

Entreprises et Climat
Compte Rendu de l'Atelier A1
Jeudi 11 Mars 2010 – Pays du Sundgau

Ordre du jour :

Définition des objectifs

Acteurs locaux présents :

GOETZ Alexandre

DIETSCH Fabien

DELIOT Laurence

SCHREIBER Jean-Claude

DAGUET Christelle

SCHERTZINGER Hubert

Excusé :

LEGRENZI Jean-Claude

COUSIN Luc

Absents :

HEITZLER Dominique

MENSCH Patrick

GUTZWILLER Laurent

CLODI Daniel

Animateur :

CIRONNEAU Fabienne

Rapporteur :

LEROIDE Jean-Yves

OBJECTIF

Premier échange sur les problématiques « entreprise et climat » (expériences, difficultés, cibles d'actions) dans le but de définir des axes de travail à développer dans les ateliers suivants.

PREALABLE

Il s'agit de s'intéresser non pas aux émissions de gaz à effet de serre (GES) liés au processus industriel mais plutôt aux émissions pouvant être générées autour de celui-ci, par son fonctionnement (par l'entreprise même, ses clients, ses fournisseurs et ses salariés par exemple). Par ailleurs, l'implication des entreprises sera forte si seulement l'on met en parallèle un argument économique, (au minima une neutralité économique) dans la démarche. Le CO₂ reste donc qu'un indicateur et non le principal prétexte pour agir.

ORIENTATION DU DEBAT

Trois axes embryonnaires ont pu être définis lors de ce premier atelier. Un 4^e axe, cité brièvement, pourra faire l'objet de développement par la suite.

Une démarche développement durable : des éléments simples et concrets pour réduire les coûts

➔ Economies d'énergie et rentabilité pour l'entreprise

C'est-à-dire limiter les consommations autour de l'entreprise et donc diminuer ses coûts de fonctionnement. Quelques pistes :

- ✓ La réalisation de diagnostics énergétiques au préalable afin de bien identifier les consommations,
- ✓ la réalisation d'un manuel du développement durable pour agir sur les consommations mais également la récupération d'énergie (l'exemple d'Holcim qui récupère l'eau chaude industrielle pour chauffer un bâtiment).
- ✓ La politique d'achat de l'entreprise
- ✓ La gestion des déchets...

➔ Economies d'énergie et pouvoir d'achat pour le consommateur

C'est-à-dire répertorier les « astuces » d'achats (comme le calcul au coût global et non à l'unité avec l'exemple de la bouteille de jus d'orange) et les différentes manières de consommer (évolution de la demande qui est force de propositions). *En lien avec le dernier axe.*

Des initiatives pour le bon sens

➔ Favoriser les « cycles courts » et l'achat de proximité afin d'éviter les déplacements

- ✓ Informer les clients du tout accessible à proximité (services et commerces) et l'attiser de slogans « J'achète dans le Sundgau et je sauve la planète » par exemple. Lui expliquer les enjeux positifs des filières locales
- ✓ Eviter le développement d'intermédiaires

➔ Favoriser les interconnexions : idée de « troc » et de l'approche solidaire

- ✓ Valorisation des déchets professionnels en filière (exemple du client qui récupère les palettes de l'entreprise pour une autre utilisation),
Mutualisation des coûts entre entreprises (idée des clubs d'entrepreneurs ou simplement d'ententes entre quelques entreprises voisines, le « troc publicitaire » également, etc.)

La Communication et la promotion du développement durable

➔ Les animations collectives et le partage des bonnes pratiques en matière de développement durable

- ✓ Conférences, rencontres et animations commerciales sur la thématique par les associations de commerçants, la fédération et les chambres consulaires,
- ✓ Partager les bonnes pratiques entre entreprises ...
- ✓ *Si les entreprises modifient leur offre pour l'adapter aux critères écologiques, il faut informer le client*

➔ La création de labels « développement durable »

Trouver de nouveaux marchés autour du développement durable (éco-produits)

En identifiant la nouvelle demande des consommateurs (étude de marché) qui déterminera l'offre des entreprises.

En suscitant cette nouvelle demande

POINT À ABORDER AVANT LE PROCHAIN ATELIER

➔ Compléter les réflexions précédentes d'autres exemples concrets et pratiques dans le Sundgau et environ.

➔ Bien communiquer sur l'intérêt d'une implication des entreprises dans le Plan Climat et donc mobiliser davantage les entreprises voire aussi les consommateurs.

POUR LE PROCHAIN ATELIER

➔ Définir les axes de travail sur cette thématique ainsi qu'un plan d'actions rapides à mettre en place et mesurables (indicateurs de suivi) dans le but d'une efficacité à court et moyen terme.