

Vague verte opportunités & avantages





- cadre général
- enjeux
- y aller ?
- pourquoi ?
- comment ?
- pratiquement
- opportunités & avantages





- cadre général



éco-...

écologie

fin XIX, discipline scientifique
étudie les milieux naturels ds
toute leur complexité, passe
langage courant années '70

responsabilité
sociétale des
entreprises (RSE)

développement
durable

années '80, terme vague dont l'acceptation
actuelle > allie épanouissement du groupe &
survie de la planète



la démarche orientée éco-... & développement durable suppose:

la démarche écologique ne s'arrête pas au choix de matériaux naturels et non polluants; toute la chaîne de production et de consommation, de l'extraction ou de la fabrication jusqu'à la mise en œuvre du produit, et de l'usage à la fin de vie doit être passée au crible de la durabilité.

sont ainsi prises en considération les qualités intrinsèques des matériaux et des équipements utilisés, mais aussi l'énergie dépensée pour les produire, les transporter... et, en bout de chaîne on tiendra compte du caractère recyclable des matériaux/articles/produits.



- enjeux derrière la vague verte :

- atteinte des limites du monde naturel
- menaces pour le bien être de la planète
- fonctionnement du business
- pressions croissantes liées à la prise de conscience de l'environnement
- ...





• limites du monde naturel :

- empreinte écologique de l'homme est supérieure aux capacités de production/régénération de la planète => notion finitude

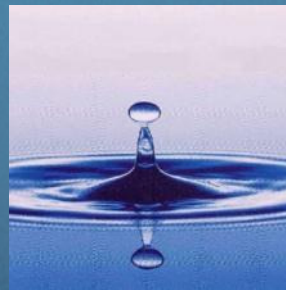


<i>Zone</i>	<i>Emp.éco/h/p</i>	<i>Biocapacité/h/pp</i>
Monde	2.7	2.1
Amérique Nord	9.2	6.5
Europe (UE)	4.7	2.3
Belgique*	5,1	1.1
Asie-Pacifique	1.6	0.8
Afrique	1.4	1.8
Canada	7.1	20.0

- * Be = 17^{ème} plus grande empreinte écologique au monde
- Nous surconsomons la planète depuis les années '80
- *WWF - Living planet report 2008 (état 2005)*



- limites du monde naturel :
 - ⇒ stress lié à l'accès aux ressources
 - ⇒ nécessité de pérenniser les accès > approvisionnements
 - ⇒ courses aux ressources/richesses naturelles (gouvernements, multinationales)
 - ⇒ conflits /luttres d'influence/tractations





- menaces pour le bien être de la planète :

- réchauffement climatique

- 2 éléments clés :

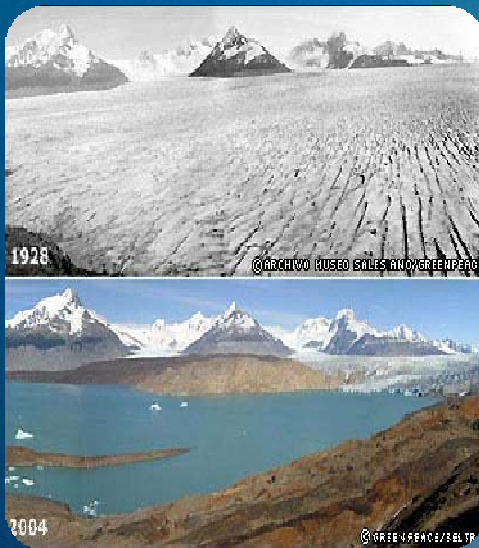
1. les émissions de gaz à effet de serre (4)
2. la suppression de la végétation naturelle

> biodiversité en danger , catastrophes humanitaires..

Un exemple parmi... :

- rétraction surface banquise en '07 = perte de +/- 2 Millions de km² (en '08 idem)
 - projection fonte des neiges => hausse du niveau de la mer sera de 1m (ou +) d'ici 2100

Rem: Le CO₂ lié à l'activité humaine est responsable au 2/3 du surplus de chaleur que la Terre piège.





