

RSE

Responsabilité Sociale des Entreprises



INSTITUT NATIONAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES



ENTREPRISE
SOCIALEMENT
RESPONSABLE



SOMMAIRE

L'UEL et l'INDR	2
Les acteurs	2
La motivation de l'INDR	3
La RSE	5
Les défis de la RSE	5
La définition de la RSE	5
Les trois dimensions de la RSE	6
Les conditions de réussite de la RSE	8
Les retombées positives de la RSE	8
Le label ESR	11
Intégrer les spécificités des PME dans une démarche RSE	12
Social et Egalité des chances professionnelles	15
De meilleures relations avec les salariés, une productivité et une innovation accrues	15
De meilleures relations grâce à l'engagement des intervenants	15
Exemples de bonnes pratiques	16
Gouvernance	21
De meilleures relations avec les investisseurs et un accès plus facile aux capitaux	21
Une meilleure réputation et une meilleure image de marque	21
Exemples de bonnes pratiques	22
Environnement	27
Des entreprises financièrement plus performantes et plus profitables	27
La RSE en tant qu'investissement	27
Exemples de bonnes pratiques	28

L'UEL et l'INDR

L'Union des Entreprises Luxembourgeoises (UEL) a signé en date du 31 octobre 2003 une charte portant sur le développement durable. Ce faisant, elle adhère aux principes du développement durable tel que défini par l'ONU comme étant la capacité des générations présentes à satisfaire leurs besoins tout en permettant aux générations futures de satisfaire les leurs. Le développement durable nécessite partant une approche globale qui vise à mettre en cohérence tant les stratégies économiques et sociales qu'environnementales.



L'UEL promeut également le concept de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) afin d'aider les entreprises à renforcer leur compétitivité et à assurer leur pérennité. Pour ce faire, elle a créé l'Institut national pour le développement durable et la responsabilité des entreprises (INDR).



L'UEL s'attribuera à travers son institut INDR un double rôle de facilitateur et d'acteur en matière de responsabilité sociale des entreprises : facilitateur, en offrant une plateforme d'échanges et de promotion de bonnes pratiques aux entreprises actives dans le domaine de la RSE ou désirant le devenir ; acteur, en promouvant des concepts transversaux du développement durable dans la gestion des entreprises, dont la mise en pratique repose sur la mise en œuvre de labels de qualité.

Les acteurs

L'INDR qui est une émanation de l'UEL, regroupe les organisations professionnelles suivantes :

- l'Association des Banques et Banquiers du Grand-Duché du Luxembourg ;
- l'Association des Compagnies d'Assurances du Grand-Duché du Luxembourg ;
- la Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg ;
- la Chambre des Métiers du Grand-Duché de Luxembourg ;
- la Confédération Luxembourgeoise du Commerce (& Transport et Services) ;
- la Fédération des Artisans ;
- la Fedil – Business Federation Luxembourg ;
- l'Horesca – Fédération Nationale des Hôteliers Restaurateurs et Cafetiers de Luxembourg.

A noter qu'à travers les chambres et organisations patronales précitées, l'ensemble des sociétés commerciales, industrielles et artisanales sont représentées au sein de l'INDR.



La motivation de l'INDR

La responsabilité sociale des entreprises est l'expression pour toute entreprise de son investissement dans la promotion d'une véritable culture de développement durable. Il s'agit pour l'INDR de promouvoir une dynamique de croissance dans tous les secteurs économiques tout en respectant les intérêts économiques, sociaux, sociétaux et environnementaux. L'ultime objectif de cette stratégie est d'assurer la performance durable de ces piliers dans un concept indivisible et donc dans une approche d'interaction et d'interdépendance. La responsabilité sociale des entreprises crée donc le lien entre l'entreprise et la société.



Il résulte toutefois de l'étude du CEPS /INSTEAD de mars 2008 intitulée « Un état des lieux de l'adoption de la Responsabilité sociale des entreprises au Luxembourg » :

- parmi les entreprises ayant au moins dix salariés et appartenant à la quasi-totalité des secteurs d'activités, **90 % considèrent que l'entreprise doit se préoccuper des grands enjeux sociaux et environnementaux** comme l'intégration des minorités, l'égalité homme/femme, la préservation de l'environnement ou encore l'impact de ses décisions sur l'environnement local.
- mais que le concept de la RSE n'est connu que par une minorité des entreprises.

