

viii. Gestion rationnelle des ressources au travail et au quotidien

Objectifs de la session :

Sensibiliser le public sur la responsabilité de tout un chacun pour une production – consommation responsable, ainsi que sur l'importance de la bonne gestion des ressources, aussi bien au niveau des entreprises que des consommateurs.



Intervenants :

Julia VENN, Fondateur-président, ZeroHero

Luc ROSSIN, Le Relais Madagasikara

Modérateur: **LAZA Julias** , Generation citizen

Le développement durable est l'affaire de tous, il doit commencer par chaque individu et chaque entité. Les ODD promeuvent cette démarche et encourage chaque individu à y apporter sa contribution. L'ODD 12 par exemple encourage l'établissement des modes de consommation et de production durables, dans lequel il est encouragé à « faire plus et mieux avec moins ». Le site e-rse.net parle d'une consommation durable des ressources comme présentant de multiples dimensions : environnementale, mais aussi une dimension économique, sociale, sanitaire...

La gestion rationnelle des ressources peut être prise dans une acceptation individuelle où chacun prend conscience de l'impact de sa consommation et fait en sorte d'agir plus positivement. Cependant, au niveau organisationnel, une entreprise peut tout aussi inclure cette pratique dans ses démarches RSE, en ralliant collectivement ses collaborateurs à la cause et en promouvant l'éducation au Développement Durable au bureau. En effet, les initiatives prises collectivement se diffusent mieux comme la référence vient de la masse. Dans ce panel, les intervenants ont discuté des modes de consommation durable et responsable, en proposant des alternatives ou des solutions permettant à tout un chacun de réduire son impact sur le climat et la société dans sa globalité.

« Gestion » raisonnée et durable des ressources

Une première étape vers un engagement complet, se traduit tout d'abord par des actions concrètes, et non pas par une simple stratégie marketing. Des actions concrètes aussi dans le sens où on adhère mais surtout on applique les normes relatives à la RSE. Par ailleurs, la RSE constitue également un engagement global, c'est-à-dire s'effectue à tous les niveaux et dans tous les domaines de l'entreprise (dans l'administration, la fiscalité etc...). A cet effet, les responsabilités sont donc aussi partagées car tous contribuent à cet « engagement » autant l'entreprise que les consommateurs. Enfin, que l'argent soit un outil au service de l'économie, et non un but à atteindre.

Responsabilités des consommateurs :

- Se poser les bonnes questions et faire une analyse globale lorsque nous consommons un produit : est-ce que le prix de revient réel d'un produit tient compte des facteurs essentiels que sont par exemple le coût environnemental ou le coût social, ou encore à qui profite la vente et les activités autour dudit produit, à la population ou seulement à certaines personnes etc.

Intégration d'une démarche en entreprise:

- faire une autoévaluation sur ce que l'on sait concernant les RSE, traiter la question sous toutes ses formes pour mieux susciter l'aide des autres sur les points encore flous et sur ce que l'on ignore.
- mettre en place un plan d'action se basant sur les ODD mais surtout inciter tout le monde à apporter sa contribution car comme on l'a dit au début, la RSE est un engagement partagé. Il ne faut pas se contenter d'informer mais d'éveiller la conscience collective. Tout le monde est responsable.

Cas de l'entreprise les Relais de Madagascar

Une entreprise sociale et solidaire comme Le Relais Madagasikara œuvre pour une économie au service de l'homme. C'est la plus grande entreprise de collecte de vêtements en France, à raison de 90000T/an, doté d'une politique de « Gestion équitable » de l'entreprise (Entreprise Coopérative, rassemblant 3000 collaborateurs) et une stratégie d'engagement social avec un support à l'insertion sociale et professionnelle des personnes vulnérables dans plusieurs secteurs.

