

La Supply Chain verte : de la prise de conscience à l'action



4^e Observatoire de la Supply Chain | Tiré-à-part | 2010-2011

BearingPoint

Management
& Technology
Consultants

Editorial



L'Observatoire de la Supply Chain, 4^e édition

Il y a deux ans BearingPoint réalisait une première étude sur la Supply Chain verte, en collaboration avec l'ESCP Europe et Supply Chain Magazine. Celle-ci avait notamment montré que les actions engagées par les entreprises européennes étaient avant tout motivées par le respect des réglementations environnementales.

Fin 2010, l'étude BearingPoint explore les pratiques de la Supply Chain verte au niveau européen pour déceler les avancées significatives de secteurs d'activité représentatifs de l'économie. Les résultats mettent en évidence l'intérêt croissant des Directions Générales pour le développement des produits à faible impact environnemental. Elles transforment ainsi en opportunités ce qui était peu de temps auparavant perçu comme une contrainte.

La fonction Supply Chain ayant par essence un rôle de structuration et de pilotage des flux de l'entreprise, quoi de plus logique que de lui confier le développement d'actions vertes tout au long du cycle de vie des produits ? Les entreprises européennes sont clairement montées à bord du train de la Supply Chain verte. Elles y voient une possibilité sans précédent de créer de la valeur sur le long terme pour leurs activités. En contrepartie, cela suppose de dépasser le schéma classique des relations client-fournisseur, et d'envisager de nouvelles formes de collaboration interne et externe à l'entreprise.

Dès aujourd'hui les entreprises mettent à profit les efforts engagés dans les initiatives vertes de leur Supply Chain pour enrichir leur proposition de valeur. Elles exploitent divers médias de communication pour mettre en avant une image éco-responsable et innovante auprès des actionnaires, des clients intermédiaires et finaux, et des équipes internes. La qualité croissante accordée aux rapports annuels de Développement Durable, et en particulier aux parties dédiées à la Supply Chain, souligne leur volonté de valoriser le passage à l'action.

BearingPoint donne en outre des pistes concrètes d'amélioration applicables à la plupart des entreprises, quels que soient leur impact environnemental et le niveau de maturité de leur Supply Chain verte.

Bonne lecture !

« Le Développement Durable est un des maîtres mots de notre stratégie et sa déclinaison est une priorité clé pour notre groupe et toutes les entreprises internationales. »

(Eckhard Cordes - CEO Metro Group)

« Être au service de l'environnement et gérer son métier de manière efficace et rentable ne sont plus des priorités antagonistes. En fait, elles ne sont qu'une seule et même priorité. »

(Lee Scott - CEO Wal-Mart)

Yvon Donval

Associé
Supply Chain
BearingPoint

Xavier HOUOT

Associé
Développement Durable
BearingPoint

Rappel de la démarche retenue

BearingPoint conduit pour la quatrième année l'Observatoire de la Supply Chain. Ces initiatives ont permis de couvrir les thématiques suivantes :

- 2010-2011 : La Supply Chain verte ; de la prise de conscience à l'action
- 2009 : Gestion des risques Supply Chain
- 2008 : Supply Chain verte ; enjeux et maturité des entreprises
- 2007 : Sourcing dans les pays à bas coûts

Les objectifs de l'Observatoire sont multiples :

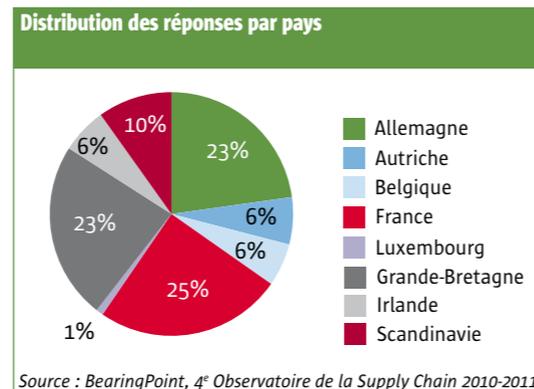
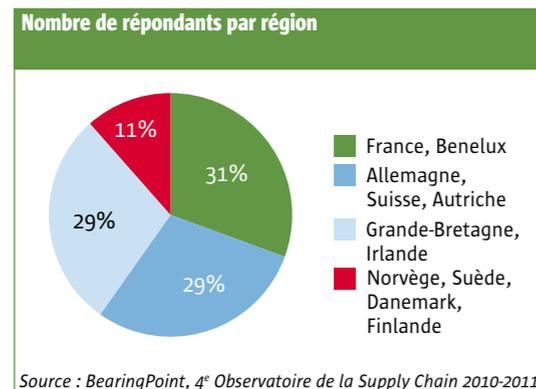
- Mettre à disposition un dispositif de réflexion prospectif pour la fonction Supply Chain ;
- Fournir les résultats d'une enquête européenne ;
- Produire un livre blanc pour consigner les tendances, les actions menées et les analyses afférentes ;
- Restituer les résultats lors d'un événement regroupant les leaders de la profession.

