

Les TPE et la démarche durable

**proposition d'un écolabel d'information destiné aux TPE genevoises du
secteur de la restauration et du commerce de détail**

Travail de Bachelor réalisé en vue de l'obtention du Bachelor HES

par :

Harbi BOREH

Conseiller au travail de Bachelor :

(Dr. Caroline SCHAERER, Adjointe scientifique HES)

Genève, le 4 juin 2010

Haute École de Gestion de Genève (HEG-GE)

Filière (économie d'entreprise)

Déclaration

Ce travail de Bachelor est réalisé dans le cadre de l'examen final de la Haute école de gestion de Genève, en vue de l'obtention du titre d'économiste d'entreprise. L'étudiant accepte, le cas échéant, la clause de confidentialité. L'utilisation des conclusions et recommandations formulées dans le travail de Bachelor, sans préjuger de leur valeur, n'engage ni la responsabilité de l'auteur, ni celle du conseiller au travail de Bachelor, du juré et de la HEG.

« J'atteste avoir réalisé seul le présent travail, sans avoir utilisé des sources autres que celles citées dans la bibliographie. »

Fait à (Genève), le (4 juin 2010)

Harbi Boreh

.....

Remerciements

Je souhaite remercier mes parents pour leur soutien tout au long de mon travail et ma conseillère Madame Caroline Schaerer pour son objectivité et ses précieux conseils. Je tiens également à remercier Monsieur Rémy Beck pour les conseils et le temps passé à répondre à mes questions et à tous les responsables d'établissement qui m'ont aidé à mieux comprendre la réalité de leur activité.

Un grand merci également à Monsieur Rive Kono qui m'a permis de réaliser un stage dans son entreprise de récupération afin de pouvoir comprendre la réalité des restaurants.

Finalement, j'adresse ma reconnaissance à toutes les personnes qui m'ont soutenu dans mon projet de création et qui m'ont aidé à entreprendre cette démarche environnementale.

Sommaire

Mon travail consiste à élaborer une proposition de label écologique d'information pour les TPE (très petites entreprises) genevoises, actives dans le secteur de la restauration et du commerce de détail. Ce label intègre les aspects environnementaux que sont la consommation d'électricité, d'eau et le tri des déchets. Le label est destiné à être apposé sur la vitrine des commerçants ce qui permettra à ces derniers de démontrer leur conscience écologique et d'apporter une transparence quant à leur consommation et leur gestion des déchets. Le label se dénomme « GEPréserv' » pour rappeler l'importance de préserver notre environnement et pour délimiter son champ d'application.

La première partie du travail consiste à présenter brièvement le concept du développement durable. J'aborde la situation du développement durable en Suisse et à Genève en y décrivant les principaux acteurs. Afin de mettre en contexte ma proposition de label, je traite des outils à disposition des entreprises qui souhaitent démontrer leur conscience écologique. Ensuite, j'aborde la problématique du manque d'attractivité de ces outils et du désintérêt de la part des TPE à entreprendre une démarche durable.

Après avoir réalisé quelques entretiens avec des commerçants de la place, je développe la conception de mon label en traitant des enjeux des différents paramètres environnementaux. Le système de labellisation et la problématique d'évaluation sont abordés et deux méthodologies de certification que sont l'approche quantitative ou qualitative sont proposées. Ensuite, je conçois graphiquement le label et sa plateforme internet et explique les codes et valeurs afférents au concept. Un sondage d'opinion est réalisé afin de connaître la sensibilité écologique des individus et de déterminer les modifications comportementales que permettrait le label.

Dans la dernière partie de mon travail, j'analyse la situation économique des secteurs considérés et décrit les avantages que peut apporter un tel label pour les TPE, qui peinent à trouver une motivation réelle pour une démarche durable.

Enfin, je présente mes recommandations quant aux éléments à considérer pour la mise en place du label.

Table des matières

Déclaration	i
Remerciements	ii
Sommaire	iii
Table des matières	iv
Liste des Tableaux	vi
Liste des Figures	vi
1. Introduction	1
2. Le développement durable	2
3. Le développement durable en Suisse	4
4. Un développement durable pour Genève	5
4.1 Le Service cantonal du développement durable & le Conseil du développement durable	6
4.2 Comité interdépartemental Agenda21	6
5. Une démarche durable pour les entreprises	7
5.1 Les outils	7
5.1.1 Un Système de Management Environnemental (SME)	8
5.1.2 Le SME, un processus d'efforts continu	11
5.1.3 Coûts et cible du SME	12
5.1.4 Les labels écologiques	13
5.1.4.1 L'écolabel européen	13
5.1.4.2 Etiquette Energie	14
5.1.4.3 Le label MINERGIE®	14
5.1.4.4 Le certificat énergétique cantonal des bâtiments (CECB®)	15
5.1.5 Le classeur « PME et développement durable »	16
5.1.5.1 De la nécessité de créer un nouvel outil pour les TPE	17
6. Conception d'un écolabel d'information	21
6.1 Un besoin d'informer et de motiver	21
6.2 Méthodologie de conception du label	22
6.2.1 Enquête auprès d'entrepreneurs	22
6.2.2 Précision du concept	25
6.2.3 Les paramètres environnementaux	27
6.2.3.1 La gestion de l'eau	27
6.2.3.2 La gestion de l'électricité	28
6.2.3.3 La gestion des déchets	30
6.3 Système de labellisation	33
6.3.1 Comment intégrer chaque paramètre	33
6.3.2 Approche quantitative	34
6.3.2.1 La consommation d'électricité et d'eau	34
6.3.2.2 La problématique de l'évaluation	36
6.3.2.3 La détermination des ratios	37
6.3.2.4 Evaluation de l'entreprise par construction (scoring de ratios)	39
6.3.2.5 Les avantages de cette méthode	42

6.3.2.6	Les limites de cette approche	43
6.3.2.7	La gestion des déchets.....	44
6.3.3	<i>Approche qualitative</i>	46
6.3.3.1	Mesures d'engagements liées à la consommation d'électricité.....	48
6.3.3.2	Mesures d'engagements liées à la consommation d'eau.....	49
6.3.3.3	Avantages de cette approche	49
6.3.3.4	Les inconvénients	50
6.3.4	<i>Processus de certification considérant l'approche quantitative</i>	51
6.3.4.1	Critères de certification et récolte de l'information	51
7.	Conception graphique	52
7.1	Les composants du code du label	53
7.1.1	<i>Valeurs du label</i>	53
7.1.2	<i>Code visuel et graphique</i>	54
7.1.3	<i>Proposition graphique du label GEPréserv'</i>	55
7.1.4	<i>Informations complémentaires</i>	56
7.1.5	<i>Le logo</i>	58
8.	Sondage auprès du public	59
8.1	Objectif	59
8.2	Résultats	60
9.	Apports et recommandations	62
9.1	Analyse du secteur de la restauration et du commerce de détail	62
9.1.1	<i>SWOT</i>	63
9.2	Adhérer au label écologique	64
9.3	Synthèse des avantages que procure le label	65
9.4	Recommandations	66
	Conclusion	68
	Bilan personnel	69
	Bibliographie	70
	Annexe 1 Roue de Deming	73
	Annexe 2 Coûts de mise en place d'un SME	73
	Annexe 3 Questionnaire 1	74
	Annexe 4 Résultats	75
	Annexe 5 Les économies d'électricité à Genève	78
	Annexe 6 Normes SIA 380/4	79
	Annexe 7 Système de classification Display® (électricité)	80
	Annexe 8 Système de classification Display® (eau)	80
	Annexe 9 Questionnaire 2 et résultats	81
	Annexe 10 Emplois dans le secteur de la restauration et du commerce ... 85	
	Annexe 11 Synthèse des AES	86

Liste des Tableaux

Tableau 1	Informations pour l'évaluation de l'entreprise	35
Tableau 2	Comparaison des consommations d'électricité et d'eau	40
Tableau 3	Matrice concurrentielle pour la consommation électrique	41
Tableau 4	Matrice concurrentielle pour la consommation d'eau	42
Tableau 5	Engagement au TRI	45
Tableau 6	Représentation de l'échantillon	59
Tableau 7	Représentation selon l'OCSTAT	59
Tableau 8	SWOT	63

Liste des Figures

Figure 1	Conception du développement durable	3
Figure 2	Proportion des entreprises certifiées ISO	9
Figure 3	Critères de décision à l'implantation d'une démarche durable	18
Figure 4	Freins à la démarche de développement durable	19
Figure 5	Schéma méthodologique	22
Figure 6	Sous-catégorie des secteurs	26
Figure 7	Consommation des principales ressources à Genève	28
Figure 8	Consommation électrique	29
Figure 9	Consommation électrique de l'établissement	30
Figure 10	Schéma des méthodes de certification	33
Figure 11	Système de comparaison	34
Figure 12	Flux de la récolte d'information	51
Figure 13	Codes du label	53
Figure 14	Label « GEPréserv' »	55
Figure 15	Site internet du label	57
Figure 16	Logo	58
Figure 17	Tri des déchets ménagers	60

1. Introduction

La nécessité aujourd'hui d'intégrer la question de la durabilité dans la gestion d'entreprise est devenue cruciale. Une tendance forte se fait ressentir depuis quelques années et c'est celle du développement durable. Une entreprise ne peut pas rester attractive sur le long terme si elle ne démontre pas, par ses actes et au travers de sa communication, sa prise de conscience et sa volonté de réduire son impact environnemental.

Il est admis aujourd'hui que nos sociétés consomment bien plus que nécessaire et le consomme mal, ou autrement dit, que cette distribution est toute sauf harmonieuse. Ajoutons à cela, les récentes annonces alarmantes quant au réchauffement climatique et nous comprendrons dès lors, les raisons de cette prise de conscience progressive pour le respect de l'environnement.

Du côté des entreprises, cette modification des attitudes ne s'est pas formée sans une considération d'ordre financière. Il nous est aisé de constater la volonté toujours plus grandissante des consommateurs d'intégrer dans leur processus d'achat la notion d'écologie. Les entreprises tentent de tirer profit de cette modification comportementale. Cette prise de conscience pour la sauvegarde de notre planète se traduit par la recherche d'informations qui auparavant n'étaient pas si déterminantes au moment de l'achat. Ces informations sont notamment la traçabilité, la labellisation (origine, méthodes de production, respect des travailleurs) ou encore la quantité d'émissions polluantes à la fabrication. Les clients souhaitent être le plus neutre possible lorsqu'ils consomment. C'est donc aux entreprises de revoir leur chaîne de valeur afin d'offrir une prestation ou un produit qui soit en harmonie avec les nouvelles attentes du client. Cela dit, les possibilités de démontrer sa « conscience écologique » ne sont pas aussi grandes que l'on soit une multinationale ou une petite entreprise du canton. Malgré une volonté similaire des deux parties, il est plus difficile pour une petite entreprise d'intégrer des processus de gestion durable. Le manque de compétences, de temps et de capacités financières, annihilent toute volonté des dirigeants. Les marges de manœuvre réduites et la difficulté de faire valoriser ses efforts sont d'autant d'éléments qui freinent l'avènement d'un développement responsable au sein des petites entreprises. Il est aujourd'hui difficile pour une TPE du canton, proposant une prestation de service, de trouver un outil qui lui permette de démontrer sa « conscience écologique » et d'être en harmonie avec les attentes de ses clients.

2. Le développement durable

Dans un premier temps nous nous attarderons quelques instants à comprendre l'origine du développement durable afin de mieux mettre en contexte l'objectif de notre démarche.

Même si des réflexions essentielles ont été réalisées au travers du Club de Rome depuis 1968 sur des questions portant sur l'évolution du monde, ce n'est véritablement qu'en 1972 lors de la conférence des Nations Unies sur l'environnement humain à Stockholm¹ que le concept d'écodéveloppement sera exposé. Les interactions entre écologie et économie seront alors abordées ainsi que le développement des pays du Nord et du Sud. Cette conférence plus connue sous le nom de Sommet de la Terre sera, pour le consensus, considérée comme un échec du fait qu'aucun compromis n'aura été trouvé.

Néanmoins, ce sommet aura permis de donner naissance à la problématique que nous connaissons bien aujourd'hui qui est celle de la préservation du patrimoine et par conséquent de sa transmission aux générations futures. Suite à ce sommet, une série d'événements développeront cette thématique et en 1980, l'Union internationale pour la conservation de la nature, publie un document de recherche s'intitulant « La stratégie mondiale pour la conservation »². Ce document a cela de fondateur, qu'il sera le premier à mentionner le terme « sustainable development » ou développement durable en français.

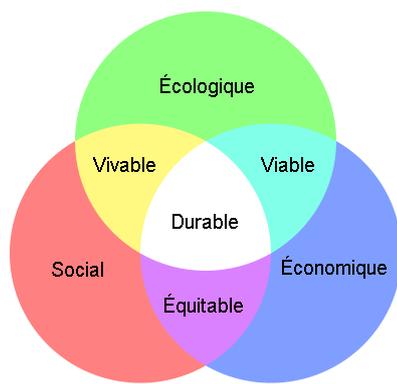
En 1987, la Commission mondiale sur l'environnement et le développement fourniront une définition au développement durable dans un rapport plus connu sous le nom de « Rapport Bruntland ». La définition, en intégrant parfaitement l'idéologie principale qui est celle de la transmission du patrimoine, précise également deux principes qui sont celui de la priorisation des besoins des plus démunis et celle des limites de capacité de notre environnement.

¹ WIKIPEDIA, Développement durable,
http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9veloppement_durable, consulté le 22 février 2010.

² UNEP, l'avenir de l'environnement durable mondial 3,
<http://www.unep.org/GEO/geo3/french/049.htm>, consulté le 15 mars 2010.

« Un développement qui répond aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoins », et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir.» (Gro Brundtland, 1987, chap. 2).

La consécration du concept de développement durable arrivera en 1992 lors du deuxième Sommet de la Terre à Rio de Janeiro. Connu et médiatisé, le concept devient un fondement essentiel à la survie de l'espèce humaine sur le long terme. Il est à noter que la définition du développement durable sera modifiée durant cette période pour intégrer le principe des « trois piliers » qui doivent être conjugués pour prétendre à une approche dite de développement durable. Ces trois piliers sont : le progrès économique, la justice sociale et la préservation de l'environnement.



Source : www.ecoloinfo.com

Figure 1 Conception du développement durable

Les trois piliers sont interconnectés et à l'intersection des trois piliers intervient le développement durable. Dès lors, il est nécessaire d'intégrer ces trois éléments pour prétendre à une approche dite durable, selon la définition retenue.

C'est également lors de ce sommet que sera adopté la Convention sur la diversité biologique (CDB)³. L'objectif de ce texte est de développer des stratégies au niveau national qui œuvrent pour la conservation et l'exploitation durable de la diversité biologique. Selon les acteurs présents, ce traité est considéré comme « clé » pour ce qui a trait au développement durable.

Un deuxième élément central qui aura également lieu durant ce deuxième Sommet de la Terre sera celui de la naissance de l'Agenda21. Agenda21 (ou Action21) est une série de plans d'actions pour le XXIème siècle qui sera adopté par 173 chefs d'Etats.

³ RS 0.451.43 Convention sur la diversité biologique, http://www.admin.ch/ch/f/rs/0_451_43/, consulté le 17 mars 2010.

En adoptant ce plan d'action, les collectivités sont exhortées à mettre en place un programme d'actions à leur échelle. La Suisse, ayant ratifié ce traité, s'engage au travers de ses collectivités à promouvoir et à implanter un programme qui respecte les recommandations et prescriptions de l'Agenda21.

3. Le développement durable en Suisse

Comme évoqué précédemment, c'est suite au Sommet de la Terre à Rio en 1992 que le développement durable trouvera une définition et un cadre de référence dans lequel les actions des différents membres devront converger. Au niveau de la Confédération, le développement durable s'inscrit à l'article 2 de la Constitution fédérale comme un but : « Elle (la Confédération) favorise la prospérité commune, le développement durable, la cohésion interne et la diversité culturelle du pays ». Ce texte a le mérite d'être claire car l'obligation d'agir dans le sens du développement durable devient obligatoire et non plus facultatif. Toujours au niveau de la Constitution fédérale, l'article 73 Cst. précise les aspects que la Confédération attribue au développement durable à savoir, l'équilibre avec la nature et son exploitation par l'homme. « La Confédération et les cantons œuvrent à l'établissement d'un équilibre durable entre la nature, en particulier sa capacité de renouvellement, et son utilisation par l'être humain. » (art 73 de la Cst Fédérale).

Au cours du printemps 2002, le Conseil fédéral adopte la « Stratégie 2002 pour le développement durable ». Ce texte fut réalisé au sein de l'Office fédéral du développement territorial (ODT) en collaboration avec plus d'une vingtaine d'offices fédéraux et soumis en consultation auprès de divers acteurs économiques, cantonaux, et associatifs. Cette stratégie nationale a pour but notamment d'intégrer dans l'établissement de toutes les politiques publiques le prisme du développement durable. Autrement dit, il faudra tenir compte des aspects environnementaux, de leurs suivit et de leur évaluation dans toutes mesures de politique publique. « Le Conseil fédéral conçoit le développement durable non pas comme une politique sectorielle supplémentaire, mais comme une «idée régulatrice» à intégrer dans toutes les politiques sectorielles» (Conseil fédéral suisse, page 11).

4. Un développement durable pour Genève

L'Etat de Genève répond également présent en matière de développement durable et suite à l'adoption par la Suisse au traité Action21, Genève s'est vu donné pour mission de promouvoir le développement durable au travers de différents plans d'actions.

C'est en 1997 que le Conseil d'Etat⁴ s'est pragmatiquement engagé dans le déploiement d'une approche durable en mandatant la Société pour la protection de l'environnement (SPE) afin d'élaborer un « projet d'Agenda21 pour Genève ». En 1999, ce travail fut soumis en consultation à une large palette d'acteurs tel que les communes genevoises, la Croix-Rouge ou encore la Chambre de commerce et d'industrie de Genève (CCIG). Suite à cette consultation, ce sont des représentants de divers départements de l'administration cantonale qui furent chargés de formuler des propositions prenant en compte les avis des différentes parties. Ce groupe interdépartemental a rendu un rapport final qui fut, selon les dires de l'administration cantonale, suivi dans les grandes lignes par le Conseil d'Etat lors de sa votation. Le gouvernement, en avril 2000, n'optera donc pas pour un « bouquet général d'actions de toutes sortes » (Conseil d'Etat, 2000) mais privilégiera une action concentrée sur la notion de développement durable au sein des politiques publiques.

En mars 2001, la loi sur l'action publique en vue d'un développement durable (loi « Agenda21 »⁵) est adoptée par le Grand Conseil. Celle-ci définit sept objectifs à atteindre d'ici l'année 2002. Parmi ceux-ci nous soulignerons deux articles. L'article 9 définit comme objectif la création de conditions cadre pour la mise en place d'un système de management environnemental au sein de l'administration. L'article 10 traite de l'élaboration et de la diffusion d'indicateurs du développement durable reconnus. A la lecture de ces articles, nous serions tentés d'y déceler un manque de diffusion d'une approche durable à l'ensemble de la population et des commerçants. Pour ce qui est des entreprises, c'est le Service cantonal du développement durable qui, au travers de ses propositions encourage les acteurs commerciaux à opter pour une gestion durable de leurs activités. Ce n'est qu'avec la nouvelle version⁶ de la loi Agenda21 que de nouveaux objectifs, intégrateurs de la population et des entreprises, seront entérinés.

4 Un agenda21 pour Genève, Rapport de synthèse.

5 Loi sur l'action publique en vue d'un développement durable (A 2 60).

6 Projet de loi (PL 8786) du 19 août 2002.

Voici l'élément nouveau qui permettra notamment à l'Etat d'obtenir une légitimité quant à la propagation de la conception durable du développement :

- **Art. 11A Information et promotion**

L'Etat contribue à l'information de la société civile en matière de développement durable et promeut l'intégration de ses principes au quotidien.

4.1 Le Service cantonal du développement durable & le Conseil du développement durable

Créé en 2001, le Service cantonale du développement durable (ou SCDD) est en charge du pilotage de l'Agenda21. Composé de six collaborateurs, ce service promeut le développement durable au niveau cantonal et par conséquent, travaille étroitement avec les communes genevoises, les administrations fédérales et cantonales, diverses associations, des ONG ainsi qu'avec certaines organisations internationales. Le SCDD travaille également avec un acteur important du développement durable à Genève qui est le Conseil du développement durable. Rattaché au département de l'économie et de la santé, ce conseil est composé de représentants des milieux économiques, d'associations de protection de l'environnement et d'organismes actifs dans le domaine social. Son champ d'application est délimité par le Règlement du conseil du développement durable (RCDD)⁷. En substance, cette instance consultative exerce ses compétences, afin de favoriser la motivation et la participation de la société civile dans la perspective d'une approche dite de développement durable.

4.2 Comité interdépartemental Agenda21

Un troisième acteur direct du développement durable est le comité interdépartemental Agenda21 qui veille à la mise en œuvre de l'Agenda21 au niveau cantonal. Il travaille en collaboration avec le conseil du développement durable. Précisons ici que ce comité a activement participé à l'élaboration d'indicateurs du développement durable, au « Guide pratique de l'Agenda21 », au classeur de propositions « PME et développement durable » et enfin au guide « Pour une consommation responsable : faire ses achats avec les principes du développement durable ».

⁷ Rapport d'évaluation 2001-2002 du Conseil d'Etat sur la mise en œuvre de la stratégie en vue d'un développement durable.

5. Une démarche durable pour les entreprises

Après avoir fait un tour d'horizon des thèmes et des acteurs de cette thématique environnementale, il s'agit maintenant d'étudier les possibilités qu'il existe pour les entreprises, de pouvoir développer leurs activités tout en respectant le principe du développement durable. Il existe une littérature abondante sur les gestes, les attitudes, les types d'organisations ainsi que sur les aspects éthiques à adopter si l'on souhaite faire accorder développement économique et développement durable.

Cette abondance de littérature sur ces gestes du quotidien à adopter sensibilise progressivement les individus sur l'importance de faire accorder les besoins humains avec les capacités de notre environnement. Il existe à l'heure actuelle une seule norme internationalement reconnue dans le domaine de la certification environnementale et c'est la norme ISO 14001-04. Cette norme a pour but d'aider les organisations, au travers d'un système de management environnemental, à améliorer leurs performances environnementales et ce sans impacter négativement les résultats. Les entreprises qui ont un intérêt particulier peuvent démontrer leur conscience environnementale en se préparant à une certification ISO 14001, qui reste un projet ambitieux.

Il est essentiel aujourd'hui pour les TPE de jouer la carte de la transparence. L'on exige toujours plus de visibilité de la part des grandes entreprises et les TPE doivent se préparer et s'adapter à cette modification, afin de ne pas risquer d'être mal perçue par l'opinion publique. Comme l'affirme Philippe de Woot, en parlant de la nécessité de transparence pour les entreprises, « Il y a là une culture nouvelle pour l'entreprise qui se veut responsable, c'est-à-dire qui accepte de rendre compte de ses actions et pas seulement de ses finances. C'est une évolution considérable dans laquelle les entreprises les plus éclairées se sont engagées depuis quelques années » (WOOT, 2005, p.153).

5.1 Les outils

Nous allons brièvement expliciter les outils à disposition des entreprises actives dans le secteur de la restauration et du commerce de détail qui permettent de témoigner de la sensibilité de ces dernières, pour ce qui est de la préservation de l'environnement.

5.1.1 Un Système de Management Environnemental (SME)

Comme le précise très bien David Fiorucci, dans son avant propos pour le livre du professeur Paolo Barachini intitulé, « Guide à la mise en place du management environnemental en entreprise selon ISO 14001 », « l'économie est entrée dans une nouvelle phase, où la performance économique durable est considérée comme : un avantage global de compétitivité, un catalyseur pour l'innovation, un chemin pour conquérir de nouveaux marchés et définir de nouvelles possibilités de financement » (Fiorucci David, 2007, p. XV).

Selon lui, les clients deviennent de plus en plus exigeants pour ce qui à trait à l'environnement. Dès lors, ils désirent que les produits et services soient réalisés par les entreprises dans un cadre respectueux du patrimoine environnemental et social. Cette observation, qui semble être devenue une tendance forte aujourd'hui est une approche que nous soutenons et que nous traiterons plus loin dans ce travail. Un système de management environnemental est, comme son nom l'indique, un système de management qui a pour but de diminuer les risques environnementaux (anticipations, impacts, conséquences et mesures), d'optimiser le fonctionnement interne, d'avoir une meilleure vision des procédures et des processus, d'augmenter l'implication du personnel et de réduire les coûts liés à la mise en conformité légale. La mise en place d'un SME sous-entend également l'implantation de stratégies durables⁸ qui permettront l'avènement de nouvelles opportunités, ainsi qu'un meilleur résultat pour l'entreprise.