Ses activités à Madagascar intègrent les mêmes engagements :

- Secteur textile : Atelier de tri de friperies Taratra, atelier de confection Gash'Mlay.
- Secteur automobile : Atelier de construction automobile Soatao, pour la remise en valeur de la voiture malagasy Karenjy.
- Secteur hôtelier : Complexes hôteliers éco-touristiques de Tuléar (Moringa Hôtel) et de Ranomafana (Hotel Thermal).

Un exemple concret qui devrait influencer chaque consommateur :

- Pour un T-shirt qui coûte 29 euros, est-ce que le prix de revient est départagé équitablement aux différents acteurs ayant contribué à sa confection et à la vente ? Malheureusement non, car selon les statistiques, 59% du prix constitue la marge prise par le revendeur, 12% celle prise par la marque, 12% du prix renfloue le coût des matériels, 8% pour celui des transports, la marge des usines ainsi que les intermédiaires constituent chacun respectivement 4% du prix, sans oublier les frais généraux constituant 0,9% du prix. Dans le lot, seulement 0,6% du prix revient au travailleur.
- Outre cela, les coûts environnementaux ne sont pas en reste, que ce soit pour la quantité des ressources naturelles utilisées (5m² de coton pour la confection d'un unique T-shirt par exemple, ou encore 25m³ d'eau utilisé pour 250g de coton) ou pour la pollution engendrée (emploi de produits d'entretien, carburant pour le transport partant d'une usine située à des milliers de kms du point de vente final etc.)
- Il faut donc encourager donc le réemploi et le recyclage des vêtements. Pour Relais Madagasikara, plus de la moitié (55%) des habits collectés sont tous destinés à l'export (friperies), 10% ont une nouvelle vie en tant que chiffons de nettoyage, et 26% sont recyclés et utilisés comme matières premières pour l'obtention, entre autres, de l'isolant thermique « Métisse ».
- Du côté de l'entreprise, le recyclage permet d'éviter le gaspillage, mais contribue aussi à l'insertion professionnelle des gens vulnérables car elle emploie une main d'œuvre humaine au lieu d'utiliser des machines.
- Production responsable : la revalorisation de la voiture malagasy Karenjy par l'utilisation de matériaux respectueux de l'environnement, dont notamment le remplacement des fibres de verre par des fibres naturelles (jutes). Une solution qui non seulement permet de réduire la pollution engendrée par la production, mais qui, par la même occasion, produit aussi un impact positif sur la population. Effectivement, les fibres de remplacement sont faites localement, générant ainsi plusieurs emplois.
- Ambition : D'une part faire de la Karenjy une voiture 10% solaire, et d'autre part envisager une mobilité en Afrique.

Etre « Consomm'ACTEURS » et changer le Monde

Le gaspillage, notamment de la nourriture, peut trouver sa source dans plusieurs facteurs. Il peut être le résultat d'un mauvais conditionnement lors du stockage ou du transport de la marchandise, autant au niveau local qu'à l'exportation. Il peut aussi résulter du rejet subit par certains produits car ils ne satisfont pas aux normes requises. Enfin, le gaspillage de nourritures peut aussi être dû au consommateur lui-même (oubli de la nourriture, choix d'un produit plus « beau » ou plus « attirant » qu'un autre, surconsommation etc.).

Le gaspillage de nourritures entraine invariablement celui des autres ressources utilisées pour la production et la vente de la nourriture, dont entre autres :

- L'eau utilisée tout au long de la production
- La terre agricole exploitée
- L'énergie déployée pour le transport, la cuisson (carburant, électricité, gaz etc....)
- Les ressources humaines (la main-d'œuvre ayant contribué au cycle de production et de vente de la nourriture)
- L'argent dépensé à tous les stades de la production et de la vente, mais incluant aussi celui du consommateur
- Les statistiques sont alarmantes car on estime à ce jour que la quantité de nourriture gaspillée, à l'échelle mondiale, est l'équivalent de 28% de terres agricoles exploitées à perte, de 250km³ d'eau gaspillée, et ayant au total un cout estimé à 750 milliards de dollars US ! Toujours à l'échelle mondiale, si pour chaque repas, on recueillait la partie gaspillée (environ le tiers), on pourrait nourrir 800 millions de personnes affamées sur le globe

Le gaspillage alimentaire contribue au réchauffement climatique : Le CO₂ dégagé par le gaspillage alimentaire représente environ 10% des gaz polluants produits par l'Homme. Effectivement, si la nourriture gaspillée était un pays, elle serait la troisième à être la plus polluante après la Chine et les Etats-Unis, en termes d'émission de CO₂.

