

## **LES ENTREPRISES ET L'ENVIRONNEMENT : QUELS INTÉRÊTS ÉCONOMIQUES ?**



Par **Eco-Engagement Sàrl**

---

Le développement durable et la prise en compte de la dimension environnementale deviennent des préoccupations incontournables pour les entreprises. Afin de répondre aux objectifs cantonaux ou fédéraux, en matière de réduction de CO<sub>2</sub> ou d'augmentation du taux de recyclage, les entreprises doivent s'impliquer et mettre en place des actions concrètes visant à diminuer leur impact environnemental.

Ces actions environnementales sont-elles rentables pour les entreprises ? La mise en place d'un programme de développement durable dans une entreprise peut-elle trouver un intérêt économique ?

Afin d'y répondre, deux entreprises membres du programme Eco-Label nous livrent leur témoignage. Basé sur quatre questions, celui-ci met en avant les actions réalisées par les entreprises et les bénéfices qu'elles engendrent.

**Crédit Agricole Financements (Suisse) SA, Genève**

Le Crédit Agricole Financements, qui compte environ 100 collaborateurs dans son Siège genevois, est engagé dans le programme Eco-Label depuis 2011 en matière de tri, d'énergie et de mobilité. Il possède l'Eco-Label pour ces trois domaines.

*Eco-Engagement (E.-E.) : Quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en œuvre dans le cadre du programme Eco-Label ?*

Crédit Agricole Financements (C.A.F) : C'est fidèles aux valeurs de responsabilité et de solidarité du groupe Crédit Agricole que nous avons engagé de nombreuses actions.

En matière de mobilité, nous avons étudié les habitudes de transport de nos collaborateurs (distance domicile-travail, moyens de transport utilisés, etc.). Sur cette base, nous avons mis en œuvre 3 leviers : un plan éco-mobilité interne avec la création d'une prime en faveur des collaborateurs privilégiant l'éco-mobilité, un conseil apporté à tous les nouveaux embauchés sur le parcours idéal et enfin la mise en place de visioconférences pour réduire le temps de déplacement.

En matière d'énergie, nous avons choisi les énergies renouvelables dans nos abonnements auprès des services industriels des différents cantons. Plus largement, nous avons fait évoluer notre politique d'achat pour réduire la consommation électrique et changé une partie de nos installations au profit d'éclairages LED.

Afin de favoriser le tri des déchets, nous avons installé des espaces de récupération sur chaque site et nous avons engagé des actions pragmatiques pour limiter notre production de déchets : moins de communication « papier », réduction du nombre de pages de nos documents, paramétrage des imprimantes par défaut en recto/verso, etc...

Pour que ces actions soient suivies d'effet, cela passe par la formation et la sensibilisation de nos collaborateurs. Désormais, chacun a le réflexe des éco-gestes.

*E.-E. : Quels objectifs poursuivez-vous en mettant en place ces actions ?*

C.A.F. : Nous souhaitons avant tout montrer l'exemple en changeant les habitudes de nos collaborateurs au travail. Nous partions du principe que sensibiliser nos collaborateurs dans leur environnement professionnel allait nécessairement avoir un impact sur leur comportement en général.

Ces actions avaient aussi pour but de renforcer notre culture d'entreprise, notre image de Banque «verte». Avoir une attitude écoresponsable au travail a unifié notre personnel, renforçant ainsi notre culture d'entreprise. Nous avons également la volonté de marquer notre appartenance au Groupe Crédit Agricole, qui est lui-même engagé dans le programme FRED. Notre entité étant trop petite pour participer dans ce programme, nous souhaitions entreprendre des actions pragmatiques montrant notre engagement dans cette démarche. Finalement, le dernier objectif était de valoriser les comportements écoresponsables de nos collaborateurs, notamment en versant une prime de mobilité à ceux qui utilisaient régulièrement des moyens de transport sans coût écologique.

*E.-E. : Quels impacts ont ces actions sur l'aspect économique de votre entreprise ?*

C.A.F. : Nous n'allons pas vous cacher que la mise en place de ces actions a dans un premier temps eu un coût financier réel (création d'un budget supplémentaire mobilité, etc.)