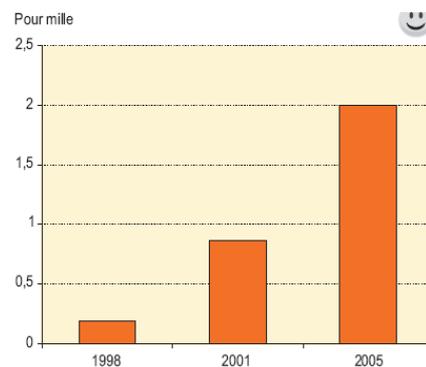
Le principe du SME se calque sur le concept de la roue de Deming⁹ (Plan, Do, Check, Act). Autrement dit, l'entreprise doit s'engager dans un processus d'amélioration continue et ceci, indéfiniment. Le choix d'un SME pour une entreprise ne peut donc se faire avec une vision statique de ses efforts. L'objectif de cette partie est de décrire la complexité de la démarche environnementale et d'en comprendre son fonctionnement.

⁸ FIORUCCI, David. Guide à la mise en place du management environnemental en entreprise ISO 14001, Lausanne, 2007.

⁹ Voir annexe 1

Selon l'Office cantonal de la statistique (OCSTAT), la proportion d'entreprises certifiées ISO 14001 à Genève est, malgré une augmentation significative, relativement faible. Considérant le nombre important d'entreprises à Genève, un taux de deux pour mille traduit bien la marge de progression encore réalisable pour un tel modèle de management. Implanter un SME nécessite de respecter une marche à suivre relativement longue qui se déroule en quatre étapes :

Figure 2
Proportion des entreprises certifiées ISO 14001 à Genève



Source : Indicateurs du développement durable pour le canton de Genève, page 47

5.1.1.1 Etape 1 : Préparation

La première étape à suivre est celle du recueil et de la gestion des informations. L'entreprise doit réaliser une collecte exhaustive des documents à caractère environnemental qui méritent d'être analysés et qui peuvent être utiles pour le SME. Ces données sont dites « essentielles » car elles sont une condition à l'obtention de la certification (vérification par les auditeurs externes lors de la certification). Ces documents peuvent être tant internes (mesures, statistiques, diverses études liées à l'environnement, etc.) qu'externes (permis d'exploitation, vérifications officielles concernant les installations, audits effectués, etc.).

Il s'agit ensuite, de prendre contact avec des acteurs concernés et actifs dans cette thématique. L'objectif ici est d'obtenir des conseils et des aides. Nous pourrions ici proposer à titre d'exemple quelques interlocuteurs potentiels :

- **Les autorités cantonales et communales** chargées de la protection de l'environnement
Objectif : obtenir un interlocuteur qui suivra l'entreprise dans les différentes étapes de sa démarche.
- **L'organisme de certification**
Objectif : préciser la marche à suivre pour la certification et s'accommoder sur le calendrier
- **Les associations dites environnementales** pouvant offrir des informations ou des contacts utiles

Enfin pour clôturer cette première étape, il s'agit de rédiger la politique environnementale. C'est également une exigence de la norme ISO 14001. C'est la direction qui est chargée de la rédiger. Selon Paolo Barrachini, la politique environnementale représente « le référentiel interne pour toute activité de l'entreprise touchant à la gestion environnementale » (BARACCHINI, 2007, p.61). Plus concrètement, il s'agit de rédiger un document qui comporte un engagement d'amélioration continue de prévention de la pollution et d'un engagement au respect des exigences légales.

5.1.1.2 Etape 2 : Connaître les paramètres environnementaux et planifier l'amélioration¹⁰

Cette deuxième partie se déroule en quatre étapes : **1)** Identification et gestion des obligations légales – **2)** Identification des AES (aspects environnementaux et impacts significatifs) – **3)** Planification des actions d'améliorations – **4)** Etablissement d'un programme environnemental (PE)

La norme ISO 14001 exige une connaissance et une gestion dans le temps des paramètres légaux. Cela signifie que l'entreprise doit connaître les textes de lois qui ont un impact direct avec son activité. De plus, la norme demande à un responsable de l'entreprise de diffuser ces informations auprès des collaborateurs concernés. Pour connaître les impacts de l'entreprise sur l'environnement, cette dernière se doit, tout d'abord, de les identifier et de les documenter. Et parmi ceux-ci, elle doit également déterminer avec précision les aspects dits « significatifs ». Ces derniers devront ensuite être maîtrisés. « Effectuer l'analyse environnementale peut s'avérer être une activité difficile, du moins au début, quand on n'est pas familiarisé avec cette approche » (BARACCHINI, 2007, p.88).

L'avant dernière étape s'attèle à la planification des actions d'améliorations pour **tous** les aspects environnementaux significatifs. L'entreprise doit donc maîtriser ces aspects soit par la définition d'objectifs permettant de les réduire, par la surveillance et le mesurage soit par la formation du personnel. Enfin, pour satisfaire aux exigences de la norme, l'entreprise doit rédiger un programme de management environnemental qui documente plus amplement les activités d'améliorations. Il peut être comparé à un plan d'action qui formalise les décisions prises par la direction pour réduire ses impacts.

¹⁰ BARACCHINI Paolo, Guide à la mise en place du management environnemental en entreprise ISO 14001, Lausanne, 2007.

5.1.1.3 Etape 3 : appliquer le système de management environnemental

Après avoir défini les programmes d'action et d'amélioration, le SME doit devenir opérationnel. Il convient de le tester, de gérer les écarts et de faire les modifications nécessaires.

Précédemment à une opération de certification, le SME doit prendre vie dans l'entreprise afin de pouvoir déterminer le degré de maîtrise des éléments. Le test du SME doit porter sur tous les aspects mentionnés précédemment, à savoir la gestion de la documentation, la connaissance des textes légaux, le déploiement d'indicateurs de performance, la gestion opérationnelle des objectifs et des cibles d'amélioration.

5.1.1.4 Etape 4 : la certification et la gestion de celle-ci

Dans la dernière partie de la démarche environnementale, c'est la préparation à l'audit de certification qu'il s'agit de considérer. Cette étape se développe au travers des points suivants :

Audits internes : La norme exige de réaliser périodiquement des audits internes selon le référentiel et les objectifs de l'organisation.

Revue de direction : Il est obligatoire de faire des réunions régulières avec la direction pour faire un point de situation et mettre en place les actions d'amélioration.

Pré-audit: Peu de temps avant la certification, un pré-audit de vérification du SME est fortement recommandé mais son coût peut être relativement élevé.

Certification : Deux audits sont nécessaires pour obtenir la certification. Le premier teste essentiellement la pertinence de l'analyse environnemental alors que le deuxième vérifie la cohérence, le degré d'implantation ou encore l'efficacité du système.

Après la certification, l'entreprise ne doit pas baisser le degré d'effort car l'obtention n'est pas définitive. Tous les trois ans, un audit de surveillance annuelle doit être effectué.

5.1.2 Le SME, un processus d'efforts continu

Au travers de cette description non exhaustive de la marche à suivre pour l'implantation d'un système de management environnemental, nous pouvons nous rendre compte à quel point il peut être compliqué tant sur le plan organisationnel

qu'émotionnel (motivation des collaborateurs) de bien identifier et d'acquérir une maîtrise de ses aspects environnementaux.

Un tel projet peut être une source d'apport considérable en termes de valeur ajoutée à l'entreprise mais nécessite un certain nombre de compétences au sein de l'établissement qu'il convient de savoir mobiliser en temps utile. La distribution des rôles et responsabilités est essentielle pour l'établissement d'un SME et la direction devient un acteur majeur à la dynamique du projet.

5.1.3 Coûts et cible du SME

Il semble donc clair que réussir à développer un tel système de management au sein de l'entreprise est non seulement source de satisfaction pour l'entreprise elle-même, qui parvient à concrétiser un projet d'envergure axé sur la préservation de l'environnement mais c'est également une source d'opportunité de renforcer son lien avec ses parties prenantes et d'être en phase avec la tendance actuelle.

Cependant, mettre en place un SME requiert un certain nombre d'éléments de compétences clés à « posséder » au sein de l'entreprise. Une organisation interne très formalisée et un engouement de tous les collaborateurs sont des pré-requis minimaux. Il n'est pas donné à toutes les entreprises de pouvoir respecter une telle marche à suivre et de répondre à toutes les exigences de la norme. Les TPE semblent donc être exclues dans la conception qui a été faite de cette norme ISO 14001. En effet, il est très difficile d'envisager pour une très petite entreprise de moins de dix collaborateurs de mettre en place un SME sachant qu'elle manque cruellement des compétences nécessaires et de temps à disposition. De plus, la structure souvent aplatie de sa hiérarchie nécessiterait pour certains collaborateurs de devoir cumuler plusieurs responsabilités lors de l'attribution des rôles pour la mise en place du système.

Enfin, l'organisation de la certification engendre des coûts qui peuvent être très lourds pour une TPE (annexe 2). Une estimation réalisée en 2001 affirme que le coût de mise en place est de 5400 CHF par employé. La cible visée par la norme ISO 14001 SME s'avère donc être principalement les PME ayant des impacts environnementaux significatifs et les entreprises de plus grande envergure. Il est évident que les TPE des secteurs concernés, de part leurs activités, ont un poids environnemental bien moindre et qu'une structure aussi complexe que la norme ISO 14001 n'a que peu de sens pour ces dernières.

5.1.4 Les labels écologiques

Un outil existant pour les entreprises souhaitant intégrer le concept de durabilité dans leur gestion des affaires est celle des écolabels. En effet, il existe aujourd'hui une multitude de labels écologiques qui informent le consommateur sur la provenance (label de traçabilité), le respect d'une certaine méthodologie de production, le cycle de vie des produits, la consommation énergétique ou encore sur le respect de normes sociales reconnues. Ces labels dits écologiques ou sociales sont très nombreux et il se crée régulièrement des écolabels dans chaque pays. Certains sont reconnus internationalement. Voici ceux que l'on pourrait considérer dans le cadre de ce travail :

5.1.4.1 L'écolabel européen

Créée en 1992, par la Commission européenne, ce label a pour but d'aider les consommateurs à distinguer des produits plus respectueux de l'environnement notamment avec des garanties sur leur efficacité. Il est basé sur la volonté personnelle des producteurs de vouloir faire « labéliser » leurs produits et requiert un haut niveau d'exigences quant à l'obtention de l'accréditation.



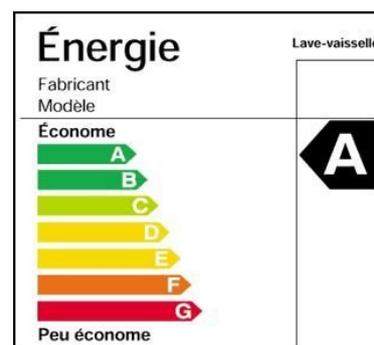
Source : ecolabel.fr

Il est possible d'obtenir le label tant pour les produits (hors produits alimentaires, boissons, produits pharmaceutiques et appareils médicaux) que pour les services. Pour ce qui est de cette dernière catégorie, il est intéressant de souligner qu'il s'agit essentiellement des services d'hébergements touristiques. En ce qui concerne les critères d'obtention, ils couvrent l'ensemble du cycle de vie des produits, depuis la sélection des matières jusqu'au recyclage de ces derniers. Le processus de labellisation est relativement long et les critères sont souvent difficiles à remplir. Selon un rapport final sur les labels sociaux, l'écolabel européen ne s'est pas encore imposé sur le marché. Le nombre réduit de produits labélisés n'a pas permis à ce dernier de développer une notoriété importante. Seulement 12% des sondés au Royaume-Uni reconnaissent ce logo. En Suisse, les producteurs ou prestataires de services ayant obtenu ce label ne sont pas nombreux, on pourra citer en exemple le « Ferienart resort & SPA »¹¹ qui est un établissement de soin ou encore « Panolin » qui est un producteur de lubrifiants.

¹¹ LABEL ECOLOGIQUE EUROPEEN. Eco-label, <http://www.eco-label.com/french/>, consulté le 25 mars 2010

5.1.4.2 Etiquette Energie

Ce label d'information a également été créé par la Commission européenne¹². Obligatoire pour certains types d'appareil, il indique la performance énergétique du produit selon une échelle allant de A (le plus efficient) à G (gourmand). Très répandu auprès des appareils électroménagers (réfrigérateurs, congélateurs, lave-linge, etc.) et des ampoules d'éclairage, il permet donc aux consommateurs de faire



Source : def175-1.scola.ac-paris.f

un choix de produits, tout en connaissant leur degré d'efficacité. Les professionnels de l'immobilier utilisent de plus en plus cet indicateur lors de la vente de biens immobiliers car il représente un avantage marketing considérable pour les propriétaires.

5.1.4.3 Le label MINERGIE®¹³

Ce label est destiné aux bâtiments neufs ou « rénovés » et aux produits d'informations qui respectent des valeurs de référence en matière de



Source : pignon-vert.ch

consommation d'énergie. Des standards nationaux sont établis et les établissements immobiliers désirant une labellisation MINERGIE®, doivent satisfaire à ces critères qui sont pour l'essentiel déterminé par les normes SIA¹⁴. Un bâtiment labellisé MINERGIE® signifie que ce dernier satisfait aux exigences du « confort d'habitat et de travail pour les usagers du bâtiment »¹⁵ grâce à son enveloppe de construction qui permet une consommation d'énergie optimisée. Le label n'est pas délivré pour une durée indéfinie et le renouvellement de celui-ci se réalise tous les cinq ans¹⁶ considérant qu'il ne s'effectue aucune modernisation durant cette période. MINERGIE® se définit comme un label de qualité et jouit d'un soutien fort de la part des institutions et des agents économiques (maîtres d'ouvrage, architectes,

¹² OFFICE FEDERAL DE L'ENERGIE. L'étiquette Energie <http://www.bfe.admin.ch/energieetikette/index.html?lang=fr>, consulté le 25 mars 2010.

¹³ LABEL MINERGIE, <http://www.minergie.ch/das-wichtigste.html>, consulté le 30 mars 2010.

¹⁴ Institut responsable de collecter les normes en matière de construction.

¹⁵ LABEL MINERGIE. Minergie l'essentiel, <http://www.minergie.ch/das-wichtigste.html>, consulté le 04 avril 2010.

¹⁶ Règlement d'utilisation de la marque de qualité MINERGIE, page 4.

prestataires de services, etc.). Enfin, il existe également le label MINERGIE®-P¹⁷ qui requiert des exigences plus sévères en termes de conception des bâtiments.

5.1.4.4 Le certificat énergétique cantonal des bâtiments (CECB®)



Source : cecb.ch

Le certificat énergétique cantonal des bâtiments évalue, sur la base de la consommation énergétique effective, les immeubles d'habitation, les bâtiments d'administration et les écoles. Il permet de positionner l'immobilisation sur un modèle de classification reprenant l'échelle de l'étiquette énergie (A à G). En plus d'évaluer les besoins énergétiques, le certificat fournit des indications quant aux améliorations d'infrastructures possibles.

Il existe, au-delà des labels et certificats présentés ici, une pléthore de ces derniers qui, au travers de l'information qu'ils fournissent et des exigences qu'ils supposent, améliore la consommation et réduit, au tant que faire ce peu, l'empreinte écologique. Tant l'agriculture biologique, l'exploitation durable des forêts, que le commerce équitable sont des thèmes que les écolabels abordent.

La thématique des labels écologiques est traitée dans cette partie car elle permet à l'entreprise tant la multinationale que la TPE de pouvoir « agir » indirectement sur son empreinte environnementale en sélectionnant une série de produits possédant ces types de labels (hormis pour les labels MINERGIE® et le certificat CECB® pour les établissements déjà implantés). Même si ces mesures peuvent être considérées par d'aucuns comme « dérisoires », il s'agit ici de privilégier l'apport que peuvent avoir des produits labélisés pour les très petites entreprises du canton et leurs retombés sur les différentes catégories de la société civile. En effet, les labels sont un moyen d'expression tant pour le consommateur que pour l'exploitant.

Il existe différentes formes de labels. Le label **attribué à un produit** est celui que l'on connaît le plus souvent et qui est essentiellement là pour fournir une information à l'acquéreur quant aux origines des matériaux et aux processus de fabrication. La deuxième forme de label, qui est la moins connue, est celle **attribuée aux entreprises**. Il n'existe à



Source : display-ampaign.org

¹⁷ MINERGIE – Minergie-P, <http://www.minergie.ch/standard-minergie-p-fr.html>, consulté le 04 avril 2010.

Genève que le label européen Display®¹⁸ qui informe ouvertement sur l'état de consommation énergétique des bâtiments non résidentiels. Display® est le fruit d'une initiative volontaire conçu par des experts en énergies de différentes villes européennes. L'intérêt de ce label est qu'il communique directement sur l'état de consommation énergétique du bâtiment. Autrement dit, c'est la « prestation » énergétique même de ce dernier qui est mesurée, évaluée et affichée.

5.1.5 Le classeur « PME et développement durable »

Il aura fallu attendre l'année 2003 pour voir naître le classeur des propositions pratiques pour les PME dont le but premier est de donner des conseils, d'apporter des outils concrets et de sensibiliser les entreprises sur le rôle qu'elles ont à jouer au sein du tissu économique-social. Ce classeur de propositions et de conseils, se verra synthétisé dans un guide dénommé « Quelques propositions d'actions pour les PME ». Ce dernier, plus léger que le classeur qui ne dénombre pas moins de 290 pages, permettra de donner aux entreprises un aperçu des méthodes durables qu'elles peuvent appliquer dans leurs entreprises.

Ce guide dénombre une trentaine de fiches qui abordent une partie importante des aspects du développement durable. Ces dernières sont regroupées par thèmes (normes de conduite, normes sociales et humaines, communication, santé, sécurité et dimensions environnementales). Un questionnaire sur le site du SCDD, reprenant certains points du guide permet d'évaluer la démarche durable de l'entreprise. A la fin du questionnaire, une synthèse des points à améliorer est disponible et des liens internet renvoient sur certaines fiches en particulier. Selon Giancarlo Coppetti (entretien du 29 avril), alors responsable du SCDD, le questionnaire n'est pas suffisamment visible pour les entreprises qui n'en connaissent pas toujours l'existence.

C'est le Service cantonal du développement durable qui fut chargé de la coordination et de la gestion du projet. Cela dit, cet aboutissement a été possible grâce à la un groupe de travail constitué des représentants de milieux professionnels, de différents services de l'Etat ainsi que d'associations faitières.

En parcourant ce guide, l'on se rend compte du potentiel des PME à pouvoir agir sur leur environnement tout du moins sur leurs impacts. La multitude de conseils

¹⁸ DISPLAY®, <http://www.display-campaign.org/>, consulté le 06 avril 2010.

encourage vivement l'entreprise à opter pour une gestion durable et tente de l'accompagner en lui fournissant des documents prêts, téléchargeables sur le site de l'Etat (tableaux Excel essentiellement). L'approche concrète est très appréciable et l'avantage singulier de ces documents est celui de fournir à l'entrepreneur une série d'outils pré-formatés dont il peut faire usage très facilement. En outre, il est possible à ce dernier de contacter un service de l'Etat pour l'aider en cas de problèmes ou de questions.

En 2004 et 2005, un projet pilote fut lancé par le Service cantonal du développement durable. Il était alors question de proposer à quelques PME genevoises un soutien spécialisé afin de faire un point de situation sur leurs performances environnementales et de proposer, à l'aide du guide développé, un plan d'actions. La démarche a débuté par une série d'entretiens (trois au total) représentant entre 6 à 8 heures. Les PME ont été invitées à remplir un questionnaire afin d'identifier leurs forces et leurs faiblesses. En se basant sur ce diagnostic, le mandataire spécialisé a remis à chaque responsable un rapport synthétisant les points forts et faibles de l'entreprise.

Enfin, un programme d'actions simple et concret, assorti d'un plan d'échéanciers, d'objectifs et d'indicateurs de suivi, fut proposé. Cette démarche « coup de pouce »¹⁹ aurait selon, les responsables du projet, été un élément déclencheur de l'engagement de certaines PME dans la voie du développement durable. Cependant, ce déclencheur ne semble pas toujours être possible sans l'intervention d'un mandataire spécialisé. Considérant cette expérience pilote comme un test et non comme une réplique parfaite de la réalité, il semble difficile de parvenir à trouver une motivation permettant l'engagement des PME. En effet, celles-ci ne peuvent et ne veulent pas toutes s'offrir les services d'un mandataire. Un des biais à l'application réussie du guide serait cette aide externe de la part du mandataire.

Enfin, sachant qu'il est même difficile pour des PME de trouver une motivation à l'implantation d'une gestion durable sans l'intervention d'un tiers, il semble d'autant plus improbable d'espérer un tel engagement de la part des TPE.

5.1.5.1 De la nécessité de créer un nouvel outil pour les TPE

Au vu des éléments précédents, il semble clair qu'il n'existe pas de solution adaptée à la taille réduite des TPE des secteurs considérés. Les différents outils présentés ici ne

¹⁹ Développement durable. Les PME passent à l'action, 2005, page 4.

sont pas tous inadaptés, au contraire, mais ils manquent d'attraits directs et de séduction qui se traduisent par une perte d'intérêt de la part des entrepreneurs.

Figure 3
Critères de décision à l'implantation d'une gestion durable

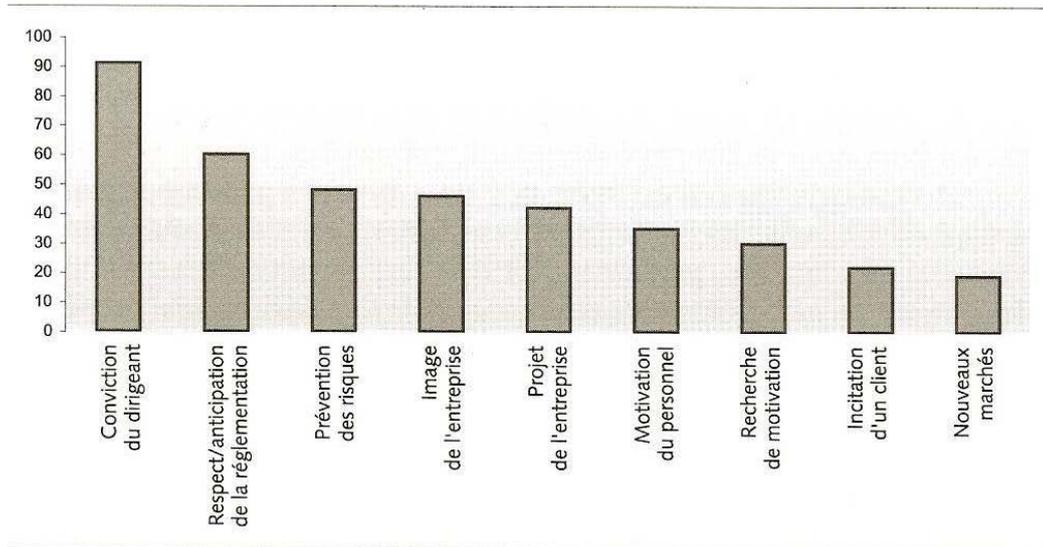


Figure 1. Critères de décision dans les PME/PMI

Source : Gestion du développement durable en entreprise, p.10

Par comparaison à la situation suisse, les entreprises françaises de type PME/PMI sont également dubitatives à l'idée d'entreprendre une démarche de développement durable. Selon les résultats d'une enquête²⁰ française, près de la moitié des sondés pensent que la mise en place d'une démarche durable est génératrice de surcoûts en termes d'investissement et/ou de fonctionnement. Comme le montre le tableau²¹ ci-dessus, les principaux éléments motivateurs à une démarche durable pour les PME/PMI françaises sont la **conviction du dirigeant**, **l'anticipation de la réglementation** et **la prévention des risques**. En revanche les freins sont essentiellement **le manque de temps** et de **moyens humains** (compétences).

²⁰ CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE. La prise en compte du Développement durable et de la Responsabilité sociétale de l'Entreprise par les PME/PMI, Résultats d'enquête, France, 2006.

²¹ COSTA NATHALIE. Gestion du développement durable en entreprise, page 10, 2008.

