, vous êtes beaucoup trop tard ! » ...

... « Il faut aller beaucoup plus loin, on doit préparer nos gens à la consommation de demain. Préparons les étudiants au développement durable. Ils ne doivent pas être formés à protéger des acquis mais bien à développer l'avenir ! » ...

... « La transparence est le futur. Avec la transparence dans la production des biens et produits, tout s'ouvre et tous les problèmes peuvent alors être visibles. Le consommateur a donc la force au travers de cette information de faire changer les choses. Gérer les gens par la peur et taper sur les producteurs, c'est facile et je le réfute. Mieux, on essaie d'aider et de faire évoluer les entreprises dans la transparence. » ...

... « Le pouvoir est dans les mains des consommateurs. C'est pour cela qu'il faut intensifier la sensibilisation.

Aujourd'hui la communication aux consommateurs se limite à la marque et aux prix, c'est pas bon. » ...

Robin Cornelius, fondateur de Switcher.

... « Respecter la loi c'est normal. Pendant longtemps la gestion était fixée sur des bases légales et sur les risques de se prendre des sanctions sur le coin de l'oreille. Aujourd'hui, il y a un tournant dans la réflexion des entreprises qui va bien au-delà de la loi. Elles ont une vraie réflexion sur leur business modèle. Ces questions sont nouvelles et le fait de vendre un produit et un service va bien au-delà du produit recyclable. » ...

Jean-Christophe Carteron, Euromed Management.

... « Cela fait peut-être longtemps qu'une entreprise fait des actions environnementales, sociales ou sociétales, ce qui est très bien, mais c'est pas pour autant qu'elle a intégré ce qu'est une stratégie de développement durable, qui est de réinventer le business modèle. » ...

Thomas Busuttil, Imagin'able.

Switcher SA est une entreprise d'environ cent personnes en Suisse romande, production de vêtements qui se veut respectueuse de l'homme et de la nature, avec des partenaires qui partagent les mêmes valeurs.

Switcher en chiffres : Switcher fût créé en 1981. Plus de 7 millions d'habits ont été vendu en 2008. Switcher vend par jours 23'400 articles. En 2008, Switcher a réalisé un chiffre d'affaire de 80 millions. Le niveau de conscience de la marque en Suisse est 93%.

Euphorie a demandé à Robin Cornelius, son fondateur, d'écrire une lettre ouverte aux entrepreneurs.

Ce qui compte n'est pas ce que l'on fait, ce que l'on entreprend mais bien COMMENT on le fait ...

Tout au long de mon expérience d'entrepreneur, c'est-à-dire Entreprendre, se mettre entre les gens » et les rapprocher, j'ai découvert que le vrai moteur est l'éthique, c'est-à-dire d'Ethos, se préoccuper des gens, des situations.

Il faut par principe viser le plus haut possible. Lorsque nous nous fixons un objectif élevé, nous n'arrivons pas toujours à l'atteindre. Mais l'expérience montre que la réussite est proportionnelle au risque pris : plus le défi qu'on se lance est difficile, plus on ira loin.

Un métier s'apprend sur le terrain. En touchant les produits et en testant les services qu'on commercialise. En discutant avec les clients et les fournisseurs. L'entrepreneur doit avoir les deux pieds et les deux mains dans son activité, puis avoir du recul pour prendre les meilleures décisions.

Moi, je fonctionne sur un mode « cerveau droit » - sensible, intuitif et créatif, j'ai donc veillé à avoir autour de moi des « cerveaux gauches », plus rationnels et portés à l'organisation.

La capacité de s'adapter en permanence est indispensable pour un chef d'entreprise. Comprendre son marché ne suffit plus ; il faut savoir en anticiper les évolutions.

J'ai également appris sur mon chemin que dans la vie, il y a les « Oui, mais... » et les « Pourquoi pas? ». L'entrepreneur doit être un « Pourquoi pas? » à l'affût de toutes les idées, de toutes les opportunités.

L'ego est l'un des moteurs de l'énergie entrepreneuriale. Il en faut une bonne dose. Mais attention, il faut savoir le canaliser, le maîtriser. Etre une personnalité passionnée ne veut pas dire être ivre de son pouvoir...

Personnellement, j'ai souvent été habité par le doute, peut-être trop. Aujourd'hui, je pense qu'un chef d'entreprise doit savoir douter un peu, mais décider toujours. Le rôle d'un dirigeant est de prendre des décisions.

Il faut créer de la valeur sans trahir vos Valeurs. Un entrepreneur se doit de développer sa société de manière profitable. La capacité à créer de la valeur économique est donc une compétence indispensable. Une compétence qui se doit d'être en accord avec les Valeurs. Celles de Switcher sont la transparence, le respect, l'engagement social et l'environnement.

L'évolution de notre société poussée vers le besoin de tout contrôler tend vers une démarche de conscience du consommateur. En donnant l'accès à l'information et à la traçabilité du produit complète, nous lui ouvrons les portes de la responsabilité individuelle. Avec de telles informations, le consommateur a un énorme pouvoir, il devient conso-acteur.

Enfin, j'aimerais souligner l'évolution que je ressens dans les entreprises en phase avec ce début du 21ème siècle : le management sera de plus en plus emprunt de valeurs féminines telles que l'empathie, la transparence ou l'écoute. Ces valeurs féminines, issues du « courage », se substitueront à celles plus masculines, issues de la « peur » comme l'autorité, le contrôle, la hiérarchie ou encore les luttes de pouvoir.

Robin Cornelius, fondateur de Switcher.



IV - LE METIER DE RESPONSABLE DEVELOPPEMENT DURABLE.

Le profil, le rôle, la mission de ce nouveau métier.

Pour mieux le définir, nous avons réunis une dizaine de directeurs de développement durable et avons longuement disserté sur le profil, le rôle et la mission de ce nouveau métier.

Résumé.

Le métier du responsable développement durable a évolué en même temps que la vision des entreprises face aux défis. A l'époque, le responsable DD avait une double casquette soit dans le marketing, soit dans les RH ou les achats. Il était cantonné dans un rôle de contrôle qualité ou environnement et n'avait pas la main sur le concept global.