• fonctionnement du business:

- pérennisation des ressources (matières, énergie)

=> obtenir, prix & pas n'importe lesquelles

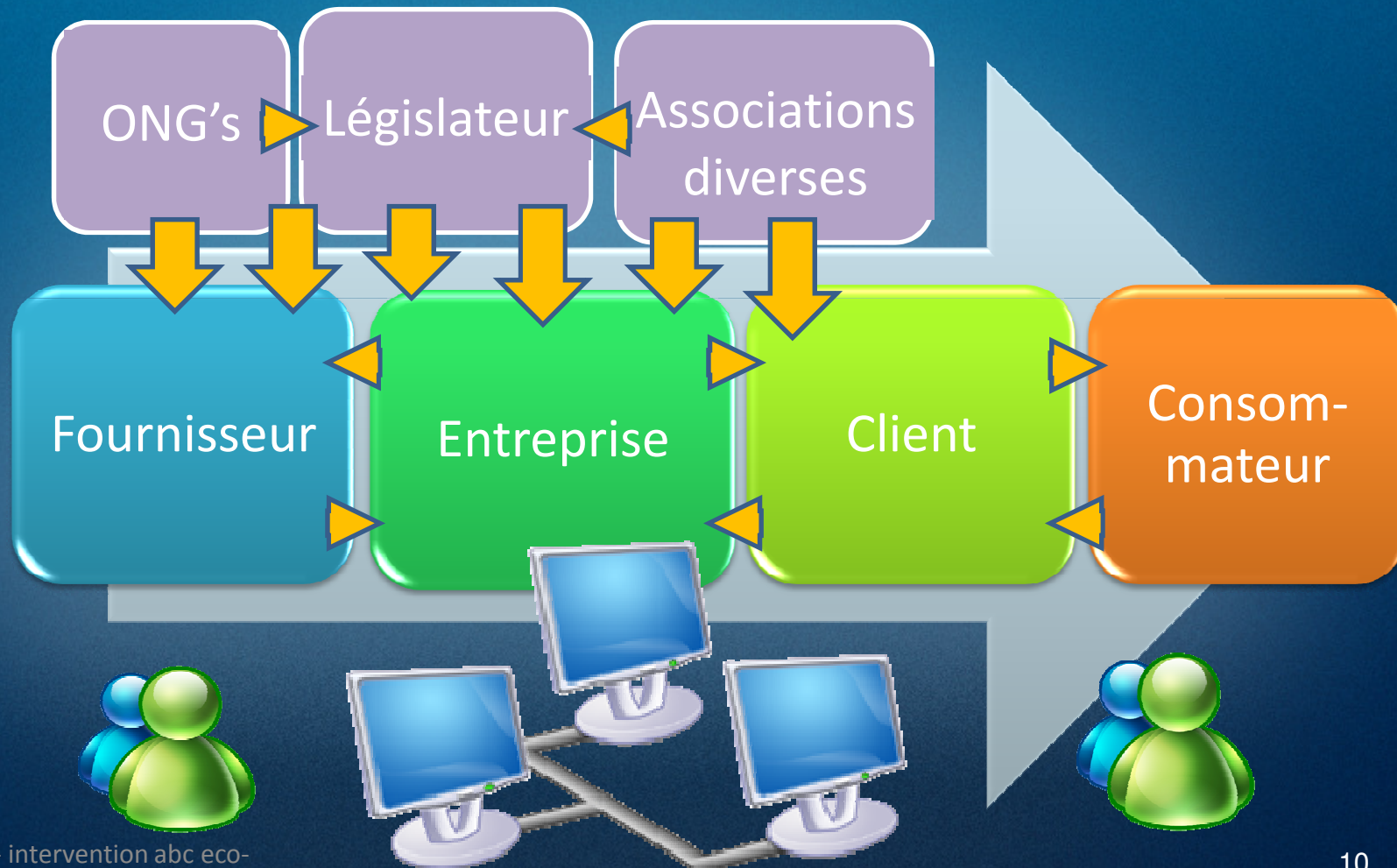
- consistance de l'image entreprise: de ses messages (internes/externes) et du couple entreprise-produits

- pression du consommateur final, de l'actionnaire, de l'employé, du législateur





- pressions croissantes:





- pressions croissantes > buzz
- société de conversation





y aller...
à votre avis ?



• pourquoi?