La pollution engendre une perte de la biodiversité, d'où la nécessité d'augmenter la production. Cependant, cette mesure en elle-même a un impact négatif sur l'environnement. C'est donc un cercle vicieux.

- Les maladies dues a la pollution, car qui dit pollution dit mauvaises conditions de vie
- La pauvreté, résultante des problèmes susmentionnés.

Etre un consommateur responsable, c'est-à-dire devenir ce que l'on appelle « consomm'acteur » en ayant un impact individuel positif sur le changement climatique et en contribuant personnellement à la conservation des ressources naturelles, à la suppression de la déforestation et à la protection de la biodiversité. C'est aussi prendre part par la même occasion à la réduction de la pauvreté. Qui plus est, notre santé et celle de notre portefeuille ne s'en porteront que mieux.

Concrètement, que faire pour réduire le gaspillage alimentaire ?

- Eviter au maximum la production de déchets alimentaires par la réduction de la consommation
- Offrir le surplus à ceux qui ont en le plus besoin, pour éviter de gaspiller
- Penser aux animaux domestiques, les nourrir avec ce qui est excédant pour ne pas avoir à jeter quoi que ce soit
- Faire du recyclage (compost, engrais)
- Ne jeter qu'en dernier lieu

Un exemple de projet de réduction du gaspillage alimentaire : « MANZER – PARTAZER, Mizara Sakafo », en partenariat avec DHL, qui consiste à collecter les produits alimentaires supprimés des rayons des grandes surfaces de la Capitale (produits encore frais mais dont la date de péremption approche), au profit d'orphelinats locaux.

- De mars à décembre 2016, le projet a permis de récolter 3T de nourriture, de distribuer 12.000 repas et d'éviter l'émission de 4.5T de CO₂.
- Pour cette année, ZeroHero projette de créer une application mobile « MANZER - PARTAZER », où la société pourra répertorier les denrées à partager et ceux qui souhaiteraient faire des dons.

Elle envisage aussi de créer une « Frigidaire Solidaire » pour le stockage des produits récoltés, où ceux qui ont en le plus besoin pourront se servir librement. Enfin, ZeroHero envisage d'acheter aussi les restes des buffets gastronomiques pour pouvoir les partager.

En résumé,

- Il est possible d'entreprendre tout en considérant la manière dont on produit et on consomme d'une manière durable,
- Développer un mode de production et consommation responsables est un engagement global et partagé. Réduire le gaspillage alimentaire c'est déjà être un consommateur responsable,
- Pour encourager les modes de productions responsables et durables, les organisations publiques doivent développer et appliquer effectivement les lois relatives à la protection de l'environnement,
- Pour encourager un chef d'entreprise d'engager un mode de production responsable et durable, il est important de démontrer de l'intérêt économique de la démarche en plus de l'intérêt sociétal. Ex : utilisation d'un panneau solaire qui est un investissement durable entraînant des réductions de coûts, ou améliorer les conditions de travail des employés pour améliorer le rendement de l'entreprise.
- Que chaque entreprise pense à l'éco-confection, c'est-à-dire à une production « responsable », en tenant compte des impacts sociaux et environnementaux lors de la confection du produit. Par exemple, utiliser ou acheter des matériaux fournis localement, pour réduire le carburant utilisé pour le transport, employer des matériels recyclés ou respectueux de l'environnement, que la vente du produit produise un impact équitable, c'est-à-dire une bonne répartition des valeurs ajoutées etc.