Aujourd'hui, le responsable DD gère une cellule de travail indépendante qui est le plus souvent reliée directement au président ou à la direction générale. Il doit être à même d'entraîner tous les départements vers plus de responsabilité et pousser son conseil d'administration sur les voies du renouveau et vers une réflexion de fond du business modèle.

Suivant l'ampleur du défi, la dimension de l'entreprise et la « résistance » historique au changement, le profil du responsable DD tend vers un profil senior interne connaissant bien tous les « rouages » et les pôles de décisions de l'entreprise. Cette promotion interne d'un directeur vers le développement durable facilite l'injection « du virus DD » dans les divers département et facilite son approbation. Ce n'est pourtant pas l'unique solution.

Le responsable DD est un fédérateur, un rassembleur. Ses efforts portent sur la transversalité des résultats même si il n'y a pas de liens hiérarchiques entre lui et les divers départements. Il travaille donc avec le marketing, avec les RH, les achats, la finance, l'administration, le développement,.... C'est un coordinateur qui suivant sa for-

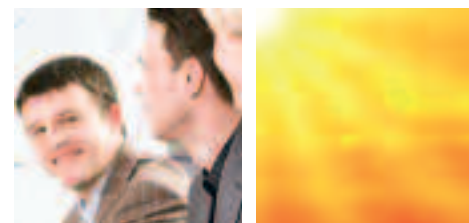
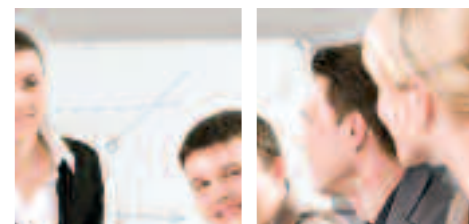
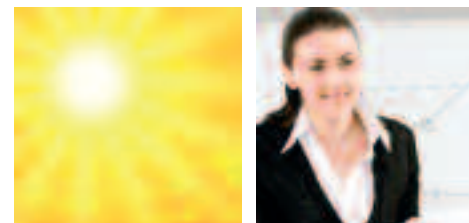
mation va savoir s'entourer de l'expertise technique nécessaire à sa mission.

De formations diverses et variées, les responsables DD n'ont aujourd'hui pas de cursus préformaté. Ils sont d'abord des managers engagés avec la capacité de piloter les équipes dans la gestion du changement. Ils sont d'abord de grands managers avant d'être des experts en environnement ou en sécurité.

Les responsabilités du responsable DD sont fonctionnelles et opérationnelles :

1. Fonctionnelles : conseiller, manager et fixer les objectifs.
 - a. Animer les équipes et les relais internes,
 - b. Former et suivre les équipes d'audit et de contrôle terrain,
 - c. Elaborer et suivre le reporting,
 - d. Communiquer en interne et en externe.
2. Opérationnelles :
 - a. Veilles réglementaires et mise en conformité,
 - b. Certifications et audits annuels (ISO / EMAS /.....),
 - c. Tri et gestion des déchets (ou autres initiatives gérées en interne : handicap, transports,...)
 - d. Déclarations obligatoires & taxes.

Tout cela est un peu différent par contre pour les PME ou les TPE car souvent il n'y a pas les moyens de payer un poste de directeur en plus. C'est donc le patron ou mieux un groupe de travail qui prend en charge le thème du développement durable. La volonté du dirigeant est alors primordiale dans la conduite du changement et c'est au travers de missions ponctuelles de consultants spécialisés que l'entreprise développe sa politique propre de développement durable.



... « La cohérence est le maître mot pour tout responsable développement durable.

La cohérence s'applique aussi bien à chacun d'entre nous que pour l'entreprise. En tant que responsable développement durable, la question fondamentale est : est-ce que je suis cohérent face aux enjeux que j'ai en face de moi, est-ce que j'y réponds en cohérence avec l'ensemble des actions de l'entreprise. » ...

... « Au début, le responsable DD était utilisé pour faire de la communication sur les actions sociales ou environnementales de l'entreprise. Ce qui a changé maintenant est que le responsable DD est intégré dans la réflexion sur le business modèle. » ...

... « C'est un job aussi enthousiasmant que celui de patron mais il faut partir avec une sacrée dose d'enthousiasme et d'énergie. C'est une formidable responsabilité. » ...

Thomas Busuttill, Imagnin'able.

... « Le risque de nos métiers est de partir dans tous les sens. Il faut donc définir une ou deux priorités car comme tous les responsables vous aurez à gérer le quotidien (email, réunion, visites). Le chemin est long et faut pas avoir peur, quite à parfois se planter. Mais à partir du moment qu'on est transparent dans l'objectif et dans la méthode, on est crédible. Si il faut garder un mot, je dirais que c'est la transparence dans la démarche développement durable. » ...

... « Il y a l'individu, il y a l'entreprise mais il y a aussi le politique. Je suis désolé, si on veut aller plus vite et faciliter le travail des responsables DD, il faut du politique. Dans notre métier on prend des coups car nos projets sont à moyen terme, donc il y a problème de concordance des temps entre nos projets et certains objectifs à court terme de l'entreprise. » ...

Denis Vicherat, Directeur développement durable de la Fnac.

... « Pour moi il est essentiel que le responsable DD ait une expérience opérationnelle sur le terrain. On ne peut faire évoluer les choses sans avoir été un moment ou un autre à la place de nos collaborateurs. Dans notre métier, ce sens de la réalité doit être permanent. » ...

Fabienne Yvain, Directrice développement durable du Groupe Yves Rocher.

V - VOTRE PROPRE PLAN D' ACTIONS.

Communication, Imprimerie, Déchets, Transports, Energie, Achats, Traçabilité ...

Elaborer votre propre plan d'actions.

Textile d'entreprise.

La prise en compte du mode de production de votre textile d'entreprise est une manière d'insuffler des valeurs d'éthiques et de commerce équitable au sein de vos équipes. Aujourd'hui, le prix n'est plus le seul critère à disposition dans votre choix. Vous avez la possibilité de porter du textile dont la valeur se mesure aussi sous forme d'impact environnemental ou social. En portant une veste ou un polo dont les process de fabrication sont contrôlés, dont les conditions sociales de fabrication sont respectées et que les impacts environnementaux sont minimisés, vous êtes un acteur responsable de filière du textile.



