

## La "business green" attitude

La plupart des entreprises du CAC 40 dispose de Directions du Développement Durable et mène des actions en ce sens. Le développement durable est même selon le "Baromètre des grandes entreprises françaises 2007" la deuxième de leurs priorités.

Pourtant, en matière d'intégration du développement durable dans leur management et leurs pratiques quotidiennes, elles semblent encore en retard, par rapport à leurs homologues européennes, (classement sectoriel Vigeo "La Tribune" de 2007).

Le Grenelle de l'environnement de l'automne 2007 a remis le développement durable sur le devant de la scène et certaines mesures devraient impacter directement les entreprises. L'instauration d'un bilan carbone annuel obligatoire pour les sociétés de plus de 50 salariés nécessiterait des actions concrètes pour réduire leur empreinte écologique. L'étiquetage écologique quant à lui viserait à mesurer l'empreinte écologique globale de chaque bien et service en prenant en compte le bilan carbone mais également les impacts en termes d'énergie, de biodiversité, de toxicité-santé et de ressources utilisées pour concevoir ces produits ou services.

Si pour l'instant on est seulement aux grands principes et que les mesures concrètes ne sont pas encore définies, ces dispositions confirment une tendance de fond.

Pour adopter la "business green" attitude, les entreprises doivent avant tout en tirer des bénéfices et voir dans le développement durable (DD) un réel facteur de compétitivité et un avantage concurrentiel, au-delà des seuls avantages en terme d'image :

Le DD permet tout d'abord de réduire les coûts. En diminuant ses consommations d'énergie, l'entreprise réduit ses charges. La nécessité de préserver la qualité de l'environnement est également source d'innovation en matière d'emballages, de transports, de moyens de communication à distance ... et peut même être créatrice d'emplois.

Au niveau Ressources Humaines justement, le développement durable est un facteur de motivation et de cohésion pour les salariés car il nécessite de pratiquer la solidarité (meilleure prise en compte du handicap, égalité homme-femme, diversité...). Au niveau du recrutement, il constitue un facteur d'attractivité notamment auprès des jeunes qui, à côté des questions de rémunération et de développement professionnel, souhaitent travailler dans des entreprises qui respectent leur personnel, leurs clients et leur environnement.

Côté business, les notions de responsabilité sociale et de bonne gouvernance de l'entreprise sont de plus en plus prises en compte par les investisseurs et également par les grandes entreprises, soucieuses de leur notation sociale, lors de leurs achats.

Enfin au niveau commercial, les consommateurs de plus en plus sensibles à cette notion de développement durable, sont aujourd'hui prêts à payer plus cher une marque plus respectueuse de l'environnement.

Une entreprise qui ne prendrait pas du tout en compte ces notions se retrouvera à terme confrontée à des problèmes de légitimité sur les marchés de l'emploi, de capitaux et de consommation.

Adopter la business green attitude nécessite d'engager une véritable démarche de changement pour ancrer le développement durable dans sa culture. Pour cela, certaines firmes intègrent des objectifs non économiques, comme la Responsabilité Sociale de l'Entreprise, pour l'attribution des primes des directeurs généraux.

Sur le plan pratique, certaines entreprises mettent en place des gestes écologiques simples comme l'utilisation de papier recyclable, d'ampoules basse consommation d'énergie, des achats "commerce équitable", la limitation des gobelets plastiques, des déplacements par le développement des réunions à distance par visioconférence, co-voiturage...

D'autres misent sur leur propre personnel pour déployer la démarche auprès de tous.

Une entreprise vinicole française a ainsi sélectionné des formateurs internes issus de tous les métiers et en fonction de leur connaissance du sujet pour animer auprès de leurs collègues des sessions d'information sur les enjeux du développement durable et les actions concrètes déjà engagées par l'entreprise. A l'issue de ces sessions, les participants ont proposé des bonnes pratiques à mettre en œuvre dans leur métier en matière d'équipements, d'économie, d'énergie, de gestion des déchets...

Les PME-PMI ont également tout intérêt à faire du développement durable un levier de rentabilité économique.

### Quelques articles choisis

**La Tribune** 4 janvier 2008 – Le développement durable, facteur de compétitivité

**Entreprises et Carrières** n°893 du 12 au 18 février 2008 – Möet et Chandon intensifie son engagement sur le développement durable.

**La Tribune** 16 mai 2007 – Le développement durable à l'épreuve des faits

**Le Journal du Management** 6 novembre 2007 – Les entreprises à l'heure du Grenelle de l'environnement