Ces deux constats confirment l'INDR dans sa motivation de promouvoir le concept de la RSE.





La RSE

Les défis de la RSE

De multiples défis émanant des salariés, des consommateurs, des actionnaires, des organismes non gouvernementaux, des organismes internationaux et d'autres intervenants font que les entreprises sont de plus en plus appelées à être proactives dans le domaine de la RSE afin d'assumer leur rôle de responsabilité sociale sur la scène nationale et internationale.

Ces défis amènent habituellement les entreprises à placer l'accent sur un ou plusieurs éléments de la RSE, tels que la santé et la sécurité, la protection de l'environnement, la gouvernance d'entreprise, les pratiques de gestion des ressources humaines, les droits de la personne, le développement communautaire et la protection du consommateur. Ainsi Bâle II et le Sarbanes-Oxley Act aux États-Unis mettent au défi les entreprises d'améliorer sensiblement leur performance en termes de gouvernance d'entreprise. Ces mesures exercent des pressions sur les pratiques d'affaires des entreprises, et la politique ainsi que l'opinion publique en font autant.

Dans de nombreux cas et en fonction des enjeux économiques, la diligence que requièrent ces défis est nuancée par un intérêt particulier de la partie demanderesse ou bien formulée d'une façon large et globale, exigeant souvent que les entreprises posent des gestes forts afin de faire preuve d'un comportement responsable.

La définition de la RSE

La RSE¹ – responsabilité sociale des entreprises – est une démarche volontaire de conduite des affaires des entreprises, qui reflète la contribution des entreprises au **développement durable** lequel est défini comme « le développement qui répond aux besoins présents sans compromettre la capacité des générations futures à répondre à leurs propres besoins » et elle est souvent synonyme d'autres concepts connexes.

La RSE est applicable aux entreprises quel que soit leur secteur, leur taille ou encore leur marché. Il est cependant évident que la profondeur et la portée de leur engagement en la matière varient en fonction de leurs spécificités.



¹ La traduction anglaise de RSE est « CSR - corporate social responsibility ».

Davantage d'entreprises mettent l'accent sur l'aspect opérationnel de la RSE plutôt que sur une approche formelle. Ainsi l'UCL, par le biais de son institut INDR, vise à proposer une série de référentiels qui s'appliquent raisonnablement aux entreprises, en tenant compte de leurs moyens et de leurs limites afin de les faire évoluer dans leur quête permanente d'amélioration et de développement. Les recommandations en matière de RSE permettront aux entreprises d'équilibrer et d'intégrer leurs impératifs économiques, environnementaux et sociaux tout en répondant aux attentes de leurs actionnaires.

L'INDR désire que les entreprises adoptent la RSE avec le souci légitime d'obtenir à terme un net avantage concurrentiel et de stimuler l'innovation des entreprises tout en répondant aux exigences du marché. A cette fin, chacune des recommandations est accompagnée d'une description des avantages à viser par l'entreprise.

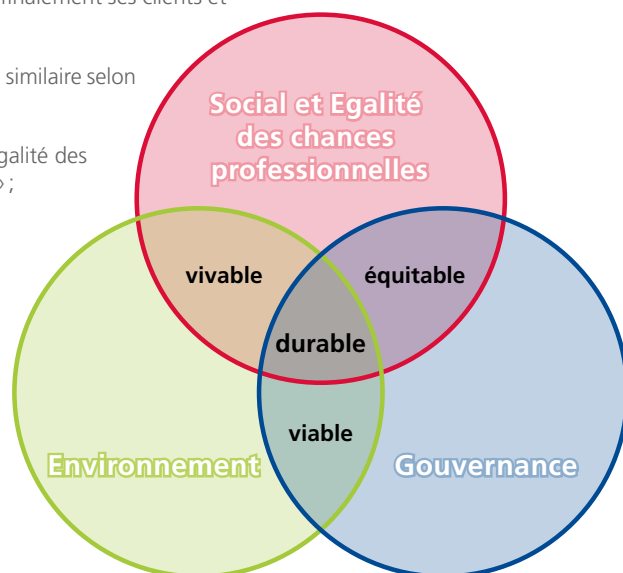
Le respect des lois et des réglementations par les entreprises quant aux objectifs sociaux, environnementaux et économiques établit le niveau de base de la performance de toute entreprise à l'égard de la RSE, alors que celle-ci comprend les engagements et les activités volontaires de l'entreprise qui dépassent ce fondement de conformité légale.

