

L'éloge de la responsabilité (2)

PRIX SUISSES DE L'ÉTHIQUE. La HEIG-VD décerne mardi ses prix. Une vingtaine d'organismes et entreprises sont candidats. Présentation.

Les trophées du Prix Suisse de l'Éthique 2010 seront remis mardi 9 novembre au Conservatoire de Lausanne. Une vingtaine d'organisations sont candidates cette année. Présentation par les étudiants de la HEIG-VD.

Payot

Payot regroupe 280 collaborateurs se répartissant sur 12 magasins en Suisse et son chiffre d'affaire annuel s'élève à 78 millions de francs. PartagerLire est né dans le but de soutenir l'accès pour tous à la lecture en distribuant des livres dans différentes parties du monde. Faire preuve de solidarité envers les personnes en difficulté et offrir une deuxième vie aux livres étaient les grands défis de ce projet. Un autre objectif était de développer la fierté d'appartenance et la motivation des collaborateurs qui se sont inscrits volontairement au projet. La première édition a eu lieu en 2008; elle est depuis réitérée chaque année. L'édition 2010 a permis de récolter 90.000 ouvrages qui ont été distribués à l'Hospice général de Genève et à l'association «Don du Livre». L'opération a permis d'augmenter le nombre de personnes ayant accès à la lecture et à la connaissance. En interne, elle a contribué à la fierté d'appartenance à l'entreprise Payot.

Fédération vaudoise des Jeunes campagnardes et Association Usine 21

La Fédération vaudoise des Jeunes campagnardes (FVJC) regroupe 202 sociétés de jeunesse et totalise 7500 membres. Son projet, réalisé en collaboration avec Usine 21, visait à améliorer la gestion des déchets et de l'eau, et à optimiser la politique d'achat. Un autre objectif était de sensibiliser les membres de la FVJC avec un guide sur la gestion des déchets et des eaux usées. Le projet a débuté en 2007 et a été finalisé en janvier 2009. Aujourd'hui, toutes les jeunes campagnardes du canton de Vaud utilisent le guide lors des manifestations organisées. Ce dernier étant en libre-accès sur le site internet de la fédération, quiconque peut s'en inspirer. Les éléments positifs de l'opération sont notamment : la mise en œuvre d'un tri sélectif dans les manifestations, une diminution des déchets à incinérer, une diminution importante des déchets jetés par terre, des campings plus propres et l'adoption d'un système de gobelets lavables (été 2010).

Espaces Petites Mains

Espaces Petites Mains est une société simple qui a pour but de contribuer au respect de l'environnement par du matériel réutilisable (seconde main, couches lavables). Cette organisation offre des cours et des rencontres pour guider les parents dans différents choix tels que l'allaitement, le portage de l'enfant ou encore le type de couches à acheter. Cette entreprise propose des produits naturels et labélisés, tous les produits à risque sont écartés. La société met également en place des ateliers pour des personnes handicapées et des formations dans des garderies. Le chiffre d'affaire pour

2009 se monte à 25.000 francs. Plus de 100 familles ont suivi des cours et ce chiffre ainsi que les ventes sont en augmentation. Différentes personnes souhaitent développer le concept dans d'autres régions en partenariat avec Espace Petites Mains.

Commune de Wilen

La commune de Wilen a souhaité créer une charte décrivant les rapports idéaux entre les habitants de la commune. A l'origine, le projet est une affaire de cœur avec comme but la protection à long terme des générations futures. La charte favorise un climat de créativité et d'estime au sein de la commune. Différentes activités ont ainsi été mises en place : élaboration d'une chanson, organisation de fêtes de village, développement de divers ateliers de création. Le projet a débuté en juillet 2007 avec la rédaction de la charte. Cet idéal de village a également contribué au bien-être des habitants. Selon eux, la qualité de vie n'est pas une question de croissance économique et de création de richesse. C'est uniquement là où l'on parvient à développer ses racines et en entretenant de bonnes relations de voisinage que l'on peut trouver un sens et une véritable richesse à sa vie.

Sofies

Au XXI^e siècle, la dimension éthique dans le domaine des affaires joue un rôle décisif. Le comportement des entreprises est donc forcé d'évoluer pour qu'elles puissent assumer leur responsabilité sociétale. Afin de les aider, la société genevoise Sofies propose diverses solutions en matière d'écologie industrielle, de management et de gestion des ressources humaines, ainsi que de gouvernance d'entreprise. Huit collaborateurs, experts dans ces domaines, ont pour but d'amener les dirigeants à intégrer la dimension éthique dans leur stratégie. En sensibilisant les acteurs économiques à leur responsabilité sociétale, Sofies vise un changement profond et durable dans les pratiques de gestion d'entreprise. Générant un chiffre d'affaire de 650.000 francs par an, elle occupe principalement le marché romand. Ambitieuse, Sofies souhaite intégrer son concept à la formation des Hautes Ecoles et l'appliquer aux collectivités publiques.

