



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## RECAPITULATIF DES FICHIERS ATELIERS EN COURS.

Mise à jour 10 janvier 2012.

### ATELIER REFERENTIEL CHARTE.

#### Traduction de la charte d'engagement des réseaux en un référentiel « certifiable ».

- *Expert pilote de l'atelier : SGS, Roselyne Defer, Stéphane Langlois.*
- *Experts intervenants : Thomas Busuttill, Imagin'able, pilote de la charte d'engagement des réseaux.*
- *Enseignes inscrites : Courtepaille - Nature & Découvertes - KFC - L'Occitane - Truffaut - Forum Santé - HSBC -*

#### Méthodologie et planning d'organisation.

- 12 janvier : présentation par SGS de l'organisation de cette expérimentation.  
Inscription de 3 enseignes volontaires pour travailler sur ce projet.
  - février : diagnostic sur site par SGS. Comment sont abordés les engagements de la charte.
  - mars : présentation du 1er projet de référentiel : concrétisation des observations et restitution des diagnostics.
  - avril-août : écriture du référentiel avec élargissement du groupe de consultation à d'autres enseignes pour nourrir ce référentiel.
  - sept/octobre : consultation collégiale des enseignes signataires sur 2 mois.
- Soit un référentiel abouti fin 2012.

#### 2ème étape : la certification.

Suite à ces engagements qualitatifs et quantitatifs auditables, nous pourrions nous diriger vers une certification (Qualicert par exemple).

#### Les labels.

Ce process nous permettrait de mettre en place des "labels" de progression afin d'inscrire les enseignes dans une démarche officielle.

- Niveau 1 : un label déclaratif
- Niveau 2 : un label d'amélioration (niveau contrôle)
- Niveau 3 : un label de certification.



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**<sup>®</sup>  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## ATELIER 1 - ENERGIE

### Mise en place d'un outil de diagnostic énergétique pour le point de vente.

● *Expert pilote de l'atelier : Opus Light, Henri Coulloume-Labarthe.*

● *Enseignes inscrites : Sephora - Picard - Nature & Découvertes - KFC - L'Occitane - Forum Santé -*

*A confirmer : Cartridge - SFR - Cash Express - Groupe Monceau*

#### **Objectif.**

Rendre les enseignes capables de réaliser un diagnostic énergétique de leur point de vente, conformément à la charte des Réseaux.

#### **Méthodologie.**

Réaliser un utilitaire permettant aux magasins de calculer elles-mêmes leur consommation énergétique, de connaître les possibilités d'amélioration énergétique avec une évaluation de leur rentabilité (à qualité au moins égale à l'existant).

#### **Livrables.**

Réalisation d'une version test de l'utilitaire, test sur plusieurs magasins d'enseignes volontaires (après formation de référents des mêmes enseignes), analyse des résultats et amélioration de l'outil, livraison de l'utilitaire définitif.

#### **Calendrier.**

Réalisation sur le premier semestre 2012.

Points-étapes et validation des différents livrables à l'occasion des Greenday.



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**<sup>®</sup>  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## ATELIER 2 - DECHETS

### Gestion et Collecte des déchets.

● **Experts pilotes de l'atelier :** *Servipac-Salazie, Philippe Gal - Clikeco, Steve Jecko.*

● **Enseignes inscrites :** *L'Occitane -*

*A confirmer : SFR - Cash Express - Monceau Fleurs - Guy Hoquet l'Immobilier*

#### **Les objectifs.**

Améliorer la performance globale de sa gestion des déchets.

#### **La méthodologie.**

- Recensement des 5 principaux déchets produits par les enseignes représentées (typologies et quantités moyennes approximatives par magasin)
- Identification des 3 produits phares Inter-enseignes
- Etude de faisabilité quant à la massification des flux Intra et Inter enseignes pour les 3 produits phares (déchets)
- Construction d'un plan de gestion complet (tri, collecte et traitement) des 3 produits phares. Ce plan sera transverse aux enseignes représentées.
- Possibilité pour les enseignes de compléter ce travail pour concevoir un plan de gestion adapté aux autres déchets produits à l'échelle des entités de leurs réseaux respectifs.