Figure 4

Freins à la démarche de développement durable

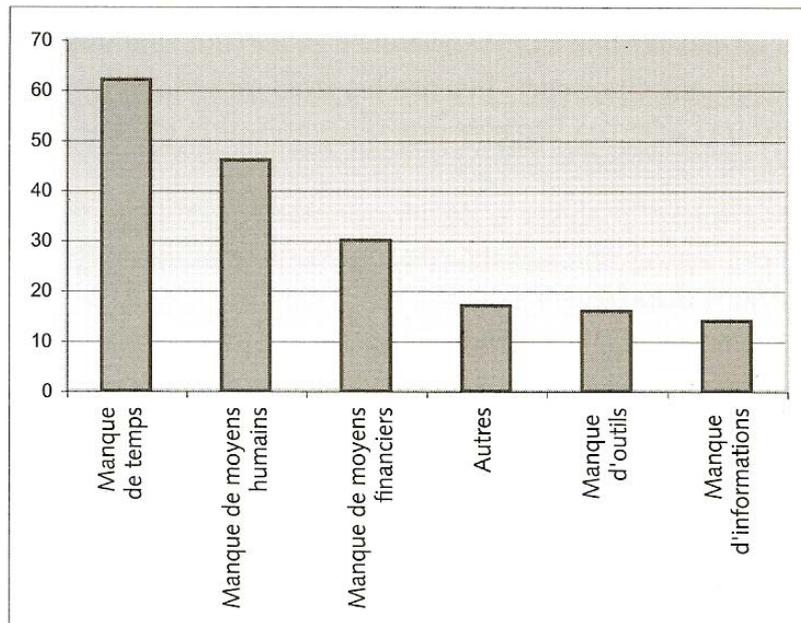


Figure 3. Les freins à la démarche de développement durable

Source : Gestion du développement durable en entreprise, p.11

Une solution aussi précise que le SME semble donc difficilement envisageable pour une entreprise qui ne possède pas les ressources suffisantes à consacrer à un tel projet. Il est à préciser également qu'un système de management environnemental semble disproportionné à la taille des entreprises que nous considérons ici (moins de 10 employés). Les labels sont intéressants dans leur fonctionnement car ils n'obligent pas une trop grande gestion. Ils servent d'informateurs auprès du consommateur et traduisent dans une moindre mesure, l'état de conscience de l'établissement. Cependant, un label de type produit n'est visible que si le client porte une attention sur ce dernier et s'il est suffisamment curieux et/ou informé pour en connaître son champ d'application. Le manque de connaissance des produits et des enjeux des différents labels conjugués à un effort nécessaire important pour trouver l'information, sont les principaux points faibles de ces marquages indicatifs. De plus, pour les entreprises du secteur de la restauration, il est difficile de démontrer, sans une communication explicite, les efforts réalisés dans l'approvisionnement des produits.

Enfin, un écolabel de type produit ne donne que très peu d'informations sur le degré de « conscience écologique » de l'établissement même. Proposer des produits labélisés ne permet pas d'affirmer avec certitude que le commerce est conscient de son propre impact environnemental. Concernant le guide pour les PME, il a l'avantage d'être simple, clair et exhaustif. Même si il ne peut se comparer à un SME, ces fiches

techniques fournissent une information que les entrepreneurs peuvent directement utiliser. Le problème réside dans sa difficulté à pénétrer les PME et encore plus les TPE. Comme le disait Alexandre Epalle, ancien responsable du Service cantonal du développement durable à Genève et chargé de la coordination du projet pour l'élaboration du guide, lors d'un symposium²², « les TPE sont conscientes de leurs impacts environnementaux mais quand on leur apporte le classeur « PME et développement durable » qui fait plusieurs centaines de pages, les entrepreneurs le prennent et le range directement ». Cette affirmation traduit bien la difficulté pour l'ouvrage d'approcher et par conséquent de déployer son efficacité, sans effrayer les commerçants. Néanmoins, le guide est un outil très pertinent et l'enjeu pour ce dernier est de combler ses faiblesses. Les TPE manquent d'intérêts directs pour l'application des conseils du guide car elles n'arrivent pas à mesurer les bénéfices que cela pourraient leur apporter et ne réussissent par conséquent pas, à se motiver elles-mêmes. Elles sont amenées à penser que ces mesures d'amélioration ne représentent pas les facteurs clés de succès de leur industrie.

C'est au regard de l'état de situation que nous avons décidé de proposer un outil d'information pour les TPE du secteur de la restauration et du commerce de détail qui comblent en partie les faiblesses des outils précités. Cet outil prendra la forme d'un écolabel d'information de type entreprise (basé sur la gestion du commerce) qui regroupera différents paramètres environnementaux.

Concevoir un label est une opération délicate car elle suppose de définir un système de labellisation qui règle les questions des codes et des procédures à respecter, des critères d'octroi et de retraits ainsi que des possibilités d'utilisations du label²³. Nous tenterons dans la suite de ce travail de traiter de ces différents éléments.

²² Symposium HEG 2009, thème : Management durable – Stratégie et outils pour les PME et administrations.

²³ Conseil fédéral. Rapport : Mise en œuvre de la stratégie du Conseil fédéral sur le développement durable, mesure 6 « Reconnaissance et promotion des labels », 2002.

6. Conception d'un écolabel d'information

6.1 Un besoin d'informer et de motiver

Le label d'information que nous allons développer a pour vocation première d'informer le client et les parties intéressées sur l'état de conscience et d'effort du commerçant. Comme nous l'avons vu précédemment, il est admis aujourd'hui que les clients développent une conscience environnementale progressive qu'ils souhaitent intégrer lors de leurs achats. Certains médias, critiques et spécialistes ont suffisamment pointé du doigt le fonctionnement pernicieux de notre société dite d'hyperconsommation pour que l'on se sente coupable, de l'impact de notre niveau de vie.

Pour pouvoir informer le client, nous devons tout d'abord connaître les éléments qu'il serait intéressant d'intégrer, considérant que ces derniers doivent pouvoir être commun à toutes les entreprises d'un même secteur (restauration et commerce de détail). Les labels écologiques ou sociaux ne peuvent être utiles que « ...s'ils répondent aux besoins et aux préoccupations de leur public, des intermédiaires commerciaux et des bénéficiaires prévus, ou qu'ils ne vont pas directement à leur rencontre » (ZADEK, LINGAYAH, FORSTATER, 1998, p.56). C'est notamment au travers d'entretiens avec des responsables d'établissement que nous avons développé des idées de paramètres qu'intégrerait le label.

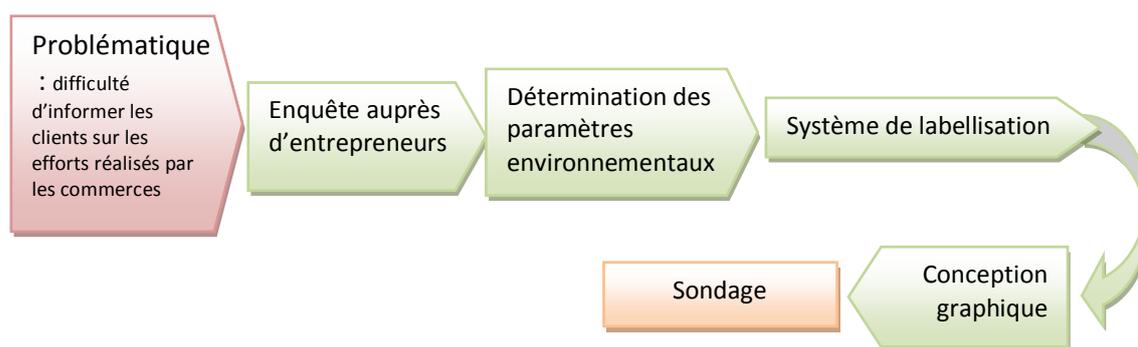
Le label devait également établir des critères d'octroi qui soient applicables pour chaque secteur et pour lesquelles des éléments de certification soient mesurables et vérifiables. Enfin, notre concept ne doit pas oublier à qui il s'adresse et considérer les contraintes de temps, de complexité et de compétences faisant parfois défaut dans certaines TPE. Notre conception doit avoir une approche simple pour l'adhérent car il doit être un élément motivateur à vouloir approfondir sa démarche durable en appliquant par exemple, plus largement les conseils du guide élaboré par l'Etat²⁴. Un des enjeux implicite du label est celui d'être une passerelle vers une gestion plus conséquente du développement durable.

²⁴ « PME et développement durable ».

6.2 Méthodologie de conception du label

La conception d'un label d'information nécessite de passer par de nombreuses étapes comme cité précédemment. Afin de permettre une meilleure compréhension, nous avons décidé de schématiser ces dernières avant de les expliquer.

Figure 5
Schéma méthodologique



6.2.1 Enquête auprès d'entrepreneurs

Dans un premier temps nous avons entrepris une série d'entretiens avec des commerçants du secteur de la restauration et du commerce de détail. Nous limitons notre analyse à ces deux secteurs sachant que la méthodologie est relativement similaire pour le secteur des services.

Nous avons interrogé dix responsables d'établissement. Ces entretiens se sont fait en suivant le questionnaire présenté en annexe²⁵. Le but de ces entretiens était de faire participer les acteurs les plus concernés à la réalisation du label. Pour ce faire, nous avons posé une série de questions ouvertes liées à l'environnement ainsi qu'aux impacts que peuvent avoir leur entreprise. Nous avons également tenu à savoir quels seraient selon eux les éléments dont il faudrait tenir compte pour réaliser un outil applicable. Toutes les entreprises interrogées sont établies dans le canton de Genève, 7 font partie du secteur de la restauration et 3 du secteur de la distribution (commerce de produits alimentaires et commerce de mobiliers). Il est important ici de souligner d'une part, le manque de temps manifeste de ces entrepreneurs et d'autre part, le manque de vision stratégique. Il ne s'agit pas ici de porter un jugement de valeur mais

²⁵

Annexe 3

de permettre au lecteur d'intégrer ces éléments comme des faits d'observations et non comme un jugement. Nous avons découvert qu'une majorité des sondés était consciente du rôle environnemental que pouvait jouer leur entreprise et ils s'accordent à considérer l'environnement comme étant un élément important malgré la taille réduite de leurs activités. Cette observation nous conforte dans la pertinence de créer un outil environnemental sachant que ce thème reçoit un écho positif.

Même si la tendance à l'optimisation des consommations est présente, les motivations restent avant tout celle des coûts et pas celle de l'impact environnemental. Cet aspect permet de constater que ces entreprises ne sont dans l'angélisme quand il s'agit de parler de démarche durable et leur situation délicate pour certaines, les force à rester dans une approche purement financière.

Selon certains sondés, les clients semblent ne pas intégrer l'aspect écologique, tout du moins, celle de la consommation de l'établissement, quand il s'agit de passer à l'achat. Cela peut s'expliquer simplement par le manque d'information disponible à ce sujet. Nous comprenons tout à fait cet état de fait et pensons que lorsque l'information sera accessible et reconnue, l'intérêt des clients se développera. Les clients de ces établissements souhaitent avant tout acquérir un bien ou bénéficier d'une prestation mais une indication supplémentaire sur les efforts réalisés peuvent faire partie des services additionnels. L'image dont peut bénéficier le commerce de ces efforts de transparence, pourra susciter l'attrait des consommateurs selon certains responsables. Les informations fournies dans le cadre du label porteront d'une part leurs fruits directement pour les prospects passant devant la vitrine et permettront d'autre part, de remodeler l'image et la perception de l'établissement à court et moyen terme.

Dans une perspective d'informer leurs clients, les établissements opteraient pour une affiche d'information interne. Ce moyen d'expression a souvent été plébiscité par sa simplicité et l'apport potentiel qu'il permet. Le bouche à oreille est également un moyen de communiquer qui a trouvé ses adeptes car il offre une forte crédibilité et ne coûte quasiment rien. Ne dit-on pas que les meilleurs ambassadeurs des entreprises sont leurs clients ?

D'après nos entretiens, les paramètres environnementaux les plus à même de pouvoir figurer sur le label sont la **consommation d'électricité** (secteur de la restauration et du détail), la **consommation d'eau** (secteur de la restauration) et la **gestion des déchets** (secteur de la restauration et du détail). Des aspects sociaux ont également

été énoncés comme la gestion du personnel, la politique salariale et les conditions de travail en général. Ces aspects sont communs à tous les établissements et relativement simple à mesurer.

Le **respect des normes légales** (conformité légale), la **volonté du responsable** ou encore le **suivi de la tendance** sont les trois motivations évoquées qui pousseraient un établissement à mettre en place une politique de gestion durable. Cet état de fait est analogue à la situation française. En effet, les mêmes éléments motivateurs sont ressortis. Il convient donc ici de noter l'importance du support de l'Etat dans l'établissement et la pénétration d'un label considérant une modification d'ordre légale. Même si cet élément n'a pas été clairement exprimé, nous pensons également que la simplicité d'application et de gestion est un élément majeur pour le succès du label. En effet, certains commerçants considèrent que la gestion de l'environnement n'est de leur ressort et qu'il appartient aux autorités de s'en occuper.

Quand à savoir si les différents commerces étaient en mesure de fournir des valeurs pour les éléments de mesures que sont la consommation électrique et d'eau, l'ensemble des sondés peinent à pouvoir réunir ce type d'information sans devoir retourner leur administration. En ce qui concerne les déchets, une appréciation rapide des méthodes de tri fut possible par l'installation de poubelles séparées notamment. Notre démarche d'enquêteur et notre statut d'étudiant n'a pas suffisamment motivé les établissements à nous fournir des données quantitatives.

Au regard des éléments cités précédemment, il serait donc préférable de concevoir un label d'information qui intègre les paramètres environnementaux précités, qui ne demande pas d'efforts de mesures trop importants et qui ne soit pas chronophage en termes de temps à consacrer à sa gestion. Nous sommes conscients de la difficulté qu'amène notre démarche. Nous voulons apporter un outil qui soit aisément applicable pour des TPE qui peinent à trouver une motivation réelle pour une démarche durable et en même temps qui soit suffisamment compréhensible et complet afin d'attirer l'attention des parties prenantes.

6.2.2 Précision du concept

Il s'agit maintenant de préciser les caractéristiques de notre concept. Comme nous l'avons dit précédemment, notre label aura pour vocation première **d'informer les parties prenantes** (essentiellement les clients) de la consommation d'électricité, d'eau et de la gestion des déchets du commerce (implication du tri). L'écolabel, pour les entreprises certifiées, sera positionné sur la vitrine du commerce afin de permettre tant aux clients qu'aux passants d'obtenir des informations. « A ce jour, il n'existe pas de définition internationale unique de la notion de « label ». Le terme est souvent utilisé comme synonyme de déclaration, marquage, étiquetage, inscription, signe, logo, pictogramme, etc. »²⁶. Dans notre cas, notre proposition s'apparente davantage à la notion de déclaration ou d'étiquetage.

Nous pensons développer deux sources d'information sur la gestion du commerce. La première sera le label de certification apposé sur la vitrine du commerçant. La seconde sera une plateforme internet (site) qui fournira des informations sur les niveaux de consommation d'électricité et d'eau ainsi que sur le tri des déchets. Enfin les engagements responsables que le commerce aura entrepris seront également indiqués. Quatre types d'information seront alors visibles sur le site.

- Les consommations en valeurs absolues
- Les consommations en valeurs relatives (code couleur)
- La progression des consommations depuis l'adhésion
- L'engagement au tri
- Les mesures socialement responsables appliquées

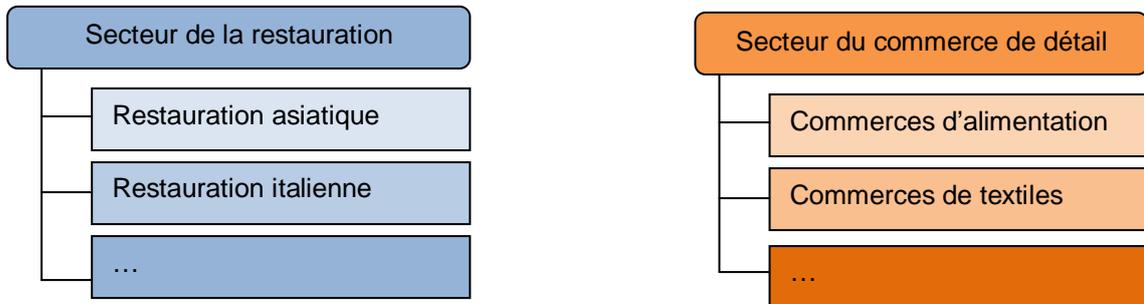
Ces choix s'expliquent par la simplicité de compréhension des informations pour un individu n'ayant pas de connaissances particulières en écologie. Il est reconnu que l'efficacité d'un label se détermine en partie par sa simplicité de compréhension pour les bénéficiaires. Les valeurs absolues indiquées sur le site seront exprimées en unités que la majorité des gens comprennent ce qui permettra une meilleure mesure personnelle du degré de consommation.

Le développement du label est réalisé pour une application auprès des **secteurs** de la restauration et du commerce de détail. Des sous catégories par secteur sont

²⁶ Rapport du Comité interdépartemental de Rio, « Mise en œuvre de la stratégie du Conseil fédéral sur le développement durable, mesure 6 : Reconnaissance et promotion des labels », page 9.

nécessaires pour certifier les entreprises. Il s'agit de ne pas juger de la même manière une pizzeria et un restaurant de sushi. Ces deux types d'établissement n'ont pas les mêmes besoins de consommations ni les mêmes équipements.

Figure 6
Sous-catégories des secteurs



Les mesures se feront directement auprès des établissements par les collaborateurs chargés de la gestion du label. Des auditeurs seront nécessaires pour évaluer le niveau de tri et le respect des engagements ainsi que pour vérifier l'ensemble des locaux dédiés à l'exploitation de chaque commerce.

L'organisme responsable du projet sera chargé de récolter les données des entreprises, d'établir les critères de certification, de réaliser les audits et de délivrer les certifications.

L'application du label doit permettre le déclenchement d'une volonté de la part des commerçants de développer une approche profondément plus durable satisfaisant les trois piliers du développement durable. Les contacts avec les clients et leurs remarques doivent être l'élément primordial à la motivation des entreprises. Nous sommes persuadés que l'élément qui peut améliorer la situation écologique des TPE est l'encouragement et la reconnaissance de la part des parties prenantes. De plus, une gestion efficace des consommations est génératrice de réduction de coûts ce qui est un élément non négligeable.

Les modalités d'adhésion doivent être établies sur la base du volontariat et celles du retrait également. Pour les établissements ne respectant plus les standards de certification ou falsifiant les processus de prises de mesures, la seule sanction envisagée sera celle du retrait du label.

6.2.3 Les paramètres environnementaux

C'est notamment au travers de nos entretiens et par des observations que nous avons déterminé quels aspects environnementaux nous allions finalement prendre en compte. A ce stade du travail, nous avons déjà une idée de la forme graphique qu'allait prendre le label. Cependant, avant de le concevoir définitivement, nous devons tout d'abord nous assurer que les éléments étaient mesurables et que nous pourrions communiquer une information de manière simple. Nous sommes donc arrivés à « sélectionner » trois aspects pertinents pour les parties prenantes, que sont l'eau, l'électricité et le tri des déchets. En effet, ces trois éléments sont connus et même consommés/rejetés par tout le monde ce qui assure une familiarité pour le lecteur. Cette partie du travail s'attèle à définir brièvement les acteurs, les enjeux que représentent ces paramètres ainsi que les éléments de mesure possibles.

6.2.3.1 La gestion de l'eau

A Genève, ce sont les Services Industriels de Genève (SIG) qui sont chargés de gérer l'approvisionnement des habitants du canton. L'eau est l'une des ressources naturelles qui représentera, sans doute, l'un des plus grands enjeux à l'avenir. Tant les citoyens que les entreprises doivent être conscients de l'importance de ne pas gaspiller cette ressource par une consommation inappropriée. Selon le service cantonal de gestion des déchets (GEDEC), « l'eau est la masse la plus importante consommée à Genève, avec 62 millions de m³ »²⁷.

Pour une entreprise du secteur de la restauration, il est possible d'obtenir une mesure de la consommation d'eau au travers des compteurs d'eau installés par les Services Industriels de Genève. Les quantités indiquées par les compteurs représentent, le nombre de mètres cube d'eau chaude et froide utilisées depuis l'installation du compteur (selon entretien téléphonique du 19 mars avec une collaboratrice SIG spécialisée de la facturation).

Nous pouvons dès lors envisager de standardiser notre prise de mesure grâce aux compteurs. Il nous suffirait alors de quantifier la consommation d'eau pour une période déterminée (par exemple pour l'année civile). Pour ne pas devoir attendre une année entière afin de pouvoir établir une valeur correspondante à l'année précédente, il est

²⁷ GEDEC, Ecologie industrielle à Genève : premiers résultats et perspectives, page 21,

possible pour les commerçants de faire une demande auprès des Services Industriels de Genève sur les dernières valeurs affichées lors du relevé de compte annuel.

6.2.3.2 La gestion de l'électricité

En ce qui concerne l'électricité, ce sont également les Services Industriels de Genève qui se chargent d'alimenter en électricité les habitants du canton. La gestion de l'électricité est un enjeu majeur aujourd'hui car sa consommation n'a cessé de croître depuis des décennies. La production d'électricité a un impact sur l'environnement notamment en rejetant des quantités importantes, selon la source de production utilisée, de particules polluantes (CO2 par exemple). Même si la Suisse reste une exception en matière d'émission de gaz à effet de serre grâce à une production hydrologique et nucléaire²⁸, cela ne justifie pas une consommation abusive. La libéralisation du marché de l'électricité pour les gros clients depuis le 01 juillet 2009 et la prévision d'ouverture complète du marché pour les « petits » clients dans environ 5 ans²⁹ relance l'intérêt pour une bonne sélection de son fournisseur. C'est le secteur tertiaire qui, relativement aux secteurs primaire et secondaire consomme le plus d'électricité³⁰ :

Figure 7
Consommation des principales ressources à Genève

FIGURE 3: IMPORTANCE RELATIVE DES DIFFÉRENTS SECTEURS ÉCONOMIQUES POUR LA CONSOMMATION DES PRINCIPALES RESSOURCES À GENÈVE

	Secteur 1	Secteur 2	Secteur 3	Ménages
Eau	6%	25%	27%	42%
Energie (chaleur)	3%	10%	30%	57%
Energie (électricité)	3%	12%	60%	25%

Source : Ecologie industrielle à Genève : premiers résultats et perspectives

Même s'il n'est pas indiqué la part que représentent les TPE dans le secteur 3, nous pouvons prendre la mesure des conséquences positives que peuvent avoir une réduction des consommations énergétiques dans le secteur tertiaire et pour les ménages.

