

Pascale BAUSSANT



PETIT MANUEL POUR L'ENTREPRISE

COMMENT AGIR POUR LE CLIMAT ?



Préface de Yann ARTHUS-BERTRAND

éditions
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ

PETIT MANUEL POUR L'ENTREPRISE

COMMENT AGIR POUR LE CLIMAT ?

Pascale BAUSSANT



Ce livre est dédié aux petites entreprises.

Dans une petite entreprise, il n'y a pas de responsable du développement durable. Les dirigeants sont souvent débordés par leur activité opérationnelle et quotidienne et manquent de temps pour imaginer et mettre en place des mesures favorables à l'environnement.

Pourtant, les petites entreprises (dont l'effectif est inférieur à 250 salariés), représentent 99% des entreprises françaises et 50% des salariés. Les petites entreprises sont prêtes à agir pour le climat, mais ne savent souvent pas comment procéder ni par où commencer.

Agir pour le climat, oui, mais comment ?

Ce manuel recense une multitude de bonnes pratiques abordées sous un angle extrêmement concret. Ces actions pour l'entreprise sont classées en trois catégories selon leur coût : les actions qui ne coûtent rien à l'entreprise, celles qui ont un coût symbolique, et celles qui ont un coût plus élevé. De nombreux témoignages et partages d'expérience accompagnent ces solutions.

Chaque entreprise, quels que soient ses moyens, pourra ainsi facilement mettre en place des mesures tangibles et visibles pour l'environnement.

Pascale Baussant est chef d'entreprise, engagée de longue date dans la finance responsable, et administratrice de l'association 1% pour la planète. Elle dirige Baussant Conseil, entreprise de 6 collaborateurs dans le domaine du conseil en gestion de patrimoine.

100% des droits d'auteur seront reversés
à la Fondation GoodPlanet, présidée par Yann Arthus-Bertrand.

ISBN : 978-2-37687-343-3



9 782376 873433 12€

éditions
ems
MANAGEMENT
& SOCIÉTÉ

www.editions-ems.fr



Nous avons pu interviewer un membre du **CJD France** (Centre des Jeunes Dirigeants d'Entreprise représentant 5 000 dirigeants), **Matthieu Rondouin**. Extraits choisis :

« Le CJD est véritablement ce que l'on peut appeler l'école du dirigeant. Le CJD est une association qui implique ses membres, entre autres, au travers de plusieurs groupes de travail et commissions, au niveau national, en régions et au niveau local. Un "**Comité de pilotage planète**" a été créé au niveau national du CJD il y a 3 ans. Il nous semble important aujourd'hui d'aider nos membres à prendre du recul sur le constat climatique, ses conséquences sur l'entreprise et la société, et surtout, les inciter à l'action. Certaines sections locales du CJD sont par exemple membres du 1% pour la planète. La section d'Albertville dont je fais partie a été la première à adhérer à cette association environnementale. C'est une façon de faire rayonner non seulement le CJD, mais aussi le 1% pour la planète. »

Préoccupations et psychologie sociale de l'environnement

Nous partageons ici le résultat de 3 enquêtes dont les résultats convergent :

- Une enquête Ipsos-Steria sur les fractures françaises a été publiée en septembre 2019 pour *Le Monde*, la Fondation Jean Jaurès et l'Institut Montaigne. Cette enquête montre que la principale préoccupation des Français est désormais l'écologie. Les épisodes de canicule, l'effondrement de la biodiversité, les conséquences de la pollution sur la santé... Les effets du changement climatique sont désormais bien visibles. La préoccupation environnementale a progressé de façon continue et s'est donc installée en première place.

• Une autre étude du cabinet GreenFlex, sortie en septembre 2019, montre qu'entre 2017 et 2019, la vision des Français de la consommation responsable a significativement changé. 60 % des Français pensent qu'il est urgent d'agir pour l'avenir de la planète. Une méfiance croissante vis-à-vis des entreprises s'est instaurée, particulièrement envers les grandes entreprises. Envie de consommer moins, conscience de la nécessité de réduire sa consommation en général. GreenFlex appelle à créer de l'innovation durable et de l'engagement pour une production locale (il cite l'exemple de la Camif), ou contre l'obsolescence programmée (il cite l'entreprise SEB).

« 60 % des Français pensent qu'il est urgent d'agir pour l'avenir de la planète. »

• Une étude réalisée par Harris interactive en mars 2019 dans 6 pays européens sur les attentes relatives au lieu de travail à horizon 2030 montre que les utilisateurs sont sensibilisés aux questions écologiques et qu'ils attendent des bureaux de demain qu'ils soient « green ». Construction durable, énergies renouvelables, transport propre, alimentation locale, zéro déchet... seront des conditions *sine qua non* pour que les salariés se projettent avec envie dans l'espace de travail de demain.

Au-delà de ces 3 études qui permettent d'appréhender les préoccupations et l'état d'esprit des consommateurs et des salariés, découvrons ensemble le sujet sociologique du « transfert ».