Communication.

Sans parler du message « mensonger » ou « greenwashing » à éviter absolument, votre communication peut évoluer vers plus de responsabilité et de transparence. En interne premièrement, la diffusion des bonnes pratiques et la mise en avant de certains comportements exemplaires vont soutenir vos efforts de développement durable. En externe, les réflexions porteront sur la dématérialisation des supports, sur l'optimisation des mailings, sur la transparence des messages et la mise en avant de sujets ou d'initiatives qui portent les valeurs intrinsèques de la marque.



L'imprimerie verte.

L'avancée technologique dans l'élaboration du papier recyclé ou mixte est phénoménale.

Aujourd'hui vous avez le choix entre plus de vingt combinaisons différentes de papier qui permettent un toucher, un rendu et une impression de grande qualité. Par exemple, du papier ultra blanc recyclé, ça existe. Pourquoi ne pas l'utiliser ?

Les imprimeurs labélisés imprim'vert ont bien intégré les besoins des entreprises de communiquer différemment tout en gardant une qualité irréprochable d'impression. Ils sont devenus de vrais conseillers en papiers recyclés ou labélisés, de même ils impriment aujourd'hui avec des encres végétales et intègrent le développement durable au sein même de leurs imprimeries. C'est le devoir de toute entreprise de se rapprocher de ces experts pour faire évoluer la communication vers l'imprimerie verte.



Déchets.

« Le meilleur déchet est celui que l'on ne produit pas ! ». L'entreprise réfléchit donc d'abord à identifier et localiser toutes ses sources de gaspillage. Et il y en a partout ! En second lieu, elle identifie le type de déchet, la quantité et se renseigne sur les filières de récolte et de recyclage existantes. Les acteurs locaux dans la gestion des déchets sont de vrais conseillers et vous guideront vers le type de tri, donc le type de poubelles, que vous devrez mettre en place.

Souvent, vos déchets servent de matières premières à d'autres entreprises. C'est au travers de vos CCI et de vos réseaux locaux (Medef, Ademe,...) que vous pourrez alors valoriser au mieux vos déchets.

La réflexion sur l'éco-conception et sur l'ergonomie du produit / service vous aidera à réduire considérablement la masse de déchets à traiter. Que cela soit sur la composition du produit, sur son process de fabrication ou sur son emballage final.



Transports.

Suivant le type d'activité, la réflexion porte sur plusieurs types de transport :

- le transport des marchandises
- le transport des équipes de vente (flotte de véhicules)
- le transport des collaborateurs jusqu'à leur poste de travail
- le transport des clients qui achètent vos produits et services.

Pas à pas, cette réflexion débouche sur des solutions existantes pour chaque type de transport : transports combinés pour les marchandises, véhicules hybrides pour les vendeurs, éco-conduite pour réduire les charges et les accidents, plans de mobilité pour les collaborateurs, co-voiturage,

L'ensemble des actions vont peser fortement sur vos réductions d'émissions de CO2 sans réduire l'efficacité de vos équipes, bien au contraire.

Energie.

Comme pour les déchets, la première action est d'identifier et de localiser les gaspillages inutiles et issus d'un comportement face à l'énergie qui date d'un demi-siècle. Les groupes de réflexions organisés en interne doivent obligatoirement intégrer les collaborateurs qui sont sur le terrain. Eux savent très bien où sont les gaspillages !

Que cela soit dans l'éco-éclairage, dans la sensibilisation des équipes, dans l'utilisation d'énergies renouvelables, dans l'éco-conception de vos bâtiments, le potentiel d'économies en terme d'énergie est énorme. Les nouvelles technologies nous aident aussi à gérer au mieux ce bien précieux, et de plus en plus cher.

Achats et Eco-labels.

« Cela fait des années que nous achetons..... » et oui, encore une fois, l'habitude fait la loi dans les services d'achats. Pourtant, aujourd'hui, vous avez la possibilité de choisir des produits et services labélisés. Attention quand même, seuls les labels officiels sont garantis. Il est néanmoins important d'informer les utilisateurs finaux sur le label et sur le choix du nouveau produit. Profitez du label pour insuffler et sensibiliser vos équipes. Que cela soit sur des labels bios, sociaux, éthiques ou de commerce responsable, communiquez !

Traçabilité.

Il y a 3 questions fondamentales auxquelles les entreprises doivent toujours répondre : Pourquoi un produit est-il fabriqué ? Comment est-il fabriqué ? Où est-il fabriqué ?

Aujourd'hui, le consommateur a la volonté de connaître les réponses et exige une traçabilité de son achat. De la production à la distribution, la traçabilité est le challenge des prochaines années pour toute entreprise responsable.

Conditions de fabrication, conditions sociales de fabrication, impacts environnementaux, distance à parcourir, émissions de CO2, vos clients veulent tout savoir. Certains entrepreneurs, visionnaires il y a déjà 20 ans, prédisent que la transparence est le seul salut de la consommation de demain. La tendance actuelle leur donne raison que cela soit au niveau de notre santé, de nos valeurs ou de notre conscience de consommateur.



LES NOUVEAUX METIERS.

Le développement durable au sein de IOSIS Conseil.

IOSIS dispose depuis plusieurs années de compétences reconnues en expertise et conseil en environnement et développement durable dans le secteur de la construction. Ces compétences ont vocation à être au cœur de chaque métier et se retrouvent particulièrement au sein des filiales ELIOTH, avec son activité de maîtrise d'œuvre environnementale – recherche et innovation technique et IOSIS Conseil en assistance à maîtrise d'ouvrage environnementale.

La notion de développement durable recouvre de multiples notions et approches : l'économie, l'organisation sociale et l'environnement. Au-delà de la stricte approche HQE® (Haute Qualité Environnementale), le groupe IOSIS propose une réflexion sur les enjeux environnementaux avec une doctrine simple : le réalisme technique et des systèmes durables intégrés en opposition aux « patches » environnementaux à unique but marketing.