Néanmoins, comme nous parlons souvent de «coûts cachés indirects», il existe à contrario des «bénéfices cachés indirects». Ces bénéfices étaient selon nous supérieurs aux coûts directs, notamment sur les aspects de satisfaction du personnel (paiement d'une prime éco-mobilité), de renforcement de la culture d'entreprise. En mettant ces actions en place, nous avons amélioré les conditions de travail de nos collaborateurs, renforcé leur sentiment d'appartenance à la Banque permettant ainsi de les mettre dans les meilleures conditions pour être performants. Cela n'a évidemment été possible qu'avec l'engagement de la Direction Générale, qui a porté et soutenu le projet.

*E.-E. : Quel est le principal avantage, à vos yeux, de l'adhésion au programme Eco-Label ?*

C.A.F.: Tout d'abord, l'obtention de l'écolabel a représenté une grande fierté pour l'ensemble du personnel de la Banque. Ensuite, cette démarche nous a permis d'engager de nombreuses améliorations dans plusieurs domaines, de manière très fonctionnelle. Et elle a surtout eu des effets bénéfiques en termes de cohésion et de renforcement de la culture d'entreprise, au-delà même de nos espérances.

**Carrosserie Bruno SA, Meyrin**

La Carrosserie Bruno est active dans le domaine de l'automobile et compte 5 employés. Elle fait partie du programme Eco-Label depuis sa mise en place dans la commune de Meyrin en 2012, et possède l'Eco-Label Tri depuis ce moment.

*Eco-Engagement Sàrl (E.-E.) : Quelles actions votre entreprise a-t-elle mis en œuvre dans le cadre du programme Eco-Label ?*

Carrosserie Bruno (C. B.) : Nous avons installé des tubes LED dans tout l'atelier, ce qui revient à environ 80 tubes. Nous avons également acheté une distilleuse à solvant qui permet le recyclage des diluants, et qui nous a permis de ne pas devoir acheter des diluants durant ses quatre dernières années. En plus de cela, nous trions nos différents types de déchets : papiers-carton, aluminium, verre, etc.

*E.-E. : Quels objectifs poursuivez-vous en mettant en place ces actions ?*

C. B. : La mise en place de ces différentes mesures avait pour objectif de réaliser des économies d'électricité et de réduire le volume de déchets incinérables. L'installation de la distilleuse à solvant visait quant à elle à diminuer la quantité de solvant à acheter, grâce à une récupération de diluants sales auprès d'autres carrossiers

*E.-E. : Quels impacts ont ces actions sur l'aspect économique de votre entreprise ?*

C. B. : Les différentes actions que nous avons mises en place dans le cadre du programme Eco-Label nous ont permis de réaliser de réelles économies. Nous avons ainsi réduit notre consommation électrique d'environ 50%, supprimé l'achat de diluants et diminué la quantité de déchets incinérables à traiter.

*E.-E. : Quel est le principal avantage, à vos yeux, de l'adhésion au programme Eco-Label ?*

C. B. : Pour nous, le principal avantage de notre adhésion repose dans les économies engendrées par les actions que nous avons mises en place dans le cadre du programme Eco-Label. De plus, la certification que nous avons obtenue nous donne l'image d'être une entreprise engagée pour l'environnement.

Le Crédit Agricole Financement (Suisse) SA et la Carrosserie Bruno sont membres du programme Eco-Label, développé par Eco-Engagement Sàrl. Celui-ci permet aux entreprises de mettre en place des mesures favorables à l'environnement, dans

les domaines du tri des déchets, de l'énergie, de l'eau et de la mobilité. Le programme vise autant les PME et les TPE que les multinationales ; des petites entreprises genevoises tout comme des grands groupes ont adhéré au programme.

Les mesures mises en place par ces entreprises leur permettent d'exercer leur activité dans le respect du développement durable. Elles leur donnent également l'opportunité de réaliser des économies et de profiter d'une reconnaissance Eco-Label.

Copyright © Monde Economique - Tous droits réservés