La Vague verte représente

- un potentiel de croissance
- un territoire pour dégager un avantage concurrentiel
- un territoire porteur de valeurs & de solutions

Comme PME vous pouvez aller vite

- chaîne de décision courte,
- réactivité plus grande,
- habitués à trouver des solutions,
- êtes en discussion positive souvent avec vos fournisseurs comme vos clients
- ...



• comment ?



- intégrer l'objectif environnemental au cœur de sa stratégie d'entreprise : positionnement, solutions vertes orientées clients, produits, communication
- consistance & long terme : vision, planification et intégration des forces vives de l'entreprise
- réexaminer toutes les dépenses de l'entreprise sous un angle vert et éco-nomique
 - dépenses énergétiques de la production à la logistique
 - parc véhicules
 - consommation papier/imprimantes
 - ...

comment ?



Ils surfent sur la vague



www.toyota.com



Vision & consistance

dès 1990 > développement
technologie moteur hybride

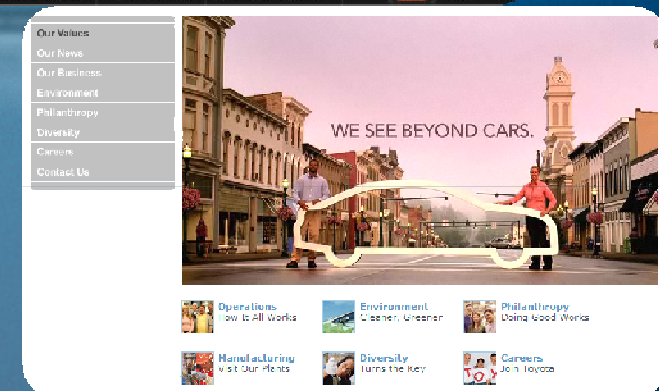
- 1^{er} constructeur mondial



Prius : moteur hybride, ventilation à l'énergie solaire,
pneus vert, recyclable à 95%

- www.toyota.com

De nombreuses stars se sentent concernées par la protection de l'environnement et roulent désormais en voiture hybride. C'est le cas notamment de Leonardo DiCaprio qui a opté pour la plus populaire des voitures hybrides du moment, la Toyota Prius.





[CARS](#)
[TRUCKS](#)
[SUVs & VAN](#)
[HYBRIDS](#)
[BUILD YOUR TOYOTA](#)
[FIND A DEALER](#)

[Search](#)

[HOME](#) > [ENVIRONMENT](#)

SUSTAINABLE MOBILITY

Green. That's how we'd like the world to be. As an environmental leader, Toyota does more than meet industry standards - we seek to raise them. Along with our **partners**, we're working toward a future where a wide range of **innovative vehicle and fuel technologies** and **infrastructures** converge to create an economically vibrant, mobile society in harmony with the environment.

Based on The Toyota Way, our environmental commitment is a way of life, extending across all of our operations and through the full life cycle of our products. Through our strategy of sustainable mobility, we are developing and managing vehicles and technologies through their "life-cycle assessment" footprint so that we deliver the right vehicle, at the right time.

We invite you to explore the many aspects of our commitment to sustainable mobility. View our most recent **environment report** and our **latest environmental update**.

[Hybrids](#)
[Innovation](#)

[Operations](#)
[Partnerships](#)

[Urban Design](#)

[Our Values](#)
[Our News](#)
[Our Business](#)
[Environment](#)
 » [Hybrids](#)
 » [Innovation](#)
 » [Operations](#)
 » [Partnerships](#)
 » [Urban Design](#)
[Philanthropy](#)
[Diversity](#)
[Careers](#)
[Contact Us](#)



Une histoire sans fin

Des petits effort pour un IKEA plus durable.

[Retour à l'Histoire sans fin](#)

Nous sommes décidés à contribuer à créer un monde où l'on se préoccupera davantage de l'environnement, des ressources naturelles et d'autrui. Et comme nous savons que parfois, nous faisons partie du problème, nous nous efforçons de participer à la solution. Nous pesons continuellement le pour et le contre, nous analysons et modifions sans cesse certaines choses. Toutes ces mesures, dans une foule de domaines différents, finissent par former quelque chose de considérable. Nous avons commencé. Et l'histoire est loin d'être terminée.



