

CROISSANCE VERTE

Quand les salariés pensent « écolo »



Ludovic/REA

Les techniciens de Roissy 2 ont voulu diminuer la consommation de 360.000 à 289.000 kW/h. Ils réalisent 218.000 kW/h, soit une centaine de milliers d'euros d'économies. Certains jours d'été, le logiciel a fait gagner 50 % de consommation. Le tout grâce à une dizaine de clics de souris par jour des exploitants au maximum. Certains se sont même pris au jeu en rivalisant d'« adresse énergétique ».

Si le développement durable est encore loin d'avoir irrigué le cœur de la stratégie des entreprises, les initiatives venant du terrain se multiplient et constituent un aiguillon.

David Bassereau est un agent de maintenance entreprenant. A force de réparer les cinq sas d'entrée et de sortie du terminal Sud d'Orly, souvent bloqués, le technicien a fini par proposer à son encadrement une autre solution. En spécialisant chaque porte, pour la sortie ou l'entrée des passagers, l'équipe de David Bassereau fait valoir plusieurs avantages. Ce réaménagement très simple facilitera l'accès à l'aérogare tout en limitant la circulation en

hiver des flux d'air froids vers l'intérieur. Aéroports de Paris décide de modifier le dispositif cette année. « Nous avons chiffré à 300 mégawatts par an l'économie annuelle de calories, l'équivalent de cinquante ans de consommation d'une famille », estime Lionel Goguet, responsable de la maintenance. Ce succès a inspiré à ses équipes un autre projet d'économie d'énergie, en cours d'application, cette fois sur la climatisation.

Des exemples de cette nature, Antoine Héron en possède plein ses dossiers. Fondateur et président d'honneur du réseau Innov'Acteurs, il milite pour que cette démarche de l'innovation participative soit appliquée au développement durable. C'était d'ailleurs le thème central du Carrefour de l'innovation participative de 2007. L'édition qui se tient les 26 et 27 novembre à Paris sera l'occasion de faire un bilan. « Cette dynamique

de progrès participatif peut parfaitement s'appliquer aux enjeux du développement durable », a-t-il d'ailleurs écrit à Nathalie Kosciusko-Morizet pour l'inviter à cette manifestation. De fait, qu'elles soient ou non membres d'Innov'Acteur, les entreprises fournissent maints exemples.

Innovation participative

Le levier le plus fréquent de l'innovation participative reste les « boîtes à idées » ou des trophées du développement durable. A l'image d'Accor (lire ci-dessous), de la Poste ou de France Télécom. Les propositions vont de la plus simple aux plus techniques. Un bon nombre sont liées aux économies de papier. Simple bon sens. Ainsi un postier tarbais a eu une idée originale de recyclage du papier. Après broyage, il sert à rembourrer les colis des clients en lieu et place de mousse. Chez l'opérateur de télécoms, parmi les 2.000 idées innovantes qui

remontent tous les mois des salariés français, une cinquantaine sont teintées de vert. Ainsi, dans tous les bureaux, une nouvelle banette apparaît, uniquement destinée au papier blanc. Même chose chez Michelin pour la récupération des contenants et le recyclage des multiples emballages. Les propositions peuvent être bien plus complexes. Chez France Télécom, plusieurs projets ont débouché sur un système d'alimentation des enseignes de magasins par panneaux solaires. Plus complexes encore, les nouvelles antennes relais déployées le long du TGV Est. Baptisées « Eco Site », elles présentent une empreinte carbone cinq fois moindre que les antennes traditionnelles, tout en coûtant deux fois moins cher. Chez Renault, un ouvrier a mis au point une machine d'aspiration des films d'huile déposés sur l'eau de lavage des machines. Enfin, une partie des initiatives sont purement sponta-

nées comme celles des employés d'EDF qui ont proposé une végétalisation de quelques bâtiments. Au ministère de la Défense, des employés ont récupéré l'eau de pluie pour laver certains véhicules. Chez Safran, les écrans de veille des ordinateurs sont utilisés pour diffuser des messages de sensibilisation.

Pourtant, tout n'est pas si simple. Il faut savoir gérer la résistance au changement, note David Richard, directeur transformation, performance et communication interne chez France Télécom : « Dans certains cas, l'expert examinant les solutions techniques proposées par un non-spécialiste peut avoir tendance à repousser une solution innovante à laquelle il n'avait jamais pensé. » Cette résistance au changement se note parfois même chez les gens qui ont de bonnes idées mais hésitent à les proposer. Il faut aussi savoir gérer la frustration des personnes dont les propositions ne sont pas

retenues. Chez France Télécom, une sur dix environ aboutit. Enfin, la plupart de ces initiatives, intéressantes, restent encore parcellaires.

Pour Jean-Marc Jancovici, expert en environnement auprès des entreprises, la mobilisation des salariés est utile car elle sert d'aiguillon vis-à-vis du management. Pour lui, ces actions restent toutefois anecdotiques. « Il faut des actions d'envergure à la hauteur de l'enjeu. Seules les directions d'entreprise peuvent réorienter leur stratégie en ce sens. Pour le moment, aucun grand groupe ne l'a fait, mais les choses sont en train de changer », estime-t-il. L'influence de Jean-Marc Jancovici a pourtant commencé par une initiative de terrain : son site Manicore.com est devenu un célèbre bréviaire des ennemis de l'effet de serre.

MATTHIEU QUIRET
ET FRANK NIEDERCORN