Afin de répondre à ces objectifs, une démarche en trois temps a été mise en place pour cette édition :

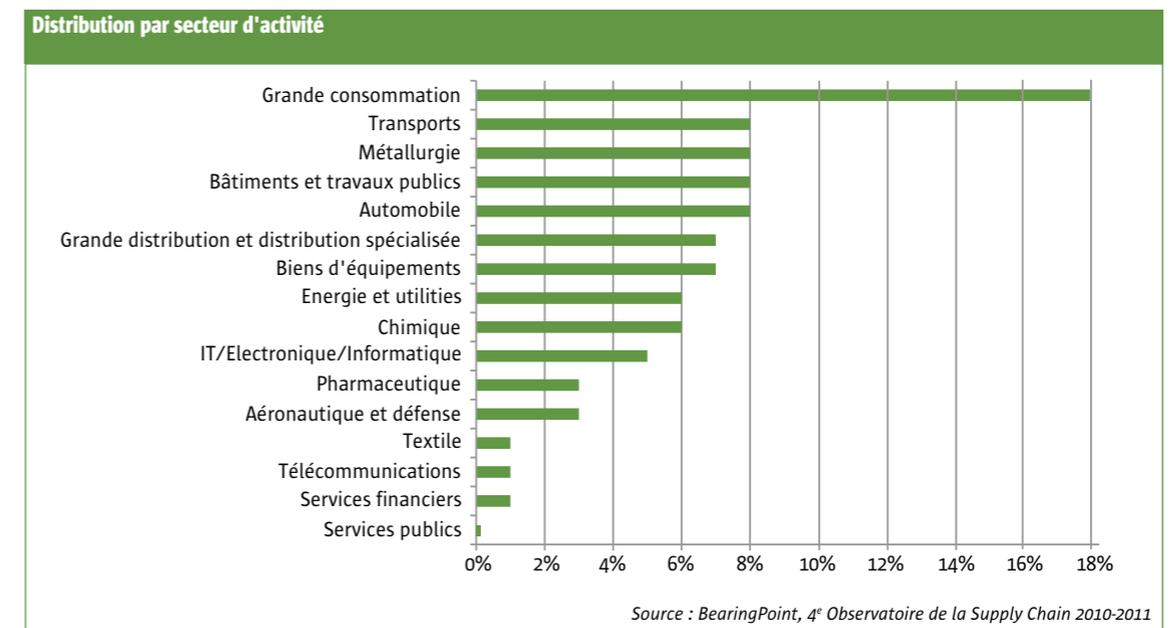
1. Conduire une étude quantitative auprès d'environ 600 décideurs européens occupant des fonctions au sein des Directions Supply Chain, Développement Durable ou Industrielles (étude Novamétrie) ;
2. Approfondir l'investigation lors d'une quarantaine d'entretiens avec des dirigeants de grandes entreprises innovantes ;
3. Apporter un éclairage complémentaire en intégrant les retours de nos missions récentes.

Structure de l'échantillon du questionnaire

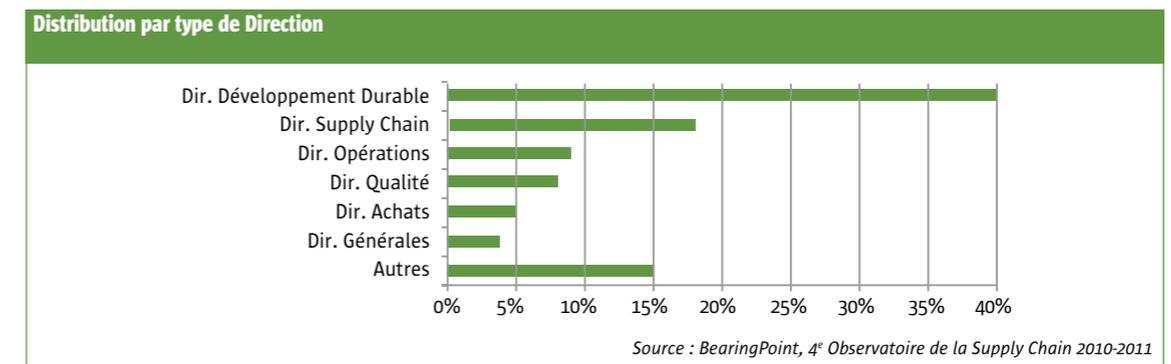
L'échantillon regroupe les 582 entreprises ayant répondu au questionnaire en ligne ou par téléphone.



Notre panel de répondants est représentatif des principaux secteurs économiques, tout en offrant des focus sur certains secteurs d'activité quand les tendances ou les actions nécessitent une mise en avant particulière.



Preuve de l'intérêt grandissant des thématiques autour du Développement Durable, les Directions de Développement Durable se sont structurées et sont maintenant les principales répondantes devant les Directions Supply Chain.



Synthèse

SUPPLY CHAIN VERTE : LA NOUVELLE DONNE

La Supply Chain verte vise à minimiser l'empreinte environnementale d'un produit tout au long de son cycle de vie. Elle considère aussi bien l'ensemble des opérations Supply Chain internes et externes à l'entreprise, que l'utilisation du produit par le consommateur.

Dès la phase de **conception** cette empreinte va être déterminée par l'intégration fonctionnelle des composants concourant au cycle de vie :

- Le **sourcing achats** par le choix des matières premières ;

- La **fabrication** incluant la réduction de la consommation d'énergie, ainsi que l'utilisation de technologies et techniques minimisant les gaspillages ;
- La **logistique** via l'utilisation de transports combinés, de modes de transport alternatifs et l'optimisation de la logistique retour ;
- La **seconde vie du produit**, via le recyclage et la revalorisation du produit usagé et de ses composants.

Quelles motivations poussent les entreprises à agir ?

Quelles tendances de fond se dégagent des actions constatées ? Quels nouveaux comportements faut-il adopter en ce début de décennie ? Telles sont les interrogations auxquelles l'étude BearingPoint se propose de répondre.