Les trois dimensions de la RSE

Tout développement serein des affaires requiert que l'entreprise se repositionne régulièrement d'une manière formelle pour les grandes entreprises et d'une manière plus informelle pour les PME/PMI par rapport à son marché, en considérant les contraintes changeantes induites par les concurrents, ses produits et services, l'évolution technologique, les moyens de production et de distribution, ses finances, et finalement ses clients et fournisseurs.

La RSE adopte une démarche similaire selon trois dimensions :

1. la dimension « Social et Egalité des chances professionnelles » ;
2. la dimension « Gouvernance » ;
3. la dimension « Environnement ».



Social et Égalité des chances professionnelles

Cette dimension intègre toutes les actions que l'entreprise engage vis-à-vis de ses salariés en matière sociale et d'égalité des chances professionnelles, en agissant sur l'amélioration de la santé et de la sécurité au travail, tout en promouvant des actions tendant à l'amélioration du bien-être au travail et de meilleure conciliation vie privée/vie professionnelle.

Gouvernance

Cette dimension intègre toutes les actions que l'entreprise engage en matière de gestion, de contrôle, de transparence et de fidélité vis-à-vis de ses actionnaires, des administrations, des banques et assurances et de ses clients. Elle pourrait, de ce fait, également s'appeler « Economie ».

L'INDR y inclut aussi le volet « Sociétal », c'est-à-dire, les actions que l'entreprise engage vis-à-vis de la société dans son ensemble ou pour certaines parties (d'autres auteurs conçoivent une affectation du volet « Sociétal » à la dimension « Social »).

Environnement

Cette dimension intègre toutes les actions que l'entreprise engage en matière d'utilisation rationnelle des ressources et de protection de l'environnement (déchets, pollution) et de réduction de ses émissions en dioxyde de carbone (consommation d'énergie, dégagement de gaz à effet de serre, emploi d'énergies renouvelables).

Les conditions de réussite de la RSE



Les 9 conditions suivantes sont à notre avis essentielles à la réussite d'une politique RSE en entreprise :

1. Un engagement fort fondé sur des valeurs d'éthique ;
2. Une volonté de progrès continu ;
3. Une attitude marquée par l'humilité ;
4. Une compréhension et une acceptation de l'interdépendance de l'entreprise avec son environnement ;
5. Une vision à long terme fondée sur une responsabilité vis-à-vis des générations futures ;
6. L'application du principe de précaution comme règle de décision ;
7. Une pratique régulière du dialogue et de la consultation des parties prenantes, en ce compris sur les sujets difficiles ;

8. Une volonté d'information et de transparence ;

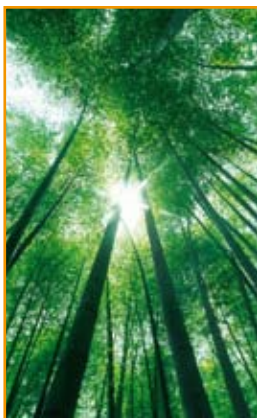
9. Une capacité à répondre de ses actes et à rendre des comptes sur les conséquences directes et indirectes de ses activités.

Notons que ces engagements ne diffèrent en rien de ceux généralement admis comme étant à la base d'une gestion saine et efficace de toute entreprise.

Les retombées positives de la RSE

La responsabilité sociale des entreprises vise l'intégration de considérations sociales, environnementales et de gouvernance dans les structures et dans les processus de prise de décisions des entreprises. Il s'agit de développer des réponses créatives et à valeur ajoutée qui impliquent toutes les parties prenantes de l'entreprise afin de gérer de manière plus efficace les risques éventuels et d'obtenir une plus grande crédibilité et une plus grande confiance de la part de la société.