#### **Le livrable.**

Une offre clé en main garantissant la bonne mise en œuvre du plan de gestion complet des déchets.

#### **Le calendrier.**

Livrable avril 2012.



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## ATELIER 3 - ACHATS

### Achats responsables : outils, diagnostic et filières.

● *Expert pilote de l'atelier : David Roger, Achats responsables.*

● *Intervenants : SGS, Jean-Baptiste Molet - EcoVadis.*

● *Enseignes inscrites : Picard - Truffaut - KFC -*

#### Les objectifs.

Permettre aux membres du Club Génération Responsable

- d'identifier les outils de communication ; d'évaluation des offres ; et/ou d'aide à la décision permettant de traiter efficacement les démarches d'Achats Responsables (en ligne avec l'ISO 26000),
- de réaliser un diagnostic prospectif permettant de prioriser et rendre efficace le déploiement de leurs initiatives Achats ;
- de mettre en place, éventuellement en mutualisant, de nouvelles approches sur leurs filières d'Achats.

#### ◆ Etape 1 : Présentation des outils Achats Responsables.

##### Modalités

- Présentation d'outils par des prestataires (ex : outils d'évaluation des fournisseurs) et par D.ROGER;
- Tests d'outils externalisés par des membres pilotes ;
- Rédaction de fiches « outils » par les enseignes (ou les membres experts si pertinent) ;
- Partage de bonnes pratiques en Greenday.

##### Livrables.

- Fiches outils intégrées au guide CGR
- Bonnes pratiques/Présentation d'outils externalisés intégrées au guide CGR
- Retour d'expérience de tests d'outils par des membres pilotes et éventuelles généralisation/mutualisation.

#### ◆ Etape 2 : Travail sur les méthodes de priorisation de la démarche.

##### Modalités

- Proposition d'une méthode d'identification des familles Achats et des fournisseurs à intégrer en priorité à la démarche ;
- Diagnostic prospectif effectué par les enseignes volontaires;
- Résultats des diagnostics, partage sur les priorités (possibilité de travailler en approche sectorielle).

##### Livrables.

- Méthode de diagnostic initial ;
- Témoignage d'enseigne sur le résultat du diagnostic et l'établissement de ses priorités (à intégrer au guide CGR).

#### ◆ Etape 3 : Identification de projets Achats Responsables à mettre en œuvre (éventuelle mutualisation).

##### Modalités

- Groupe de travail (éventuellement sectoriel pour les achats cœur de métier) afin d'identifier, suite aux diagnostics les projets à mener (envisager la mutualisation dès que cela est pertinent principalement sur des achats communs aux enseignes) ;



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

- Mise en place « terrain » et retour d'expérience.

**Livrables.**

- Fiches d'initiatives mises en place à intégrer au guide CGR.

**Calendrier :**

NB : les étapes ne sont pas forcément successives, le diagnostic peut-être effectué alors que le travail de présentations des outils se poursuit en parallèle.

	2012-T1	2012-T2	2012-T3	2012-T4	2013-T1	2013-T2	2013-T3	2013-T4	2014-T
Présentation des outils Achats Responsables	■	■	■	■	■				
Rédaction de fiches "outils"	■	■	■	■	■				
Tests d'outils externalisés		■	■						
Méthode d'identification des priorité de déploiement		■	■						
Diagnostic prospectif au sein des enseignes volontaires		■	■	■					
Retour d'expérience des diagnostics				■	■				
Identification des projets Achats Responsables à mener				■	■				
Déploiement de projets tests					■	■	■	■	■
Généralisation									■



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## ATELIER 4 - ECO-CONCEPTION

### Eco-conception des produits et services.

● *Expert pilote de l'atelier : David Roger, Achats responsables.*

● *Intervenants : Greenext, SGS, Gingko21, Eeva.*

● *Enseignes inscrites : Picard -*

#### Les objectifs.

Permettre aux membres du Club Génération Responsable

- d'identifier les leviers d'écoconception de leurs produits,
- de préparer et/ou améliorer leurs pratiques en termes d'affichage environnemental ;
- de diffuser les bonnes pratiques en matière d'écoconception lors des Greendays et/ou via des groupes de travail sectoriels.