²⁸ Avenir électricité, <http://www.avenirelectricite.ch/avenirelectricite/questions-reponses/>, consulté le 01 avril 2010

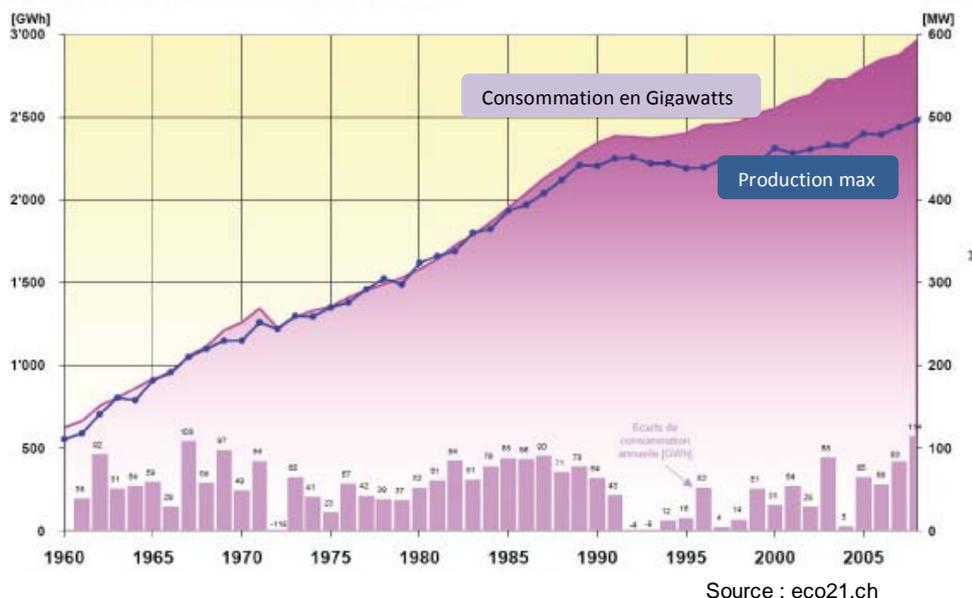
²⁹ Association des entreprises électriques suisses, « Questions et réponses du public des médias », <http://www.electricite.ch>, consulté le 01 avril

³⁰ GEDEC, Ecologie industrielle à Genève : premiers résultats et perspectives, page 24

Selon les chiffres des SIG, la consommation d'électricité à Genève a été multipliée par quatre en quarante ans :

Figure 8
Consommation électrique

En 40 ans la consommation d'électricité a été multipliée par 4

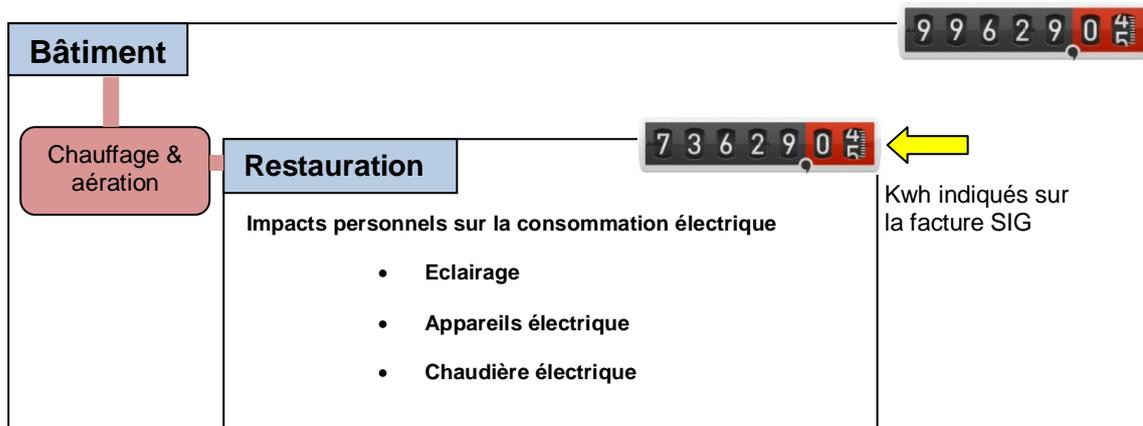


Ce sont l'éclairage (25%), le froid alimentaire (11%), le traitement de l'air (11%) ainsi que les veilles (12%) qui représentent les points de consommation les plus importants (annexe 5). Selon le site éco21, initié par les SIG, si chaque être humain consommait à la hauteur des genevois, l'équivalent de trois planètes Terre ne suffiraient pas.³¹

Pour pouvoir intégrer le paramètre de l'électricité dans le label, il faut pouvoir quantifier le nombre de kilowatts consommé durant la période considérée. Pour ce faire, il est possible de prendre les mesures indiquées sur les factures d'électricités envoyées par les SIG. La facture indique non seulement le coût à payer mais établie également un décompte des quantités utilisées. Les SIG facturent généralement tous les deux mois les consommations d'énergie ce qui facilite la sommation pour avoir une valeur annuelle.

³¹ Site Eco21. La consommation électrique à Genève, <http://www.eco21.ch/Accueil/%C3%A9co21/Leschiffrescl%C3%A9s/tabid/75/Default.aspx>, consulté le 05 avril 2010.

Figure 9
Consommation électrique de l'établissement



La facture des SIG relative à la consommation électrique des locaux commerciaux intègre uniquement les points sur lesquels l'entreprise a un impact. Autrement dit, les kilowatts indiqués sur la facture ne concernent pas les charges d'éclairage commun aux locataires. Une des difficultés avec l'approvisionnement en électricité est de pouvoir évaluer une entreprise en tenant compte du type d'électricité choisi. En effet, les SIG offre la possibilité de choisir un raccordement électrique selon plusieurs sources de production (SIG Vitale Bleu pour une production hydraulique, SIG Vitale Vert pour une production hydraulique et d'énergie renouvelable, SIG Initial pour une production thermique non renouvelable, etc)³². Ces différences sont à prendre en considération quand on souhaite positionner une entreprise selon sa consommation.

6.2.3.3 La gestion des déchets

La gestion des déchets s'est passablement développée depuis une dizaine d'années. Il existe de plus en plus d'entreprises actives dans la récupération et le traitement des déchets. Nous sommes conscients que les pays développés rejettent des quantités importantes de déchets (emballages, compost, huiles végétales, appareils, liquides spéciaux, etc.) et que ces derniers nécessitent une consommation d'énergie considérable afin de les détruire, de les recycler ou encore de les entreposer.

A Genève, il existe plus d'une dizaine d'entreprises qui récupèrent des déchets que ce soit de chantiers, urbains ou industriels. Ces dernières proposent leurs services pour

³² Services Industriels de Genève (SIG). SIG initial, <http://www.sig-ge.ch/entreprises/electricite/choisir-votre-electricite/sig-initial/index.lbl>, consulté le 15 avril 2010.

une quantité déterminée de déchets à relever (nombre de sacs, litres d'huiles végétales, containers de verres, etc.). L'enjeu final pour la société est d'appliquer le principe des « 3R ». Réduire, consiste simplement à diminuer les quantités rejetées ; réutiliser signifie que l'on affecte une deuxième utilité aux déchets. Enfin, recycler, après triage, permet de revaloriser les déchets.

Cependant, pour parvenir à cet objectif un effort d'organisation et d'adoption de gestes écologiques est nécessaire (choix de produits faiblement emballés, réutilisation des cartons, etc.). En février 2010, j'ai eu l'occasion de faire un stage de deux jours au sein de l'entreprise Ekorécup sàrl comme assistant de récupération. Concrètement, je fus chargé de récupérer les déchets de restaurants établis à Genève. Des verres aux poubelles en passant par les huiles et le compost. C'est au travers de mes constatations sur le terrain et grâce aux différentes conversations avec le fondateur d'Ekorécup sàrl.³³ que j'ai véritablement compris l'enjeu que représentait le tri des déchets. En effet, une majorité de restaurants ne triait pas tous leurs déchets et de nombreux clients mélangeaient dans des sacs poubelles des déchets tels que le verre, le papier, le composte, le plastique, le marc de café, etc.

Les avantages du tri sont nombreux pour la société et le plus important est celui du recyclage et donc de la revalorisation des déchets. L'Etat de Genève a mis en place un plan de gestion des déchets dont les deux premiers objectifs sont :

- 1) «de diminuer à la source la charge polluante des déchets et leurs quantités »³⁴
- 2) «d'augmenter significativement la proportion de recyclage des déchets et inciter la population (ménages et entreprises) à les trier ».³⁵

Afin de pouvoir traiter la question des déchets dans la conception de notre label, il a fallu répondre à un certain nombre de questions d'ordre pratique. Tout d'abord il n'existe pas un déchet mais des déchets. Ceux que l'on désigne sous le terme « déchets urbains d'entreprises » regroupent tant le verre, le PET, les cartons, les huiles, les poubelles, le compost, le papier, le bois, les textiles, la ferraille, l'aluminium que les déchets électriques. Ensuite, pour intégrer cet élément dans notre label, nous avons opté pour une certification du tri et de la bonne élimination des déchets réalisés

³³ TPE genevoise active dans la récupération des déchets des restaurants.

³⁴ Plan de gestion des déchets du canton de Genève, 2009-2012, page 5.

³⁵ Idem

par les établissements. Il est vrai qu'il serait intéressant, comme pour la consommation d'électricité et d'eau, de pouvoir mesurer les quantités de déchets générés par chaque entreprise et de l'évaluer sur ce point là. Cependant, cette prise de mesure semble très difficile à mettre en place sachant que la majorité des restaurateurs et des commerces de détail n'établissent pas une comptabilité des quantités jetées. De plus, un audit de vérification des informations est difficilement réalisable.

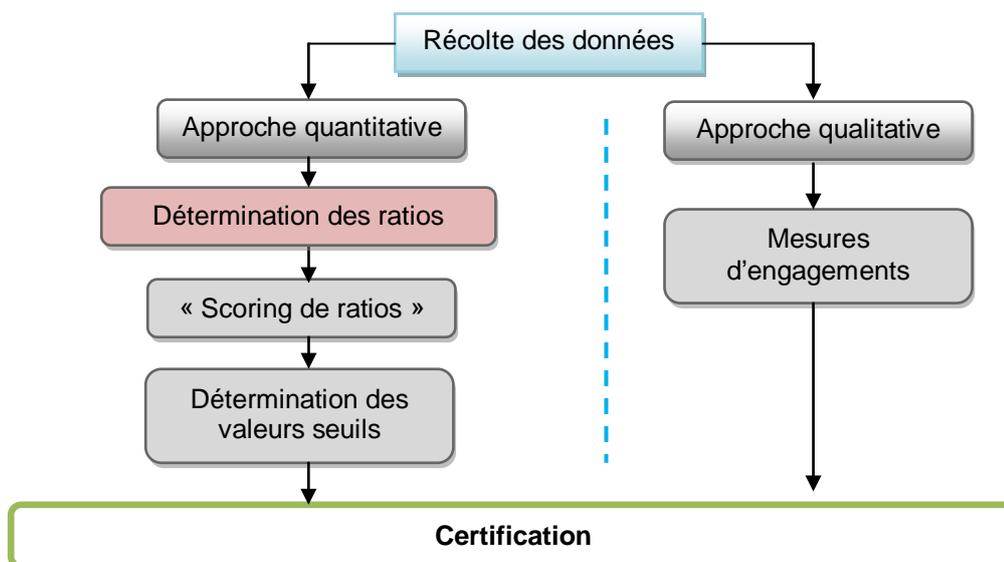
6.3 Système de labellisation

6.3.1 Comment intégrer chaque paramètre

Décider des paramètres environnementaux est une première étape à la conception du label. Il s'agit dès à présent de déterminer sur quelles bases nous allons pouvoir certifier les entreprises. Deux méthodes sont ressorties lors de nos analyses. La première consiste à se baser sur la quantité consommée d'électricité et d'eau. Cette **approche quantitative** consiste à calculer une valeur centrale à l'aide d'une moyenne pondérée des consommations d'une population d'entreprises, actives dans un même secteur d'activité, et possédant un équipement de production jugé équivalent. Les entreprises s'éloignant significativement de cette valeur centrale se verront attribuer une bonne/mauvaise note si leur état de consommation se situe en dessous/dessus de cette valeur. Le label attribuera une note allant de « A » à « E » pour chacun des paramètres. « A » étant considérée comme la meilleure note et « E » comme la plus mauvaise. Une entreprise ayant obtenu la note « A » pour le paramètre électricité signifie que sa consommation d'énergie est relativement faible comparativement à son secteur d'activité. La classification peut être évidemment étendue selon la disparité des distributions. La deuxième méthode est une **approche plus qualitative** et consiste à déterminer une série de mesures, pour chacun des paramètres environnementaux, que l'entreprise s'engagera à mettre en place. Dans ce cas là, il n'est dès lors plus utile de d'appliquer une notation à chacun des paramètres.

Figure 10

Schéma des méthodes de certification

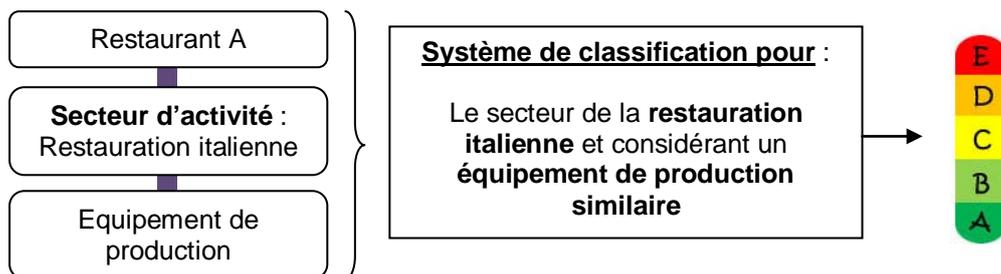


6.3.2 Approche quantitative

6.3.2.1 La consommation d'électricité et d'eau

De nombreux paramètres doivent être connus afin de pouvoir « juger » une entreprise sur sa consommation. De plus, ces éléments doivent être communs et mesurables pour l'ensemble des entreprises d'un même secteur d'activité. Pour ce qui concerne l'électricité, il faut pouvoir comparer une entreprise à des valeurs de référence qui prennent en compte les besoins en équipement de production. Cette particularité s'applique essentiellement pour les restaurants. En effet, deux établissements, de par la spécificité des menus proposés (ex : restauration asiatique et italienne) et par conséquent des besoins en électricité et en eau, ne peuvent être comparés à une situation idéale commune. Afin de pouvoir attribuer une note aux établissements, il faut déterminer des valeurs seuils de consommation par type d'activité qui prennent en compte l'équipement nécessaire de production.

Figure 11
Système de comparaison



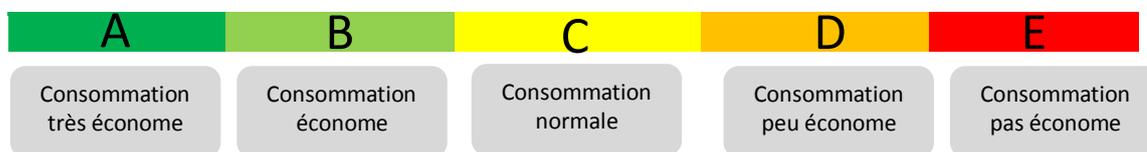
Voici une série d'informations indispensables à connaître pour une entreprise active dans la restauration avant de pouvoir déterminer si l'établissement est considéré comme efficient ou pas dans sa consommation d'électricité et d'eau.

Tableau 1
Informations pour l'évaluation de l'entreprise

Paramètres	Valeurs d'illustration
Quantités consommées	
Electricité :	10'000 kilowatts
Eau :	8000 Litres
Surface de l'établissement	250m ²
Taux d'activité de l'exploitation	100%
Type d'électricité	SIG Vitale Vert
Type d'activité	Restauration japonaise
Nombres de couverts servis annuellement	50'000
Equipements de production nécessaires, consommant de l'électricité	
Equipements de cuisine	(fours, lave-vaisselle, etc)
Equipements de réfrigération	(congélateurs, réfrigérateurs, etc.)
Equipements d'aération	(climatiseurs, etc.)
Equipements d'exploitation	(caisses enregistreuses, machine à café)
Autres équipements	

Les éléments primaires à connaître sont bien évidemment les quantités consommées, le secteur d'activité, le taux d'activité, la source d'électricité ainsi que le nombre de couverts servis pour ce qui est des restaurants. Le taux d'activité est important car les commerces ne pratiquent pas les mêmes heures d'ouverture. Ainsi, il faut tenir compte du fait qu'un établissement ; s'il est ouvert toute la journée, ne sera pas similaire dans sa consommation d'électricité à un établissement n'ouvrant que l'après midi. La deuxième série d'éléments concerne l'équipement de l'entreprise. Le nombre de couvert est un critère important pour les restaurants car il détermine, pour partie, la consommation d'électricité. En effet, pour préparer certains plats, l'utilisation d'appareils électroménagers est parfois requise. Les éléments à connaître pour les commerces de détail sont moins importantes car ces derniers ne nécessitent pas, dans une grande majorité des cas, d'appareils de production particuliers. Les informations primaires à récolter sont dès lors la consommation d'électricité, le type d'électricité et la surface du magasin.

Evaluer un établissement nécessite de pouvoir comparer l'état de consommation de l'entreprise avec le benchmark de son secteur d'activité. Pour établir un tel benchmark, il faut pouvoir déterminer des valeurs cibles nous indiquant si un établissement consomme de manière économe ou pas.



La situation idéale serait celle d'un commerçant qui consomme adéquatement l'électricité par un comportement respectueux. Ceci signifie par exemple qu'il ne laisse pas allumé inutilement ses appareils (appareils en veille et lampes allumées la nuit par exemple) alors qu'il n'en n'a pas l'utilité dans l'exploitation de son commerce ou qu'il privilégie l'installation d'appareils efficaces.

6.3.2.2 La problématique de l'évaluation

Dans le cas où les valeurs cibles, déterminant les différents seuils d'acceptabilité en termes de consommation électrique ou d'eau pour chaque type d'activité, (comme par exemple la restauration japonaise ou la restauration éthiopienne) sont définies par un consensus d'experts, il s'agira dès lors de situer les valeurs de l'établissement selon la grille des niveaux de référence. Comme l'expliquait Rémy Beck, directeur adjoint du ScanE, lors d'un entretien (22 janvier 2010) « Pour déterminer des valeurs cibles basées sur la consommation d'électricité et d'eau, il faut au préalable qu'un travail d'analyse avec des experts techniques et des statisticiens soit réalisé ». Ce travail de recherche ne traite pas de ces aspects ni de la méthodologie à mettre en place pour déterminer ces seuils. En effet, aucune statistique disponible n'a pu être collectée auprès des SIG pour cette cible de consommateurs. Ceci est dû au fait que ces données sont considérées comme confidentielles pour des tiers. Nous n'avons dès lors pas pu faire l'analyse des distributions des consommations. Nous nous bornerons ici à préciser les ratios à considérer pour établir des valeurs seuils et de proposer une méthodologie simplifiée de calcul pour l'établissement de ces niveaux.

6.3.2.3 La détermination des ratios

Pour évaluer une entreprise sur sa consommation d'électricité ou d'eau, il faut pouvoir comparer son état de consommation avec celle de son secteur. Cela dit, tous les établissements sont différents et pour déterminer des valeurs cibles par secteur, il est nécessaire d'établir des critères qui soient communs à toutes les entreprises et grâce auxquels nous allons pouvoir comparer les établissements selon des référents similaires. Tant pour les restaurants que pour les commerces de détail, la surface est un critère important car elle proportionne la quantité d'électricité consommée. Le deuxième critère, qui est celui des couverts servis, s'applique uniquement aux restaurants. Pour la consommation d'électricité, le critère des couverts servis est intéressant car une plus un restaurant aura de clients plus il consommera d'électricité pour la production. C'est pour le paramètre de l'eau consommée que le critère des couverts est primordial car la plus grande source de consommation d'eau pour un restaurant est liée à sa production. Un nombre de plats servis plus conséquent signifie que le restaurant a reçu un nombre de client plus important et sa consommation d'eau va mathématiquement augmenter car de l'eau est consommée pour la préparation des mets et pour la vaisselle notamment. Les clients vont utiliser les toilettes et le restaurant va devoir nettoyer sa surface peut-être plus régulièrement. C'est pour ne pas discriminer les entreprises entre elles que ces critères doivent être pris en compte. Les ratios suivants sont dès lors à considérer :

Pour l'électricité :

- **Ratio Kwh/m²** : ce ratio est important car la consommation électrique d'un restaurant ou d'un commerce de détail est essentiellement liée à la surface de ce dernier. Ce rapport de valeur permet d'apprécier deux informations explicatives du degré d'efficience électrique sous un seul chiffre. Le label Display® utilise notamment ce même ratio pour juger de l'efficience énergétique des bâtiments.
- **Ratio Kwh/couvert servi** (secteur de la restauration uniquement) : ce ratio est également déterminant car la consommation d'électricité est pour partie expliquée par la préparation des couverts servis. Cela dit, comparativement au rapport kwh/m², le ratio kwh/couvert est un facteur moins explicatif du degré d'efficience. Ceci est dû au fait qu'un restaurant utilise une majorité de ses appareils électriques même lorsqu'il n'a pas de clients à servir.

Pour l'eau :

- **Ratio Litres/couvert servi** : comme explicité précédemment, un nombre de clients servis plus important engendre une consommation d'eau pour le restaurant plus conséquente. Connaître combien de litres d'eau ont été consommés pour chaque couvert servis permet de juger deux établissements tout en sachant qu'ils n'auront pas servis le même nombre de clients.
- **Ratio Litres/m²** : la surface d'un restaurant est faiblement proportionnelle à sa consommation d'eau. En effet, les seules consommations « fixes » (sans clients) d'eau que peut avoir un établissement sont dues à l'eau utilisée pour nettoyer ou pour humidifier les locaux. Ce ratio a donc un poids explicatif plus faible par rapport au ratio Litre/couvert servi.

C'est en analysant les distributions des ratios pour l'ensemble d'une population d'entreprises d'un même secteur d'activité, que les étendues de valeurs doivent être attribuées à chacune des notes. Cela signifie qu'une échelle de classification doit être déterminée pour chaque secteur d'activité.

6.3.2.4 Evaluation de l'entreprise par construction (scoring de ratios)

La méthode présentée ici part du constat que les valeurs cibles se définissent par construction. En effet, comme précisé auparavant, déterminer des valeurs seuils nécessite un travail important de concertation de la part de nombreuses parties (ingénieurs environnementaux, experts énergétiques, services étatiques, chefs d'entreprises, etc.). Les différents seuils doivent alors faire l'objet d'accords communs et être reconnus par les parties prenantes. Afin de pouvoir définir différents niveaux, une possibilité élaborée en collaboration avec Rémy Beck, directeur adjoint du Service cantonale de l'énergie (ScanE), serait de comparer l'ensemble des ratios (présentés ci-dessus) des entreprises d'un même secteur d'activité (ex : Pizzeria au feu de bois) possédant les mêmes équipements d'exploitation nécessaires et de calculer une valeur centrale. Ceci tout en considérant un poids des ratios différents pour l'électricité et l'eau.

Dans nos différentes recherches et consultations avec le service cantonal de l'énergie (ScanE) nous avons cherché à savoir s'il existait des valeurs cibles ou dite idéales qui nous permettraient de positionner l'entreprise sur une grille d'appréciation. Il existe en ce qui concerne l'électricité la norme SIA 380/4 qui fournit, pour la construction, des valeurs limites (annexe 6) et des valeurs cibles pour toute une série de prestations. Ces valeurs sont exprimées en kwh/m^2 . Malgré le fait que ces dernières soient reconnues au niveau suisse dans le domaine de la construction, elles sont difficilement exploitables en l'état étant donné qu'elles ne nous indiquent pas si la valeur limite correspond réellement à une valeur considérée comme excessive en termes de consommation ou bien si elle ne signale simplement qu'une valeur à respecter pour ce qui est des procédés de construction. De plus, ces valeurs n'aident pas à la détermination des autres seuils d'acceptabilité. Nous pourrions alors nous aider du système de classification du label Display® pour la consommation d'électricité (annexe 7). Cependant, ce système a été conçu pour évaluer la structure entière du bâtiment. De plus, aucune distinction n'est faite entre les secteurs de la restauration ce qui engendre une perte de précision considérable.

6.3.2.4.1 Comparaison des entreprises

Tout d'abord il s'agit de déterminer une population d'entreprises pour chaque secteur d'activité et de récolter les caractéristiques suivantes pour chacun des établissements :

- la surface en mètres carrés
- le nombre de couverts servis
- la consommation d'électricité et d'eau

Tableau 2
Comparaison des consommations d'électricité et d'eau

Entreprises d'un même secteur d'activité & ayant un équipement d'exploitation jugé équivalent

Entreprises ³⁶	Ogaku sàrl	MangaSushi	Sushi-ko	Train-sushi	Onagiku	Sayuri	Entreprise n°7	Entreprise n°8	Entreprise n°9	Entreprise n°N
Surface en m2	150	200	100	250	350	210	190	100	80	100
Couverts servis	1200	2000	1000	2500	3500	1800	1600	750	450	800
Electricité (Kwh)	8000	9000	6000	10500	17000	9500	8900	4500	2000	3000
Eau (L.)	7500	8000	5000	9000	10000	8000	7500	4500	4000	3500

Ensuite, les quantités consommées d'électricité et d'eau sont rapportées aux différents critères déterminants :

Valeurs des consommations d'électricité et d'eau rapportées aux critères

Kwh /m2	53.3	45	60	42	48.57	45.2	46.8	45	25	30
Kwh /couvert	6.67	4.5	6	4.2	4.857	5.28	5.56	6	4.44	3.75

= 8000/150

= 17000/3500

Litres / m2	50	40	50	36	28.57	38.1	39.5	45	50	35
Litres / couvert	6.25	4	5	3.6	2.857	4.44	4.69	6	8.89	4.38

= 7500/150

= 10000/3500

³⁶ Données fictives d'illustration

Ces valeurs sont dès lors intégrées (voir point 3) dans une matrice permettant d'évaluer les différents seuils. Pour les restaurants, des facteurs de pondérations doivent être déterminés par les experts techniques du label pour chacun des ratios (nous avons déterminés ces valeurs selon une appréciation subjective, d'après nos observations sur les critères explicatifs des consommations). Pour le ratio kwh/couvert, sa pondération peut être mesurée en déterminant le facteur explicatif de la consommation marginale d'électricité liée à la production des couverts. Pour ce faire il est impératif d'avoir des données sur la quantité d'électricité et le nombre de couverts servis sur plusieurs années. Pour le ratio Litre/m2, la même procédure doit être réalisée pour connaître le poids explicatif de la surface sur la consommation d'eau.