Summit Foundation

Lancée en juin 2010 par la fondation écologique Summit, l'opération Zéro Mégot vise à diminuer le nombre de cigarettes jetées au sol. Pour ce faire, les trois employés de la fondation, aidés par 2 civilistes et des bénévoles, ont collaboré avec In-Finitude (spin-off de l'EPFZ) pour développer une campagne de communication et mener une analyse comportementale des fumeurs permettant d'ouvrir le dialogue avec eux. Avec un budget de 22.000 francs pour l'ensemble du projet, la fondation lausannoise commercialise divers produits dont l'Ecobox (cendrier de poche). Tous développés localement avec des matériaux recyclés et recyclables, les articles proposés à la vente sont

ensuite conditionnés par un atelier protégé. Pour mener à bien son opération, Summit Foundation fait également appel à des chômeurs en programme de réinsertion et des stagiaires en réorientation professionnelle. La fondation, présente dans diverses manifestations, souhaite étendre son projet aux collectivités publiques ou privées et aux stations de sports d'hiver.

Café Vert TV

La jeune société de production lausannoise Café Vert TV a vu le jour suite au sommet de Copenhague en 2009. Première Web TV de Suisse romande consacrée uniquement à l'écologie et au développement durable, elle propose une émission mensuelle de 3 à 5 minutes. Son équipe, composée de sept collaborateurs, braque ses projecteurs sur des initiatives et des personnes qui se montrent particulièrement respectueuses de leur environnement, le respect étant la valeur fondamentale du projet. Occupant le marché prometteur de la vidéo en ligne, Café Vert TV offre une approche innovante et met à disposition des internautes diverses informations, conseils et astuces par le biais de son site.

AvenirSocial

L'association des professionnels du travail social suisse, AvenirSocial, regroupe quelques 3605 membres dont les demandes sont gérées par huit personnes à Berne. Afin de promouvoir l'autoréflexion, de développer la capacité des travailleurs sociaux à agir en tenant compte de la dimension éthique et d'améliorer la qualité de ses services, l'association a mis à jour son code de déontologie. Elaboré de manière participative, ce code est un support pour tous

les professionnels du travail social. Son contenu peut également être utilisé comme support pour l'enseignement. Il a d'ailleurs suscité l'intérêt de plusieurs employeurs qui l'ont intégré à certains séminaires de formation avec succès. AvenirSocial va poursuivre dans le sens de cette nouvelle dynamique en créant divers outils pédagogiques.

Association Aquaverde

L'Association Aquaverde est une organisation à but non lucratif qui travaille avec 18 bénévoles en Suisse et les quelques 1350 membres de la tribu Surui au Brésil. Son budget annuel se monte actuellement à 200.000 francs. Les Surui ont été décimés à cause de la déforestation réalisée dans le cadre de la construction d'une route transamazonienne. Ils se battent aujourd'hui pour la sauvegarde de leur environnement. L'Association Aquaverde aide le peuple Surui dans sa démarche, d'autant plus que la forêt amazonienne est une pièce maîtresse de la régulation climatique planétaire. Elle a donc mis sur pied le projet PAMINE, signifiant renaissance dans la langue Surui. Celui-ci vise à replanter 1 million d'arbres sur les 7% déforestés des 250.000 hectares du territoire des Surui.

Debiopharm

Le groupe Debiopharm possède deux sites en Suisse et un en France. Il emploie actuellement 300 collaborateurs, dont 270 dans notre pays. Debiopharm s'est présenté au Prix Suisse de l'Éthique pour trois projets différents mis sur pied dans le cadre de sa démarche visant à intégrer l'éthique dans la stratégie et les prises de décision de l'entreprise. Le premier touche principalement le domaine de l'industrie. Il est intitulé «Pied à

l'Etrier» et veut favoriser l'intégration sur le marché du travail des jeunes qui possèdent un bagage scientifique mais n'ont pas d'expérience professionnelle suffisante. Le deuxième projet se nomme «Kantuta» et offre une formation professionnelle aux enfants des rues de la ville de Sucre en Bolivie. Le dernier projet consiste en un fonds d'aide d'urgence destiné à apporter un soutien à tout collaborateur de Debiopharm qui se trouverait dans une situation personnelle de détresse nécessitant une assistance financière de manière rapide et exceptionnelle.

JardinCity

Le siège de l'Association JardinCity se trouve à Pully dans le canton de Vaud. Trente-deux personnes sont rattachées à cette organisation à but non lucratif. Parmi elles se trouvent les quatre membres du comité. L'Association possède un budget annuel de 30.000 francs.

A l'origine, JardinCity a été créée par des locataires suite à un conflit les opposant à leur bailleur, ce dernier leur ayant signifié leur congé pour l'année 2012. Le but de JardinCity est d'encourager les communes et les entreprises à signer une charte éthique par laquelle elles s'engagent à avoir un certain comportement. La commune de Pully a déjà signé cette charte. Les signataires peuvent utiliser à leur gré le logo de JardinCity, lequel fonctionne comme un label de qualité. Le droit d'utilisation de ce logo est régulièrement rediscuté.