#### Méthodologie et Livrables.

Afin d'améliorer ces pratiques, 4 étapes sont proposées aux membres du Club.

Chaque étape peut faire l'objet d'un travail individuel (pilote) suivi d'un retour d'expérience ; d'une mutualisation ; et/ou d'un travail sectoriel.

Si l'approche se veut chronologique, des recouvrements sont possibles. Le travail sur l'affichage environnemental est mené en parallèle des autres étapes en fonction des projets des enseignes sur la question.

#### ◆ Etape 1 : Identifier les impacts des produits.

##### Modalités

- Test par des enseignes pilotes d'outils d'ACV simplifiée (ex : Greenext, EVEA, Gingko21)
- Analyse qualitative des zones d'impact.

##### Livrables.

- Retour d'expérience du test ;
- Orientation des membres vers les outils les plus efficaces (peut-être fonction du secteur d'activité) ;
- Eventuelle mutualisation d'analyses si pertinent ;
- Lignes directrices sur les ACV simplifiées pour le guide CGR.

#### ◆ Etape 2 : Identifier les solutions permettant de diminuer les impacts des produits.

##### Modalités

- Groupes de travail, certainement sectoriels, encadrés par des spécialistes de l'écoconception, spécialistes sectoriels et/ou achats en fonction des problématiques traitées.

##### Livrables.

- Lignes directrices d'écoconception à intégrer au guide CGR, il pourra s'agir de lignes directrices communes emballages par exemple) ou sectorielles.

#### ◆ Etape 3 : Tests de scénarios alternatifs.

##### Modalités



- Simulation via un outil d'ACV simplifié intégrant des scénarios (rapide mais virtuel), étude menée en parallèle de l'étape 3;
- Mise en place de projets « terrain » par les enseignes et retour d'expérience (temps de retour plus long).

**Livrables.**

- Retours d'expérience via des fiches d'initiatives menées par les membres du CGR.

◆ **Etape 4 : Mettre en place ou améliorer l'affichage environnemental (calendrier fonction des priorités de chaque enseigne).**

**Modalités**

- Calculs quantitatifs en vue de l'affichage environnemental (utilisation d'un outil adapté et validé sur les référentiels Ademe-Afnor et qui permettra l'« industrialisation » de ce type de calcul).
- Groupe de travail sur le format et les supports d'affichage (envisager des outils communs ?).

**Livrables.**

- Lignes directrices reprenant les bonnes pratiques en matière de format, de supports, de méthodes de remontées des données, etc.) .
- Format et/ou support de com' commun aux membres du CGR (?).

**Calendrier :**

	2012-T1	2012-T2	2012-T3	2012-T4	2013-T1	2013-T2	2013-T3	2013-T4
Tests d'outils d'ACV simplifiées et analyses qualitatives								
GT d'identification des solutions								
Scénarios alternatifs via outil d'ACV simplifiées								
Projets « terrain » pilotes								
Généralisation/déploiement								
Phase de calculs en vue d'affichage		fonction des priorités de chaque enseigne						
GT sur les formats et support								



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## ATELIER 6 - COMMUNICATION

### Communiquer autour de sa démarche : le rapport DD.

● *Experts pilotes de l'atelier : Agence Moswo, Virginie Etievent - SGS, Roselyne Defer.*