Dans le cadre d'une démarche de développement durable, l'envergure du groupe IOSIS offre ainsi une double approche « maîtrise d'ouvrage/maîtrise d'œuvre » :

- concevoir une méthodologie d'études environnementales intégrées ;
- imaginer sa transposition dans tous les secteurs de construction ;
- assurer la communication de notre savoir en matière d'environnement.

Ainsi, la politique de développement durable de IOSIS s'articule grâce à 2 thématiques majeures :

- IOSIS, un groupe qui agit dans le Développement Durable dans son métier et pour ses MOA : Volonté de prendre en compte des problématiques Développement Durable dans toutes les composantes de nos métiers et à toutes les étapes de nos projets.
- IOSIS, un groupe qui cherche à concrétiser ses ambitions en terme de Développement Durable en interne : mise en place d'éco-gestes parmi les collaborateurs de IOSIS, mise en place de comportements exemplaires, reflet de nos ambitions à l'extérieur.

Le métier de conseil en environnement.

Au sein du pôle conseil du groupe IOSIS, un département d'As-

sistance à Maîtrise d'Ouvrage s'est développée sur les questions du conseil en environnement pour une meilleure prise en compte du développement durable dans la construction de bâtiment. Un travail important est aujourd'hui réalisé auprès de Mab Development sur des opérations de centres commerciaux et retail parks. Ces démarches environnementales s'appuient toutes aujourd'hui sur la démarche de certification HQE® 2008 Tertiaire – commerces.

Pour ces opérations, nous travaillons sur les points d'optimisation, depuis le positionnement et la morphologie du bâti sur une parcelle donnée, l'aménagement extérieur (les espaces paysagers, la récupération des eaux de pluie), jusqu'aux optimisations techniques.

L'assistance à maîtrise d'ouvrage environnementale sur un bâtiment commercial à trois volets majeurs :

- un premier, auprès du maître d'ouvrage, de définition de stratégie environnementale qui aboutit à un programme de construction,
- un second, d'animation et de coordination des études pour atteindre les performances environnementales visées par le programme. Ces étapes d'animations sont ponctuées à chaque phase d'analyse de la Qualité Environnementale du Bâti,
- un dernier de mise en place d'un cahier des charges preneurs, véritable lien entre la maîtrise d'ouvrage et le futur preneur pour assurer la pérennité des performances environnementales lors de l'aménagement des espaces de vente.

Définition de la stratégie environnementale.

La politique environnementale de la maîtrise d'ouvrage s'inscrit dans une démarche HQE® et vise un niveau Très Performant sur les aspects suivant :

- Insertion du bâtiment dans son environnement,
- Gestion d'un chantier à faibles nuisances,
- Gestion des eaux.

L'énergie et la maintenance, pérennité des performances environnementales sont également des sujets primordiaux pour le projet.



Coordination des études environnementales.

Le projet GRAND ARENA s'inscrit sur un site en friche à fort potentiel paysager notamment par sa proximité avec les berges de la Garonne. L'intégration au site du bâtiment se fera en cohérence avec l'ensemble des constructions prévues à proximité, l'enjeu étant d'améliorer la qualité du site actuel par l'orientation des bâtiments, l'amélioration de la qualité paysagère du site, la mise en place de dispositif permettant l'utilisation de mode de transport doux et par la proposition d'espaces extérieurs conviviaux.

Les aménagements extérieurs permettent ainsi une liaison directe des infrastructures de la ZAC vers les parvis piétons du centre et de l'ARENA. L'aménagement intérieur du centre offre un confort aux usagers de tout temps.

La cohérence du projet paysager avec le paysage de la ZAC est également assurée par le choix des mêmes espèces végétales, choisies en

MAB Development, une société de Rabo Real Estate Group, est l'un des plus importants promoteurs immobiliers européens spécialisés dans les centres commerciaux et les projets multifonctionnels à dominante commerciale au cœur des villes. Forte de plusieurs décennies d'expérience, MAB Development fait partie des acteurs reconnus pour leur savoir-faire dans la réalisation d'opérations en centre-ville, tout en intervenant aussi bien sur les projets en périphérie ou sur tous projets complexes, notamment les concepts à thème. Ses bureaux sont implantés aux Pays-Bas, en Allemagne et en France.

fonction de leur caractère allergène.

Une étude très en amont des déblais et des remblais permet de limiter le déplacement de près de 7 000 m³ de terre, La gestion de l'eau pluviale vise à limiter l'impact du bâti sur le cycle naturel de l'eau.

Les études énergétiques sont en cours, la volonté est de réduire au maximum la facture énergétique.

La gestion du centre grâce à des rues ouvertes permet d'éviter la climatisation d'un mail d'une surface équivalente de 8 000 m², soit environ 2 500 MWh économisés.

De plus, un niveau Très Haute Performante Énergétique est recherché avec un gain de 20% par rapport à la Réglementation thermique 2005.

L'accompagnement des futurs preneurs.

Le cahier des charges reprend ces éléments et donne des pistes d'aménagement afin de pérenniser ces technologies et aller par exemple :

- vers des vitrines performantes en proposant une enveloppe performante malgré la grande transparence,
- Vers des choix de systèmes énergétiques.

Vers le meilleur compromis « technico-économico-environnemental »

La démarche envisagée sur les centres commerciaux par IOSIS Conseil incite tous les intervenants de la construction à réfléchir sur le meilleur compromis technico-économico-environnemental. Elle vise à doter les espaces commerciaux d'une véritable identité environnementale avec des réflexions sur le traitement paysagé du site en opposition à l'archétype des zones commerciales localisées en périphérie d'agglomération (vide de convivialité et de lien avec l'environnement).

Cette démarche met ainsi à disposition des futurs preneurs un bâtiment servant également d'outil à leur politique de développement durable offrant entre autres : une meilleure adéquation du bâtiment avec son environnement, un meilleur environnement de travail et d'achat : maintien d'ambiances agréables (lumière, hygrométrie, acoustique...), et un meilleur qualité sanitaire du bâtiment : Pérennité des matériaux utilisés, pollution chimique moindre – prévention des risques, etc.

**Charlotte Welsch,
IOSIS Conseil
Responsable Développement
Durable Environnement**



LES 3 PREMIERS GREENDAYS 2009, record, record et record de participants !

