



## Développement Durable :

### **L'enseigne La Poste lauréate des R AWARDS 2011**

Jeudi 3 novembre 2011, c'est l'enseigne La Poste qui a remporté le « R AWARDS 2011 ». Seconde édition du concours lancé à l'initiative du Club Génération Responsable®, le Jury des « R AWARDS » du Développement Durable et du Commerce Organisé a récompensé cette année 6 initiatives responsables.

#### Les nominés 2011 sont :

• <u>Point de Vente Responsable</u> : <b>Enseigne La Poste</b>	• <u>Coup de Coeur du Jury</u> : <b>Les Taxis Bleus</b>
• <u>Prix Spécial RH</u> : <b>Guy Hoquet l'Immobilier</b>	• <u>Mobilité Durable</u> : <b>SFR</b>
• <u>Achats Responsables</u> : <b>Botanic</b>	• <u>Gestion des déchets</u> : <b>Patapain</b>

### **Initiative Point de Vente Responsable**

### **Enseigne La Poste**

**Lauréat de l'initiative Point de Vente Responsable, l'Enseigne La Poste a de surcroît remporté le « R AWARD DE L'ENSEIGNE ».** Deux trophées qui saluent « *une démarche qui délivre en effet un message, traduit avec fidélité sa stratégie de développement durable et apporte des solutions concrètes en termes d'impacts environnementaux.* »

Sur le volet éco-aménagement et accessibilité tous handicaps, la démarche développement durable de l'enseigne La Poste est née avec le projet de transformation du réseau des bureaux de poste en espaces de services modernes et accueillants orientés vers le client, nommé « Espace Service Clients » (ESC) fin 2008.

Objectifs à l'horizon 2015 : améliorer l'expérience client en bureau dans ses 4 principales composantes qui sont l'accessibilité, l'accueil, l'efficacité du service et la qualité du conseil.

**Au-delà de l'amélioration de la satisfaction client, ESC est un projet impliquant des travaux plus ou moins lourds.** *Le pilotage de ce programme a réuni les différentes directions concernées et pour la 1<sup>ère</sup> fois la direction du développement responsable.*

#### Parmi les premiers effets de ce programme :

- ➔ 164 bureaux de poste mis en conformité Personnes à Mobilité Réduite en 2010 ;
- ➔ 1400 bureaux de poste équipés tous handicaps à fin 2010 ;
- ➔ 300 appareils de programmation et de régulation du chauffage installés en 2010, soit une économie d'énergie de l'ordre de 15% par site concerné ;
- ➔ 46% de l'énergie électrique des enseignes lumineuses économisée grâce à l'éclairage LED ;
- ➔ 25% de réduction de consommation d'électricité par rapport à l'ancien système d'éclairage ;
- ➔ Signalétique interne : remplacement du PVC traditionnel par un PVC composé au minimum de 65% de PVC recyclé : 7930 panneaux déployés en 2010.
- ➔ 1.000 tonnes d'économie de papier et produits papetiers consommés versus 2008.

## **Coup de Cœur du Jury**

## **Les Taxis Bleus**

**Autre coup de cœur du Jury : Les Taxis Bleus qui investissent dans la préservation de l'environnement en créant « Les Taxis verts ».**

Lancé en 2008 avec la création de la marque « Les Taxis Verts », ce projet devenu réalité est aujourd'hui la « flotte verte » la plus importante de Paris (plus de 500 véhicules hybrides et/ou rejetant 131g de CO2/km maximum). Son approche est formalisée par une charte qualité qui favorise une attitude éco-responsable des chauffeurs : maîtrise de consommation, souplesse de conduite, vigilance).

En 2010, Les Taxis Bleus créent, en partenariat avec ADA, le Programme Kilom'Etre.fr, le premier programme client environnemental. Une compensation des émissions des trajets des consommateurs abonnés aux Taxis Bleus est reversée au programme Action Carbone de la fondation GoodPlanet.

## **Initiative RH**

## **Guy Hoquet l'Immobilier**

**Promouvoir la diversité, l'égalité des chances tout en assurant le parcours et le développement professionnel des collaborateurs ainsi qu'une démarche de vente responsable, tel est le *credo* de l'enseigne Guy Hoquet l'Immobilier.**

La commission Recrutement Formation de Guy Hoquet l'Immobilier réunit des franchisés et l'expert du franchiseur sur le sujet. Ce groupe de réflexion et d'actions a pour mission d'offrir une palette d'outils et de services aux agences.

**2.000 collaborateurs du réseau (100%) sont concernés avec une démarche d'adhésion progressive.** C'est la volonté des dirigeants qui a déclenché cette action dans le cadre des 12 chantiers stratégiques « *Tournons le dos à nos habitudes* ». Mais aussi la volonté de l'association des franchisés et des agents immobiliers du réseau.