En contrepartie, l'entreprise respectueuse de la RSE continue à être un acteur économique qui doit produire de la valeur tangible et pérenniser sa survie. Il y a donc lieu de faire une analyse de rentabilité de la RSE.



L'on peut considérer plusieurs axes pour valoriser les retombées de la RSE :

- Une meilleure performance financière grâce à l'amélioration de l'efficacité du fonctionnement ;
- Un profil de risque plus favorable ;
- De meilleures relations avec la communauté des investisseurs et un accès plus facile aux capitaux ;
- De meilleures relations employeur-salariés qui se traduisent par une meilleure visibilité auprès du public cible visé au niveau du recrutement, une meilleure insertion des nouvelles embauches dans l'entreprise, un accroissement de la motivation des salariés, de leur maintien en poste, de l'apprentissage, de l'innovation et partant de toute la productivité ;
- De meilleures relations avec les collectivités environnantes et une plus grande facilité d'obtention d'un « droit d'opérer » ;
- Une meilleure réputation et une meilleure image de marque.



Le label ESR

L'UEL, à travers son institut INDR, se propose d'accompagner les entreprises dans leur développement RSE.

Dès à présent, pour aller au-delà de cet engagement, l'INDR a créé le label « Entreprise Socialement Responsable - ESR » qui est un outil offert aux entreprises désireuses de formaliser leurs efforts en la matière, de partager leurs expériences, d'évoluer en communauté et de communiquer leurs efforts et réussites vis-à-vis de leurs salariés et du monde extérieur.



Ce label se décline en trois certificats qui s'obtiennent individuellement, adressant chacun un pilier du modèle RSE : Social et Egalité des chances professionnelles, Gouvernance et Environnement.

Par son Label ESR (ou mieux, par ses trois certificats), l'UEL poursuit les objectifs suivants :

- Promouvoir le concept RSE auprès des entreprises luxembourgeoises ;
- Leur faire prendre conscience de leurs progrès actuels en RSE ;
- Reconnaître publiquement les entreprises actives en matière de RSE ;
- Créer une dynamique en la matière.

Afin de trouver une juste balance entre l'effort de la mise en place d'une politique RSE dans l'entreprise et de sa formalisation pour les besoins du label, l'INDR poursuit un nombre de règles pour la mise en place des certificats :

- Facilité et rapidité de la démarche ;
- Orientation sur les avantages pour les entreprises ;
- Critères d'évaluation objectifs et spécifiques ;
- Soutien effectif aux entreprises à l'aide d'outils (toolkits) appropriés.

Nonobstant toutes ces considérations, nous signalons que la mise en œuvre de la RSE est une occasion pour l'entreprise de prendre conscience de ses acquis actuels et de définir des objectifs futurs.

L'INDR met à la disposition des entreprises trois référentiels qui adressent chacun un pilier du modèle RSE et qui sont spécifiquement adaptés aux différents secteurs d'activité de notre économie et à la taille des entreprises.



Ces référentiels s'appuient sur un ensemble complet de documents visant à soutenir l'action RSE de l'entreprise en lui donnant des informations complémentaires, en lui proposant des modèles pour certaines initiatives et en lui présentant des exemples de bonnes pratiques.

Chaque certificat est décrit par son **référentiel générique** détaillant les objectifs qui serviront de base commune aux référentiels spécifiques. Tout référentiel générique prend en considération les spécificités économiques, culturelles et sociales du pays.

Les **référentiels spécifiques** prennent en considération les spécificités sectorielles et la taille des entreprises représentées au sein de l'UEL. Les référentiels spécifiques servent à l'auto-évaluation des entreprises et à leur audit externe.

La démarche à suivre par les entreprises intéressées par ces certificats peut être résumée comme suit :

L'entreprise procède à une auto-évaluation de son comportement en matière de RSE en utilisant l'outil électronique prévu à cet effet sur le site de l'INDR.

L'INDR informe ensuite l'entreprise du résultat de cette évaluation. Deux hypothèses s'ouvrent alors à l'entreprise ; soit elle est invitée à solliciter un audit par un réviseur agréé en vue d'obtenir le certificat, soit elle se voit communiquer un plan d'action devant parfaire ses performances dans le but de suffire au référentiel. Ce plan d'action peut, le cas échéant, être mis en œuvre avec l'aide d'un professionnel dûment agréé à ce titre par l'INDR.