GreenDay 08 (janvier)

Mesurer, démontrer, comparer. Du reporting environnemental au rapport développement durable.

- **Alain Jounot, Afnor**, présente AFAQ 1000NR, valorisation de votre démarche de développement durable mais aussi :

- une évaluation portant sur une approche stratégique et des pratiques managériales, des résultats environnementaux, sociaux et économiques,
- une analyse globale de votre entreprise sur 1000 points,
- un rapport, le bilan responsable, qui met en évidence, les points à pérenniser, les axes d'améliorations de l'entreprise sur les 3 piliers du développement durable,
- un label délivrée par AFNOR Certification pour faire reconnaître et valoriser auprès des parties intéressées et de vos donneurs d'ordres votre démarche développement durable.

- **Thomas Busuttil, Imagin'able**, les facteurs clés de succès :

- un outil de reporting simple et utile,
- une démarche claire et appropriée,
- un soutien hiérarchique (DG, Directeur de magasin) et des relais (enseigne, site, pays, ...),
- des supports d'aide à la collecte, à la consolidation, ... : notice, protocole, hot line, référent, ...
- une approche pragmatique et progressive (pilote, test, périmètre, ...),
- une animation du process (partage, feed back, ...) et une équipe de pilotage,
- une formation adaptée et une communication interne et externe régulière.

Compte-rendu et présentation des intervenants sur le site du "Programme Enseigne Responsable®"
www.enseigne-responsable.com

Site du Club : www.generation-responsable.fr

GreenDay 05 (février)

Bilan carbone ? A quoi sert un bilan carbone ? Pourquoi faire un bilan carbone ? Comment le réaliser, par qui, quand, où et à quel prix ? Comment compenser ses émissions ?

- **Christine Lambert, responsable du pôle environnement à la Direction de l'immobilier de l'exploitation, HSBC France**,

"Pourquoi un bilan carbone, l'approche et l'expérience HSBC".

- **Nicolas Pouget, formateur méthode Bilan Carbone® de l'ADEME, SOLVING**,

"Méthode, philosophie et mise en place d'un bilan carbone".

- **Gérald Maradan, Directeur Général et Co-fondateur ECO-ACT**,

"Du bilan carbone à la compensation CO2. Quelles solutions aujourd'hui ?"

GreenDay 05 (mars)

Comment réduire mes coûts de transport ? Comment optimiser ma flotte de véhicule ? Comment former mes équipes à l'éco-conduite ? Comment réduire mes impacts ?

- **Didier Pillonel, Président de FacetoFace**,

"Optimiser, mutualiser, combiner... pour réduire les coûts de transport et les émissions de CO2". Présentation du dossier de synthèse l'ADEME: La situation du transport combiné en France.

- **Philippe Brendel, directeur de l'Observatoire du véhicule d'entreprise**,

Véhicules & flotte d'entreprise : "Les nouvelles solutions pour diminuer l'impact de sa flotte de véhicules".

- **Didier Bonneau - formateur à l'éco-conduite - IPC-EFR** (Institut de Pédagogie de la Circulation),

Eco Conduite : "Les bénéfices de l'éco-conduite pour l'entreprise, le conducteur et la planète".

LES PROCHAINS GREENDAYS, conférences-débats, commissions ... Prenez date !

Jeudi 2 avril.

Salon Planète Durable, Porte de Versailles - Paris.

● 9h/12h30, **Conférence-débat ouverte à tous, membres ou non membres des collèges, sur simple inscription.**

- ↳ La diversité en entreprise et la sécurité au travail.
- ↳ Les actions sociétales en entreprise.

● 14h/17h, **Collège des Réseaux, Commission de travail réservée aux membres inscrits au "Programme Enseigne Responsable"**

- ↳ Initiative nationale, Gestion des déchets sur les points de vente.
- ↳ L'étude sur la prise en compte de l'handicap en entreprise.

Jeudi 23 avril, 9h/16h.

Réunion d'information et de concertation pour la mise en place du Collège Marketing, ouverte à tous, sur simple inscription.

La matinée, conférence-débat en présence des experts et acteurs DD, partenaires du Club :

- ↳ Intégrer le développement durable et les parties prenantes dans le processus d'amélioration. Comment faire ? Qu'est-ce que cela veut dire ?
- ↳ La transversalité et la traçabilité, clés du développement durable.
- ↳ Approche de réflexion et de travail structuré d'amélioration continue.
- ↳ La charte d'engagement, les labellisations ?

L'après-midi, session de travail, réflexion sur les actions communes d'engagement, de sensibilisation, de formation, d'analyse et de communication.

- ↳ Développement durable et marketing, les nouvelles relations vers un objectif commun.
- ↳ Le "Programme Marketing responsable".
- ↳ Elaboration d'une charte d'engagement général.

A compter du mois de Mai, les GreenDays se déroulent sur deux journées successives.

Pour permettre à chacun de participer "à la carte" suivant ses intérêts et ses besoins, aux conférences-débats, aux commissions de travail des différents collèges, aux événements ...

Mais aussi pour échanger, partager ... organiser et fixer des rendez-vous avec les experts et prestataires intervenants, acteurs du développement durable, autres membres ... lors d'un petit déjeuner, d'un déjeuner ou d'une soirée festive organisée par le Club durant ces 2 jours.

Mercredi 6 et Jeudi 7 mai.

Mercredi 6.

● 14h/17h, **Collège Marketing, Commission de travail réservée aux membres inscrits au "Programme Marketing Responsable"**.

- ↳ Organisation du Programme, choix des thématiques des conférences.
- ↳ Nomination de la présidence du Collège Marketing et mise en place des commissions de travail.

Jeudi 7 mai.

● 9h/12h30, **Conférence-débat ouverte à tous, sur simple inscription.**

- ↳ Orienter les choix des consommateurs vers les produits écologiques.

● 14h/17h, **Collège des Réseaux, Commission de travail réservée aux membres inscrits au "Programme Enseigne Responsable"**.

- ↳ Premiers reportings de l'étude points de vente sur la gestion des déchets.
- ↳ Premières applications de la prise en compte de l'handicap en entreprise.