Tableau 3

Matrice concurrentielle pour la consommation électrique

Pondération des ratios		Ogaku sàrl	MangaSushi	Sushi-ko	Train-sushi	Onagiku	Sayuri	Entreprise n°7	Entreprise n°8	Entreprise n°9	Entreprise n°N	Moyennes arithmétiques
Kwh/m ²	0.9											
Kwh/couvert	0.1											
3												
Electricité	SKwh/m2	53	45	60	42	49	45	47	45	25	30	44
	Kwh/couvert	6.67	4.50	6.00	4.20	4.86	5.28	5.56	6.00	4.44	3.75	5.13
Moyenne pondérée	Somme des valeurs ajustées des pondérations des ratios	49	41	55	38	44	41	43	41	23	27	40
4 (53*0.9)+(6.67*0.1)												
Ecart type		5										9
Val. Sup 1 Ecart type	E											49
Val. Sup 1/2 Ecart type	D											45
Valeur centrale	C											40
Val Inf 1/2 Ecart type	B											36
Val Inf 1 Ecart type	A											31

Les moyennes pondérées pour chacune des entreprises (voir chiffre 4), sont calculées en faisant la somme des deux valeurs multipliées par leur pondération respective. Après avoir calculé une valeur pour chacune des entreprises (voir chiffre 4), nous calculons une valeur moyenne de l'ensemble des établissements (voir chiffre 5). La médiane peut également être utilisée. Enfin, pour évaluer l'écart par rapport à la moyenne du secteur nous utilisons l'écart-type. L'écart-type de la distribution des données permet de déterminer les seuils de couleur inférieurs et supérieurs. La valeur centrale (en jaune) correspond à la moyenne des consommations des entreprises. Les niveaux de couleurs se déterminent par demi écart-type par rapport à la valeur

centrale. Les niveaux orange (D) et vert clair (B) sont calculés respectivement en additionnant/soustrayant, à la valeur centrale, un demi écart-type. La même procédure est appliquée pour la consommation d'eau. La différence réside dans le poids affecté aux deux ratios. Comme nous l'avons expliqué précédemment, le critère déterminant pour évaluer une consommation d'eau pour un restaurant est le nombre de couverts servis et moins sa surface. C'est la raison pour laquelle nous avons pondéré plus fortement ce ratio.

Tableau 4

Matrice concurrentielle pour la consommation d'eau

Pondération des ratios	
Kwh/m ²	0.1
Kwh/couvert	0.9

Eau	Litres/m ²	50	40	50	36	28.6	38.1	39.5	45	50	35	41
	L.litres/couvert	6.25	4	5	3.6	2.86	4.44	4.69	6	8.89	4.4	5
Moyenne pondérée	Somme des valeurs ajustées des pondérations des ratios	11	8	10	7	5	8	8	10	13	7	9
Ecart type												2
Val. Sup 1 Ecart type	E											11
Val. Sup 1/2 Ecart type	D											10
Valeur centrale	C											9
Val Inf 1/2 Ecart type	B											8
Val Inf 1 Ecart type	A											6

6.3.2.5 Les avantages de cette méthode

Justesse des valeurs seuils avec le temps : en récoltant toutes ces informations et en comparant les entreprises entre elles, il est possible au fil du temps (par itération) de déterminer avec une meilleure précision les niveaux pertinents de valeurs attribuant les notes de A à E.

Mise en concurrence des entreprises : les entreprises peuvent être motivées à faire des efforts sachant qu'elles seront comparées à leurs concurrents lors de la certification. De plus, la méthode de la comparaison prend en compte précisément l'état de situation des entreprises du canton. Enfin, lorsqu'une entreprise améliore sa situation en modifiant son comportement ou en installant des produits plus efficaces, les valeurs seuils se modifient ce qui « pousse » les entreprises à réaliser de pareils efforts si elles veulent garder voir améliorer leur note.

Rapidité de mise en place : les données à collecter sont peu nombreuses lorsque les populations d'entreprises sont définies ce qui est un point positif lorsque l'on considère le taux de pénétration auprès des entreprises. Cette méthode gagne de l'intérêt à être mise en place lorsque l'on possède un nombre certain de données et que les entreprises sont homogènes.

6.3.2.6 Les limites de cette approche

En élaborant ce travail nous avons constaté la difficulté de juger et d'établir un modèle scientifiquement acceptable sans avoir de données réelles. Similairement aux difficultés qu'a rencontrées la Commission européenne pour trouver un accord avec les partenaires commerciaux sur les critères d'octroi de son label, nous faisons face à la problématique d'évaluation. Nous sommes tout à fait conscients que cette approche simplifiée n'est qu'une application type du modèle et qu'il souffre de nombreuses limites que nous allons expliquer.

Un nivellement par le bas : notre modèle peut ne pas donner une information sincère sur l'efficacité de la consommation des établissements dans certains cas. En effet, notre approche et l'établissement des codes couleurs n'est pas pertinente dans le cas où toutes les entreprises consomment énormément d'électricité ou d'eau. Etant donné que nous comparons les entreprises entre elles, si elles sont toutes considérées comme mauvaises d'après les quantités consommées, les moins mauvaises parmi les mauvaises seront considérées comme bonnes du point de vue des codes couleurs. Ceci n'incite dès lors pas les entreprises à réduire leurs consommations sachant qu'elles possèdent déjà une note satisfaisante.

Une classification multiple : afin de pouvoir évaluer toutes les entreprises, un système de classification par type d'activité est nécessaire. La multiplicité des sous-catégories sectorielles peut alourdir considérablement le travail d'analyse ce qui peut engendrer des coûts disproportionnés face aux champs d'application du label. Il est nécessaire d'avoir pour chaque type d'activité une population d'entreprises suffisantes afin d'établir des valeurs seuils. Cependant, certains commerces ou restaurants, de par leur spécificité, ne peuvent intégrer une population suffisamment grande permettant une analyse quantitative.

Une approche par écart-type : l'outil que nous avons sélectionné pour déterminer les seuils de consommation est l'écart-type. Ce dernier n'est pas le plus adapté car il faut pouvoir déterminer le nombre d'écart-type modifiant un seuil de l'autre ce qui peut être,

comme dans notre cas, arbitraire. De plus, les efforts de réduction atteignent leurs limites à un certain moment et notre méthode ne permet pas de détecter un niveau minimum au-delà duquel les efforts sont peu réalisables. Nous pourrions alors définir la plus petites des valeurs interentreprises comment étant la valeur minimale. Cela dit, une élimination préliminaire des valeurs extrêmes est nécessaire.

Une pondération des ratios : déterminer un poids respectif à chacun des ratios peut s'avérer être difficile à réaliser dans le cas où le nombre de données récoltées ne permet pas d'extraire la partie explicative de chacun des critères.

Faiblesses des méthodes quantitatives : un label basé sur un modèle purement quantitatif risque de perdre de sa crédibilité auprès des personnes sceptiques quant aux méthodes de calcul choisies. Prétendre qu'un établissement est efficient ou pas, uniquement à l'aide des consommations réalisées est difficile à modéliser car chaque entreprise est différente et sa marge de progression est parfois limitée. Pour palier à ce problème, il faudrait alors intégrer des critères d'engagements qui peuvent nécessiter un effort d'audit important.

Les différentes sources d'électricité : afin de pouvoir comparer deux entreprises, il faut pouvoir établir des référents similaires. Cependant, toutes les entreprises ne s'approvisionnent pas en électricité de même « qualité écologique ». L'électricité peut être, hydraulique (SIG Vitale Bleu), hydraulique écologique avec une partie d'énergie photovoltaïque, de biomasse (SIG Vitale Vert) ou encore gazeuse (SIG initial). Des mix de composition entre « SIG Vitale Bleu » et « SIG Vitale Vert » sont encore possibles. Dès lors les entreprises n'ont pas le même impact sur l'environnement selon la source qu'elles choisissent. Afin de tenir compte de ces différences, il faudrait établir des tableaux d'équivalence qui permettrait d'ajuster les valeurs d'électricité consommées.

6.3.2.7 La gestion des déchets

Comme évoqué précédemment, la gestion des déchets et plus particulièrement le tri qui est fait de ces déchets est un enjeu important pour le canton. La mise en place d'un plan de gestion des déchets et les différentes actions de sensibilisation de l'État de Genève témoigne de l'importance du tri. Le critère de gestion des déchets pour les entreprises se base sur l'engagement au tri de ces dernières. A l'aide d'une récolte d'informations recensant l'ensemble des types de déchets que génère l'activité et sur la base d'un engagement, nous allons pouvoir attribuer une note dite de « TRI ». Il n'est pas légalement obligatoire de trier ses déchets. Dès lors notre label apporte une

solution et une motivation pour l'engagement des agents commerciaux à développer une méthodologie de tri. En effet, dès le 1^{er} janvier 2012, les entreprises de la Ville devront faire appel à des entreprises de récupération pour la levée de leurs déchets. Ceci engendrera des coûts qui peuvent être substantiel pour certains commerces (17.- à 20.- par sac poubelle). Cependant, comme l'a affirmé le Conseiller administratif de la Ville, Pierre Maudet, «Si les commerçants jouent le jeu du tri, il n'y aura quasiment pas de frais.»³⁷. Cet élément améliore d'autant plus l'intérêt du label.

Dans un premier temps une liste exhaustive des types de déchets que génère l'établissement est établie (voir chiffre 5). Ensuite, le commerce s'engage pour les aspects qu'il souhaite traiter (voir chiffre 6).

Tableau 5
Engagement au tri

Entreprise	Pizzeria Sobalgo
Secteur d'activité	Restauration italienne

Types de déchets générés par l'activité	Engagement au TRI
Compost	Oui
Verre	Oui
PET	Oui
Carton	Non
Papier	Non
Huiles	Oui
Marc de café	Non
Déchets électriques	Oui
Piles	Oui
Aluminium	Non
Autres:	

5 } } 6

Ainsi, nous pouvons évaluer le niveau d'engagement de l'établissement considérant ses possibilités :

Nombre de déchets différents	Engagements sur le type de déchet à trier	Etat du TRI
11	6	55%

³⁷ SITE DU 20MINUTES. Les commerçants payeront pour leurs déchets, <http://www.20min.ch/ro/news/geneve/story/Les-commer-ants-payeront-pour-leurs-dechets-10919416>, consulté le 27 mai 2010.

Selon une échelle définie par pourcentage d'engagement, nous pouvons situer l'entreprise et par conséquent l'évaluer :



Dans notre exemple, la pizzeria Sobalگو se verrait attribuer la note C car son engagement au tri est de 55%. C'est lors de la demande de certification que l'entreprise s'engagera et peu avant la certification, un audit de surveillance permettra de vérifier cet engagement. Le nombre d'audits à réaliser, leur fréquence ainsi que les différentes échelles de pourcentage de tri sont des points sur lesquels les responsables du projet devront s'accorder. Les différents pourcentages dépendront essentiellement du degré d'exigence des responsables chargés de la mise en place du label.

6.3.3 Approche qualitative

L'approche quantitative souffre des difficultés à déterminer un système de classification qui soit applicable et juste pour l'ensemble des entreprises d'un même secteur d'activité. De plus, il nécessite un travail d'analyse conséquent, ce qui peut engendrer des coûts plus ou moins importants. Cependant, après ce travail de concertation et de détermination des classes, cette approche s'avère peu coûteuse pour ce qui est du traitement des informations et de la réalisation des audits. En effet, en adoptant l'approche quantitative, la gestion du label se réduirait à la collecte des demandes de certification, de l'enregistrement des consommations, de l'analyse des deux ratios précités et d'audits pour vérifier l'engagement au tri. Mais selon Stéphane Genoud, ingénieur environnemental à SwissElectricity (entretien du 31 mai 2010), la difficulté de faisabilité anticipée de l'approche quantitative proposée, est la formation de « cluster » suffisamment homogènes permettant de modéliser un système de classification.

Une deuxième approche pour la certification peut être alors basée sur l'engagement des établissements à mettre en place certaines mesures définies pour chacun des aspects environnementaux. Des économies substantielles peuvent être réalisées si les entreprises modifient leur comportement. Qui ne s'est jamais étonné de voir en pleine nuit, une vitrine dont l'éclairage était resté allumé alors que le commerce était fermé ? Nous sommes conscients que c'est une volonté du responsable de mettre en avant ses produits et qu'en éteignant complètement la vitrine, moins de prospects

deviendraient clients. Néanmoins, de gros efforts peuvent être faits en rationalisant l'éclairage et en installant des ampoules basses consommations notamment. Une modification non seulement des comportements mais également de certaines installations sont des mesures simples à réaliser, qui ne sont pas dispendieuses et qui peuvent avoir un réel effet en termes de consommation. Les mesures qui détermineront la certification d'un établissement, doivent permettre d'être contrôlables par les auditeurs.

6.3.3.1 Mesures d'engagements liées à la consommation d'électricité

- Rédaction d'une liste d'écogestes à appliquer, liés à la consommation électrique. Cette liste doit être affichée dans l'établissement et une campagne de sensibilisation auprès des collaborateurs aux nouvelles méthodes de travail doit être faite. L'auditeur peut prendre connaissance de la charte rédigée et évaluer les efforts mis en place en interrogeant certains collaborateurs.
- Approvisionnement électrique favorisant les énergies renouvelables SIG vitale. La catégorie d'approvisionnement de l'établissement peut être contrôlée à l'aide des factures SIG.
- Installation d'au moins 30% d'ampoules basses consommations (classe A), de lampes fluorescente ou de lampes à LED. Un contrôle, qui peut s'avérer être fastidieux mais nécessaire, est le recensement des différents types ampoules installées.
- Engagement à ne sélectionner que des ampoules basses consommations lors de tout remplacement. C'est uniquement lors du deuxième audit que l'engagement pourra être confirmé ou infirmé.
- Engagement à sélectionner des appareils électriques de catégorie A ou B lors de tout remplacement d'infrastructure. Cet engagement peut être vérifié à l'aide des pièces comptables d'achats.
- Engagement à éteindre les appareils en veille non indispensables la nuit (installation de multiprises qui permettent une extinction générale). Cet aspect est difficilement vérifiable mais l'évolution de la consommation électrique peut nous permettre de savoir si l'établissement respecte cet engagement ou non.
- Agencement optimisé des éclairages pour vitrine permettant de réduire le nombre de lampes nécessaires. L'auditeur peut apprécier les efforts d'agencement considérant les possibilités du commerce.

6.3.3.2 Mesures d'engagements liées à la consommation d'eau

- Rédaction d'une liste d'écogestes à appliquer, liés à la consommation d'eau. Cette liste doit être affichée dans l'établissement et une campagne de sensibilisation auprès des collaborateurs aux nouvelles méthodes de travail doit être menée. L'auditeur peut prendre connaissance de la charte rédigée et évaluer les efforts mis en place en interrogeant certains collaborateurs.
- Installation d'aérateurs d'eau dans une proportion majoritaire. Un contrôle aux différents points de consommation peut être aisément réalisé.
- Engagement à l'installation d'un bloc W.C à double volume (3.5 litres/ 8 litres) dans une période de temps définie (pour les restaurants ayant un nombre de clients conséquent). L'auditeur peut contrôler les installations.
- Vérification régulière des points de consommation afin de détecter les fuites éventuelles. L'auditeur peut prendre connaissances des fiches de contrôle établies par le restaurant.
- Contrôle du dimensionnement du conduit auprès des SIG.

En adoptant l'approche qualitative, les établissements désirant être certifiés doivent répondre à l'ensemble des engagements présentés ci-dessus. Après avoir fait une demande de certification, les établissements auraient un laps de temps déterminé pour réaliser les modifications nécessaires. Un audit serait ensuite planifié et sur la base des contrôles réalisés et des résultats obtenus, la certification serait attribuée ou non.

6.3.3.3 Avantages de cette approche

Segmentation des activités : contrairement à la méthode quantitative qui nécessite de segmenter précisément chaque secteur d'activité, l'approche qualitative simplifie la mise en place du label car chacun des engagements précités peuvent être mis en place par l'ensemble des entreprises. Il n'est dès lors plus obligatoire de sous-partitionner le secteur de la restauration et du commerce de détail.

Un travail de concertation simplifié : se mettre d'accord sur des mesures à mettre en place pour chacun des secteurs nécessite un effort moindre en termes de concertation. En effet, les actions qu'il est possible d'entreprendre ne sont pas extrêmement nombreuses et elles ne demandent pas de se prononcer sur des valeurs cibles quantifiées.

Des mesures simples : l'ensemble des engagements sont relativement simples à mettre en place et permette à l'établissement d'avoir une maîtrise des aspects environnementaux significatifs (annexe 11). De plus, elles permettent de réaliser des économies qui peuvent être non négligeables pour certains.

6.3.3.4 Les inconvénients

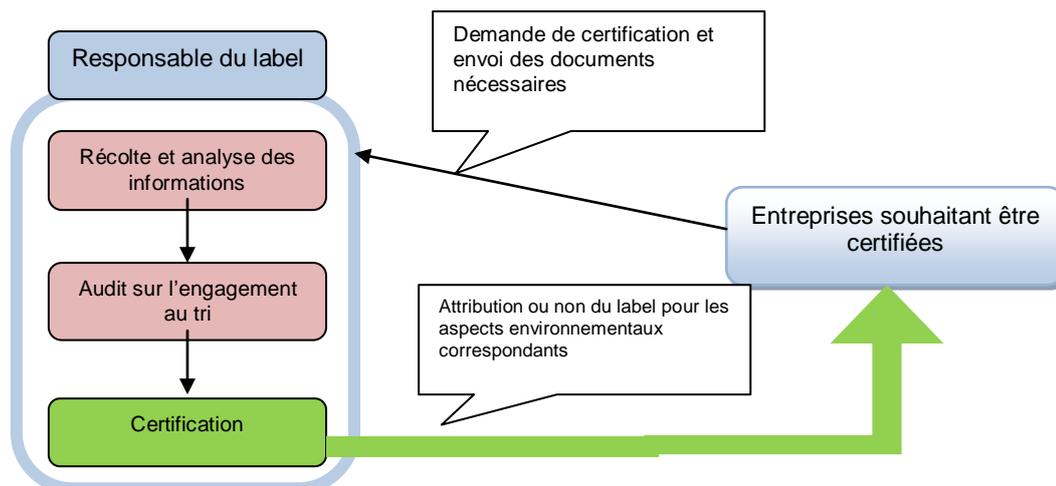
Une impression d'ingérence : en optant pour une approche basée sur des engagements, un travail d'audit plus important s'avère nécessaire. En effet, la crédibilité du label dépend de la rigueur que demande le label et des méthodes de contrôles appliquées. Cependant, ces contrôles réguliers peuvent être perçus par certains établissements comme de l'ingérence. Consommer est une liberté de chacun et devoir modifier certaines méthodes de travail ou le comportement de ses collaborateurs peut être mal perçu par certains responsables. Il s'agira dès lors de communiquer adéquatement sur l'apport que permet le label.

6.3.4 Processus de certification considérant l'approche quantitative

6.3.4.1 Critères de certification et récolte de l'information

Pour être certifiées, les entreprises devront faire une demande sur internet ou auprès du service compétent chargé de gérer le label. Ces dernières fourniront les informations nécessaires à l'évaluation (consommation d'électricité, d'eau, surface, etc.) Chacun des paramètres environnementaux (consommation électrique, consommation d'eau et engagement de trier) sera ensuite évalué et si l'entreprise obtient une note suffisamment élevée entre A et C, elle se verra attribuer une certification pour les paramètres respectant ces critères. Si un établissement est jugé A pour ce qui est de sa consommation électrique mais obtient la note C et E pour sa consommation d'eau et son engagement à trier, elle sera uniquement certifiée pour le paramètre de l'électricité. Ainsi, comme il est prévisible que les entreprises n'affichant pas de bons résultats ne voudront pas apposer le label sur leur vitrine, seul les éléments environnementaux pour lesquels elles respecteront les critères de certification seront visibles sur le label. Pour les entreprises déjà certifiées, une vérification annuelle est prévue pour actualiser leur état de consommation et vérifier leur engagement au tri. Ainsi les entreprises doivent fournir un effort continu si elles veulent garder voire améliorer leur certification.

Figure 12
Flux de la récolte d'information



7. Conception graphique

Il nous faut maintenant penser à la conception graphique du label. Nous savons que celui-ci sera affiché sur la vitrine du commerce de telle manière à ce que les passants puissent le voir. Lors de nos entretiens avec différentes TPE de la place, nous avons déjà élaboré un prototype de label que nous avons soumis à la critique. Différents critères sont alors ressortis comme la taille, la lisibilité, la forme et le moyen de fixation. Le label ne devrait pas, selon les sondés, être trop imposant sur la vitrine car il ne représente pas l'élément central du commerce. De plus, une vitrine possède généralement déjà un certain nombre d'autocollants comme notamment les moyens de paiements acceptés.

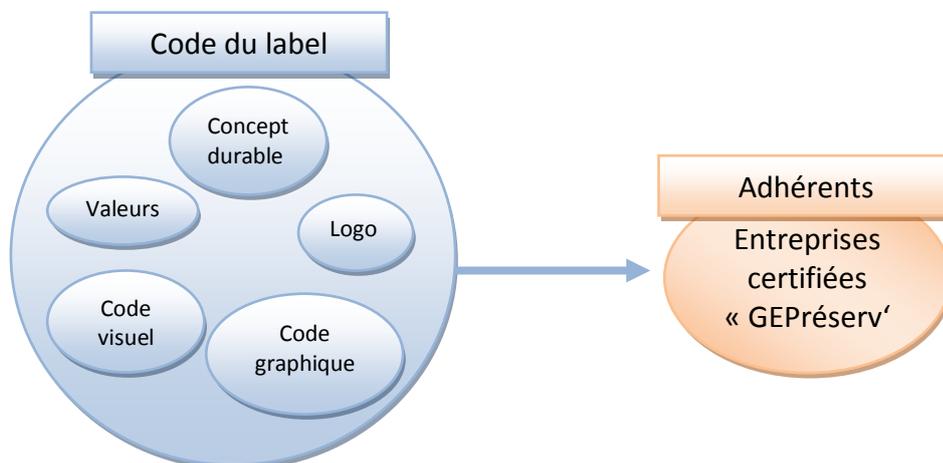
La couleur est également un élément qui n'a pas été cité mais qui apparaît comme essentiel. Nous avons décidé d'appliquer la couleur verte étant entendu que cette dernière est considérée comme représentative de la thématique de l'écologie et par conséquent du développement durable. Le vert «...évoque la compétence et le sérieux, le naturel et le chimiquement pur et le biologique » (MASINI-FRYDIG, 2009, p.68).

Nous proposons un label pour deux secteurs (restauration et commerce de détail) et sachant que les paramètres environnementaux intégrés différents pour chacun d'eux, nous avons décidé de distinguer le label par secteur d'activité en fonction d'un code couleur. Cela permettra dans le cadre d'un déploiement du label, d'intégrer tout nouveau secteur en lui appliquant une couleur spécifique.

Un label se définit également par les valeurs qu'il souhaite transmettre. Le code visuel doit tenir compte de ces éléments qui doivent être perceptibles sur la représentation graphique.

7.1 Les composants du code du label

Figure 13
Codes du label



7.1.1 Valeurs du label

Au travers de ce travail, l'élaboration du label s'est faite avec la volonté d'apporter un projet environnemental à la société et ce dans une perspective de long terme. Nous avons dès le début intégré implicitement des valeurs que devrait comporter notre label à savoir :

- 1) **Le respect de notre planète et le souci de préservation pour les générations futures** : en diminuant son impact, l'établissement contribue à préserver notre environnement.
- 2) **La tolérance, l'ouverture d'esprit et la conscience des réalités sociales et économiques** : en se faisant certifier, l'entreprise fait preuve d'ouverture d'esprit car elle se sent concernée par les enjeux environnementaux actuels.
- 3) **Le respect d'autrui et le travail collectif** : au-delà des économies que permet une gestion efficace des ressources de la part de l'ensemble des collaborateurs, l'entreprise prend en compte les attentes actuelles et futures de ses parties prenantes.