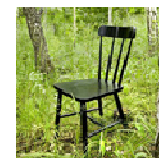
*Engagement
Consistance*

- Produits et matériaux +
- Sécurité alimentaire +
- Bois et forêts** -
- Exigences à l'égard des fournisseurs de bois
- Spécialistes en gestion forestière
- Traçabilité forestière
- Papier pour le catalogue IKEA
- Projets forestiers IKEA +
- Coton +
- IWAY, notre code de conduite
- Conditions de travail +
- L'initiative sociale IKEA +
- Partenariats +



Bois et forêts

Le bois est un très bon matériau, de qualité et écologique tant qu'il provient de sources légales et de forêts gérées de manière responsable. IKEA n'accepte pas de bois abattu illégalement ou issu des forêts primaires. Notre objectif à long terme est que tout le bois utilisé pour les produits IKEA provienne de forêts gérées de manière responsable et certifiées comme telles.



Exigences imposées aux fournisseurs de bois

IKEA utilise un modèle en escalier pour imposer des exigences de plus en plus strictes à ses fournisseurs de bois. Ce modèle s'applique à tous les fournisseurs d'articles IKEA contenant du bois massif, placage, contreplaqué ou stratifié.

[Exigences imposées aux fournisseurs de bois](#)



Les experts IKEA en gestion forestière

Les experts en gestion forestière du groupe IKEA travaillent

[En savoir plus](#)

Jobs chez IKEA



Vous évoluez,
IKEA évolue aussi.

[Jobs chez IKEA](#)

Presse

• www.ikea.com/be/fr

bjc for SPI+ - intervention abc eco-
packaging - nov 2009



Une histoire sans fin

Des petits efforts pour un IKEA plus durable.

[Retour à l'Histoire sans fin](#)

Nous sommes décidés à nous préoccuper davantage d'autrui. Et comme le problème, nous ne cessons continuellement de travailler sur ces certaines choses dans différents domaines différents. Nous avons commencé.

Faits & chiffres	+
Lire nos rapports	—
Notre responsabilité	—
L'histoire sans fin	+
Changement climatique	+
Produits et matériaux	+
Sécurité alimentaire	+
Bois et forêts	+
Projets forestiers IKEA	+
Coton	—
IKEA et le WWF: des projets coton communs	—
L'initiative Better Cotton	—
IWAY, notre code de conduite	—
Conditions de travail	+
L'initiative sociale IKEA	+
Partenariats	+
Presse	+



Coton

Le coton est l'une des matières premières les plus importantes pour IKEA, qui en promeut activement de meilleures méthodes de culture. IKEA veut que le coton utilisé dans ses produits soit cultivé de manière durable, dans le respect de l'homme et de l'environnement.

La culture et le traitement conventionnels du coton consomment d'énormes quantités d'eau et de produits chimiques. IKEA participe activement au développement de meilleures conditions de culture et de production du coton, afin d'augmenter son volume de production de manière écologique.



IKEA et le WWF: des projets coton communs

IKEA et le WWF coopèrent dans un projet visant à développer une culture du coton plus durable en Inde et au Pakistan. Environ 2000 fermiers pakistanais et 500 fermiers indiens reçoivent une formation dans des "Farmer Field Schools", au cours de laquelle ils apprennent à réduire leur consommation d'eau et de produits chimiques. Ces formations ont un impact positif sur l'environnement et augmentent également les revenus que les fermiers tirent de leurs récoltes. Des milliers de fermiers de la région y prennent exemple.

[IKEA et le WWF: des projets coton communs](#)



Télécharger nos rapports, notre Code de conduite, etc.

[En savoir plus](#)

Jobs chez IKEA



Vous évoluez, IKEA évolue aussi.

[Jobs chez IKEA](#)



“We meet everyday needs for nutrition, hygiene and personal care with brands that help people feel good, look good and get more out of life.”

Smooth move

Investor centre Media centre Careers Search

About us Our brands Sustainability Innovation Unilever Global

Close

Your location
Unilever
Change location

Find out about our long-standing commitment to sustainability and responsible business practice and read case studies from around the world.