Création et mise en place du Collège Marketing.

JEUDI 23 AVRIL, une première journée d'information et de concertation sur la création et la mise en place d'un "Programme Marketing Responsable".

Développer de nouveaux flux économiques, réduire les impacts, réduire les coûts, optimiser les actions et les opérations marketing, seront les objectifs de ce programme.

Fédérer des prestataires et agence du monde du marketing et fédérer des marques dans un travail commun d'amélioration sera une occasion unique pour échanger entre professionnels et pour construire les modèles de demain.

Ce programme va s'organiser autour des GreenDays déjà existants au sein du Club pour les autres collèges.

Ces GreenDays Marketing seront composés de commissions de travail et de conférences-débats avec des experts, des acteurs du marketing et du développement durable.

Les thématiques et le programme de ces conférences-débats et des commissions de travail seront discutés lors de la réunion du jeudi 23 avril.

Tous les prestataires, agences ou marques sont libres d'y participer et l'accès à cette première réunion est gratuit.

Les experts, intervenants, prestataires, agences, marques participants, ainsi que le programme détaillé de cette journée d'information et de concertation du 23 avril vous seront communiqués sur le site www.generation-responsable.fr sous quelques jours.

www.generation-responsable.fr

Les commissions de travail du Collège des Réseaux.

Après 3 mois de travail sur la Charte d'engagement général lors des GreenDays, la chartre des réseaux est finalisée.

Cette Charte permet à chaque enseigne signataire d'être précurseur et moteur du Développement Durable dans son secteur d'activité respectif.

C'est aussi la base d'un programme commun avec les experts concernés afin de promouvoir l'initiative et les meilleures pratiques.

Sous la présidence de Katia Michieletto, Responsable du développement durable et RSE de L'Occitane, le collège des réseaux travaille actuellement sur le "Programme Enseigne Responsable®".

Ce collège a pour objectif de fédérer les réseaux sur un focus "point de vente" et sur les nouvelles relations entre ces derniers et leur centrale. Cette réflexion et ce travail vont bien au-delà du changement d'ampoules dans les magasins ou les agences, elle est la base d'un programme complet d'amélioration continue.

Le collège n'impose aucune solution sinon une démarche structurée d'amélioration dont les étapes sont la Charte, les référentiels, les mesures, les priorités, les actions et les résultats à partager.

Deux commissions de travail du "Programme Enseigne Responsable®" sont développées actuellement :

- L'initiative nationale "Gestion des déchets sur les points de vente",
- L'étude sur "La prise en compte de l'handicap en entreprise".

Si vous êtes intéressé à intégrer le groupe de travail "Enseigne Responsable" et à rejoindre les signataires de cette charte, contactez-nous sans tarder : jocelyne@facetoface-franchise.com tel. 01 60 96 06 03.

Les Réseaux s'engagent et signent avec les Pouvoirs Publics la charte d'engagement général.

Considérée comme la Charte la plus avancée de celles signées avec le gouvernement, l'Association Club Génération Responsable® organise un événement médiatique de sa signature.

A l'heure où nous imprimons, nous ne sommes pas en mesure de confirmer la date de cette signature avec le Cabinet Borloo. Dès qu'elle sera fixée, sous quelques jours, vous pourrez en prendre connaissance sur le site de l'Association www.generation-responsable.fr

Les 4 principes généraux d'engagement.

- ✓ Une démarche de progrès continu qui doit servir de base à l'élaboration de référentiels par métier et par secteur.
- ✓ Un engagement moral de mise en œuvre de la démarche au travers d'actions des enseignes et des points de vente et de promotion de cette démarche auprès des franchisés, affiliés ou adhérents du réseau de l'entreprise.
- ✓ Une volonté de rendre compte annuellement des actions engagées, des progrès réalisés et des difficultés rencontrées, notamment par la mise en place de reporting et d'indicateurs dédiés.
- ✓ Un état d'esprit d'ouverture et de partage des bonnes pratiques inter-métiers et inter-secteurs.

Membres signataires de la charte d'engagement des réseaux, Environnement, Social, Sociétal

Cartridge World, Cash Express, Guy Hoquet l'Immobilier, Happy, HSBC France, La Mie Câline, L'Occitane, Monceau Fleurs, Planetalis, Rapid Fore et Switcher.



PRODURABLE 2009, le salon professionnel pour les acteurs du développement durable et de la RSE.



PRODURABLE
Environnement
Economie
Responsabilité sociale

2ème édition
25 et 26 mars 2009
La Grande Arche
de la Défense.

Développement Durable et RSE : de la stratégie à l'action !

PRODURABLE a pour missions de :

- FEDERER : les acteurs économiques, privés et publics, les meilleures pratiques et faire converger les hommes, et les expertises, au service d'un Développement Economique Durable.
- PROMOUVOIR : les actions, les projets, et les métiers, les innovations et les expertises des organisations qui placent le Développement Durable au cœur de leur stratégie de développement.
- FAVORISER : les rencontres, le partage d'expérience, les débats d'idées, détecter les opportunités d'affaires et développer son réseau.
- IDENTIFIER : qui fait quoi, qui forme, qui conseille, qui accompagne, qui soutient, qui contrôle, et comment.
- INFORMER & FORMER : Les professionnels sur les méthodes, les moyens, les outils, les services et les solutions pour initier, faciliter, déployer ou généraliser la mise en oeuvre d'une démarche de Développement Durable et de RSE.

Les nouveautés de PRODURABLE 2009 :

- 1- Une DIMENSION INTERNATIONALE : au travers de

deux grands débats, l'objectif est d'accueillir des témoins internationaux pour mettre en perspective la RSE européenne, et replacer les enjeux dans le contexte de l'économie mondiale.

2- Un programme dédié " TERRITOIRES DURABLES " : moteur de la mise en pratique des mesures issues du Grenelle 1, les Territoires seront à l'honneur sur PRODURABLE 2009.

3 -Un trophée : La ETHICAL ACADEMY: Elle récompensera un homme ou une femme qui aura fait progresser son entreprise sur le terrain de la Responsabilité (environnement / Social / Ethique/ Gouvernance).