Ces valeurs doivent être perceptibles au travers du label. L'objet et le but même de ce dernier témoigne de la volonté de préserver et de consommer de manière proportionnée les ressources à notre disposition. La couleur doit être vive et dynamique afin de traduire l'ouverture d'esprit et la prise de conscience de la part des établissements quant aux codes sociaux. Le vert pomme choisi est une couleur qui associe dans notre inconscient, à tout ce qui a trait à l'écologie et par conséquent positionne adéquatement le label. L'accueil et le côté chaleureux doivent également être apparents.

7.1.2 Code visuel et graphique

Selon les pratiques des professionnelles du graphisme³⁸ il est connu que l'on utilise généralement une forme circulaire pour les labels et rectangulaire pour les logos. En l'occurrence nous avons opté pour une forme rectangulaire car nous avons deux contraintes principales que sont la quantité d'information à apposer et les exigences commerciales de taille et de positionnement. Cependant, nous avons arrondi les bords du rectangle afin d'apporter de la « douceur » et de permettre aux « lecteurs » d'assimiler la forme à un label.

³⁸ ASSOCIATION MARQUE VALAIS, Guide de marque : Marque commerciale Valais et label Valais excellence, 2008, pages 65.

7.1.3 Proposition graphique du label GEPréserv'

Voici ci-dessous une proposition graphique de l'écolabel d'information dénommé « **GEPréserv'** ». Chacun des paramètres environnementaux est caractérisé par des pictogrammes (voir chiffre 6). Les notes, attribuées lors de l'évaluation (uniquement pour l'approche quantitative), sont positionnées à côté des pictogrammes. Les tirets de couleurs (bleu dans notre exemple) permettent de distinguer les différents secteurs d'activité.

Figure 14

Label « GEPréserv' »



Quant au nom du label nous l'avons intitulé GEPréserv' et avons utilisé la police Kristen ITC. Cette police est déjà connue des genevois(es) car elle ressemble très précisément à la police utilisée pour les affiches « GenèveRoule ».³⁹ Elle véhicule une image jeune et respectueuse qui satisfait aux valeurs du label. Le jeu de mot que suppose le nom du label (« GE » correspond phonétiquement à la première personne du singulier « je » et reprend l'acronyme du canton) est évocateur de l'attitude que nous voulions que le label transfigure à savoir l'originalité, l'innovation et l'appartenance cantonale. Le code sémantique « Préserv' » est original et renvoi directement aux responsabilités et aux rôles de chacun. En effet, au travers de la réduction de consommation que projette le label c'est notre environnement que nous préservons. Enfin, les deux couleurs appliquées au « G » et au « E » reprennent les couleurs du drapeau de la République du canton de Genève, rouge et jaune orange. Ce label, qui dans notre exemple présente une certification pour les trois paramètres, sera apposé sur la vitrine de l'entreprise ayant fait la demande de certification.

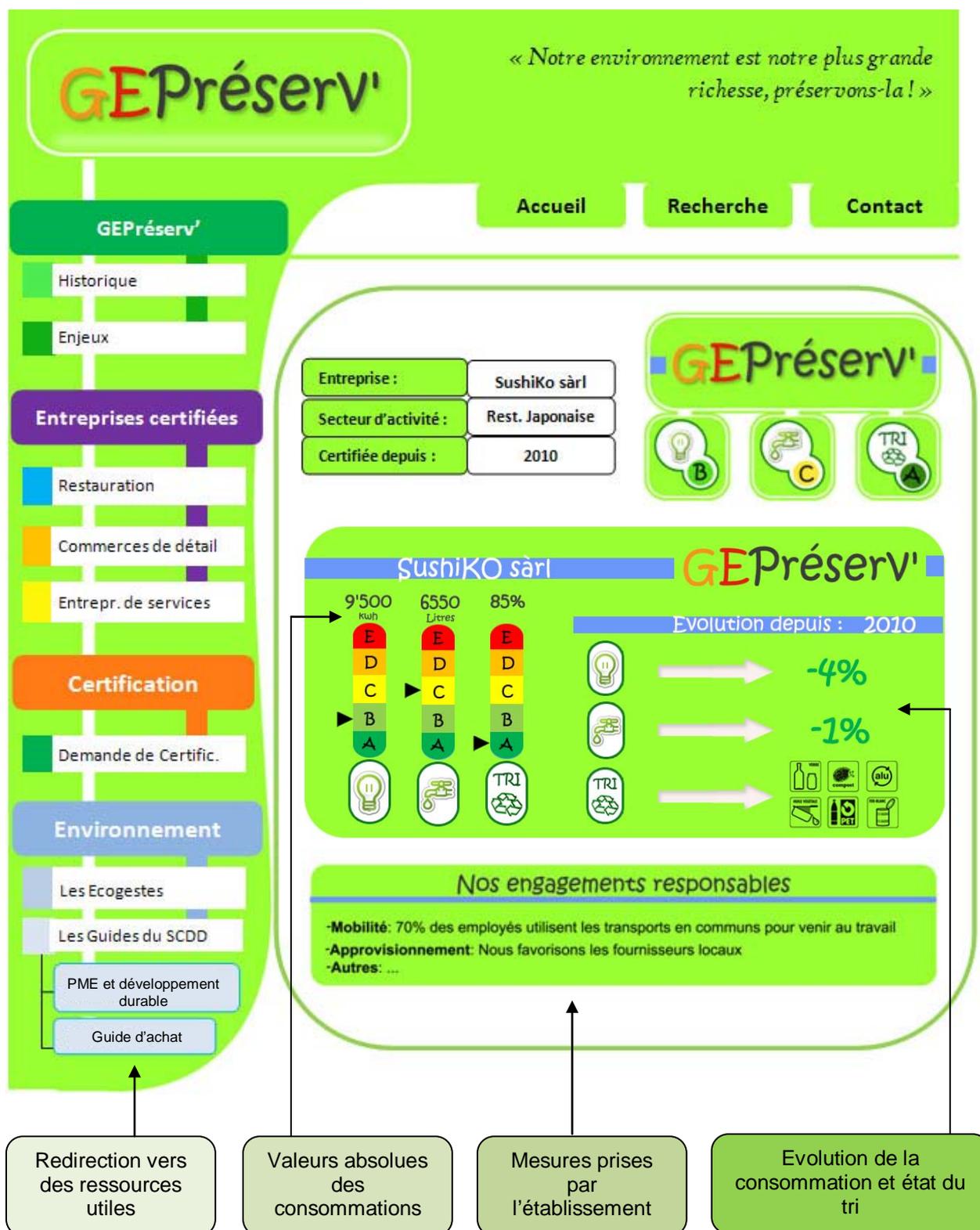
³⁹ Association Genève Roule, <http://www.geneveroule.ch/>, consulté le 25 avril 2010.

Cependant, des informations complémentaires seront visibles sur la plateforme internet du label regroupant l'ensemble des entreprises certifiées. Ainsi, les agents économiques intéressés par l'état de conscience écologique du restaurant ou du commerce dans lesquelles ils consomment, pourront obtenir des données supplémentaires.

7.1.4 Informations complémentaires

Un site internet permet de communiquer plus largement avec les parties prenantes intéressées par le concept de l'éco label. Des informations sur l'évolution de la consommation seront visibles ce qui témoigne des efforts entrepris par l'établissement depuis sa certification. De plus, des indications sur les mesures responsables menées par l'établissement seront communiquées. Cet aspect est particulièrement intéressant car de nombreuses actions sont réalisables et « communicables » par les TPE notamment sur les politiques d'achats à favoriser, les conditions de travail ou encore sur les mesures en mises place pour encourager la mobilité douce des employés. Selon la nature des engagements, un audit de vérification pourrait être envisagé afin de ne pas laisser les entreprises inscrire des éléments qu'elles n'appliqueraient pas. L'objectif est véritablement d'offrir un outil de communication efficace pour les TPE qui ne peuvent jurer, pour la plupart, que par la façade de leur vitrine. Les seuls points communicants pour un restaurant ou un commerce de détail sont sa vitrine et son référencement sur internet. La majorité des petits commerçants ne possède pas de site internet propre et les seules informations que l'on peut trouver sur les différents moteurs de recherches sont la localisation, les menus proposés et le numéro de téléphone. Autrement dit, pour caricaturer, le seul site internet que possèdent les commerçants est commun à tous et s'appelle Google, Bing ou encore local.ch. Les raisons principales pour lesquelles les restaurants et les petits commerces de détail n'ont pas de plateforme internet sont le coût de création et de maintenance. Le retour sur investissement peut être très long et l'offre gratuite des moteurs de recherche semble satisfaire aux besoins. En outre, les éléments de communication essentiels, commercialement, sont peu nombreux. Créer une plateforme dédiée aux entreprises certifiées offre à ces dernières un point de visibilité qui peut s'avérer être très profitable à terme. En effet, communiquer sur son engagement pour le respect de l'environnement ne peut être que bénéfique pour l'image de l'entreprise et pour notre planète.

Figure 15
Site internet du label

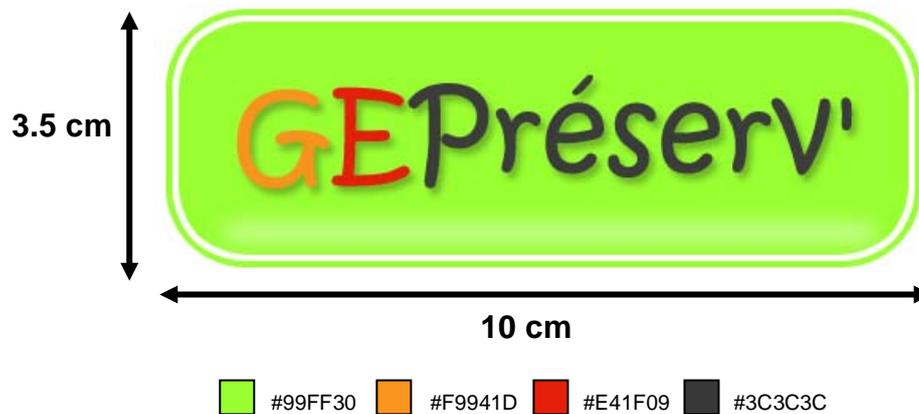


7.1.5 Le logo

Les créations graphiques et notamment les logos sont généralement complétées par des mises en situations et des prescriptions sont rédigées quant à leurs utilisations. Dans le cadre du label GEPréserv', il n'est, a priori, pas utile d'élaborer un logo sachant que l'utilisation première est celle du label. Cependant, il est important de concevoir un logo identificateur qui pourra éventuellement être utilisé dans les communications écrites (papier à lettre), sur les sites internet de référencement et dans le cadre de la promotion du commerce. C'est pour ces raisons que nous avons décidé de réaliser un logo référant du label en utilisant les mêmes codes couleurs.

Figure 16

Logo



Les prescriptions à l'utilisation sont celles de l'interdiction d'utiliser ou d'apposer le logo pour les entreprises non certifiées ou ayant perdu la certification.

8. Sondage auprès du public

8.1 Objectif

Nous avons décidé de réaliser un sondage d'opinion, d'une part afin de connaître la sensibilité écologique des citoyens sur les aspects environnementaux traités par le label et d'autre part, afin de savoir si notre concept pouvait modifier certains comportements. Nous avons réalisé ce sondage par internet car la technologie web nous permettait de pouvoir présenter le projet avant de soumettre un questionnaire. Nous avons exposé sur trois diapositives les caractéristiques du label. Ainsi, les sondés ont pu se faire un avis sur l'apport que peut avoir ce dernier et les enjeux qu'il sous-entend.

Le questionnaire dénombre dix neuf questions (annexe 9) et les données de cent trente six personnes ont été récoltées. La représentation des différentes tranches d'âge est la suivante :

Tableau 6
Représentation de l'échantillon

	Hommes	Femmes		
De 0 à 18	0	0	0	0%
De 18 à 25	14	13	27	20%
De 26 à 35	14	21	35	26%
De 36 à 45	19	16	35	26%
De 45 à 55	23	16	39	29%
Total	70	66	136	100%
	51%	49%		

Tableau 7⁴⁰
Représentation selon OCSTAT

	Hommes	Femmes	Total	
De 0 à 18			0	0%
De 18 à 25	22 085	21 870	43 955	17%
De 26 à 35	34 099	35 611	69 710	28%
De 36 à 45	36 694	37 917	74 611	30%
De 45 à 55	31 720	32 241	63 961	25%
Total	124 598	127 639	252 237	100%
	49.40%	50.60%		

L'échantillon obtenu se voit attribué d'un biais de pondération pour les différentes tranches d'âge. Les hommes, contrairement à la situation présentée par l'office cantonal de la statistique, sont sur représentés dans notre échantillon.

⁴⁰ OCSTAT Genève,
http://www.geneve.ch/statistique/statistiques/domaines/01/01_02_1/aperçu.asp,
consulté le 15 mai 2010.

8.2 Résultats

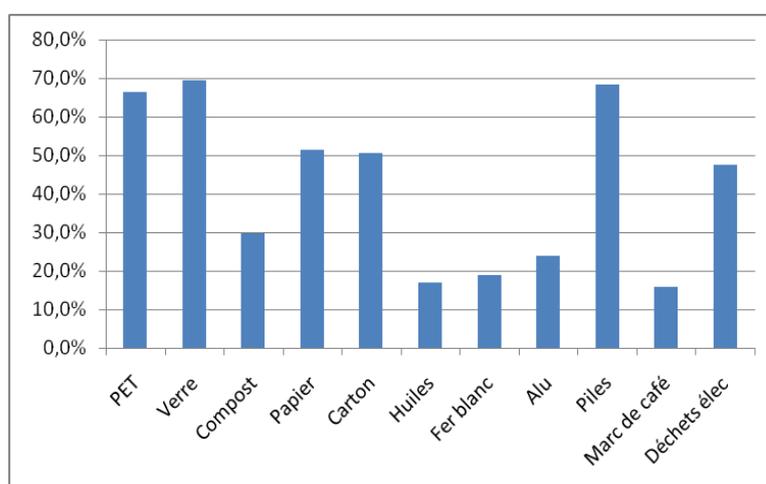
A la question de savoir si les sondés étaient sensibles à la gestion parcimonieuse des ressources tels que l'eau, l'électricité et le rejet de déchets, 94% répondent positivement et disent apporter une attention particulière à ces thèmes et à l'écologie en général.

Près de 88% prétendent faire attention à la consommation d'eau dans leur ménage. Les différents éco gestes adoptés sont essentiellement l'attention portée à ne pas laisser couler l'eau inutilement (85%) et le fait de privilégier les douches aux bains (74%). Seul 13% des personnes ont installés des aérateurs d'eau et 9% affirment ne faire aucun geste pour rationaliser leur consommation.

Pour ce qui est de l'électricité, 91% disent faire attention à leur consommation en appliquant notamment des gestes simples que sont : l'extinction des lumières lorsque la personne quitte la pièce (93%), l'extinction des appareils électriques lors de leur utilisation (63%), l'installation d'ampoules basses consommation (48%) ou encore l'installation d'appareils efficients en électricité (32%). Comme nous pouvons le constater, il reste encore une marge de progression relativement importante pour ce qui est du type d'installation à favoriser.

Le tri des déchets trouve un écho positif auprès du public car 84% des sondés s'engagent à trier, tout ou partie, de leurs déchets. Cependant, de nombreux types de déchets ne sont pas triés. Cet état de fait démontre que de nombreuses personnes prétendent trier mais cet engagement ne porte que sur un nombre réduit de déchets. Les efforts de sensibilisation et d'information qui est fait par les différentes communes ne doit donc pas s'arrêter, au contraire.

Figure 17
Tri des déchets ménagers



Les diapositives de présentation utilisées dans le cadre du sondage reprenaient la conception graphique du label ainsi que celle du site internet (voir figure15). Les sondées ont tous aisément compris les informations figurant sur la maquette du site internet (98%). La conception graphique du label et les données y figurant ont été relativement bien appréciées avec 76 % des sondés indiquant que les informations étaient intéressantes et que le design était satisfaisant. 15% des personnes ont jugé le design comme étant peu satisfaisant.

Conformément à nos attentes, 81% des personnes interrogées pensent que les établissements du secteur de la restauration ne communiquent pas suffisamment sur leur état de consommation et sur la gestion de leurs déchets. 17% n'ont pas d'avis. Pour le secteur du commerce de détail, c'est 78% des sondés qui estiment que ces entreprises ne communiquent pas sur leur niveau de consommation et sur la gestion des déchets qui est faite. Ces résultats étaient attendus car rares sont les commerces qui font état, aujourd'hui, auprès de leurs clients, de la gestion environnementale qui est appliquée au sein de l'établissement.

Paradoxalement à cette situation, les sondés affirment à 82% qu'ils valoriseraient davantage une entreprise qui serait certifiée pour ses consommations rationnelles d'énergie et pour sa gestion des déchets. Ce résultat est très positif et permet de confirmer que même si ces entreprises sont de très petites tailles, leurs actions seront valorisées. 9% sont indécis et ne peuvent prétendre qu'ils trouveraient l'établissement plus attractif s'il était certifié. Il est en effet difficile de se prononcer pour un état de fait qui ne s'est pas encore réalisé sachant qu'il est difficile de prédire l'engouement collectif qu'engendrera le label.

Enfin, nous avons posé une question afin de savoir si la certification des entreprises des secteurs concernés pouvaient « pousser » l'individu, à lui-même appliquer des gestes écologiques. 70% des sondés pensent que les efforts fait par ces entreprises de proximité pourrait les motiver à appliquer plus régulièrement ce genre de gestes. Il est intéressant de constater que ces TPE jouissent d'un capital affectif que l'on ne retrouve pas toujours chez les entreprises d'une taille conséquente.

9. Apports et recommandations

9.1 Analyse du secteur de la restauration et du commerce de détail

Selon les chiffres de l'office cantonal de la statistique du canton de Genève, on ne dénombre pas moins de 2200 et 1330 entreprises de petites tailles (moins de 10 collaborateurs plein temps) respectivement actives dans le secteur du commerce de détail et de la restauration. Ceci représente 12'000 emplois et cette situation a été évaluée en 2008 (annexe 10). Ces deux secteurs et particulièrement celui du commerce du détail représente des pôles d'emplois importants pour le canton.

Développer et pérenniser une entreprise à Genève dans ces secteurs est difficile et l'environnement est très concurrentiel. La taille et par conséquent la gamme des prestations empêchent d'avoir un poids suffisamment conséquent pour accroître de manière continue sa part de marché. Les marges d'exploitation sont relativement faibles ce qui freine sensiblement l'attractivité du secteur. On constate généralement que les restaurants sont ouverts par une catégorie de la population possédant plusieurs cultures. Lors de nos entretiens, la majorité des responsables d'établissement n'étaient pas francophones et développaient une activité (type de restauration) en relation avec leur deuxième origine ethnique. Cet élément est intéressant lorsque l'on aborde la question de l'adhésion au label. En effet, certains des responsables semblaient peu informés sur les politiques du canton en matière de gestion des déchets notamment. Ceci pourrait nous amener à nous questionner sur la manière de communiquer sur l'existence du label lors de son lancement.

Au-delà de cet aspect, il est à reconnaître que les moyens de différenciation pour les établissements de la restauration et du commerce de détail sont limités. En ce qui concerne les restaurants, c'est essentiellement le menu de la carte, la localisation et la tarification qui jouent un rôle d'appel pour le client. Pour le secteur du détail, ce sont le produit, son prix, l'agencement du commerce et sa localisation qui priment. L'élément à souligner ici est que l'ensemble des entreprises possèdent les mêmes armes et ont donc une marge de manœuvre et d'innovation relativement faible. Une concurrence implicite et persistante s'installe donc, et ce sont uniquement les plus habiles et les plus ingénieux qui s'en sortent. Enfin, les faibles flux financiers profitables et le manque de développement stratégique de la part des entrepreneurs peuvent mener un

établissement à stagner dans un marché exigeant et en constant modélisation. Ceci représente un risque de survie.

9.1.1 SWOT

Les deux industries que nous considérons à savoir la restauration et le commerce de détail présentent des caractéristiques stratégiques particulières et une analyse « swot » permet de les identifier.

Tableau 8
SWOT

Industrie : restauration et commerce détail	
Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> • Proximité avec les clients • Gestion flexible • Savoir faire difficilement imitable dans certains cas (restauration) • Spécificité des produits (Comm. de détail) • Qualité des conseils et prestations • Accès direct au marché (locaux visibles dans la rue) 	<ul style="list-style-type: none"> • Petitesse • Capacités financières limitées • Marges très réduites • Faibles barrières à l'entrée • Outils de communication quasi inexistants • Stratégies peu définies
Opportunité	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> • Tendance au développement durable • Volonté de consommer localement • Image moins valorisée des grandes entreprises (capital affectif) • Volonté de consommer moins mais mieux • Polémique sur la levée des déchets • Reconnaissance pour les entreprises socialement responsables 	<ul style="list-style-type: none"> • Concurrence inégale avec les grandes entreprises de distribution (Comm. de détail) • Concurrence inégale avec les restaurants « self service » des grands groupes (Restauration) • Pression à la baisse des prix • Commande par internet • Renforcement législatif et risque d'image (Arrêt des levées de déchets)

Force est de constater que les seules opportunités offertes à ces deux industries sont d'ordre sociales ou écologiques. Nous pouvons constater aujourd'hui qu'une majorité grandissante d'entreprises de taille plus ou moins importantes œuvrent pour le développement durable. Leurs actions sont valorisées par les investisseurs et les consommateurs s'intéressent davantage aux impacts que peuvent avoir ces entreprises. « De nombreux clients, au-delà du produit et des services qu'ils achètent, sont en quête de sens » (TIXIER, 2005, p.24). Cependant, les TPE ne peuvent, à l'heure actuelle, profiter de cette tendance. Des moyens de communications limités conjugués à l'impression d'avoir un impact trop faible sur l'environnement, empêche

les TPE d'avancer vers une démarche durable qui leur semble être vaine. Cela dit, ces entreprises dites de proximité ont un potentiel d'action qui reste à exploiter. Ces entreprises doivent profiter de cette proximité avec le client afin de mieux servir ces attentes, que ce soit avec les prestations ou les produits offerts mais également avec leurs compétences relationnelles. « ...l'attitude développement durable investit le commerce d'une mission citoyenne... » (TIXIER, 2005, p.24). Démontrer ses compétences environnementales permettrait de tirer profit de la tendance actuelle tout en se servant de ses forces, à savoir la proximité et l'accès direct aux marchés. De plus, ceci offrirait une différenciation aux établissements sensibilisés.

« Le concept du développement durable fait son chemin dans les esprits des consommateurs qui se sentent concernés et disent être prêts à prendre en compte cette donnée dans leurs actes d'achats. Néanmoins, de nombreuses entreprises persistent à ne pas oser encore l'intégrer dans leur stratégie : cela devient urgent ! » (TIXIER, 2005, p.23). Notre modèle d'importance des entreprises doit être revu. Les TPE ne doivent pas être jugées uniquement par leur petitesse mais également par le rôle social qu'elles jouent. Il s'agit donc de débrider notre perception et de leur attribuer une importance juste.

9.2 Adhérer au label écologique

Au regard des éléments précités, il est intéressant de se pencher sur l'apport que peut procurer l'adhésion à un label écologique tel que GEPréserv'. Tout d'abord nous pouvons remarquer que la solution apportée par le label satisfait en partie les attentes des consommateurs en ce qui concerne l'empreinte écologique que génère l'établissement. L'entreprise adhérente donne un élan de différenciation à sa stratégie et offre une possibilité de faire valoriser ses efforts et sa volonté d'agir. C'est ce qu'on appelle en stratégie l'avantage concurrentiel. L'entreprise dispose d'un avantage difficilement imitable à court terme ce qui lui permet de re-modéliser la perception de ses clients et de ses prospects. « ...L'environnement demeure un des meilleurs facteurs concernant la différenciation autant pour les marques que pour les enseignes... » (COSTA, 2008, p.118).

La crédibilité des écolabels, contrairement à une communication marketing directe auprès des clients, permettent une meilleure adhésion à la bonne foi de l'établissement. « En faisant apparaître par ailleurs les certifications et labels dont l'entreprise bénéficie et même si le consommateur ne connaît pas l'ensemble de ces informations, nous pouvons noter que ces entreprises bénéficient dans ce cas d'un

avantage de plus en plus marquant. Le consommateur y devient donc sensible » (COSTA, 2008, p.45).

Un individu soucieux de l'impact qu'il peut avoir sur son environnement privilégiera les établissements conscients des enjeux écologiques et où les valeurs de ces derniers seront en harmonie avec les siennes. Bien évidemment, cet avantage tendra à disparaître lorsqu'une majorité des établissements y aura adhéree. Ce sera dès lors l'intérêt de réduction et de la prise de conscience qui profitera à toute la société, l'élan vertueux sera alors enclenché.