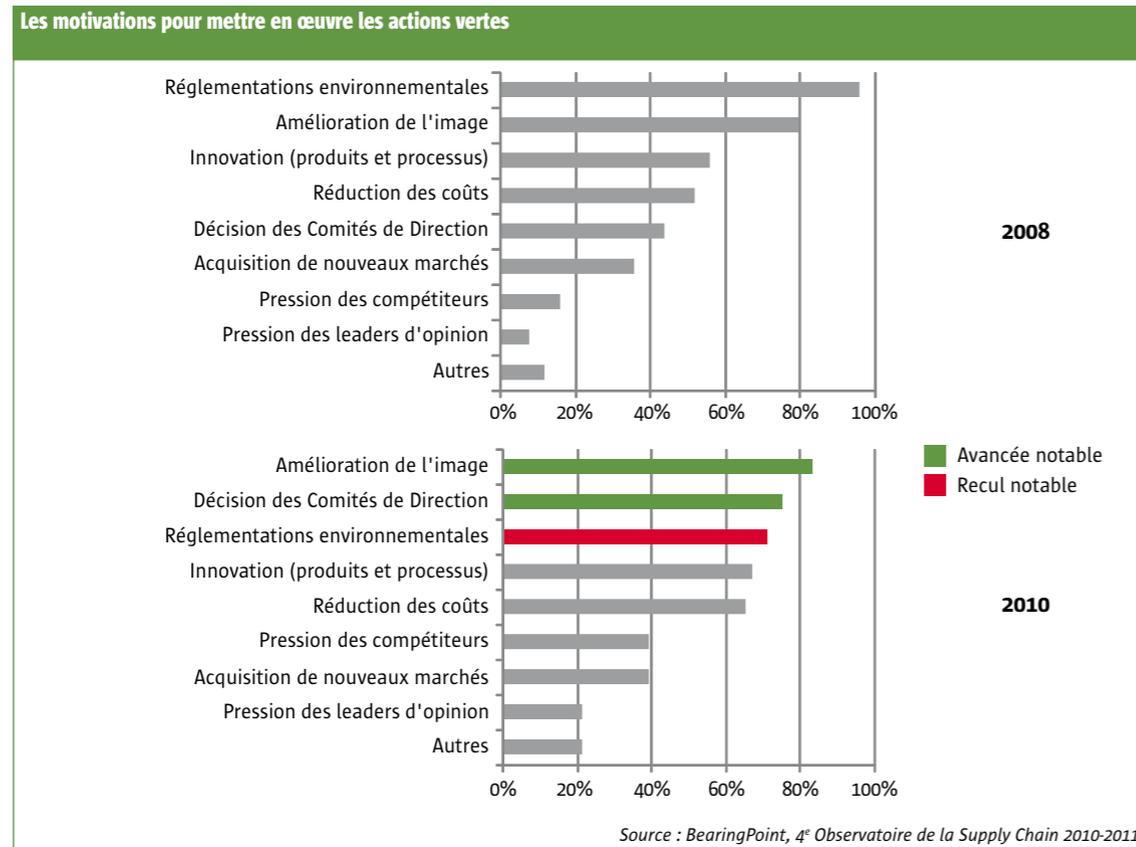
Les conditions du passage à l'action

L'étude de 2008 déterminait que les réglementations environnementales adoptées en Europe (REACH, DEEE, RoHS...) avaient créé un sentiment d'urgence.

Les entreprises appréhendaient difficilement les priorités et modalités de mise en œuvre des actions nécessaires. Fin 2010 l'inflexion est nette. L'essor des Directions de Développement Durable et la sensibilisation des Directions Opérationnelles aux problématiques environnementales ont permis une meilleure compréhension des mécanismes réglementaires et leurs implications. Les actions environnementales répondent aujourd'hui à de nouveaux impératifs et motivations, qui se révèlent plus matures et plus intégrés aux processus de décision des entreprises.

L'amélioration de l'image de marque de l'entreprise et l'impulsion des Comités de Direction sont les deux raisons principales mises en avant pour le lancement d'actions vertes. Initiées par un individu ou une fonction, celles-ci sont dorénavant supportées et

relayées par les Comités de Direction. Cet appui des instances de gouvernance de l'entreprise constitue un gage sérieux de financement et de mise en œuvre des projets verts.

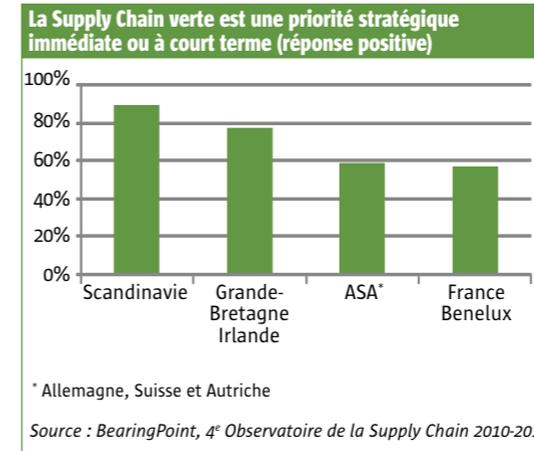


Cette évolution des intérêts et motivations caractérise une maturité établie des entreprises. Notre analyse des résultats de l'étude détermine une corrélation entre la perception de cette maturité, et l'emphase politique et culturelle des pays européens sur les choix environnementaux. Ainsi, les entreprises de langue allemande considèrent leur Supply Chain verte à 78% mature. Cette perception très positive fait écho aux déclarations gouvernementales relatives à la réconciliation des intérêts économiques et environnementaux ; l'annonce des progrès réalisés grâce à la loi allemande sur les énergies renouvelables en est la parfaite illustration.

