

Sommaire

Préface à la nouvelle édition	1
Introduction	3

Partie 1

Le développement durable aujourd'hui

1 Le poids des mots, le choc des idéaux	13
Le poids des mots...	13
Le choc des idéaux	29
Le difficile passage à l'acte	37
2 Pourquoi la « mode » de la responsabilité sociale et environnementale n'en est pas une	57
Les nouveaux impératifs écologiques	58
Les nouveaux impératifs sociaux et humains	69
Les nouveaux impératifs politiques et économiques	79
Conclusion : anticiper les contraintes pour ne pas les subir	114

Partie 2

Réinventer l'entreprise

3 Repenser la raison d'être et la finalité de l'entreprise	123
L'entreprise comme force de changement social	124
En amont de toute bonne mission :	
une vision originale du monde et du marché	137
La mission : une logique de service et non plus de produits	155
Le triple bottom line : les personnes, la planète, les profits	157

VI L'entreprise verte

4 Repenser les produits et les process	163
L'éco-design : le développement durable commence dès la conception des produits	165
Vers des modes de production responsables	178
La dématérialisation : la nouvelle frontière du design des objets	193
L'éco-architecture : des bureaux et des magasins conçus comme des arbres...	196
5 La transversalité de la mise en œuvre	217
Les achats responsables	218
Le commerce équitable	233
Le marketing responsable	237
La communication et la publicité responsables	254
Les ressources humaines « responsables »	284
Conclusion	303
Engagement et démarche de progrès : l'entreprise entre idéalisme et réalisme	303
Qu'en est-il en France et en Europe ?	318
Remerciements	335
Lexique	337
Notes	345
Liste des illustrations	355
Index	357

Préface à la nouvelle édition

*Ne doutez jamais qu'un petit groupe d'individus conscients
et engagés puisse changer le monde.
C'est même de cette façon que cela s'est toujours produit.*

MARGARET MEAD

La première édition de ce livre était non pas un aboutissement, mais le premier jalon posé après une dizaine d'années de travail, de rencontres, de réflexions, de recherches et de contributions à cette vision qui m'est chère.

Depuis sa parution en 2002, un certain nombre de choses ont changé en France, notamment pour ce qui concerne la visibilité du développement durable et sa reconnaissance publique : le gouvernement, après s'être doté d'un ministère éponyme, a adopté une « stratégie nationale de développement durable » ; une personnalité du monde économique et social, la syndicaliste Nicole Notat, a créé Vigeo, une agence de notation des entreprises sur des critères de développement durable, contribuant à médiatiser le sujet ; la loi rendant obligatoire pour les entreprises cotées la publication d'informations sociales et environnementales a connu ses premières années d'application en France ; signe des temps : 70 % des 250 premières entreprises françaises cotées déclarent aujourd'hui¹ avoir enclenché une démarche en

2 L'entreprise verte

faveur du développement durable. D'une approche alternative, le développement durable semble être devenu un passage obligé, une évidence. Chaque entreprise fait maintenant du développement durable et affirme le plus souvent en avoir toujours fait, « un peu comme Monsieur Jourdain faisait de la prose, sans le savoir ». Et pourtant... Certes, les démarches d'éco-efficience, la bonne gestion des ressources humaines et une politique de santé-sécurité digne de ce nom représentent à n'en pas douter une composante essentielle et un bon point de départ pour une stratégie de développement durable, mais elles sont loin de constituer la pierre angulaire de la transition de notre économie vers un modèle plus durable. Pour bien des secteurs d'activités, l'essentiel est ailleurs : dans la capacité des entreprises à intégrer des considérations extra-financières à leur gouvernance, à redéfinir leurs produits pour les rendre compatibles avec le fonctionnement des écosystèmes, à apporter des solutions aux modes de consommation non durables, à utiliser leurs ressources et leur efficacité pour résoudre des problèmes importants de notre temps – de la perte de biodiversité à la pauvreté en passant par les violations des droits de l'homme –, en d'autres termes à réinventer leur *business model*. Dans ces domaines, les entreprises revendiquant une parenté avec Monsieur Jourdain sont nettement moins nombreuses !

Cette deuxième édition est donc le résultat de l'actualisation, de la mise à jour et de l'enrichissement de la précédente, sachant que le développement durable est une discipline émergente que nous comprenons chaque jour un peu mieux, au fil des nouveaux enjeux et des nouvelles approches qui émergent. Mais sur le fond, je pense que le potentiel d'inspiration des approches innovantes et des entreprises pionnières, françaises comme étrangères, qui y étaient présentées dès la première édition reste intact. Toutes ne sont pas complètement exemplaires et ne prétendent d'ailleurs surtout pas l'être. Leur engagement n'est pas un don mais une conquête quotidienne, un chemin de progrès dont témoignent leurs pratiques et leurs échecs... Mais elles ont exploré une voie dans laquelle la majorité des entreprises sont aujourd'hui encore à peine engagées.

Puissent leurs efforts et cet ouvrage vous inspirer et vous accompagner sur le chemin de la conscience et de la réussite.