4 - 2 jours de rencontres et débats pour faire du Développement Durable un véritable levier de création de valeur.

Découvrez les meilleures pratiques, les solutions RSE, et les experts de l'économie durable.

Près de 100 exposants, partenaires institutionnels et médias réunis, 6 000 décideurs privés/publics, 200 intervenants experts, journalistes, et leaders d'opinion

Salon réservé aux professionnels sur pré-inscription. Programme et badge d'accès gratuit sur :

www.produrable.com

Une sélection parmi tout un programme de grands débats, conférences métier, tables rondes et ateliers.

Table ronde du Jeudi 26 mars de 12h30 à 13h30, "Spécial PME".

« Développement Durable et Mesure de Résultats ! »

Le développement durable, tout le monde en parle ... et tous en font ! Mais à quel coût pour les entreprises ?

Et pour quels bénéfices ?

Modérateur :

Dominique Royet, CROISSANCE PLUS.

Avec les interventions de :

Tita Zeïtoun, Présidente du Club Développement Durable, CSOEC,
Patrick Vandamme, Directeur Production et Communication, TRISELEC,
Christophe Delabre, Directeur Associé, POINT 44,
Marc-Antoine Horenfeld, Chef de Projet développement durable, ECOPASS.

Atelier du Jeudi 26 mars de 10h45 à 11h30.

La RSE, un outil stratégique en période de crise économique : Pourquoi, comment, témoignages.

Comment une démarche de RSE peut-elle proposer des réponses concrètes et rapides aux enjeux auxquels fait face l'entreprise ?

Quelles sont les conditions de succès et les étapes indispensables de la démarche ?

Deux entreprises apporteront un témoignage sur leur approche et leur perception.

Avec les interventions de :
Laetitia de Gaulle, Directrice associée, SENSE
François Rabasse, Directeur associé, SENSE
et le témoignage de deux entreprises.

Tous les ateliers, conférences, tables rondes sont à découvrir sur le site www.produrable.com

L'imprimerie Point 44,
membre bienfaiteur de l'Association Club Génération Responsable®
reçoit le Club sur son stand (B13) pendant toute la durée du salon.

Venez découvrir le Club, les collègues de l'Association, ses GreenDays, l'agenda et les thématiques des conférences-débats, les programmes de Commissions de Travail ...



Planète Durable s'installe à Paris du 2 au 5 avril pendant la semaine du développement durable.

Planète Durable, Paris Expo, Porte de Versailles, Hall 7-1.

Une deuxième édition riche en exclusivités et animations !

Côté exposants, le salon réunira, en un lieu unique, l'ensemble des produits, services et initiatives offrant une réelle plus value sociale et/ou environnementale dans tous les domaines de la consommation courante. De l'habitat à la mode, en passant par les transports, l'alimentation, les énergies renouvelables, les cosmétiques, le tourisme, les services bancaires ..., toute l'offre éthique, bio, équitable, responsable sera présente.

Côté animations, parcours "Grenelle de l'environnement", animations pédagogiques et ludiques pour petits et grands, débats et ateliers organisés par Nature & Découvertes, pause gastronomique bio ...

Parmi les exclusivités du salon :

Honda lacera "insight", la 1ère voiture hybride pour tous et en proposera l'essai sur place.

Yann Artus-Bertrand et l'Association GoodPlanet diffuseront des extraits de "Home", film co-produit avec Luc Besson.

GDF Doce Vita lancera, à l'occasion du salon, une offre totalement innovante axée sur le photovoltaïque ...

Parmi les animations :

Nature & Découvertes informera les visiteurs sur les enjeux environnementaux de demain à travers un programme de conférences et de café conso, et amusera les petits avec des animations originales.

Des séances de **Green Coaching** seront proposées par une experte en coaching environnementale tandis que l'équipe du magazine **Néo Planète** animera un espace Zen.

Parmi les produits tendances et innovants :

Citroën présentera son concept car, **C-Cactus**, une berline écologique au style attractif et ludique.

Botanic, chaîne de produits naturels, écologiques et biologiques pour le jardin, la maison, la personne et les animaux, présentera son offre bio pour un nouveau mode de vie.

L'arbre Vert et ses recharges malignes ou encore Casino et son étiquette carbone seront également présents.

Sans oublier :

Un parcours Grenelle qui permettra de mieux comprendre le Grenelle de l'environnement et ses conséquences sur les caractéristiques des produits présentés au salon.

Les fontaines à eaux de **La Lyonnaise des Eaux** permettront de se désaltérer et d'apprécier la qualité de l'eau du robinet.

Le Groupe La Poste surprendra en présentant en détails les démarches développement durable des différents métiers.

Solaire Direct, proposera une solution économique originale pour devenir producteur d'électricité solaire ...

Le salon Planète Durable accueille le prochain GreenDay du Club Génération Responsable®

**le jeudi 2 avril
"La diversité en entreprise
et la sécurité au travail.
Les actions sociétales en entreprise".**

+ d'infos, inscriptions :
jocelyne@facetoface-franchise.com
www.generation-responsible.fr

Le salon de la consommation durable pour diminuer l'impact de ses gestes quotidiens sur l'environnement.

Organisé sous le haut patronage du Ministère du développement durable, avec le soutien et en partenariat avec l'ADEME, Planète Durable® met tout en oeuvre pour adopter dans sa communication comme dans sa conception une démarche exemplaire en terme environnemental.

Pour sa 2ème année, un bilan carbone® de la totalité de l'événement sera à nouveau réalisé par Ernst & Young permettant d'évaluer l'impact CO2 des actions de réduction engagées.

Un partenariat avec un ONG permettra de participer et de soutenir un programme environnemental et/ou social dont les détails seront communiqués prochainement.

Le Comité d'Ethique poursuit son rôle de garant d'une juste sélection des produits et des animations en conformité avec la thématique de l'événement sur la base d'une Charte et d'un processus de sélection rigoureux.

infos@planete-durable.com



La restauration et l'événementiel.

Groupement d'associations et d'entreprises, le Groupe SOS intervient dans les secteurs du sanitaire, social et médico-social, de l'éducation, de l'insertion, de la presse, du commerce équitable et du développement durable.