Prise de recul et appréciation des nouveaux enjeux de la Supply Chain verte : les conditions du passage à

l'action sont aujourd'hui réunies ! Et cela se confirme dans les faits, puisque deux tiers des entreprises ont intensifié leurs actions vertes depuis trois ans. Et autant considèrent la Supply Chain verte comme une priorité stratégique.

En substance les conditions du passage à l'action s'orientent vers une maîtrise des risques de la Supply Chain verte. Pour certains secteurs d'activité comme la distribution, l'impact environnemental des fournisseurs représente 95% de leur empreinte globale. De tels groupes doivent impérativement contrôler leur exposition à certains risques. Ces derniers peuvent être associés à l'image de marque de l'entreprise (rejets atmosphériques liés à l'extraction de sable bitumeux, déforestation relative aux



plantations de palmiers à huile...), à la conformité aux directives européennes (REACH, RoHS...) ou à la santé des consommateurs et les éventuelles implications pénales (présence de substances toxiques en quantités supérieures aux seuils établis...).

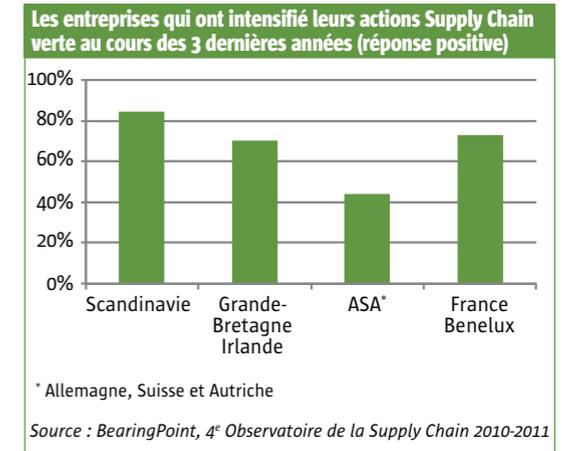
Les nouvelles orientations liées à la Supply Chain verte

Au-delà des multiples initiatives dont les médias se font quotidiennement l'écho, ou de celles évoquées par les répondants de l'étude, des stratégies environnementales se concrétisent au sein des entreprises.

La convergence des intérêts économiques et environnementaux

En la matière, le sacro-saint court terme est parfois mis de côté... Plus d'un tiers des entreprises interrogées se déclarent prêtes à promouvoir des actions environnementales en dépit de leur faible rentabilité immédiate, si les retombées à moyen terme vont dans le sens de la création de valeur.

Mais au-delà de ce compromis, le vrai changement en 2010 réside dans la perception par les entreprises d'une réelle convergence des enjeux économiques et environnementaux quant à leur Supply Chain. La majorité des sociétés interrogées déclarent que la Supply Chain verte représente un véritable levier de performance économique (à 70%), source de bénéfices facilement mesurables (à 56%). Pour 47% d'entre elles, le retour sur investissement est inférieur à 3 ans.



L'engagement environnemental envisagé sur le long terme

Le passage à l'action n'est pas un phénomène de mode ! Les entreprises qui ont fait le choix de la Supply Chain verte s'inscrivent dans une logique d'engagement sur le long terme : parmi celles ayant déjà mesuré leur empreinte carbone, 70% l'évaluent sur une base annuelle a minima.

La capacité des initiatives vertes à faire face aux effets de la récente crise économique atteste également de la pérennité des démarches environnementales. 66% des entreprises interrogées affirment en effet que la crise n'a pas eu d'impact négatif sur les initiatives engagées ou prévues, et que celles-ci ont été accélérées dans la plupart des cas.

L'écologie comme critère de performance Supply Chain

Les critères environnementaux s'invitent dans la mesure de performance de la Supply Chain, via la mise en œuvre d'indicateurs clés. Ainsi le taux de recyclage des emballages ou le rejet des émissions de CO2 contribuent dès aujourd'hui à l'évaluation des prestataires logistiques. La mesure des objectifs de performance est importante pour s'assurer la confiance à long terme des Comités de Direction et plus prosaïquement, pour répondre aux sollicitations réglementaires.

Plus de la moitié des entreprises européennes s'inscrivent dans cette démarche, les scandinaves étant leaders en la matière puisque 77% d'entre elles utilisent des critères verts.

L'intensification opérationnelle

Eco-conception : un « must » pour le développement des activités de l'entreprise

« 80% de l'impact environnemental d'un produit est déterminé lors de sa conception » (German Environment Agency). Nous pensons que ce pourcentage est sous-évalué. La prise en compte de l'empreinte environnementale dès les premières étapes de développement d'un produit (démarche d'éco-conception de produit) paraît incontournable, tant vis-à-vis des marchés que des concurrents ou des autorités nationales et supranationales. Seul ce type de démarche sera porteur à terme de réels progrès dans la Supply Chain verte.

A l'écoute des nouvelles aspirations éco-responsables de leurs consommateurs, certaines entreprises n'hésitent pas à vendre plus cher un produit éco-conçu tout en gagnant des parts de marché. Si relativement peu de sociétés sondées indiquent avoir déjà pris le chemin de l'éco-conception, les résultats sont très encourageants pour celles qui en ont fait le choix car les objectifs principaux sont généralement atteints : conformité réglementaire, amélioration de l'image de l'entreprise, adéquation avec la demande du client final ou optimisation du recyclage.

