

# Sommaire

Introduction .....	9
Chapitre 1	
Que veut dire « développement durable » ? .....	13
Définition officielle .....	13
Pour y voir encore plus clair... ..	16
Définition plus pratique... ..	19
<i>Le patron d'abord</i> .....	20
Très polluantes ou peu polluantes .....	22
Chapitre 2	
Développement durable, pourquoi votre entreprise doit-elle s'engager ? .....	25
Pouvoir continuer à créer de la valeur dans de bonnes conditions .....	26
S'adapter au contexte, qui pèse de plus en plus sur les entreprises .....	27
<i>Lois et règlements : ça bouge vite... et à tous les échelons</i> .....	27
<i>Votre secteur professionnel aussi régleme « durablement »...</i> .....	32
<i>Des parties prenantes à l'externe de plus en plus exigeantes</i> .....	35
Faire face aux pressions directes ou indirectes de vos clients grand public ..	35
De plus en plus de consommateurs éco-responsables .....	38
Vos « gros » ou « grands » clients... ..	40
La pression montante des investisseurs .....	41
Les agences de notation sociale vous observent... ..	45
... et les indicateurs développement durable se multiplient .....	48
Le poids et l'action grandissante des ONG... ..	50
Les actions encore balbutiantes des associations de consommateurs... ..	55
<i>N'oublions pas les médias...</i> .....	56
Quels sont les médias les plus sensibles au développement durable ? .....	57
<i>Les collectivités territoriales s'intéressent aux entreprises</i> .....	61
<i>Vos concurrents s'intéressent à vous aussi</i> .....	64
<i>Et les partis politiques dans tout cela ?</i> .....	65
<i>Les pressions viennent aussi de l'interne</i> .....	67
Les syndicats ont encore du chemin à faire, mais ils ont pris la bonne route .....	67
Les salariés, eux, sont un peu plus en avance .....	71

<b>Améliorer son efficacité économique et financière</b>	
<b>avec le développement durable</b> .....	73
<i>Risques financiers et risques d'image</i> .....	93
<i>Convaincre actionnaires et financiers du bien-fondé de votre démarche</i> ....	97
 Chapitre 3	
<b>Comment construire une stratégie et un plan d'action <i>ad hoc</i> ?</b> ...	99
<b>Bien connaître l'existant</b> .....	100
<b>Écrire le <i>draft</i> stratégique</b> .....	102
<b>Construire le plan d'action</b> .....	104
<i>Savoir dégager des priorités</i> .....	105
<i>Quel budget prévoir ? Quelle organisation mettre en place ?</i> .....	106
<b>Instaurer des liens réguliers avec vos contributeurs</b>	
<b>développement durable</b> .....	109
 Chapitre 4	
<b>Les principales actions à entreprendre</b> .....	111
<b>Le volet environnemental</b> .....	111
<i>Économies d'énergie et de ressources : électricité, carburant, eau,</i>	
<i>papier... ..</i>	111
L'éclairage .....	113
<i>Produire sa propre électricité</i> .....	114
Le chauffage .....	117
Les équipements bureautiques .....	119
La climatisation .....	120
Le carburant .....	121
Réduire sa consommation d'eau .....	124
Maîtriser sa consommation de papier .....	127
<i>Quels critères pour l'achat responsable du papier ?</i> .....	129
Tri des déchets, recyclage .....	130
<i>Faire d'un déchet une matière utile et d'un coût, un bénéfice</i> .....	130
<i>Ce qu'impose la réglementation (Code de l'environnement)</i> .....	131
<i>Organiser le tri</i> .....	132
<i>Réduire la toxicité</i> .....	133
<i>Vendre ses déchets</i> .....	133
<i>Mise en place de la démarche de gestion des déchets</i> .....	136
<i>Adresses utiles</i> .....	140
Les transports et les PDE .....	141
<i>Les systèmes de compensation carbone</i> .....	142
<i>Le Plan de déplacements d'entreprise (PDE)</i> .....	143
<i>La marche et le vélo, des modes alternatifs... qui préservent la santé</i> ....	150
Mais aussi : le bilan carbone, l'éco-conception et la préservation	
de la biodiversité... ..	155
<i>Comment réaliser son bilan carbone ?</i> .....	156

