

## Le développement durable dans l'entreprise

Comment intégrer dans la stratégie de l'entreprise le développement durable ?

L'entrepreneur met en place une nouvelle finalité qui prend en compte les trois dimensions du développement durable : l'humain, l'économique et l'environnement. « L'entreprise doit faire des profits, sinon elle mourra. Mais si l'on tente de faire fonctionner une entreprise uniquement sur le profit, alors elle mourra aussi car elle n'aura plus de raison d'être » Henri Ford.

### La Responsabilité Sociale des Entreprises - RSE

De manière volontaire ou sous la pression des parties prenantes ou de contextes réglementaires, des entreprises se préoccupent des aspects sociaux et environnementaux de leur activité en complément de leur activité purement économique. C'est ce que l'on appelle **la responsabilité sociale des entreprises, RSE** (en anglais corporate social responsibility, CSR) ou parfois plus précisément **responsabilité sociétale des entreprises** puisque le volet de responsabilité ne correspond pas uniquement au « volet social ».

Toutes les entreprises sont concernées mais ce mouvement reste encore marginal dans les PME.

Les grandes entreprises sont plus impliquées compte tenu des forts impacts environnementaux qu'elles peuvent générer mais aussi de l'image qu'elles souhaitent véhiculer à travers leurs marques.

3 principales associations regroupent les entreprises les plus engagées dans les démarches de RSE :

- 1 l'ORSE (Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises),
- 2 l'AERES (Association des Entreprises pour la Réduction des Emissions de Gaz à Effet de Serre),
- 3 l'EPE (Entreprises pour l'Environnement).

### Les avantages d'un point de vue économique

#### *Crédibilité*

Avec le développement durable, l'entreprise donne un nouveau sens aux moyens qu'elle met en œuvre pour sa finalité. Le développement durable engage non seulement toutes les parties de l'entreprise mais aussi ses partenaires extérieurs. En ce sens, elle ne doit plus seulement se contenter de répondre aux attentes de ses actionnaires, ce qui accroît sa crédibilité.

#### *Légitimité*

Le développement durable s'inscrit dans la stratégie de l'entreprise et a une fonction transversale. Il permet ainsi de décloisonner les fonctions au sein de l'entreprise et d'instaurer une meilleure communication entre les différents services.

### *Capital confiance*

Il permet d'entretenir des relations durables avec les parties prenantes. Les fournisseurs et les clients se choisissent mutuellement et inscrivent ainsi leurs relations dans la durée : des produits de qualité respectueux de l'environnement, des démarches éthiques et solidaires par exemple. Le dialogue avec l'ensemble des parties prenantes permet d'anticiper des problèmes éventuels et de mettre en place des solutions préventives, permettant ainsi de réaliser des gains de temps et d'argent.

### *Réduction des coûts et gains qualitatifs*

La « non qualité » a un coût direct ou indirect : par exemple, lorsqu'une entreprise doit rappeler des produits sur le marché qui s'avèrent non conformes, ou alors lorsqu'elle doit payer pour les conséquences des catastrophes industrielles.

La simple application du principe de précaution préconisé dans un engagement de développement durable permet entre autre d'éviter ou de limiter les éventuelles dépenses judiciaires.

Des économies de coûts peuvent être réalisées en terme de dépense énergétique : réduction de la consommation, utilisation des énergies renouvelables, etc.

Des économies ou des gains peuvent aussi être réalisés en améliorant la gestion des déchets et plus généralement en adoptant la politique des 3R : réduire, réutiliser, recycler.

De plus il faut noter que les démarches des entreprises allant dans ce sens sont aujourd'hui subventionnées.

### *Attractivité financière*

L'entreprise qui adopte une démarche de développement durable attire les investisseurs. Ce type de démarche a en effet pour conséquence de la préserver des risques éventuels de détérioration d'image ou de réputation consécutive à une mauvaise gestion de crise.

### *Attractivité commerciale : un élément différenciateur*

Cette démarche peut aussi constituer un élément différenciateur par rapport aux autres entreprises qui n'ont pas investi dans une démarche de développement durable, permettant ainsi à l'entreprise « durable » de devenir la référence dans son domaine d'activité.