Zoom sur les régions européennes :

55% des entreprises scandinaves entreprennent des programmes d'éco-conception contre 15% pour les allemandes. Ces programmes visent à réduire l'empreinte environnementale du produit selon deux approches : au niveau des opérations industrielles et logistiques précédant l'acte d'achat, et au niveau de l'utilisation du produit par les consommateurs. Les entreprises allemandes sont très attachées à la conformité réglementaire alors que les autres, anglaises en tête, affichent des bénéfices tournés vers l'optimisation du recyclage et un meilleur ciblage de la demande client.

Achats : l'exigence verte dans les achats durables

Au-delà des exigences relatives au respect des conditions de travail et à la non-discrimination qu'ont promues les Directions Achats depuis plusieurs années, de nouvelles préoccupations se concrétisent afin de renforcer les exigences environnementales vis-à-vis des fournisseurs. Selon les résultats de notre étude, deux tiers des entreprises ont adopté ou mettent actuellement en place une politique d'achats verte auprès de leurs fournisseurs. Cette démarche leur permet de mieux respecter les normes en vigueur (ex : REACH), d'améliorer leur image auprès du grand public et d'être mieux classées auprès des organismes de notation non-financière.

Les acheteurs s'orientent vers des fournisseurs aux processus certifiés (ISO 14001 par exemple), mais pas uniquement : ils encouragent aussi ceux dont les consommations de matière sont faibles, dont les émissions et pollutions sont maîtrisées, et dont la traçabilité des matières premières est assurée. Ils tendent également à sélectionner des produits présentant une forte proportion de matières recyclées ou recyclables, et disposant d'écolabels reconnus (Energy Star étant le label le plus recherché dans le domaine de la consommation énergétique).

Zoom sur les régions européennes :

Sur les 64% d'entreprises qui ont entrepris des démarches achats vertes, on observe une disparité géographique marquée : 80% pour les nordiques et les allemandes, contre 55% pour les françaises et les anglaises. Les initiatives françaises sont orientées vers le renforcement des audits environnementaux de leurs fournisseurs, alors que les scandinaves sont dans la mise en place stricte de clauses contractuelles. Les bénéfices retirés pour les entreprises françaises et scandinaves sont l'amélioration de l'image de l'entreprise et de leur notation auprès des organismes environnementaux. Pour les allemandes, la maîtrise des risques fournisseurs et la réduction des coûts sont les bénéfices les plus importants.

Fabrication : le « lean manufacturing » à l'heure de la Supply Chain verte

Culture de réduction des coûts et savoir-faire industriel vont de pair depuis plusieurs décennies. Et depuis 5 à 10 ans selon les secteurs, la diffusion et la mise en œuvre des techniques et pratiques « lean » connaissent un nouvel essor.

Les intentions premières des années 80 étaient la réduction des coûts via la chasse aux gaspillages de toute nature et l'utilisation des ressources au juste nécessaire ; le résultat attendu était l'efficacité opérationnelle. Elles restent inchangées, mais sont aujourd'hui motivées et de plus en plus vendues en interne comme une nécessité environnementale. Elles permettent par ailleurs de donner un sens concret aux actions entreprises.

Zoom sur les régions européennes :

Les entreprises européennes sont homogènes dans leurs initiatives. En premier lieu, les modifications de processus visent à réduire la consommation d'énergie et de matières premières. L'optimisation des infrastructures et équipements en place évitent ensuite la prolifération des sites industriels. Et enfin – très répandu dans les pays nordiques – les infrastructures de production s'intègrent dans l'environnement local. C'est le cas du complexe de Kalundborg au Danemark, écosystème industriel qui réunit industries chimiques, producteurs de matières plastiques, producteurs d'énergie, fermiers et habitants de la ville.

Logistique : les méthodes classiques d'optimisation, source des premiers gains verts

Les augmentations du coût de l'énergie ont dans le passé motivé l'optimisation de la logistique. Cette motivation est aujourd'hui renforcée par la recherche de solutions alternatives à la route, quitte à parfois sacrifier un ou deux jours de stock dans son besoin en fonds de roulement.

La bonne nouvelle est que toutes les entreprises peuvent se lancer dans des initiatives logistiques pour réduire l'impact environnemental. Et contrairement à l'idée reçue, les « quick wins » existent aussi dans les projets verts.

Zoom sur les régions européennes :

Les résultats obtenus grâce aux initiatives vertes sont par ordre d'importance : la baisse de la consommation de carburant, l'optimisation du remplissage des camions et des retours à vide, et la moindre utilisation des emballages d'expédition. Les tendances logistiques vertes sont donc basées sur des recettes connues, enrichies d'une nouvelle dimension environnementale. Dans tous les pays interrogés, les deux activités principales restent l'optimisation du réseau logistique et du transport. On note également l'émergence de nouveaux modèles de collaboration avec les prestataires logistiques, et de partage des ressources logistiques avec d'autres entreprises. La France se distingue par un recours prononcé aux modes de transport alternatifs à la route (55% des entreprises interrogées).



Empreinte carbone : la mesure comme prérequis à l'optimisation

Le bilan carbone représente davantage qu'un simple outil de mesure des émissions CO2 de la Supply Chain. C'est un révélateur des actions à mener pour maîtriser son impact environnemental et optimiser ses coûts opérationnels. 80% des entreprises qui ont calculé leur empreinte carbone en ont retiré des pistes d'amélioration immédiates menant à des résultats concrets, tels la diminution de consommation des ressources ou l'élimination des gaspillages.

Zoom sur les régions européennes :

Les entreprises scandinaves sont les plus avancées dans la mesure de leur empreinte carbone, les anglaises étant les plus volontaires sur le sujet. Étonnamment les pays de langue allemande ne sont que 27% à avoir mesuré l'empreinte carbone de leur Supply Chain, et ne semblent pas enclins à combler leur retard.