9.3 Synthèse des avantages que procure le label

- Les entreprises certifiées ont la possibilité de démontrer leur conscience écologique en ce qui concerne la consommation et le tri des déchets. Nous pensons en effet, comme le dit Bettina Ferdman Guerrier, fondatrice de la Fondation Philiass, que «...les enjeux auxquels ont dû faire face les grandes entreprises ces dernières années, en termes de transparence, de communication et de gouvernance, seront les défis des PME de demain » (GUERRIER, 2010, p.3)⁴¹.
- Une transparence sur les engagements sociaux permet de valoriser les plus petites actions et de motiver les entreprises affichant une gestion éthique à se certifier. Ceci peut également donner des idées d'amélioration aux autres établissements qui constatent que les efforts d'hier peuvent être valorisés aujourd'hui.
- Le label apporte un avantage concurrentiel et permet donc aux établissements de se différencier par rapport à la concurrence. «...les avantages concurrentiels à long terme reposeront sur des critères « sociétaux » au moins autant que sur la qualité et le prix ; le mouvement des consommateurs-citoyens va dans ce sens et il exercera des pressions grandissantes sur l'entreprise » (WOOT, 2005, p.180).
- Les TPE peuvent réduire leurs coûts d'exploitation en appliquant soigneusement une politique de gestes écologiques. Il permet également de repenser les processus production et d'améliorer l'efficacité de ceux-ci.

⁴¹ Fédération des Entreprises Romandes. La responsabilité sociale des entreprises : une approche volontariste dans les PME, 2010, page 3

- Les clients et les parties prenantes intéressées peuvent être informés des efforts consacrés à l'aide du label et du site internet. Les engagements socialement responsables apportent une valeur ajoutée aux prestations de l'établissement car ce dernier peut les communiquer à ses parties prenantes.
- Le concept apporte une motivation aux entrepreneurs à adopter une démarche plus durable car ils savent que leurs clients sont de plus en plus sensibles à la gestion de l'environnement et par conséquent de celle de l'entreprise. Ils ont dès lors un moyen d'améliorer l'image de leur commerce. Les collaborateurs sont plus motivés car ils contribuent directement à la démarche.
- La société profite des efforts communs par des comportements conscients. Les individus peuvent être positivement influencés par la démarche. Ceux-ci seront plus enclins à l'application de gestes écologiques, ce qui contribue pour partie, à la préservation de notre environnement.

9.4 Recommandations

Mettre en place un tel label demande un effort d'organisation et de concertation important. Il s'agit tout d'abord de déterminer qui sera responsable de sa mise en place. Selon les personnes sondées, 65% pensent que c'est à l'Etat d'être responsable du label. L'Etat possède un pouvoir de force qui lui permettrait de récolter les données nécessaires à l'établissement des valeurs cibles dans le cas de l'approche qualitative. En effet, la légitimité des institutions pourrait être utilisée afin d'exiger, de la part des entreprises des secteurs concernés, les informations indispensables à l'analyse préalable. Afin de simplifier cette prise de mesures, l'Etat peut également travailler avec les SIG qui possèdent une base de données conséquente ce qui permettra d'affiner l'échelle des seuils certifiant. Une volonté politique forte de la part des services de l'Etat et des responsables des différents départements concernés est un préalable à la mise en place d'un tel concept. Après la répartition des rôles et des responsabilités, une analyse financière des coûts qu'engendreront le déploiement du label doit être effectuée. Il s'agira alors de déterminer l'effort d'analyse nécessaire pour récolter et analyser les données. L'organisation et les coûts d'audit doivent également être pris en compte. Si l'approche qualitative est sélectionnée, un travail de concertation, avec des responsables d'établissement notamment, est nécessaire afin de s'accorder sur les mesures d'engagements permettant la certification. Parmi les acteurs susceptibles de prendre la responsabilité du projet, 24% des personnes interrogées pensent que c'est à un organisme de certification indépendant d'être l'instance de référence. La difficulté pour ce dernier sera de pouvoir récolter les

données auprès des SIG et/ou des TPE car il court le risque de ne pas se voir attribuer une légitimité suffisamment reconnue lui permettant de faire une analyse quantitative. Sans une aide des pouvoirs publics, au travers d'un partenariat, la seule solution dans ce cas là, sera d'opter pour une approche qualitative, basée sur des engagements à respecter. La méthode qualitative présente un avantage indéniable qui est celui de sa simplicité de mise en place. Il est en effet plus aisé de se mettre d'accord sur des mesures d'engagements que d'élaborer un modèle quantitatif prenant en compte tous les paramètres nécessaires. De plus, cette méthode permettrait de diffuser l'application du label à de nombreux types d'entreprises et non plus seulement aux TPE.

Les efforts d'organisation peuvent être conséquents selon que l'on choisisse l'une ou l'autre des méthodes d'évaluation. Les responsables du projet devront définir clairement les objectifs attendus par le label. Privilégions-nous la réduction des consommations comme indicateur de réussite? Ou bien est-ce que l'encouragement pour une sensibilisation des entreprises et des citoyens sera plus impérieux. Ces deux aspects sont essentiels car ils détermineront le degré de concertation et d'importance du label. Il serait peut judicieux de consacrer un budget conséquent à l'analyse et au déploiement du label si l'objectif premier est de réduire considérablement les consommations d'électricité et d'eau sachant que ces entreprises ne représentent pas, en termes relatifs, la source majeure des consommation à Genève. Ces éléments d'appréciation sont des points sur lesquels les responsables devront se mettre d'accord.

Pour inciter les entreprises à trier leurs déchets, il est important de réfléchir à la possibilité pour les établissements s'engageant à trier, d'obtenir des ristournes sur les frais de récupération d'ordures. Les entreprises de certains districts de la Ville de Genève bénéficie jusqu'en janvier 2012 d'un service de ramassage hebdomadaire gratuit. Ce n'est pas le cas dans les différentes communes qui possèdent une souveraineté dans la tarification des frais annuels de ramassage. Nous savons également que l'Etat réduit ses coûts d'incinérations si les déchets sont correctement triés. Dès lors une redistribution de ses économies peut être envisagée.

Enfin, avant d'engager un déploiement, une phase de test dans les communes les plus avant-gardistes serait nécessaire afin de mesurer l'impact, l'attrait et pour identifier les éventuels problèmes.

Conclusion

La tendance du développement durable se renforce de jour en jour et il est primordial de s'accorder à cette modification sociologique si l'on souhaite garder une cohérence avec ses valeurs et ses clients. Les entreprises ne sont pas toutes égales face aux opportunités qu'offre l'application d'une démarche durable. Les entreprises fortement capitalisées sont avantagées car elles peuvent mettre en œuvre des actions concrètes qui leurs permettront d'améliorer leur image et leur attractivité sur le marché en communiquant ouvertement et largement. Les petites structures en revanche, même si elles peuvent faire preuve d'une volonté d'autant plus sincère, peineront à s'adjuger les mêmes faveurs car leur base de communication est réduite.

Nous avons pu constater qu'un manque de motivation pour une démarche durable persiste auprès des TPE. Les outils disponibles, la sensibilité des responsables d'établissement et le manque de compétences ne permettent pas de déclencher une dynamique environnementale et sociale visible. Le système de management environnemental proposé par ISO n'est pas adapté à la taille de ces entreprises et elles peinent à trouver une motivation à l'application des conseils d'éthique et d'écologie que peuvent fournir certains guides pour les PME. La difficulté de communiquer et de faire valoriser ses savoir-faire et savoir-être, bloque tout élan d'adoption réel pour une gestion durable. Il est donc important aujourd'hui de faire participer ces acteurs de la vie économique, considérant leurs possibilités, en offrant une plateforme de communication qui leur apporte une réelle valeur ajoutée. La certification sur la consommation et la gestion des déchets est un premier pas vers l'embrassement d'une gestion socialement responsable. Il faut également prendre la juste mesure des apports que peut avoir cette certification pour l'ensemble de la société. Les restaurants et les commerces de détail ont une visibilité et une proximité avec les clients qui leur permettent d'avoir un impact psychologique bénéfique sur les comportements des citoyens. Elles ont une possibilité de montrer l'exemple, de se différencier par rapport à leurs concurrents et de réaliser des économies. Certes la priorité actuelle n'est peut-être par tant notre consommation d'eau ou d'électricité que notre dépendance aux énergies fossiles mais dans une perspective de réduction de l'impact environnemental, de sensibilisation des citoyens et d'atteinte des objectifs prescrits par le projet de société à 2000watts, tous les efforts comptent. Ne dit-on pas que ce sont les gouttes d'eau qui font les grands fleuves ? Je pense qu'un tel concept peut avoir un impact substantiel tant pour les entreprises que pour les citoyens, si une

bonne communication est réalisée sur les enjeux que présente le label. En effet, les individus ne pensent pas directement aux TPE lorsqu'il s'agit d'aborder la gestion environnementale des entreprises. Un effort de plus en plus important est aujourd'hui demandé aux multinationales car elles ont un impact sur l'environnement important. Cependant, en constatant que même les très petites entreprises décident de mettre en place des mesures conséquentes pour le respect de la planète, la sensibilité inactive de certains citoyens pourra se transformer en plans d'actions concrets. N'oublions pas enfin qu'une TPE n'est rien d'autre qu'une association réduite d'individus.

Pour conclure, comme l'affirme Nicolas Hulot dans un avant-propos « Les chefs d'entreprises, au moins autant que les politiques ont un rôle historique à jouer dans la construction du monde de demain, sur toutes les dimensions du développement durable » (Hulot, 2009, p.7).

Bilan personnel

Travailler sur la thématique du développement durable et les TPE a été très enrichissant pour moi. Je me suis confronté à de nombreuses difficultés d'ordre conceptuelles qui m'ont fait découvrir qu'il était très difficile d'élaborer avec exhaustivité un nouveau concept, touchant des aspects d'ingénierie environnemental, considérant mes compétences d'économiste d'entreprise. J'ai également apprécié de pouvoir conjuguer mes différentes compétences acquises durant mes années à la HEG car mon projet m'a véritablement demandé un effort particulier d'analyse personnel. De cette expérience, j'en retire une grande satisfaction.

Enfin, ce travail a pour but d'apporter une proposition stratégiquement satisfaisante pour les très petites entreprises qui, je pense, ont un potentiel qui ne demande qu'à être exploité. J'ai également souhaité faire accorder développement économique et développement durable en élaborant une proposition qui permette de concilier les besoins des entreprises, les attentes de notre société et les capacités de notre environnement.

Bibliographie

Ouvrages de référence

BARACCHINI Paolo. Guide à la mise en place du management environnemental en entreprise selon ISO 14001, Lausanne, Edition : Presses polytechniques et universitaires romandes, 2007, 189p. ISBN : 978-2-88074-760-2.

KAROLEWICZ Francis. Ecomanagement : un management durable pour des entreprises vivantes, Bruxelles, Edition De Boeck, 2010, 172p. ISBN 978-2-8041-1613-2.

COSTA Nathalie. Gestion du développement durable en entreprise, Paris, Edition : ellipses, 2008, 148p, ISBN 978-2-7298-4089.

TIXIER Maud. Communiquer sur le développement durable, Paris, Editions d'Organisation, 2005, 353p. ISBN : 2-7081-3361-6.

FEDERATION DES ENTREPRISES ROMANDES, CENTRE PATRONAL, FONDATION PHILIAS. La responsabilité sociale des entreprises : une approche volontariste dans les PME, Carouge, 2010, 32p. ISBN : 978-2-9400-8723-5.

DE WOOT Philippe. Responsabilité sociale de l'entreprise : faut-il enchaîner Prométhée ?, Paris, Editions : Economica, 2005, 198p. ISBN : 2-7178-4937-8.

MASINI-FRYDIG Réjane. La bible des couleurs : chromothérapie, psychologie, communication, habitat, décoration, art, textile, tradition, symboles, spiritualité, Genève, Edition : Jouvence, 2009, 119p. ISBN : 978-2-88353-798-9.

CULOT Dimitri, Web design +: améliorez vos sites par l'exemple, Paris, 2002, Edition : OEM EYROLLES, 159p. ISBN : 2-7646-0435-4.

Ouvrages consultés

LAVILLE Elisabeth. L'entreprise verte : le développement durable change l'entreprise pour changer le monde, Edition. Village Mondial, Paris/Pearson Education France, 2002, 317p. ISBN : 2-84211-173-7.

COLLECTION GUIDES PRATIQUES ACFCI. Gestion de l'environnement pour les PME-PMI, Paris, Editions : Afnor, 2007, 95p, ISBN : 978-2-12-475544-8.

BARON Valérie, Mettre en place votre système de management environnemental, Paris, Editions : Afnor, 2002, 47p, ISBN : 2-12-505039-0.

HONNAERT Frédéric, Evaluer votre système de management environnemental, Paris, Editions : Afnor, 2002, 41p, ISBN : 2-12-505038-2.

JOHNSON Gerry, SCHOLES Kevan, WHITTINGTON Richard, FRERY Frédéric. Stratégique 8^e édition, Paris, Pearson Education France, 2008, 760p, ISBN : 978-2744-0727-61.

DELALOYE Laurent, FRAGNIERE Emmanuel, HOESLI Martin, Modélisation des décisions de Gestion. Economica. Paris. 2001, 129p. ISBN : 2-7178-4319-1.

KOTLER Philip, KELLER Kevin Lane, DUBOIS Bernard, MANCEAU Delphine, Marketing management 2^e éd. Pearson Education. Paris : Pearson Education France, 2006, 879 p. ISBN : 2-7440-7143-9.

ADOBE, Adobe Photoshop CS3. Edition : Peachpit Press, Paris, 2007, 497p. ISBN : 978-2744-0819-65.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. The integrated use of management system standards, Edition : ISO, Suisse, 2008, 145p. ISBN 978-92-67-10473-7.

ASSOCIATION MARQUE VALAIS. Guide de marque : Marque commerciale Valais et label Valais excellence, 2008, 65p.

DESCOLONGES Michèle. SAINCY Bernard. Les entreprises seront-elles un jour responsables ?, Paris, Editions : La dispute Comptoir de la politique, 2004, 155p, ISBN : 2-8430-3091-9.

Rapports, brochures, articles et textes de loi

RAPPORT BRUNDTLAND. Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'ONU. Chap 2, 1987.

CONSEIL FEDERAL SUISSE. Stratégie 2002 pour le développement durable, mars, 2002.

CONSEIL D'ETAT. Un agenda21 pour Genève : rapport de synthèse « 21 actions pour rentrer dans le XXIème siècle », mars, 2009.

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE. Loi sur l'action publique en vue d'un développement durable (A 2 60), 2001.

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE. Projet de loi cantonal du 19 août 2002 modifiant la loi A S 60 (PL 8786).

SERVICE CANTONAL DU DEVELOPPEMENT DURABLE. PME et développement durable, Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement, 2003, 290 pages.

SERVICE CANTONAL DU DEVELOPPEMENT DURABLE. Développement durable : Quelques propositions d'actions pour les PME, Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement, 2003, 81 pages.

SERVICE CANTONAL DU DEVELOPPEMENT DURABLE. Développement durable : Les PME passent à l'action, Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement, 2005, 25 pages.

CIRIO. Mise en œuvre de la stratégie du Conseil fédéral sur le développement durable, mesure 6 : Reconnaissance et promotion des labels, 2000, 80 pages.

MANECO. Questionnaire d'audit, 2009, 4 pages.

ARLETTAZ Delphine. Les politiques publiques en matière d'économie d'énergie dans les communes valaisannes : évolution, comparaison et recommandations, 91 pages, travail de Bachelor, économie d'entreprise, HEG Valais, 2009.

SERVICE CANTONAL DE GESTION DES DECHETS (GEDEC). Ecologie industrielle à Genève : premiers résultats et perspectives, page 5, 21, 2005, 47 pages.

SERVICE CANTONAL DE GESTION DES DECHETS (GEDEC). L'art d'accommoder les restes : recueil des meilleures recettes genevoises pour recycler ou éliminer les déchets provenant de l'hôtellerie et de la restauration, 2002, 11 pages.

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE. Plan de gestion des déchets 2009-2012, 2009, 56 pages.

SUISSE ENERGIE. Plate-forme de l'efficacité énergétique de SuisseEnergie pour une politique énergétique durable, 2007, 20 pages.

GRAND CONSEIL, Rapport de synthèse : 21 actions pour entrer dans le XXIème siècle, mars 1999.

WEBOGRAPHIE

WIKIPEDIA. http://fr.wikipedia.org/wiki/D%C3%A9veloppement_durable, consulté le 22 février 2010.

UNITED NATIONS ENVIRONMENT PROGRAMME. L'avenir de l'environnement mondial 3 – GEO 3 <http://www.unep.org/GEO/geo3/french/049.htm>, consulté le 15 mars 2010.

RAPPORT BRUNDTLAND 1987, Notre avenir à tous, http://www.wikilivres.info/wiki/Notre_avenir_%C3%A0_tous_-_Rapport_Brundtland, consulté le 10 mars 2010.

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE, Historique de l'agenda 21, <http://ge.ch/dares/developpement-durable/decisions-1114-3468-8471.html>, consulté le 15 mars 2010.

REPUBLIQUE ET CANTON DE GENEVE. Développement durable, http://ge.ch/dares/developpement-durable/conseil_developpement_durable-1114-3465.html, consulté le 29 mars 2010.

VILLE DE GENEVE. http://www.ville-ge.ch/fr/media/doc_off/a21.htm, consulté le 01 avril 2010.

CONSEIL D'ETAT. Rapport d'évaluation 2001-2002 du Conseil d'Etat sur la mise en œuvre de la stratégie en vue d'un développement durable et projet de loi modifiant la loi sur l'action publique en vue d'un développement durable, http://ge.ch/dares/developpement-durable/evaluation_agenda_pour_geneve-1114-3470.html, consulté le 17 mars 2010.

LABEL ECOLOGIQUE EUROPEEN. Eco-label, <http://www.eco-label.com/french/>, consulté le 25 mars 2010.

SITE DE LA CONFEDERATION, <http://www.bfe.admin.ch/energieetikette/index.html?lang=fr>, consulté le 25 mars 2010.

Normes SIA, <http://www.sia.ch/f/index.cfm>, consulté le 30 mars 2010.

MINERGIE, L'essentiel, <http://www.minergie.ch/das-wichtigste.html>, consulté le 30 mars 2010.

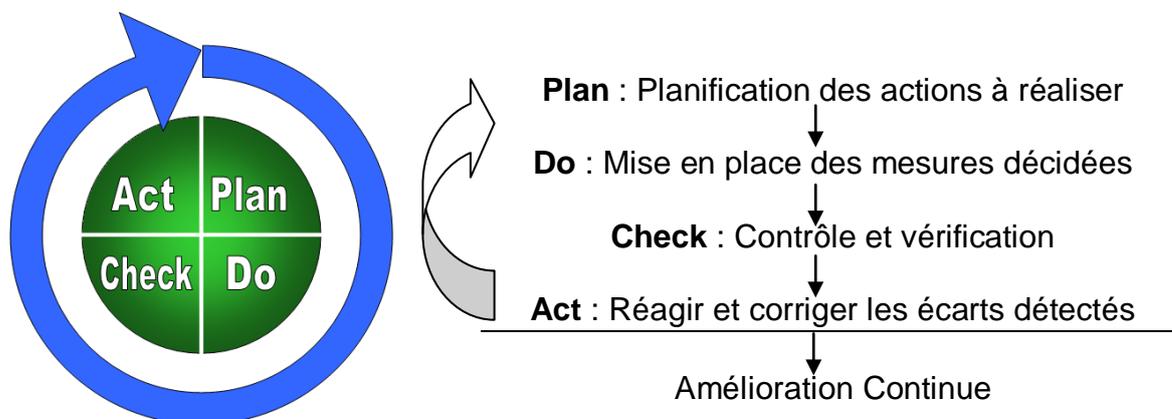
AVENIR ELECTRICITE, <http://www.avenirelectricite.ch/avenirelectricite/questions-reponses/>, consulté le 01 avril 2010.

SERVICES INDUSTRIELS DE GENEVE (SIG), <http://www.sig-ge.ch/entreprises/electricite/choisir-votre-electricite/sig-initial/index.lbl>, consulté le 15 avril 2010.

ECO21. La consommation électrique à Genève, <http://www.eco21.ch/Accueil/%C3%A9co21/Leschiffrescl%C3%A9s/tabid/75/Default.aspx>, consulté le 12 avril 2010.

SITE DU 20MINUTES. Les commerçants payeront pour leurs déchets, <http://www.20min.ch/ro/news/geneve/story/Les-commer-ants-payeront-pour-leurs-dechets-10919416>, consulté le 27 mai 2010.

Annexe 1 Roue de Deming⁴²



Annexe 2 Coûts de mise en place d'un SME

Coûts moyens de mise en place et d'entretien d'un SME, selon la taille de l'entreprise, en CHF		
	1 - 49 employés	50 - 249 employés
Mise en place		
- Coûts internes	33'000	72'000
- Frais de conseils	21'000	26'000
Frais de certification	10'000	16'000
Coûts d'entretien/année	16'000	40'000
Coûts totaux	93'000	154'000
Coûts totaux/employé	5'400	1'500

(Source: Cahier de l'environnement n°327, OFEFP, 2001)

⁴² <http://leadershipchamps.wordpress.com/2008/03/03/project-management-process-groups/>

Annexe 3

Questionnaire 1

Questionnaire 1 (entrepreneurs)

Nom :	Activité :	Surface :	Nombre d'employés :
-------	------------	-----------	---------------------

1. Votre activité et l'environnement ? Cette question est-elle importante à vos yeux ou bien l'activité que vous déployé ne vous semble pas avoir un impact sur l'environnement suffisamment conséquent pour la considérer ?
2. Si l'on traite l'aspect écologique, quels sont selon vous les impacts que vous avez sur l'environnement ? (Eau, Electricité, Déchets, CO2, autres ?)
3. Votre établissement s'est-il fixé des objectifs de réduction de consommations (eau, électricité) ?
4. Comment percevez-vous l'attention portée par vos clients sur les questions écologiques ? Pensez-vous que cet élément est décisif dans leur comportement d'achat ?
5. Si vous vouliez démontrer votre conscience écologique au travers de votre activité, quelle option privilégieriez-vous ?
 - Affiche publicitaire
 - Bouche à oreille
 - Application d'une gestion durable
 - Autres :
6. Si l'on devait concevoir ensemble un écolabel d'information commun aux TPE de votre secteur d'activité, quels seraient les éléments à prendre en considération ?
7. Qu'est-ce qui vous freine dans la mise en place d'une gestion durable de votre établissement ?
8. Comment arrivez-vous à vous démarquer de vos concurrents dans votre activité ?
9. Pensez-vous qu'une certification sur votre état de consommation d'électricité et d'eau puisse apporter de la valeur ajoutée à vos clients ? Seront-ils assez sensible pour prendre en considération vos efforts ?
10. Si vous deviez mettre en place une gestion durable dans votre entreprise, quelles seraient vos motivations ?
11. Pouvez-vous me donner les sources de consommation énergétique liés à votre établissement ?
12. Vous est-il possible de connaître aisément les quantités d'énergie consommée ? Gardez-vous une comptabilité de vos consommations/rejets ?
 - Kwh,
 - Litres
 - Déchets
13. Seriez-vous prêt à disposer d'un label d'information de votre état de consommation sur votre vitrine ? si non pour quelles raisons ?
14. Remarque sur l'écolabel :
.....