Les entreprises souhaitant évaluer leur état d'avancement en matière de RSE peuvent consulter le site de l'INDR : www.indr.lu

Le site fournit aux entreprises une information complémentaire et riche en proposant des outils d'auto-évaluation, les référentiels adaptés à leur secteur et à leur taille ainsi que des boîtes à outils (*toolkits*) visant à assister les entreprises dans la formalisation de certains aspects de la RSE.

Intégrer les spécificités des PME dans une démarche RSE

Croire que la RSE ne s'applique qu'aux entreprises d'une certaine taille ne tiendrait pas compte de la réalité du terrain où les PME, qui se définissent par la taille, le chiffre d'affaires et le nombre des salariés, ont depuis toujours – et souvent en méconnaissance du concept formalisé – appliqué le concept de RSE dans leurs actions. Ainsi elles ont su instaurer une dynamique et un mode de fonctionnement qui leur sont propres en accordant une attention particulière à l'environnement, associant les salariés aux décisions majeures de l'entreprise ou informant l'entourage sur l'impact de leurs activités. Ces PME ont vécu que l'application de la RSE dans leurs affaires ne constitue pas un frein au développement de l'entreprise, mais une réelle opportunité en termes d'efficacité et d'évolution.

Écologie : les PME, des acteurs locaux respectueux des principes du développement durable

Les PME en général constituent un partenaire de proximité, en ce qu'elles sont, dans leur grande majorité, des acteurs enracinés dans l'environnement local. Cette proximité explique qu'elles entretiennent des relations privilégiées avec leurs salariés, fournisseurs, clients, de même qu'avec les autorités publiques. Cette imbrication dans le tissu local implique que ces entreprises mettent en œuvre, par l'essence même de leur activité, certains principes écologiques d'une démarche RSE.

Leur ancrage local facilite et rend plus visible leur contribution au développement socio-économique et les responsabilise davantage quant au bien-être de la communauté locale. Agissant dans un rayon d'action réduit, en ce qui concerne l'éloignement des fournisseurs et clients, elles sont engagées sur la voie du développement durable.

Prise en compte de la dimension sociale : un réflexe naturel chez les PME

Comme le savoir-faire et la main-d'œuvre constituent les principaux ingrédients pour la réalisation de produits de haute qualité, la responsabilité sociale constitue pour les PME un réflexe naturel, en ce qu'il assure la pérennité de l'entreprise. Il faut signaler que cette démarche est facilitée par la taille réduite de ces entreprises qui permet le maintien de relations personnalisées entre les salariés eux-mêmes d'une part, et les salariés et le chef d'entreprise d'autre part.

Le développement des salariés se traduit par des investissements notables au niveau de l'apprentissage, de la formation continue, de la sécurité et de la santé, de l'hygiène et de la reconnaissance des compétences. La RSE au sein d'une PME relève donc plutôt d'une démarche informelle, car intuitive.

Label « RSE » : tenir compte des mesures informelles mises en œuvre par les PME

Une étude de la Chambre des Métiers a démontré qu'un nombre important d'entreprises artisanales a d'ores et déjà implémenté des mesures sur le plan social, environnemental et économique, qui bien que ne portant pas la qualification « RSE », vont dans cette même direction. Ainsi, et en gardant à l'esprit les spécificités de ce secteur, toute initiative visant l'introduction d'un label « RSE » devra impérativement identifier et valoriser les mesures mises en œuvre par les PME, même si celles-ci revêtent dans la plupart des cas un caractère informel.





Social et Egalité des chances professionnelles

De meilleures relations avec les salariés, une productivité et une innovation accrues

Un avantage clé que les entreprises tirent de la RSE est celui de **l'augmentation de l'engagement et de la loyauté envers l'entreprise et de la motivation de ses salariés, de leur capacité d'innovation et de leur productivité**. Ces entreprises auront plus facile à recruter et à retenir les meilleurs collaborateurs salariés, et à les motiver à approfondir leurs compétences, à suivre des formations professionnelles leur permettant d'être plus productifs, plus soucieux de la qualité et de la performance de l'entreprise. Notons aussi que le dialogue dans l'entreprise évolue positivement sous l'influence des actions RSE, engendrant une **réduction de l'absentéisme** et une appréciation réaliste des revendications salariales.