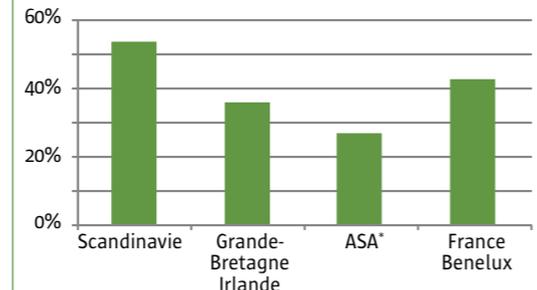
Au-delà de l'action, la communication

Le faire-savoir fait également partie des enjeux économiques de la Supply Chain verte.

Communiquer sur les améliorations environnementales réalisées pour la livraison du dernier kilomètre est un atout concurrentiel fort pour un prestataire logistique. Il peut ainsi valoriser son savoir-faire pour améliorer son empreinte carbone sans dégrader ses performances.

Montrer que son entreprise porte une attention stratégique à l'environnement dans la définition des modalités d'usage de ses produits, ou dans le choix de ses composants, fournisseurs, emballages, circuits de distribution, est devenu un atout... sans doute demain une obligation de survie !

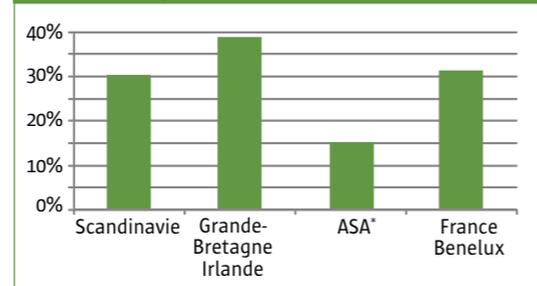
Les entreprises engagées dans une démarche de mesure d'empreinte carbone



* Allemagne, Suisse et Autriche

Source : BearingPoint, 4^e Observatoire de la Supply Chain 2010-2011

Les entreprises qui ne le font pas mais qui ont l'intention de le faire sous 3 ans



* Allemagne, Suisse et Autriche

Source : BearingPoint, 4^e Observatoire de la Supply Chain 2010-2011

La collaboration, le partage et l'ouverture comme vecteurs de compétitivité

Par le passé, les Directions Opérationnelles ont dû faire face à la mondialisation de l'économie et à une complexification grandissante de la Supply Chain, tout en répondant aux exigences d'optimisation des coûts de la part des actionnaires. Aujourd'hui un nouveau défi leur est lancé : réussir la mise en place d'une Supply Chain verte !

Cette nouvelle donne révèle la nécessaire complémentarité des enjeux économiques, environnementaux et sociétaux de l'entreprise. Elle dévoile également l'émergence des nouveaux comportements au sein de la Supply Chain, plus verts et porteurs de nouvelles valeurs :

- La **collaboration** : par la conception d'écosystèmes industriels. Ils diminuent les gaspillages en utilisant les coproduits du « voisin » dans son processus de fabrication, ou éliminent le transport des produits par la mise en place de flux physiques courts sur les sites clients et fournisseurs au sein d'une même filière.
- Le **partage** : par l'utilisation de plateformes d'échange de brevets, ou de commercialisation de méthodes de fabrication, qui diminuent les coûts de la Recherche et Développement et réduisent l'empreinte environnementale de l'entreprise.
- L'**ouverture** à de nouveaux modes de développement produit : par l'éco-conception responsable et innovante. Elle permet d'optimiser l'usage environnemental du produit par les consommateurs, et de maîtriser l'impact de l'entreprise sur l'environnement depuis l'approvisionnement en matières premières jusqu'au recyclage du produit. A ce titre, le choix des matières premières et des composants primaires du futur produit joue un rôle de tout premier plan. Il va également constituer l'un des principaux marqueurs de la trace environnementale du nouveau produit.

Collaboration, partage et ouverture constituent les axes de développement du modèle de la Supply Chain verte. L'appropriation et la mise en pratique de ces leviers s'effectueront de manière hétérogène, et dès à présent notre étude met en évidence trois niveaux de maturité des entreprises :

- Les **leaders** qui intègrent complètement l'environnement dans leur stratégie Supply Chain ;
- Les **intermédiaires** qui appliquent de bonnes pratiques environnementales dans certains domaines de la Supply Chain ;
- Les **suiveurs et nouveaux entrants** qui conduisent des actions vertes par opportunité, reflète de la sensibilité éco-responsable des Directions opérationnelles.

Et vous, où vous situez-vous ? Où en êtes-vous ? ■



Nos pistes concrètes

Aller plus loin que le simple calcul des émissions de CO2

Un bilan carbone de votre Supply Chain est le point de départ à des réductions de coûts et à des actions de communication permettant d'améliorer votre image. Deux considérations sont à prendre en compte : le potentiel de réduction des émissions, et les efforts à mettre en œuvre.

Les entreprises les plus avancées décident d'aller au-delà en évaluant une empreinte plus globale. Celle-ci prend en compte l'ensemble des rejets industriels toxiques pour l'environnement (CO, CO2, NO, NO2, SO2...), permet de devancer les futures réglementations et représente souvent une formidable source d'innovation.

Evaluer sa maturité Supply Chain verte

L'évaluation de votre maturité Supply Chain verte permet de vous positionner précisément par rapport à vos concurrents, et peut être un point de départ d'une inflexion stratégique.