Sans but lucratif, cette organisation s'est construite sur des valeurs de solidarité et de laïcité qui guident l'ensemble de leurs actions.

Cet article a pour but de vous présenter parmi les structures d'insertion du Groupe SOS, la restauration et l'événementiel.

Une éthique commune.

Ces structures ont été créées dans une philosophie de développement durable. Le Groupe Alterna Développement veille à favoriser l'insertion des personnes en difficulté, à développer un commerce équitable avec les producteurs des pays du Sud, tout en respectant l'environnement.

3 univers complémentaires.

Les entreprises d'insertion du Groupe Alterna Développement travaillent les unes avec les autres, en complémentarité, pour former un groupe solide et durable.



L'USINE, fabrique d'événements.

L'Usine est un site événementiel situé à deux pas du Stade de France. Depuis 2001, ses 1 500 m2 ont accueillis de nombreux événements (séminaires, conférences, expositions culturelles, concerts, défilés de mode...) et des noms évocateurs comme le Ministère de l'écologie, du développement et de l'aménagement durable.

Entreprise d'insertion formant aux métiers de la restauration, elle propose une carte à base de produits issus du commerce équitable ou de l'agriculture biologique. Elle dispose d'un service de traiteur bio équitable, Té traiteur éthique. Conventio-
nnée pour 42 salariés en insertion, c'est un des plus gros employeurs en insertion de Seine St Denis.

379, av. du Président Wilson - La Plaine Saint Denis
T. 01 55 87 55 01 - www.lusine-evenements.com



Té-Traiteur Ethique.

Té-Traiteur Ethique réalise des prestations sur mesure, cocktail dînatoire, buffet, repas assis, à base de produits frais exclusivement, prioritairement des produits de saison. La cuisine se situe dans les locaux de L'Usine.

Té-Traiteur Ethique privilégie les produits labellisés et les producteurs engagés dans une démarche de respect des critères du commerce équitable et de l'agriculture biologique.

Ils proposent un art de la table et une décoration design et moderne issus du commerce équitable.

Ils sensibilisent leurs invités par des supports de communication pédagogiques sur les principes du commerce équitable et de l'agriculture biologique.

379, av. du Président Wilson, La Plaine St Denis
Tél. : 01 55 87 55 25
www.traiteur-ethique.com



L'Alter Mundi Café.

A deux pas de la place de la République, Alter Mundi Café est un resto bar bio équitable qui allie détente et consommation responsable. Il propose de véritables « tapas à la française » à base de produits bios et équitables.

C'est également une entreprise d'insertion qui allie des activités de restauration, d'insertion sociale et professionnelle. L'entreprise est conventionnée pour 4 salariés en insertion.

4, rue Jean-Pierre Timbaud - 75011 Paris
Tél. : 01 48 06 15 29
www.altermundi.com/cafe

Les Journées Entreprise et Développement Durable (JEDD).

Du 23 mars au 3 avril 2009, les Journées Entreprise et Développement Durable (JEDD), organisées par le réseau des Chambres de commerce et d'industrie de Paris - Ile-de-France, se tiendront dans les 4 CCI franciliennes et leurs 5 délégations.

21 conférences ateliers pour accompagner les PME-PMI vers le développement durable. Ce cycle de conférences a pour objectif de sensibiliser et d'informer les PME-PMI aux enjeux du développement durable.

Les aspects du développement durable pour l'entreprise y seront présentés : efficacité énergétique, politique RH, sécurité au travail, déplacements, réglementation environnementale...

Environnement.

Vous souhaitez faire le point sur la situation environnementale de votre entreprise.

Vous envisagez d'engager une démarche environnementale, de mettre en place le tri des déchets au sein de votre entreprise ou d'investir dans une technologie propre.

Vous recherchez des aides financières et techniques pour vos investissements et vos études dans le domaine de l'environnement (déchets, eau, énergie, système de management environnemental,...)

Vous souhaitez bénéficier d'un pré-diagnostic Environnement, état des lieux de la situation de votre entreprise au regard de ses impacts sur l'environnement et de la réglementation.

Qualité et sécurité.

Évaluez votre démarche qualité grâce à un pré-diagnostic ou un diagnostic, faites évaluer votre système de management qualité par un audit...

Faites vous accompagner pour l'élaboration du document unique pour l'évaluation des risques, réalisez un diagnostic sur la sécurité et les conditions de travail au sein de votre entreprise, faites-vous conseiller sur le stockage et le transport de vos matières dangereuses...

Les conseillers des CCI vous accompagneront dans les différentes phases de vos projets : recherche d'information, de prestataires, d'aides financières, médiation avec l'administration, appui technique et méthodologique...

Inscription/programme : www.jedd.fr



FacetoFace France

10 rue de la Paix - FR 75002 Paris
tél. +33 (0)1 60 96 06 03
vip@facetoface-franchise.com

FacetoFace Suisse

CP 6127 - CH 1002 Lausanne
tél. + 41 44 586 61 01
fax + 41 79 688 33 14

Directeurs de Publication :

Jocelyne Leporatti
tél. +33 (0)6 25 95 05 57
jocelyne@facetoface-franchise.com

Didier Pillonel
tél. +41 79 688 33 14
didier@facetoface-franchise.com

Publicité Euphorie Mag :
pub@facetoface-franchise.com

Impression :

Imprimé avec des encres végétales, sur un couché Aléo, équilibre parfait entre 50% de fibres vierges FSC et 50% de pâtes recyclées, par l'Imprimerie Point 44, 2004, Imprim'Vert - 2007, PEFC - 2007, FSC - 2008, ISO 14001/niveau 2.

Imprimerie Point 44
Christophe Delabre
cdelabre@point44.com
tél +33 (0)1 41 77 44 44
www.point44.com

n° enregistrement ISSN 1662-4688

à commander sur le site



LE COFFRET PRATIQUE
DE L'ÉCONOMIE
DE DEMAIN



www.greenbusinessbox.com

GREENbusinessBOX®

L'expérience des entreprises qui font la différence

“En Quête de développement durable”,
un film qui inspire, un carnet de vol qui informe,
une GREENbusinessCARD® qui invite au changement.