## **Initiative Mobilité**

## **SFR**

**Dans le cadre de sa politique environnementale et de ses engagements pris en matière de mobilité durable, SFR s'attaque aux activités logistiques à travers deux opérations pilotes.**

Partant du constat que plus de 10% des kilomètres parcourus en ville sont effectués pour des livraisons représentant plus de 26% des émissions de CO2 liées aux transports, l'initiative de réaliser un pilote avec **un camion de livraison 100% électrique de la société Deret** s'inscrit dans la volonté de lutter contre le réchauffement climatique. Face au succès du pilote réalisé en mars 2010, l'extension de la livraison par camion électrique a débuté sur Paris et une partie du département des Hauts-de-Seine concernant de manière pérenne 50 points de vente SFR. La généralisation aux autres régions françaises est à l'étude.

**SFR a testé également les livraisons avec la société La Petite Reine.** Cette entreprise, équipée en vélos électriques Cargocycles, effectue ses tournées quotidiennes vers 11 espaces SFR. Une innovation étonnante, 100% écolo qui aide aussi à la réinsertion professionnelle puisqu'elle recrute comme chauffeurs livreurs des personnes sans emploi.

## Initiative Achats

En 2008, Luc Blanchet, président de l'enseigne, lançait le Pacte Botanic®, un plan de développement durable volontairement ambitieux de 25 engagements s'étalant sur 3 ans (2008-2010) autour de 4 objectifs : Jardiner autrement - Se nourrir autrement - Consommer autrement - Commercer autrement.

Aujourd'hui, l'enseigne poursuit plus que jamais son chemin en renouvelant le Pacte Botanic® pour 3 ans, et dressant le bilan des chantiers conduits au cours des 3 années écoulées : zéro engrais et pesticide chimique de synthèse, favoriser la biodiversité, certification des bois exotiques, certification environnementale des approvisionnements végétaux, offre d'alimentation bio significative, parfums d'ambiance, PVC, Noël « alternatif ».

## Botanic

## Initiative Déchets

**Parce que son métier ne consiste pas à « faire de la restauration rapide mais à restaurer les gens qui vivent rapidement », l'enseigne Patapain a entrepris une action d'optimisation de ses déchets.** Stockage, gestion et traitement des déchets, au niveau des restaurants (zones de fabrication des produits, zones de vente et déchets issus des zones clientèle) et au niveau du siège social et des entrepôts. Cette initiative relève de la Direction des Achats assistée du Service Qualité qui a mené deux missions en parallèle : optimiser les coûts et intégrer une démarche développement durable en tri en recyclant les déchets.

## Patapain

### A propos du Club Génération Responsable®

Fondé en 2007 à l'initiative Jocelyne Leporatti et des premiers Responsables de Développement Durable des réseaux, Le Club Génération Responsable® a pour objet de promouvoir, dans une perspective de développement durable, l'amélioration de la qualité environnementale des réseaux, notamment par le management environnemental des opérations.

Ses GreenDays mensuels (conférences-débats et commissions de travail) en sont le tronc commun. Euphorie Mag®, dédié aux dirigeants des entreprises du commerce et de la distribution ainsi qu'aux acteurs du développement durable et du monde du Retail, est une plateforme d'échanges, d'expériences et de « best practices » environnementale.

Le Club Génération Responsable® organise également chaque année 2 grands événements :

**Les R AWARDS** du Développement Durable et du Commerce Organisé.

**Le NEW RETAIL FORUM**, premières assises du Développement Durable dédiées au monde du Retail.

**Les enseignes membres du Club Génération Responsable®** : Cartridge World, Cash Express, Courtepaille, Forum Santé, Guy Hoquet L'immobilier, Happy, HSBC France, KFC France, La Mie Câline, L'enseigne La Poste, L'Occitane, Monceau Fleurs, Nature & Découvertes, Rapid'Flore, Le Groupe PHR (Pharmareference et Viadys), Picard Surgelés, Sephora, SFR, Switcher, le Groupe Vivarte.

**Les partenaires officiels du Club Génération Responsable®** :

FacetoFace - Futureo - Hsbc France - Moswo - Switcher.

Association de loi 1901, le Club Génération Responsable® est partenaire du réseau Entrepreneurs d'Avenir et de la plateforme de bonnes pratiques de l'UDA.

**Contact Presse** : SBS.Com, Sylvie Baudard & Jean-Pierre Helleu  
Tél : 01 46 14 87 38 - email : [contact@sbscom.fr](mailto:contact@sbscom.fr) - Internet : [www.sbscom.fr](http://www.sbscom.fr)