Appuyez-vous sur les études comparatives qui existent pour les secteurs d'activités matures, les bases d'information des organismes environnementaux, et évaluez comment inscrire cela de manière opérationnelle dans votre entreprise.

Tirer le meilleur parti de ses collaborations avec les fournisseurs

Une démarche d'éco-conception peut vous inciter à modifier votre portefeuille fournisseurs, ainsi que votre mode de collaboration avec eux. N'hésitez pas à aller chercher les bonnes idées sur votre marché amont pour les mettre en dynamique dans votre propre entreprise.

Dans un autre registre, « éduquez » si besoin vos fournisseurs incontournables pour faire évoluer leur Supply Chain et leur faire maîtriser leur empreinte environnementale. Moins de matières consommées ce sont des coûts d'achats potentiellement plus bas. Ce sont aussi des risques mieux contrôlés. Les stratégies « win-win » existent aussi dans la Supply Chain verte !

Devenir un acteur vert incontournable de son secteur d'activité

Les normes et réglementations, et les degrés d'interventions des états et de l'Europe autour de la Supply Chain verte ne sont pas encore harmonisés. Participer aux cercles d'influence de votre secteur d'activité et y être actif vous permettront d'anticiper les futurs standards environnementaux propres à votre activité. N'est-ce pas l'apanage des leaders ?

Fédérer les forces vertes de son entreprise

Les entreprises leaders dans la Supply Chain verte ne réussissent pas leurs initiatives durables par hasard, même si l'ambition, la volonté de progresser et l'audace sont des facteurs clés. Elles ont su très tôt s'organiser en interne pour adresser les différentes problématiques de la Supply Chain verte et trouver des solutions adéquates à chacune. Les motivations de passage à l'action étant multiples et variées, l'intégration des volontés et des savoir-faire qui les animent nous apparaît primordiale. Une structure interne dédiée à la capitalisation des initiatives et à la structuration des actions prend alors tout son sens.

Piloter la Supply Chain de seconde vie de ses produits (Second Life Logistics and Operations¹)

Après avoir optimisé les flux amont et aval de votre Supply Chain, mettez-vous en position de piloter les flux de seconde vie de vos produits. Une entreprise qui maîtrise la chaîne de recyclage en tire deux bénéfices majeurs : des retours d'expérience variés sur ses produits, et de nouvelles opportunités de développement. Certains acteurs se positionnent même sur la réparation de leurs propres produits, ou encore sur le marché de l'occasion. Si l'industrie automobile a intégré de telles pratiques depuis longtemps, de nouveaux secteurs tels les biens de consommation prennent aujourd'hui le relais. Serez-vous le leader d'opinion de votre domaine d'activité ?

¹ Second Life Logistics and Operations : expression imaginée par les équipes BearingPoint (terminologie déposée), qualifiant les flux logistiques et opérations liés à la revalorisation du produit et des composants à l'issue de leur utilisation.

Notre engagement

Notre engagement Développement Durable

BearingPoint est engagé dans une démarche sociale, sociétale et environnementale au travers de principes et d'actions concrètes :

- Etablir une relation durable avec nos collaborateurs ;
- Promouvoir la solidarité ;
- Etre intègre et engagé auprès de nos clients ;
- Préserver l'environnement.

Nous avons matérialisé notre engagement Développement Durable par la mise en place d'un tableau de bord RSE. Il nous permet de suivre notre performance dans les différents domaines du Développement Durable (social, économique et environnemental) et de partager ces indicateurs. Vous pouvez le retrouver sur notre site.

Soucieux de progresser dans les domaines de l'environnement, des droits de l'Homme, du droit du travail et de la lutte contre la corruption, nous avons décidé d'adhérer au Global Compact, soutenant 10 grands principes sous l'égide de l'ONU.

www.pactemondial.org

En collaboration avec le service de formation de l'ADEME, nous avons constitué en interne une équipe de consultants compétents pour réaliser vos bilans carbone.

www.ademe.fr

Nous avons d'ailleurs réalisé notre premier Bilan Carbone sur 2009. Notre cabinet consomme un volume de 510 tonnes d'équivalent carbone (masse de carbone qu'il faudrait rejeter pour atteindre le même niveau de pollution) soit 0,6 tonne par consultant en moyenne. Nous travaillons d'ores et déjà sur de nombreuses pistes de réduction de notre empreinte environnementale.

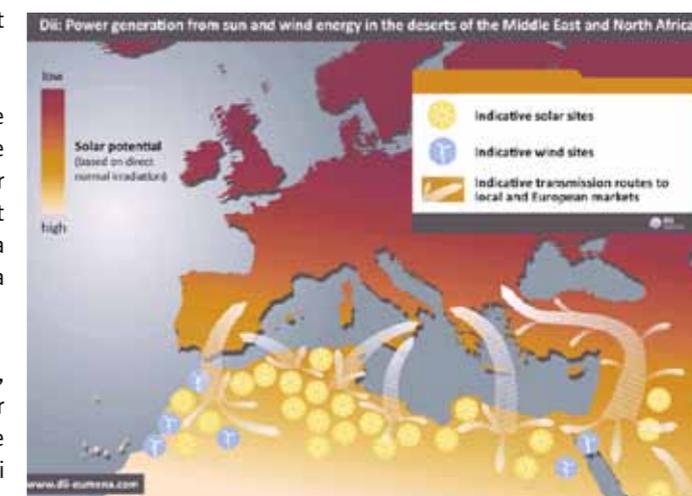
Pour plus d'informations, n'hésitez pas à demander notre charte Développement Durable sur notre site Internet.
www.bearingpoint.fr

Désertec Industrial Initiative (Dii) : BearingPoint rejoint l'initiative en 2010

Depuis juin 2010, BearingPoint a rejoint l'initiative industrielle Désertec.