Avec la mondialisation, l'entreprise subit une forte concurrence et elle doit agir principalement à trois niveaux afin de pouvoir créer de la valeur : les coûts, l'innovation et la qualité. Toutefois, on constate que l'implication dans le développement durable apparaît comme un nouvel élément différenciateur qui permet de gagner des marchés.

A titre d'exemple, une PME bretonne, ARMOR LUX, a été retenue par LA POSTE pour fournir 70.000 tee-shirts en coton équitable, alors que les coûts européens sont supérieurs à ceux des pays asiatiques. Comme le souligne Patrick Widloecher, directeur du développement durable du groupe LA POSTE « Les critères d'achat qui prédominent restent le prix et la qualité. Mais le développement durable est aujourd'hui tout aussi important, quitte même à payer plus cher. »

De même, l'entreprise qui souhaite pouvoir travailler avec certaines très grandes

entreprises ou dans le cadre d'appels d'offres des marchés publics, doit pouvoir répondre à leurs exigences en matière de développement durable (Exemple : « Guide de l'achat public éco-responsable - Achat de produits » guide approuvé par la Commission technique des marchés le 09.12.2004).

### *Innovation*

Afin de répondre aux exigences du développement durable et aux attentes de ses clients, l'entreprise développe ou utilise de nouveaux produits ou services. Les préoccupations sociales et environnementales sont des sources d'innovation et de création de valeurs.

## **Les avantages d'un point de vue social**

### *Motivation des salariés*

Le 1<sup>er</sup> principe de la Déclaration de Rio place l'humain au centre de toutes les préoccupations.

Au niveau de l'entreprise cela se traduit par une gestion responsable des ressources humaines en prenant en compte les attentes de ses salariés, des organisations syndicales, etc. Elle aura ainsi des employés plus qualifiés et plus motivés. Le « turnover » du personnel sera réduit et cela aura pour conséquence directe de réduire les frais de recrutement, de formation, etc. C'est aussi une meilleure productivité avec moins de conflits et d'absences pour maladie. Les employés travaillent dans une ambiance plus sereine et sont ainsi plus réceptifs au changement et ont ainsi une plus grande capacité d'innovation (cf. la productivité du personnel dans les ONG).

Concrètement, cela peut se traduire par l'aménagement des horaires de travail, la mise en place d'un plan de déplacement d'entreprise où seront privilégiés les modes de déplacements doux et les transports en commun, des actions de mécénat, des programmes de formation, etc.

### *Non discrimination*

Vis-à-vis des autres parties prenantes qui ne participent pas directement à la vie interne de l'entreprise, elle devra adopter une dimension sociale citoyenne avec un respect des autres sans limite de frontière lorsqu'elle pratique le commerce équitable par exemple.

L'entreprise va aussi s'engager dans la lutte contre la discrimination (handicapés, raciale, etc.) et à veiller à l'égalité (homme femme, etc.).

### *Attente des consommateurs*

Il existe une réelle attente en terme de développement durable de la part du consommateur qui est de plus en plus informé et qui tient compte de la valeur « écologique » de son comportement. Il attend ainsi que l'entreprise sache l'informer de la provenance, des moyens de fabrication et d'approvisionnement des produits proposés par l'entreprise.

Ainsi d'après un sondage réalisé par TNS Secodip en 2004 « Les consommateurs attendent des entreprises qu'elles s'engagent dans le développement durable », 91,3 %

réclament plus de transparence de la part de marques et 82,2 % de la part des enseignes. De même, selon l'enquête SOFINCO/IPSOS, en 2004, sur l' « Ethique des entreprises » 73 % des Européens et 87% pour ce qui est des français, pensent que leur comportement d'achat influence le comportement éthique des entreprises.

### **Les avantages d'un point de vue environnemental**

#### *Impact sur la santé*

Le déclin des écosystèmes concerne toutes les entreprises de tous les secteurs économiques (LAVILLE 2006). Un engagement dans le développement durable permet de réduire l'impact sur l'environnement et de réduire la pollution. En France, on estime ainsi que 7 à 20 % des cancers seraient dus à la dégradation de l'environnement, que 30 .000 décès prématurés seraient imputables à la pollution atmosphérique et qu'un million de salariés sont exposés dans leur milieu naturel à des produits cancérigènes « Santé Environnement : un plan placebo » Libération, 22.10.2004.