● *Intervenant : RSE, Marc Jacouton.*

● *Enseignes inscrites : La Mie Câline (enseigne pilote) - L'Occitane -*

#### Les objectifs.

- Anticiper les futures lois ou s'engager dans une démarche de reporting RSE de manière volontaire.
- Offrir une vision transversale de sa démarche de développement durable à l'ensemble de ses parties prenantes internes et externes.
- Créer une émulation interne en sollicitant des parties prenantes de l'entreprise pour mener à bien ce projet.
- Créer un support de reporting/communication qui permet de différencier son enseigne d'une enseigne concurrente en apportant des preuves et des actions tangibles sur la démarche de développement durable entreprise (recrutement de franchisé ou collaborateurs).
- Donner le cap, structurer et communiquer autour de sa démarche.

#### La méthodologie.

Pré-actions proposées :

- Benchmark des bonnes pratiques ou pratiques innovantes (forme + fond + indicateur),
- Retours d'expériences,
- Recueil des motivations ou des freins éventuels des enseignes,

#### Les grandes étapes de la construction du rapport.

- Choix d'indicateurs pérennes,
- Communication interne aux différents services ou franchisés
- Recueil de témoignages et d'informations de parties prenantes internes et externes à l'enseigne,
- Définition d'un plan,
- Ecriture de la matière,
- Définition d'une ligne éditoriale et harmonisation du contenu,
- Création d'un principe graphique,
- Fabrication ou dématérialisation du document.

#### Le livrable.

- Création d'un document d'aide à la réalisation d'un rapport de développement durable (phasage, méthodologie, bonnes pratiques, éléments d'inspiration et retour d'expérience de l'enseigne pilote)
- Accompagnement et conseil individualisé (type workshop) pour aider l'enseigne pilote dans les différentes étapes du projet.

#### Le calendrier.

Ce calendrier pourra fluctuer en fonction du degré d'urgence de l'enseigne pilote à réaliser son rapport de développement durable. Nous partons du postulat que 4 mois seront nécessaires entre la mise en oeuvre du projet et la réalisation du livrable.



**GENERATION** LE CLUB  
**RESPONSABLE**  
RETAIL & DÉVELOPPEMENT DURABLE  
ASSOCIATION LOI 1901

## ATELIER 8 - MOBILITE DURABLE

### La mobilité durable du point de vente.

- *Expert pilote de l'atelier : Mobility+, Marc Fontanès.*
- *Partenaire associatif : Comité 21. A confirmer : CNCC.*
- *Enseignes inscrites : Sephora - KFC -*

#### **Objectif.**

Aborder la mobilité, les déplacements, les transports, la logistique dans le cadre de l'activité quotidienne des membres ou partenaires du Club

- Déplacements et accessibilité des clients aux points de vente
- Déplacements domicile-travail et professionnels des salariés
- Logistique urbaine

#### **Méthodologie.**

- Identification d'un ou deux site(s) pilote(s) regroupant des points de vente de différentes enseignes volontaires ; lieu(x) concret(s) d'expérimentation des actions mobilité à envisager, avec un ancrage essentiel dans son environnement immédiat

- Soit en centre ville, soit sur un centre commercial, soit les deux
- Partenariat avec les autres enseignes du site, la ou les collectivité(s) locale(s)
- Une approche collective : gouvernance d'un projet mobilité sur un site multi-enseignes
  - . Travail spécifique sur des enjeux de coordination et de partenariat
  - . Identification de 2 ou 3 actions phares, constats chiffrés, freins, solutions
  - . Thématiques mobilité à identifier

- Exemples de thématiques envisageables (non exhaustif !) : Information « transport » fournie aux clients + services, Livraisons, Logistique urbaine, Stationnement, Déplacements et accessibilité / RH

#### **Livrable.**

un REX très visuel, avec images et petit film si on trouve de quoi faire et le budget + une ou deux fiche(s) technique(s) méthodo

#### **Calendrier.**

Le diagnostic sur 2012 et le plan d'action au 1er semestre 2013.