

Préférence de Marque

Solutions Business

LA PAROLE D'EXPERT

LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE, UNE OBLIGATION ET UNE CHANCE



PHILIPPE DORGE
DIRECTEUR GÉNÉRAL ADJOINT, EN CHARGE
DE LA BRANCHE SERVICES-COURRIER-COLIS
GROUPE LA POSTE

Depuis une dizaine d'années, La Poste a mis en œuvre, dans le cadre de sa politique RSE, de nombreuses solutions visant à réduire son empreinte environnementale. Elle met aujourd'hui ses savoir-faire à la disposition de ses clients, entreprises, administrations et collectivités.

Compensation intégrale de ses émissions carbone, conversion à 100 % au 1^{er} janvier 2016 à l'électricité d'origine renouvelable... Le Groupe La Poste est engagé activement depuis une dizaine d'années dans une ambitieuse politique de transition énergétique. Menées à l'échelle d'une entreprise de cette taille, nos expérimentations nous ont permis d'en tirer des enseignements précieux et des savoir-faire éprouvés, que La Poste met désormais au service des entreprises et collectivités. L'objectif ? Les aider à transformer la transition énergétique en opportunité.

Premier domaine d'intervention : le recyclage. Aujourd'hui, 60 % des papiers de bureaux ne sont pas recyclés. La Poste, grâce à ses 80 000 facteurs qui sillonnent le territoire, facilite leur collecte et notamment celle des gisements plus diffus, a fortiori

dans les TPE et PME. En 2012, La Poste a donc lancé Recy'go. Fin 2014, ce service avait permis de collecter et recycler, via des entreprises de l'Économie Sociale et Solidaire, 29 000 tonnes de

papier. Le carton fait désormais partie des déchets collectés via Recy'go, les cartouches d'imprimantes vont suivre. Outre la trentaine d'emplois en insertion créés par sa filiale Nouvelle Attitude, le Groupe a favorisé par le biais de ce programme le retour à l'emploi de plusieurs centaines de personnes en situation de handicap. Avec 70 000 véhicules et près de 30 000 électriques (la première flotte électrique au monde) l'éco-mobilité constitue un deuxième axe de travail pour La Poste. Mobigreen (formations à l'éco-conduite), Greenovia (conseil en optimisation des politiques de transport) et Véhiposte (optimisation de la gestion de flottes automobiles) : ces trois filiales du Groupe ont ou vont prochainement commercialiser des offres

directement issues des savoir-faire acquis par La Poste. Enfin La Poste intervient dans l'optimisation de l'efficacité énergétique des bâtiments. 44 % de la facture énergétique de la France provient de ce poste et la loi sur la transition énergétique vise 500 000 logements rénovés par an à compter de 2017. Pour contribuer à l'atteinte de cet objectif de l'État, La Poste met à la disposition des collectivités ses compétences en matière de ciblage des populations concernées, doublées d'une offre d'accompagnement des projets de rénovation. Des projets pilotes, menés avec le Conseil Général de Vendée et le Conseil régional de Picardie, sont déjà en cours.

TÉMOIGNAGE DE JEAN-PAUL AGON PDG, GROUPE L'ORÉAL



LE GÉANT DE LA BEAUTÉ S'EST ENGAGÉ À CONCILIER PERFORMANCE ET RESPONSABILITÉ. UNE POLITIQUE QUI COMMENCE À PORTER SES FRUITS...

Réduire de 60 % les émissions de CO₂ de notre production et d'autant notre consommation d'eau et notre production de déchets : voici quelques-uns des objectifs de notre plan « Sharing beauty with all » à l'horizon 2020. L'objectif de ce programme ? Bâtir un L'Oréal plus durable, parce que l'entreprise ne peut plus se penser au seul prisme de la performance économique. Ces deux notions, performance et responsabilité, ne sont d'ailleurs pas antinomiques : entre 2005 et 2015, notre production a augmenté de 22 %, alors que nos émissions de gaz à effet de serre étaient divisées par deux. En mettant au premier plan la responsabilité sociale et environnementale, nous nous plaçons volontairement devant un challenge nouveau, dont les effets vertueux débordent largement du cadre environnemental. Il nous oblige en effet à être inventifs, pour trouver des réponses innovantes à ces enjeux. Il nous conduit aussi à impliquer fortement nos fournisseurs et nos collaborateurs, renforçant par là même le sentiment d'appartenance à l'entreprise.