L'étude des sociologues Gaëtan Brisepierre et Anne Desrués, « **Transfert de pratiques environnementales domicile / travail** » parue en avril 2018, nous apporte un éclairage instructif.

Les « transféreurs » sont des salariés qui se mobilisent pour diffuser leurs pratiques écologiques au bureau. Ces transferts de pratiques proviennent souvent de frustrations, et ils recherchent une cohérence entre la sphère domestique et professionnelle.

Cette perméabilité des sphères privée et professionnelle est, selon les auteurs, un puissant canal de changement. Ce sujet ne concerne pas uniquement des salariés dont le métier est proche de la responsabilité sociétale et environnementale, il concerne tous les salariés, et les profils sont variés. Ces salariés ne sont pas uniquement des militants, mais aussi des pragmatiques. Ils n'agissent pas uniquement dans une logique idéologique, mais dans une logique de convivialité.

Le transféreur, seul au départ, constitue un petit groupe intéressé par le développement durable, et recherche une approche agile et réaliste. Malheureusement, les services de responsabilité sociétale des grandes entreprises ne sont pas toujours suffisamment à l'écoute pour lui fournir les ressources nécessaires et prendre le relais. En revanche, dans les TPE et les PME, la petite taille de l'entreprise est un atout qui facilite les transferts. Autre appui fondamental pour les transféreurs, le dirigeant, qui doit avoir une sensibilité et être ouvert au mode de management participatif.

Les domaines les plus investis par les transféreurs sont les déchets et l'alimentation, qui font l'objet d'un investissement croissant.

Les auteurs concluent leur étude en indiquant que selon eux, il faut être à l'écoute en tant qu'employeur de ces profils, leur laisser le champ libre et les accompagner. Ces salariés, qui auraient pu être stigmatisés il y a quelques années, correspondent aux nouvelles aspirations générationnelles.



Nous avons pu échanger avec **Gaëtan Brisepeirre**, sociologue et auteur de cette étude :

« De façon générale, la sociologie produit des "évidences invisibles", elle met des mots sur des choses latentes. Le phénomène de transfert domicile/travail n'est pas nouveau, le développement des nouvelles technologies a notamment surfé sur ce mécanisme social. Ce qui est nouveau, c'est qu'il est à l'œuvre dans le domaine environnemental.

Il faut bien comprendre que la dissonance cognitive dans l'entreprise, c'est-à-dire la divergence entre ses aspirations, ses valeurs et la réalité, peut entraîner un profond mal-être. Ce sujet du transfert n'est pas qu'un sujet de responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE), c'est aussi un sujet RH très fort. Au travail, la surconsommation est la norme - d'ailleurs, les services généraux sont rarement en lien avec la RSE. L'entreprise devient un lieu d'engagement écologique et de transformation du monde ; et si elle ne s'adapte pas à cette nouvelle donne, elle sera en complet décalage avec la jeune génération.

Au fond, le transfert est un signal faible de cette attente de transformation du monde du travail par l'adaptation aux enjeux écologiques. »

Nous complétons ce paragraphe concernant la psychologie relative à l'environnement en partageant les réflexions de ce livre remarquablement complet de l'américain George Marshall paru aux éditions Domaine du Possible Actes Sud : *Le syndrome de l'autruche, pourquoi notre cerveau veut ignorer le changement climatique.*

Ce livre aborde plusieurs chapitres fascinants, tels que :

- Pourquoi le changement climatique ne donne pas un sentiment de danger ;

- Pourquoi nos biais cognitifs font barrage au changement climatique ;
- Comment nous écartons loin de nous la question climatique ;
- Comment nous utilisons l'incertitude pour justifier notre inaction ;
- Comment nous choisissons ce à quoi nous ne voulons pas penser ;
- Comment nous nous racontons que le changement climatique n'est pas notre faute.

Nous citons ici quelques courts extraits de ce livre, que les lecteurs curieux du sujet pourront lire pour aller plus loin :

« De toutes les combinaisons possibles de pertes et de gains, le changement climatique implique la plus difficile : il faut accepter des pertes à court terme pour réduire le risque de pertes incertaines à plus long terme. »

« Le sentiment d'impuissance relative de l'action individuelle nous pousse à déclencher toute une série bien enracinée de mécanismes de défense qui nous permettent de passer outre un problème – tant par le déni personnel que par le silence socialement construit. »

« Le changement climatique pourrait être présenté comme un cheminement spirituel, parfois semé de doutes et d'incertitudes mais aussi jalonné de révélations personnelles et de prises de conscience foudroyantes. »

Selon George Marshall, il est (et sera) important de bâtir des récits autour du changement positif, mettant l'accent sur l'acceptation, la compassion, la coopération et l'empathie.

Au fond, les mesures de lutte contre le changement climatique nous rendront fiers de ce que nous sommes.

CHAPITRE I

LES ACTIONS GRATUITES POUR L'ENTREPRISE

