

Ces entreprises qui donnent l'exemple



Chez Exki, les invendus sont distribués à des associations et les locaux sont entretenus avec des produits écologiques. *Le Figaro*

Quand le fast-food devient durable

LA RESTAURATION rapide elle aussi s'accommode à la sauce écologique. La preuve ? La chaîne belge Exki présente depuis peu en France. Elle a choisi de miser sur le fast-food sain et naturel. Sans être forcément bio, les sandwiches, qui-

ches et salades sont préparés quotidiennement sur place et les colorants, additifs et conservateurs sont proscrits. L'originalité du concept est plutôt à chercher dans la gestion de la société. Ici, les invendus sont distribués à des asso-

ciations caritatives et les locaux sont entretenus qu'avec des produits écologiques. Les salariés, bénéficient d'une prime pour venir à vélo en Belgique et du remboursement de leur carte orange à Paris. Enfin, les services d'un éco-conseiller

ont permis de modifier le packaging. Les assiettes sont conçues en papier recyclé et les bols en résidu de canne à sucre sont 100 % compostables. Les couverts en résine de maïs ont eux dû être abandonnés : les clients se plaignaient de leur

goût ! « Ces mesures ont un coût, reconnaît Raphaël Hautier, directeur des opérations, mais nous nous y retrouvons en termes d'image. » La recette semble efficace : une ouverture va se faire à Lille et deux sont en projet à Paris.



Lancée en 1999, Caisse commune vient d'ouvrir sa onzième station parisienne d'autopartage. *DR*

La voiture plus verte

ET DE ONZE. Lancée en 1999, Caisse commune vient d'ouvrir sa onzième station parisienne d'autopartage. Le principe a fait son chemin : proposer des véhicules disponibles 24 heures sur 24 dans différents points de la capitale et que l'on ne paie qu'à l'usage, entre une heure et plusieurs jours.

Son projet, le PDG Loïc Mignotte l'a mûri dans le programme d'encadrement d'entreprises innovantes Challenge+ dispensé par HEC. L'occasion de mêler sensibilité économique et convictions écologiques. Si les entreprises ne représentent que 30 % des abonnés, elles contribuent à hauteur de 60 % au chiffre d'affaires. Elles sont donc par-

ticulièrement choyées et sous peu la société leur proposera une offre et un service spécifiques.

« Les entreprises viennent chercher chez nous une réduction des coûts et une parfaite traçabilité de l'usage de leur parc », souligne Loïc Mignotte. Traditionnellement, des architectes ou des producteurs ayant ponctuellement besoin d'une voiture utilisaient les services de Caisse commune. Certains commerçants (restaurants, libraires) y viennent aussi pour transporter des marchandises. Mais dorénavant des sociétés plus grosses choisissent aussi de gérer une partie ou la totalité de leur flotte de la sorte.

Des projets sur le terrain

C'EST EN s'inspirant d'un exemple américain que Thierry Fornas a lancé Ecoact. Là-bas, la société Adopt a highway propose à des entreprises de sponsoriser des tronçons de 5 km de route. Résultat : les sponsors peuvent communiquer et impliquer leurs salariés, les autorités sont déchargées d'une partie de leur travail d'entretien et la collectivité y gagne des routes en meilleur état.

En France, Ecoact monte ainsi des projets environne-

mentaux et solidaires clés en main pour le compte d'entreprises. Première séduite, GE Money Bank s'est engagée sur un plan de réhabilitation des berges de la Seine (Bezons-Argenteuil). Deux ans durant, les salariés de la société seront impliqués dans cette action aux côtés d'une association de réinsertion.

« Nos clients ne disposent pas des équipes ou des moyens pour monter ce genre de programme, nous intervenons pour eux comme des sous-traitants »,

souligne Thierry Fornas, président d'Ecoact. Après avoir mis en place une action, la société se propose ensuite d'assurer une communication interne et externe sur le projet, et propose un suivi sur Internet des retombées sociales et environnementales de l'action menée.

À côté des programmes d'entretien des fleuves, Ecoact offre également des revalorisations des bords de route et même de la reforestation en Amazonie par le biais de son antenne brésilienne.

La chasse au carbone

SI LE PRINCIPE de la compensation des émissions de CO₂ est courant en Grande-Bretagne, il l'est bien moins en France. Lancée il y a un an, Climat Mundi permet aux particuliers comme aux entreprises de lutter contre le réchauffement climatique en finançant des projets écologiques. Leurs émissions de gaz carbonique sont neutralisées par un gain équivalent réalisé en soutenant le développement d'énergies propres dans le monde.

Éric Parent, cofondateur de la société, a été séduit par les mécanismes proposés par le protocole de Kyoto. « Cela permet à la fois de l'action et de la sensibilisation », estime-t-il.

Quant à ceux qui estiment que la méthode offre bonne conscience à bon compte aux pollueurs, il explique : « Il faut d'abord réduire ses émissions avant de compenser, mais la marge de manœuvre est parfois faible. Une société de services pourra rogner 10 à 15 % sur le

chauffage, l'éclairage etc. Pas beaucoup plus. » La compensation permet alors de couvrir les 85 % restants.

Agences de voyage, cabinets d'avocats ainsi qu'administrations utilisent déjà les services de Climat Mundi. La société compense ainsi les émissions du Sommet du climat qui vient de s'achever à Paris. Pour l'instant, les projets financés se situent dans le Sud mais des initiatives françaises devraient bientôt les rejoindre.