> **Sustainability**

- ▶ CEO introduction
- ▶ Our approach
- ▶ Our business & impacts
- ▶ Nutrition
- ▶ Hygiene & well-being
- ▶ Environmental sustainability
- ▶ Economic development
- ▶ People & partners
- ▶ External opinion
- ▶ Case studies
- ▶ Reports & publications
- ▶ Sustainable development report index

Get a look at tea estate

National Geographic has teamed up with Lipton to create inspiring films and images of Lipton's Kericho tea estate.

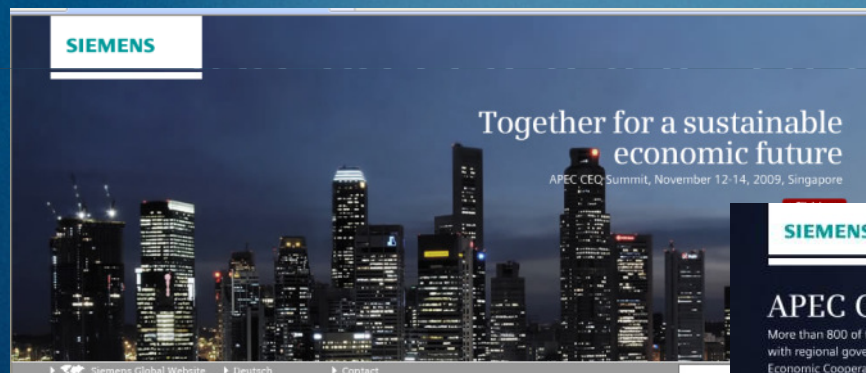
Read about Lipton and National Geographic
Learn more about Lipton tea

• www.unilever.com



Autres entreprises internationales dans la “green attitude”

BP - SHELL – SONY – BASF – PHILIPS – BAYER –
SIEMENS...





• pratiquement

- établir son tableau de bord
- définir ses priorités d'actions
- planifier ses actions dans le temps
- s'entourer = >calculer l'impact financier (investissements, recherches, personnel, aides financières, bourses...)
- suivre le planning
- communiquer les résultats/avancées vers le personnel comme vers le client (choix des outils et moyens de communication)
- ...



- pistes pour tirer des éco-avantages

- dessiner/développer des produits qui aident les consommateurs dans leurs problèmes environnementaux ou même créer de nouvelles niches de marché éco-définies
- pousser vos fournisseurs à améliorer leurs performances environnementales ou même les sélectionner sur cette base
- collecter des données pour traquer leurs performances et évaluer leurs progrès
- établir des partenariats avec des ONG's et autres associations actives dans ces secteurs pour apprendre et trouver des solutions innovantes aux problèmes environnementaux
- construire une culture « éco-avantages » au sein de l'entreprise en fixant des buts ambitieux et en y intégrant vos employés via des outils, meetings etc.



Boîtes à outils pour s'informer – avancer

- www.preventpack.be : informations sur les actions des entreprises en matière de prévention des emballages. La prévention vise à minimaliser l'impact environnemental du couple produit/emballage.
- www.bruxellesenvironnement.be/Templates/Professionnels/Informer.aspx?id=2266&langtype=2060 : IBGE label entreprises éco-dynamique
- www.uwe.be/developpement-durable/etat-des-lieux : mesurer ses performances économiques, environnementales et sociétales >
- www.indicateursdd.be : aide les entreprises à se situer en matière de DD
- www.infolabel.be : y voir plus clair dans la panoplie de labels existants
- www.greenbazaar.be/pages.php?id_page=17 : infos labels et certifications
- www.packagingdigest.com : packaging solutions, innovations etc.
- www.ecoconso.be/spip.php?article36 : informations et entrées vers sites spécialisés compensation émissions CO2
- www.europolitique.info/?siteLanguage=fr : anticiper et suivre l'évolution des décisions européennes dans les matières qui vous concernent



- opportunités & avantages

- étoffer le dialogue constructif avec vos fournisseurs, clients, consommateurs pour répondre aux nouvelles attentes environnementales
- relancer/réorienter votre business
- développer son business
 - nouvelles solutions
 - nouveaux clients
 - nouveaux produits
 - nouveaux fournisseurs
- ...



Sources

- WWF - Living Planet Report 2008 : www.panda.org
- Données sur la Belgique : www.wwf.be
- IPCC (GIEC) Fourth Assessment Report 2007 : www.ipcc.ch
- www.pwc.com/gx/en/sustainability/publications.jhtml
- ...