<i>Green it ! L'éco-conception</i> .....	158
<i>Quelques pistes pour se lancer dans l'éco-conception</i> .....	160
<i>La biodiversité, un atout pour vos sites d'entreprise</i> .....	162
<b>Le volet social et sociétal</b> .....	168
<i>Santé</i> .....	170
Des pathologies en hausse .....	171
<i>Les troubles musculo-squelettiques (TMS)</i> .....	171
<i>Le stress</i> .....	171
<i>Les cancers</i> .....	174
N'hésitez pas à abuser du bio pour vos employés .....	175
Les solutions passent par la prévention... et l'application du principe de précaution .....	176
Pour agir efficacement, respecter d'abord la réglementation .....	178
<i>La vie dans l'entreprise – la lutte contre toutes les discriminations</i> .....	180
Mécénat de compétences : soutenir l'engagement citoyen des salariés .....	190
Commercer équitablement... ..	192
Action en faveur des populations défavorisées .....	193
Les achats responsables .....	196
<i>Qu'entend-on exactement par « achats responsables » ?</i> .....	196
<i>Le commerce équitable, le summum de l'achat responsable ?</i> .....	202
<i>Quel rôle pour l'acheteur responsable ?</i> .....	203
<i>Et la gouvernance...</i> .....	204
<i>La relation donneur d'ordres - sous-traitants</i> .....	206

## Chapitre 5

<b>Les principaux leviers de réussite</b> .....	213
<b>Sensibiliser tous les acteurs de l'entreprise</b> .....	214
<b>Mesurer l'impact de vos actions développement durable</b> .....	219
<i>Mettre en place un outil de reporting dédié au développement durable</i> ....	219
Comment construire cet outil de reporting ? .....	220
<i>Le périmètre de chaque indicateur</i> .....	223
<i>Collecte et consolidation des indicateurs</i> .....	224
<i>Fiabilité des indicateurs</i> .....	225
<i>Vérifications internes et externes et contrôles</i> .....	227
Comment mesurer les évolutions de l'état d'esprit des managers et du personnel ? .....	229
<i>Le baromètre interne développement durable</i> .....	229
<i>Sur quoi poser les questions et quels types de questionnement ?</i> .....	230
<i>Passer tous les projets significatifs au tamis du développement durable</i> ....	232
<i>Comment impliquer les managers ?</i> .....	235
Offrir et acheter des produits et des services responsables .....	236
<i>Les offres et les produits responsables</i> .....	237
<i>Acheter de façon responsable</i> .....	239

## Chapitre 6

<b>Le poste de directeur (ou responsable) du développement durable</b> .....	245
<b>Prouver que le développement durable crée de la valeur</b> .....	246
<b>Plus généraliste que technicien</b> .....	247
<b>Les principales qualités requises</b> .....	249
<b>À qui rattacher le directeur du développement durable ?</b> .....	251
<b>Quel salaire ?</b> .....	252

## Chapitre 7

<b>Où trouver les aides et les financements ?</b> .....	253
<b>Les entreprises doivent apprendre d'autres façons de calculer</b> .....	253
<b>Les subventions de l'Union européenne</b> .....	255
<i>Les fonds structurels</i> .....	255
L'objectif « Convergence » .....	256
L'objectif « Compétitivité régionale et emploi » .....	256
L'objectif « Coopération territoriale européenne » .....	256
<i>Le Fonds européen agricole pour le développement rural (Feader)</i> .....	257
<i>Le Programme-cadre pour l'innovation et la compétitivité (PIC)</i> .....	258
<i>Le septième Programme-cadre de recherche et développement technologique (PCRD)</i> .....	258
<b>Les financements et les aides en France</b> .....	259
<i>L'Ademe</i> .....	259
<i>Le système d'échange des permis d'émissions de gaz à effet de serre</i> .....	261
Les projets domestiques .....	262
Les certificats d'économies d'énergie (CEE) .....	263
<b>Les mécanismes de développement propre (MDP)</b> .....	264
<b>Les contrats de projet 2007-2013 dans les Régions</b> .....	265
<b>Handicapés : la prime initiative emploi (PIE)</b> .....	266
<b>D'autres moyens de financement</b> .....	266

<b>Annexe 1 – Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement</b> .....	269
--	-----

<b>Annexe 2 – Les 10 principes du Pacte mondial des Nations unies</b> .....	277
---	-----

<b>Annexe 3 – Les rendez-vous du développement durable en France</b> .....	279
--	-----

<b>Annexe 4 – Les lieux où échanger les bonnes pratiques</b> .....	283
--	-----

<b>Remerciements</b> .....	297
----------------------------	-----

<b>Index</b> .....	299
--------------------	-----