Annexe 4 Résultats

	Question 1	Question 2	Question 3	Question 4	Question 5	Question 6	Question 7	Question 8
Pizza Brasil 3 employés 80m2	Pas vraiment d'impact / gérer l'environnement ce n'est pas notre métier	Eau/déchets/ électricité	Non	Pas d'intérêt particulier - c'est le prix qui compte	Affiche pub interne	Elect / Eau / déchets / Tri	Compétence - coût - temps	Prix
L'entrecôte Saint-Jean 4 employés 55m2	Pas essentiel à mon activité mais conscient / Impact bien trop faible	Eau/Electricité/Déchets	Non	Ce n'est pas le sujet de discussion / pas décisif ou inconscient	Affiche pub interne / bouche à oreille	Elect / Eau / déchets / Tri	Compétence - coût - temps	Aucune stratégie - Image - location
Chez ma cousine 4,5 employés 75m2	Oui c'est important mais mon activité est trop petite pour entreprendre des actions	Eau/Électricité/Déchets	Non	Nous avons peu de discussions directes avec les clients mais cela ne semble pas décisif	Affiche pub interne / bouche à oreille	Elect / déchets / Eau / Bruit / conditions de travail / outils de travail	Ne sait pas	Pas de stratégie - Cuisine précise
Al Volo 6 employés 300m2	Ce n'est pas très important car nous ne sommes pas de gros consommateurs d'énergie	Eau / Électricité / Déchets	Non	Nos clients sont internationaux et nous n'avons pas d'impression particulière	Affiche pub interne / bouche à oreille	Elect / déchets / Eau	Compétences et pas convaincu du retour sur investissement	Pas de stratégie - location
Dolce Vita 6.5 employés 250m2	Oui c'est important mais notre impact est trop faible	Eau / Électricité / Déchets	Non	C'est un sujet de discussion mais cela n'est pas décisif dans leur comportement d'achat	Affiche pub interne	Elect / déchets / Eau / conditions de travail	Compétences	Image du restaurant
Urbanbio 1.5 employés 350m2	Oui c'est important même si notre impact est faible	Eau / Électricité / Déchets / bruits	Non	Peu de discussions mais sont essentiellement intéressés par la qualité des produits alimentaires	Affiche pub interne et bouche à oreille	Elect / eau / déchets / conditions de travail	Compétences - petitesse - coûts	Spécialisation des produits

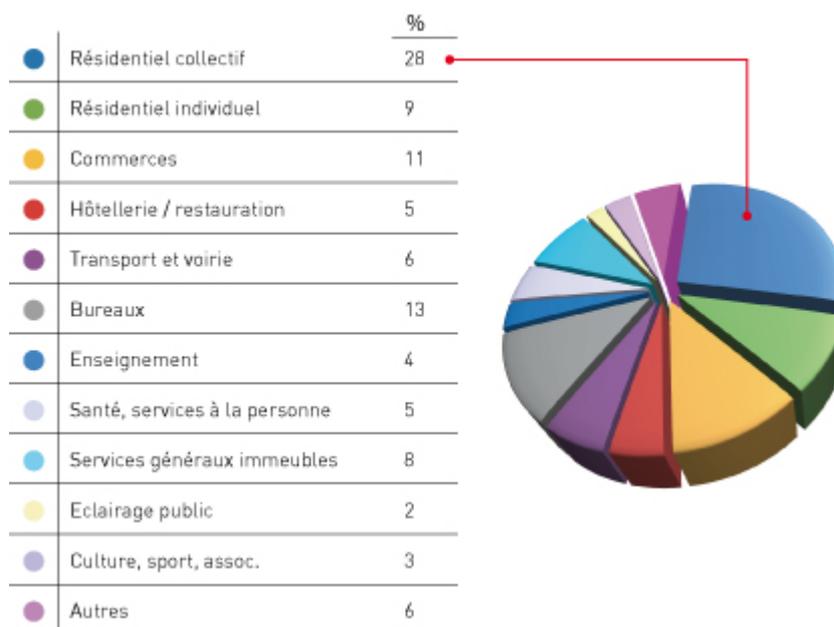
	Question 1	Question 2	Question 3	Question 4	Question 5	Question 6	Question 7	Question 8
Costa Smeralda 5 employés 170m2	Oui c'est important mais ne vois pas comment il pourrait agir personnellement	Eau / électricité / déchets	Non	Ce n'est pas décisif dans leur comportement d'achat mais c'est un sujet de discussion	Affiche pub interne / bouche à oreille	Electricité / eau / déchets / énergies fossiles / comportements (gaspillage) / conditions de travail	Compétences et en voit pas l'utilité	Pas de différenciation particulière
Maison Coloniale 2.5 employés 200m2	Oui c'est important car l'environnement est lié à l'image que nous souhaitons véhiculer	Eau / Électricité / Déchets	Non	pas décisif dans leur comportement d'achat car ils ne s'intéressent qu'au design du meuble pour la majorité	Affiche pub interne	Electricité / déchets - traçabilité des matériaux	Compétences - coûts - pas l'objectif du responsable	Les styles décoratifs mais pas de stratégie documentée
Auberge au Lion d'Or 6 employés 120m2	Oui c'est important malgré la taille de notre activité	Eau/Électricité / Déchets	Non	Pas décisif dans leur comportement d'achat mais les clients ont eu fait des remarques sur l'éclairage	Bouche à oreille	Électricité / déchets / gestion du personnel	compétences & connaissances	la location
la boutique du dos 2 employés 180 m2	Nous avons un impact faible mais nous sommes conscients que nous pouvons faire des efforts	Électricité / Déchets	Non	Les clients sont sensibles à la qualité des matériaux et non de la consommation du magasin	Bouche à oreille	Électricité / déchets	petitesse, compétences et connaissances	Produits spécialisés

	Question 9	Question 10	Question 11	Question 12	Question 13	Question 14	Activité
Pizza Brasil 3 employés 80m2	Peut-être mais nous pensons que c'est le prix qui compte	Financières	Elect / Eau / bois, mazout, pétrole	Kwh : oui Eau : non Déchets : non	Oui si c'est utile	Pas d'avis	Pizzeria
L'entrecôte Saint-Jean 4 employés 55m2	oui si le label est reconnu mais non si il a un faible impact	conformité légal - volonté du chef de bien faire	Elect / Eau / chauffage, gaz	Kwh : oui Eau : non Déchets : non	Oui si c'est obligatoire	Manque le TRI	Restauration française
Chez ma cousine 4,5 employés 75m2	Oui pour l'image de notre établissement mais pas forcément pour le client	la tendance ou une demande des clients et de l'État	Elect / Eau / chauffage	Kwh : oui Eau : non Déchets : non	Oui si reconnu	clair et simple	Restaurant Spécialité Volaille
Al Volo 6 employés 300m2	oui pour ceux qui sont informés et intéressés par l'environnement	Conformité légale et tendance générale	Elect / Eau / déchets, bois, mazout	Kwh : oui Eau : non Déchets : non	Pourquoi pas	La taille est raisonnable	Restaurant sans spécialité
Dolce Vita 6.5 employés 250m2	oui si le label est suffisamment connu	Conformité légale et tendance générale	Elect / Eau / mazout	Kwh : oui Eau : non Déchets : non	Oui si obligatoire	Pas d'avis	Restaurant italienne
Urbanbio 1.5 employés 350m2	oui pour nos clients mais pour le reste rien 'n'est moins sûr	Le responsable	Elect / Eau / chauffage	Kwh : oui Eau : non Déchets : non	Si dénature pas et si légalement reconnu	Manque les aspects sociaux	Commerce de produits consommables
Costa Smeralda 5 employés 170m2	Peut-être pour les clients fidèles	Une prise de conscience des clients au moment de l'achat	Eau / chauffage / électricité/ gaz	Kwh : oui Eau : oui Déchets : non	Oui si le label peut apporter quelque chose de positif	Aspect général correct	Restauration italienne
Maison Coloniale 2.5 employés 200m2	Si reconnu oui	conformité légale ou prise de conscience permettant un retour sur investissement	Eau / Chauffage / Electricité	Kwh : non Eau : non Déchets : oui	Oui si cela représente un réel avantage	Pas d'avis	Commerce de meubles
Auberge au Lion d'O 6 employés 120m2	Si les gens sont intéressés et que le label est connu oui	Volonté du responsable	Électricité / gaz / chauffage / eau	Kwh : non Eau : non Déchets : oui	Oui mais cela ne doit pas empêcher l'affichage	Simple et clair mais manque la gestion du personnel	Restauration sans spécialité
la boutique du dos 2 employés 180 m2	non les clients ne seront peut-être pas sensibles à nos efforts	Volonté du responsable	Electricité / chauffage	Kwh : non Eau : non Déchets : oui	Oui si reconnu	Pas d'avis	Commerce de mobiliers

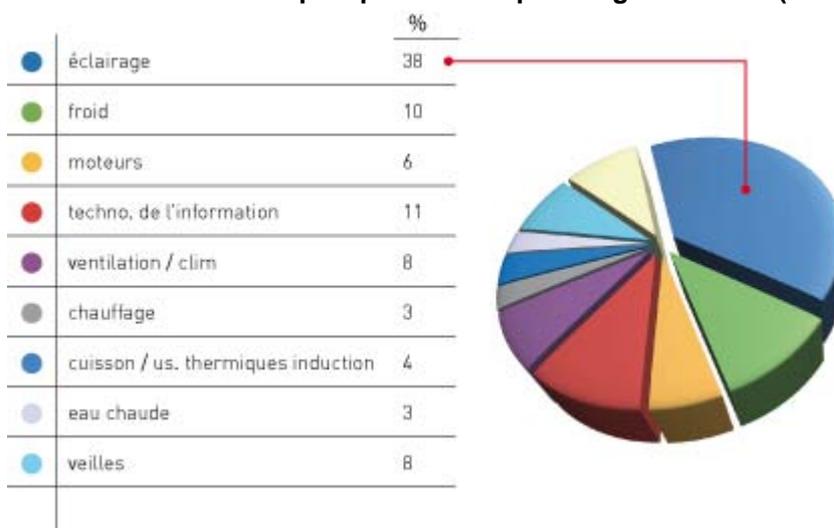
Annexe 5

Les économies d'électricité à Genève⁴³

Répartition des économies électriques potentielles par branche d'activité à Genève (en 2018)



Répartition des économies électriques potentielles par usage à Genève (en 2018)



⁴³ Site Eco21, <http://www.eco21.ch/Accueil/%C3%A9co21/Leschiffrescl%C3%A9s/tabid/75/Default.aspx>, consulté le 16 avril 2010.

Annexe 6

Normes SIA 380/4⁴⁴

Tableau 65 Valeurs limites et valeurs cibles typiques pour la demande annuelle en électricité de la ventilation/climatisation E'_{VCH} , correspondant aux hypothèses de calcul pour des utilisations standard avec des valeurs typiques pour la grandeur des locaux et le taux de surface vitrée selon cahier technique SIA 2024

N°	Utilisation	Demande spécifique en électricité en kWh/m ²					
		Ventilation ¹⁾		Refroidissement/déshumidification ¹⁾		Ventilation/climatisation E'_{VCH}	
		pour valeur limite	pour valeur cible	pour valeur limite	pour valeur cible	valeur limite	valeur cible
1.1	Séjour, chambre à coucher	1,0	0,6	0,0	0,0	1,0	0,6
1.2	Cuisine	3,5	0,8	0,0	0,0	3,5	0,8
2.1	Chambre d'hôtel	2,1	1,4	0,0	0,0	2,1	1,4
2.2	Réception, zone d'accueil	28,9	12,8	4,3	4,6	33,2	17,5
3.1	Bureau individuel, collectif	2,5	1,6	0,0	0,0	2,5	1,6
3.2	Bureau paysagé	5,7	3,5	2,2	1,1	7,9	4,7
3.3	Salle de réunion	2,5	0,9	0,0	0,0	2,5	0,9
3.4	Hall des guichets, zone clientèle	2,4	1,6	0,0	0,0	2,4	1,6
4.1	Salle d'école	6,8	1,6	0,0	0,0	6,8	1,6
4.2	Salle des maîtres	3,0	0,6	0,0	0,0	3,0	0,6
4.3	Bibliothèque	5,9	1,6	0,0	0,0	5,9	1,6
4.4	Auditoire	14,6	5,3	2,2	2,0	16,9	7,3
4.5	Locaux spéciaux	8,1	2,2	0,0	0,0	8,1	2,2
5.1	Magasin de meubles	12,4	5,2	3,3	2,5	15,7	7,8
5.2	Magasin d'alimentation	20,7	8,6	2,2	1,9	22,9	10,5
5.3	Centre de bricolage	12,4	5,2	7,6	6,8	20,0	11,9
5.4	Supermarché (food/nonfood)	34,2	13,9	7,2	7,4	41,4	21,3
5.5	Magasin grande surface	20,5	8,3	21,7	17,4	42,2	25,7
5.6	Bijouterie	12,4	5,2	23,9	17,9	36,3	23,1
6.1	Restaurant	25,6	6,0	0,7	1,3	26,3	7,3
6.2	Restaurant self-service	4,1	0,8	0,0	0,0	4,1	0,8
6.3	Cuisine de restaurant	198,9	75,5	22,1	41,3	221,0	116,8
6.4	Cuisine de rest. self-service	130,1	47,2	23,1	38,9	153,2	86,1
7.1	Salle de spectacles	26,4	9,9	2,3	1,9	28,7	11,9
7.2	Salle omnisports	36,3	13,6	4,3	4,5	40,6	18,1
7.3	Halle d'exposition	36,3	13,6	6,5	7,8	42,8	21,4

¹⁾ Les performances globales pour la ventilation/climatisation selon chiffre 4.4.2 correspondent à la demande spécifique d'électricité pour la ventilation/climatisation, c'est-à-dire à la somme de la demande spécifique

Annexe 7

Système de classification Display® (électricité)

kWh/ (m ² .an)	9	12	13	14	15
	Hôpitaux	Habitat individuel	Commerce	Restaurant	Industrie
A	X ≤ 150	X ≤ 75	X ≤ 75	X ≤ 125	X ≤ 50
B	150 < X ≤ 225	75 < X ≤ 145	75 < X ≤ 145	125 < X ≤ 245	50 < X ≤ 100
C	225 < X ≤ 300	145 < X ≤ 215	145 < X ≤ 215	245 < X ≤ 365	100 < X ≤ 150
D	300 < X ≤ 375	215 < X ≤ 285	215 < X ≤ 285	365 < X ≤ 485	150 < X ≤ 200
E	375 < X ≤ 450	285 < X ≤ 355	285 < X ≤ 355	485 < X ≤ 605	200 < X ≤ 250
F	450 < X ≤ 525	355 < X ≤ 425	355 < X ≤ 425	605 < X ≤ 725	250 < X ≤ 300
G	X > 525	X > 425	X > 425	X > 725	X > 300

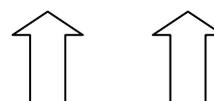


Annexe 8

Système de classification Display® (eau)

L/(m ² .an)	9	10	11	12	13	14	15
	Hôpitaux	Centre de secours	Habitat Collectif	Habitat individuel	Commerce	Restaurant	Industrie
A	X ≤ 500	X ≤ 350	X ≤ 500	X ≤ 500	X ≤ 100	X ≤ 500	X ≤ 350
B	500 < X ≤ 750	350 < X ≤ 500	500 < X ≤ 750	500 < X ≤ 800	100 < X ≤ 200	500 < X ≤ 750	350 < X ≤ 480
C	750 < X ≤ 1000	500 < X ≤ 650	750 < X ≤ 1000	800 < X ≤ 1100	200 < X ≤ 300	750 < X ≤ 1000	480 < X ≤ 610
D	1000 < X ≤ 1250	650 < X ≤ 800	1000 < X ≤ 1250	1100 < X ≤ 1400	300 < X ≤ 400	1000 < X ≤ 1250	610 < X ≤ 740
E	1250 < X ≤ 1500	800 < X ≤ 950	1250 < X ≤ 1500	1400 < X ≤ 1700	400 < X ≤ 500	1250 < X ≤ 1500	740 < X ≤ 870
F	1500 < X ≤ 1750	950 < X ≤ 1100	1500 < X ≤ 1750	1700 < X ≤ 2000	500 < X ≤ 600	1500 < X ≤ 1750	870 < X ≤ 1000
G	X > 1750	X > 1100	X > 1750	X > 2000	X > 600	X > 1750	X > 1000

Tableau 6 Système de classification pour le ratio d'eau



Annexe 9

Questionnaire 2 et résultats

1) Êtes-vous sensibilisé par les domaines de l'écologie en général et par la gestion parcimonieuse de nos ressources tels que l'eau, l'électricité et les déchets ?

Oui	94,06%
Non	5,94%
Je ne sais pas	0%

2) Faites-vous personnellement attention à votre consommation d'eau ?

Oui	88,12%
Non	11,88%

3) Avez-vous adopté des gestes écologiques pour optimiser vos consommations d'eau ?

Oui, je fais attention à ne pas laisser couler l'eau inutilement	84,14%
Oui, j'ai installé des « aérateurs » d'eau afin de diminuer le débit	12,87%
Oui, je privilégie les douches aux bains	74,25%
Non, je ne fais aucun geste écologique	8,91%
Autres :	2,97%
(« Réutilise l'eau pour les plantes », « Consomme l'eau du robinet et plus les bouteilles », « Récupère les eaux de pluie »)	

4) Faites-vous personnellement attention à votre consommation d'électricité ?

Oui	91,08%
Non	8,92%

5) Avez-vous adopté des gestes écologiques pour optimiser votre consommation d'électricité ?

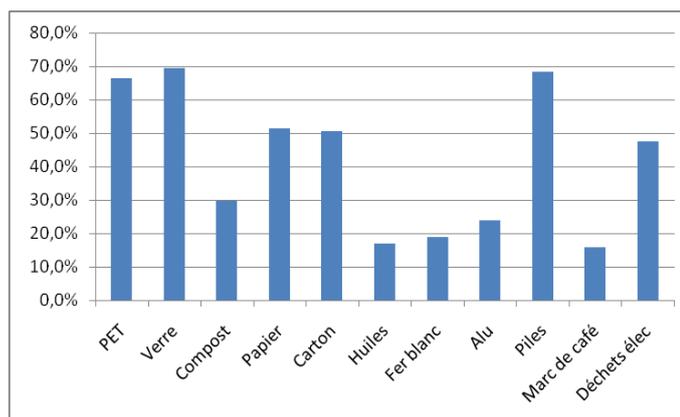
Oui, j'éteins la lumière dès que je quitte une pièce	93,06%
Oui, je ne laisse pas allumé des appareils lorsque je ne les utilise pas	63,36%
Oui, j'ai installé des ampoules basses consommations	48,51%
Oui, j'ai installé des appareils efficaces en consommation électrique	31,68%
Non, je ne fais aucun geste écologique	5,94%
Autres :	5,94%
(« Je limite le nombre d'ampoules », « Je privilégie la lumière naturelle », « installation de panneau solaires », « multiprises & accumulateurs », « Boycotte des appareils électriques »)	

6) Faites-vous personnellement attention à trier vos déchets ?

Oui	84,15%
Non	15,84%
Autre	0%

6bis) si oui, que triez-vous ?

PET :	66,34%
Verre :	69,31%
Compost :	29,70%
Papier :	51,49%
Carton :	50,50%
Huiles : 1	6,83%
Fer blanc :	18,81%
Alu :	23,76%
Piles :	68,32%
Marc de café :	15,84%
Déchets électriques :	47,52%



7) Après avoir pris connaissance du concept (image numéro 1 et 2), comment jugez-vous les critères suivants :

Les informations sont intéressantes et le design est satisfaisant	76,23%
Les informations sont intéressantes et le design est peu satisfaisant	14,85%
Les informations sont peu intéressantes et le design est satisfaisant	3,96%
Les informations sont peu intéressantes et le design est peu satisfaisant	0%
Je ne sais pas	3,96%

8) Avez-vous aisément compris les informations figurant sur le label et les informations complémentaires du site internet ?

Oui	98,01%
Non	1,98%

8bis) Si non, quelles sont les informations qui ne sont pas claires (facultative)

Les unités étaient pour certaines personnes peu lisibles du fait de la petitesse de l'image.

9) Selon vous, qui devrait être en charge du label et en faire la promotion ?

L'Etat de Genève	64,36%
ONG en lien avec le développement durable	8,91%
Un organisme de certification indépendant	24,75%
Autre	1,98%

(« Etat et organisme de certification indépendante », « SIG »)

10) Quel(s) moyen(s) de communication vous semblerait le plus pertinent pour le lancement du label ?

Affiches	71,29%
Dépliants	38,61%
Spot publicitaire	35,64%
Articles de journaux	73,27%
Réseaux sociaux	34,65%
Autres : (« Revues spécialisé à l'environnement »)	0,99%

11) Pensez-vous que les TPE (très petites entreprises) du secteur de la restauration communiquent suffisamment sur leur état de consommation énergétique et leur gestion des déchets ?

Oui	1,98%
Non	81,19%
Je ne sais pas	16,83%

12) Pensez-vous que les TPE (très petites entreprises) du secteur du commerce de détail communiquent suffisamment sur leur état de consommation et leur gestion des déchets ?

Oui	3,96%
Non	78,22%
Je ne sais pas	17,82%

13) Une entreprise certifiée pour sa consommation économique d'électricité, d'eau et/ou pour sa gestion du tri vous semblerait-elle plus attractive ?

Oui	82,18%
Non	7,78%
Je ne sais pas	10,04%

14) En voyant les efforts fait par les très petites entreprises pour réduire leur impact sur l'environnement, est-ce que cela pourrait vous pousser à adopter des gestes écologiques plus régulièrement ?

Oui	70,30%
Non	9,90%
Je ne sais pas	19,80%

16) Quelle est la dernière campagne de sensibilisation pour la préservation de l'environnement que vous ayez-vue ? (facultative)

« Campagne sur le tri au bureau », « Spots publicitaire sur France 2 et TF1 », Campagne de « green peace », « Campagne sur les piles », « Campagne sur la mobilité de la ville de Genève », « Article de journal pour le jeu du Tri des déchets mis en place par la ville », « Campagne SIG », « Pub Coop et Migros »

17) Êtes-vous sensible aux campagnes d'informations sur la préservation de l'environnement lancées et/ou soutenues par l'Etat ?

Oui	83,17%
Non	16,83%

17bis) Si non, pourquoi ?

« Je devrais mais je ne le fais pas », « Manque d'actions réelles de la part de l'Etat », « Affiches culpabilisantes et apporte pas de solution », « Contraignant pour le consommateur », « Pas assez percutantes et loin de la réalité », « actions politiques uniquement pour donner bonne conscience aux dirigeants politiques », « aucune campagne n'implique vraiment le citoyen », « l'Etat de ne soucie pas de l'environnement ».

18) Êtes-vous ?

Un homme	51,47%
Une femme	48,53%

19) Quel est votre âge ?

Entre 0 et 18 ans	0%
Entre 18 et 25 ans	19,85%
Entre 25 et 35 ans	25,74%
Entre 35 et 45 ans	25,74%
Entre 45 et 55 ans	28,68%
Entre 55 et plus	0%

20) Quel est le revenu annuel de votre ménage ?

Entre 0 et 25'000	10,89%
Entre 25'001 et 50'000	11,88%
Entre 50'001 et 75'000	20,79%
Entre 75'001 et 100'000	32,67%
Entre 100'001 et 125'000	16,83%
125'000 et plus	6,94%

Annexe 10

Emplois dans le secteur de la restauration et du commerce de détail⁴⁵

Situation en 2008	Emplois en équivalent plein temps					
	Moins de 2		De 2 à 4		De 5 à 9	
	Entreprises	Emplois	Entreprises	Emplois	Entreprises	Emplois
Commerce de détail (à l'exception des automobiles et des motocycles)	1 139	1 616	781	2 648	282	2 229
Restauration	334	595	648	2 306	343	2 542
Total	1 473	2 211	1 429	4 954	625	4 771

Total des entreprises	3 527
Total des emplois	11 936

Détail	2 202
Restauration	1 325

⁴⁵ Office cantonal de la statistique – OCSTAT, fichier T 06.02.1.1.16, « Entreprises de droit privé et emplois selon la taille de l'entreprise, par activité économique » http://www.ge.ch/statistique/statistiques/domaines/06/06_02/tableaux.asp#2, consulté le 10 mai 2010.

Annexe 11

Synthèse des AES

Aspects Environnementaux Significatifs	Consommation d'eau	Consommation d'électricité	Déchets
Impacts Environnementaux Significatifs	Approvisionnement et traitement des eaux	Production et consommation génératrices de pollution	Traitement et élimination = consommateurs d'énergies polluantes
Impact / Milieu	Eau / Nappe	Pollution / Air	Pollution/ Air-Sol-Paysage
Activité	Exploitation de l'activité	Exploitation de l'activité	Approvisionnement et utilisation des stocks
Mesure	Quantité en litres consommés	KWH consommée sur la période	Audits des méthodes de tri et surveillance des déchets
Fréquence	Annuel	Annuel	Régulièrement audité mais annuellement traité
Responsable	Collaborateurs / Auditeurs	Collaborateurs / Auditeurs	Collaborateurs & Auditeurs
Moyen	Décompte des eaux utilisées	Décompte du fournisseur	Installations et procédures mises en place dans l'établissement
Enregistrement	Intégration au fichier de suivi des entreprises	Intégration au fichier de suivi des entreprises	Intégration au fichier de suivi des entreprises
Métriques	Litres	Kilowatts	N/A