Textes: Sarah Besençon, Sophie Coronado, Sabrina Erné, Nathalie Roch, Carmen Jaccaud, (HEIG-VD)
Collaboration: Céline Bujard et Simon Chappuis

GENILEM-HES-SO GENEVE: un prix vert

Le prix Genilem HES-SO Genève a été remis hier lors du Carrefour des créateurs à Genève. Le lauréat est Nicolas Ecabert, ingénieur agronome de la Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture (HEPIA), pour son projet d'entreprise ecaVert. Il reçoit une entreprise «clé en main» et un accompagnement gratuit de trois ans par un gestionnaire de Genilem. Le projet ecaVert vise la diffusion d'innovations vertes provenant des laboratoires de recherche appliquée de la Haute école du paysage, d'ingénierie et d'architecture de Genève (HEPIA). Le premier produit commercialisé par cette nouvelle société sera le VG-biobed (Vertical-Green biobed). Il s'agit d'un système d'épuration des eaux résiduelles de traitement qui fait l'objet d'une demande de brevet et présente deux avantages incontestables en plus d'être esthétiques, ceux d'être économes et autonomes. Un prix spécial du jury - un accompagnement de trois ans par un gestionnaire Genilem - est remis à Dorothee Loustalot, designer en produit industriel et en bijou de la Haute école d'art et de design (HEAD-Genève).

J&J: prix de l'entreprise écomobile

Les cantons de Berne, Fribourg, Genève, Jura, Neuchâtel, Valais et Vaud, réunis au sein de la CTSO (Conférence des directeurs des transports de Suisse occidentale), ont attribué le Prix de l'entreprise écomobile à l'entreprise américaine Johnson & Johnson pour son plan de mobilité touchant notamment son site du neuchâtelois du Locle. Grâce à une série de mesures comprenant notamment le co-voiturage, la prise en charge des abonnements de transports publics et les navettes intersites, l'entreprise lauréate a obtenu une réduction quotidienne de plus de 200 trajets en voiture. Le jury a fait son choix après examen de 21 dossiers de candidature.

Pour concevoir l'entreprise comme un stratège chinois

MANAGEMENT. Sortir de la dualité occidentale pour concevoir une situation complexe en superposant trois images. La méthode chinoise appliquée au business.

SÉBASTIEN RUCHE

La Chine est un triangle isocèle. Le mode de réflexion chinois repose sur des triangles isocèles, dont chaque sommet constitue une dimension d'une situation globale. Quelle que soit sa complexité, toute situation peut s'apprécier grâce à la superposition de trois images. C'est la méthode utilisée naturellement par les Chinois, dont même le langage est constitué d'images, explique Dominique Schmauch, de passage à Genève pour une conférence du Club CFO de la BCGE.

«Il faut sortir de la dualité et penser en triade, voire en trilemme, c'est-à-dire un dilemme à trois composantes» pour appréhender le monde de l'entreprise moderne, marqué par une complexité extrême, une somme de connaissances illimitée et immédiatement accessible, détaille le directeur du cabinet parisien de conseil en stratégie d'entreprise Averoès Développement.

Ingénieur agronome, mathématicien, psychanalyste et dirigeant d'entreprise titulaire d'un MBA, Dominique Schmauch recommande d'imaginer la stratégie d'une entreprise sous forme de triangle isocèle, dont le centre de gravité devient le sommet d'un autre triangle isocèle. Le premier triangle est constitué par l'ambition de l'entreprise, ses valeurs non négociables et les défis qu'elle doit relever.

«On trouve souvent à ce stade une erreur typiquement occidentale: on fixe l'ambition d'une société,

ses valeurs et ses défis, puis on se demande combien cela va coûter et on charge quelqu'un d'aller trouver des fonds», regrette Schmauch. Il faudrait au contraire inclure dès le départ la dimension financière dans la définition de la stratégie, recommande l'enseignant à HEC.

Les trois éléments de ce premier triangle sont synthétisés par la mission de l'entreprise: c'est le sommet du triangle suivant, dont les autres extrémités sont constituées par le savoir-faire (ce que l'entreprise fait mieux que ses concurrents) et le métier (l'activité de la société mobilise durablement des ressources importantes). Il résulte de cette deuxième construction la proposition de valeur de l'entreprise, elle-même liée au business model et à la performance.

Le business model comporte un double objectif: créer de la valeur et traiter les informations des clients en temps réel, «ce que font très bien Google ou Amazon, qui

connaissent leurs clients au clic de souris».

Souvent négligé dans les stratégies, le temps peut à son tour se définir selon trois dimensions: la concentration des forces (où situer l'effort), la mobilité (la capacité à se dégager en cas de danger) et l'économie des forces (obtenir les coûts les plus réduits possible).

La performance, finalement, dépend de la nature de la communauté (l'ensemble des personnes en lien avec la société), de la capacité de ses collaborateurs à appliquer la stratégie et de ses actionnaires. ■

S'HABITUER

À TRANSFORMER
UN ÉVÉNEMENT
EN REPRÉSENTATION
DU MONDE TOUT
EN S'AFFRANCHISSANT
DE L'IDÉOLOGIE.