BearingPoint s'associe donc comme partenaire à la plus importante initiative industrielle non gouvernementale pour la maîtrise énergétique dans le respect de l'environnement et du climat, et va participer activement à la conception et la mise en œuvre de plusieurs projets.

La Dii, initiée par la Fondation Désertec, a pour objectif de créer un cadre pour générer de l'énergie avec une empreinte environnementale minimale, et ainsi permettre d'approvisionner en énergies non polluantes les pays producteurs et l'Europe. Les activités de la Dii sont centrées sur l'exploitation des énergies solaires et éoliennes dans le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord.



<http://www.dii-eumena.com/associated-partners.html>

« Desertec a un potentiel écologique et économique significatif. L'initiative a un impact global et une signification politique forte. Nous sommes convaincus à la fois de l'urgence et de la faisabilité de l'initiative, et nous voulons y apporter notre contribution. » (Peter Mockler, Président BearingPoint)

BearingPoint France SAS a apporté tout son soin à la rédaction de ce document. Toutefois, eu égard à la quantité importante d'informations contenues et traitées, l'auteur ne saurait garantir la véracité, la complétude ou l'exactitude des dites informations. En conséquence, l'auteur ne saurait assumer une quelconque responsabilité au titre des informations contenues dans ce document et/ou de leur utilisation.

Par ailleurs, toute décision prise par un lecteur sur la base de ce document ou des informations qu'il contient et/ou toute utilisation des informations et/ou de ce document, l'est sous la seule responsabilité de ce dernier et ne saurait engager la responsabilité de l'auteur de quelque sorte que ce soit.

© 2011 - BearingPoint France SAS

Tous droits réservés. Les dénominations ainsi que les marques et/ou tout autre signe distinctif de sociétés et de produits cités dans ce document sont la propriété commerciale de leurs détenteurs respectifs. BearingPoint décline toute responsabilité en cas d'erreur ou d'omission.

Crédits photos : fotolia

BearingPoint

Contacts



BearingPoint est un cabinet de conseil indépendant dont le cœur de métier est le Business Consulting. Il s'appuie sur la double compétence de ses consultants en management et en technologie. Animés par un véritable esprit entrepreneurial et collaboratif, nos 3200 consultants sont engagés à créer de la valeur et obtenir des résultats concrets, aux côtés de leurs clients. Ils interviennent de la définition de la stratégie jusqu'à la mise en œuvre des projets de transformation.

Nous faisons nôtres les priorités de nos clients, c'est pourquoi depuis plus de 10 ans, les deux tiers de l'Eurostoxx 50 et les plus grandes administrations nous font confiance.

BearingPoint est engagé dans une démarche à long terme pour continuer l'analyse des pratiques et la communication sur les avancées significatives dans le Développement Durable via différentes initiatives :

- Les Observatoires (Supply Chain, Achats, Innovation, Relation Client, etc.) que nous mettons en œuvre tous les ans ;
- Le BearingPoint Institute, laboratoire d'idées et d'innovations permettant de nourrir les réflexions stratégiques de nos clients ;
- Les retours d'expérience des différentes missions que nous conduisons au quotidien à vos côtés.

To get there. Together.

Pour de plus amples informations : www.bearingpoint.fr

Allemagne | Autriche | Belgique | Danemark | Espagne | Finlande | France | Irlande | Italie | Maroc | Norvège | Pays-Bas | Portugal | Roumanie | Royaume-Uni | Russie | Suède | Suisse | Afrique | Amérique du Nord | Amérique du Sud

Remerciements

Nous adressons tous nos remerciements aux entreprises qui ont accepté de participer à cette enquête, et tout particulièrement les personnes nous ayant reçus individuellement : merci pour leurs témoignages précieux.

Merci également aux contributeurs européens de BearingPoint : Jean-Baptiste Bacou, Jean-Pierre Cannizzo, Stephen Coy, Yvon Donval, Antoine Gaudron, Pierre Joubert, Thierry Lalande, Stéphanie Lesdos, Angélique Tourneux, Serge Weibel et Matthias Wohlfahrt.

France

Yvon Donval

Associé

+33 6 10 84 38 51

yvon.donval@bearingpointconsulting.com

Serge Weibel

Associé

+33 6 24 67 11 38

serge.weibel@bearingpointconsulting.com

Allemagne, Suisse & Autriche

Matthias Læbich

Associé

+49 89 54033 6126

matthias.laebich@bearingpointconsulting.com

Matthias Wohlfahrt

+49 30 88004 5890

matthias.wohlfahrt@bearingpointconsulting.com

Royaume-Uni & Irlande

Stephen Coy

+44 203 206 9655

stephen.coy@bearingpointconsulting.com

Suède, Danemark, Norvège & Finlande

Per Staffansson

Directeur

+46 733 211 676

per.staffansson@bearingpointconsulting.com

Xavier Houot

Associé

+33 6 24 39 41 89

xavier.houot@bearingpointconsulting.com

Matthias Gøertzen

Associé

+49 69 13022 1336

matthias.gaertzen@bearingpointconsulting.com

Maroc

Youssef Harouchi

Senior Advisor

+212 661 18 53 17

ce-youssef.harouchi@bearingpointconsulting.com

Russie

Sergey Kuzovkin

Associé

+7 495 937 4466

sergey.kuzovkin@bearingpointconsulting.com