De meilleures relations grâce à l'engagement des intervenants

La RSE modifie la manière dont l'entreprise s'adresse aux actionnaires, aux salariés, aux créanciers, aux fournisseurs, aux clients, aux collectivités, aux organisations non gouvernementales et aux administrations gouvernementales en renforçant le **dialogue ouvert**, la volonté de former des partenariats réels dans un souci accru de transparence. La RSE n'est cependant pas une voie unidirectionnelle n'engageant que l'entreprise, elle met évidemment l'entreprise en position de demander des comportements similaires de ces intervenants, favorisant ainsi le développement d'une culture RSE qui contribue à améliorer sa **capacité à être durable**.

Remarque générale sur les bonnes pratiques :

Pour des raisons évidentes de place impartie, nous nous sommes cantonnés à ne reprendre qu'un aspect spécifique dans les bonnes pratiques « RSE » des entreprises décrites ci-après. L'engagement en Responsabilité Sociale des Entreprises citées va évidemment bien au-delà du cadre de ces exemples.

Exemples de bonnes pratiques

Ernster a introduit un système d'équité de salaire

L'entreprise Ernster a introduit en collaboration avec le Ministère de l'Egalité des chances un **système d'équité de salaires**. Afin d'améliorer la gestion des carrières dans l'entreprise, la direction a procédé à une **description et une évaluation de chaque poste** et de chaque fonction, ce qui a permis d'introduire un système d'équité des salaires. A l'aide de l'**outil d'évaluation des salaires** et de l'outil Abakaba (système de gestion des salaires), l'entreprise a remis en question la gestion des salaires existante pour renforcer le principe d'équité de salaires dans l'entreprise. En partant du principe « un salaire équivalent pour un travail équivalent » tout en prenant en considération les exigences et les contraintes des fonctions existantes, l'entreprise a donc élaboré à l'aide de l'outil Abakaba une nouvelle appréciation des salariés, et par conséquent une nouvelle évaluation des salaires pour chaque poste. Ensuite, l'entreprise a augmenté la rémunération des salariés pour lesquels le système a détecté une sous-évaluation par rapport à leur tâche. Finalement, afin d'augmenter la **transparence du système de rémunération** envers les salariés, l'entreprise a procédé à une large information des salariés sur la mise en place de ce nouvel outil d'équité de salaires.

DÉNOMINATION	Ernster
ACTIVITÉ	Librairie
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	64 personnes



FERNAND ERNSTER, Directeur général

Goeres a un faible pour les plus de 45 ans

Le Groupe Goeres s'implique de manière engagée dans le développement et la mise en œuvre de bonnes pratiques en matière de responsabilité sociale. De ce point de vue, l'entreprise a, par exemple, fait le choix de recruter des personnes de **plus de 45 ans** dans le but de pourvoir notamment à certains postes de réceptionnistes, privilégiant ainsi l'expérience et le vécu dans l'activité professionnelle. Il a été établi que ces salariés ne sont pas plus souvent absents que des collaborateurs plus jeunes, mais qu'au contraire, ils font preuve d'une **conscience professionnelle** ainsi que d'une assurance primordiale pour de tels postes. Ceci démontre à suffisance que la discrimination à l'embauche qui touche régulièrement les plus de 45 ans n'est pas fondée.

L'allongement de la vie professionnelle conduit à mieux prendre en compte les personnes de plus de 45 ans, à mieux utiliser leur potentiel et leurs compétences. Ce qui se traduit en pratique par la mise en valeur et la **transmission de leur savoir-faire** à la nouvelle génération. Il ressort de notre expérience que les salariés de plus de 45 ans se caractérisent avant tout par une envie de s'investir dans leur travail, en développant notamment leur expertise. Il convient donc de ne pas négliger l'apport en capital humain que constitue ce groupe de salariés.

DÉNOMINATION	Groupe Goeres – Parc Belair Management SA
ACTIVITÉ	Gestion hôtels & restaurants
LOCALISATION	Luxembourg-Belair
EFFECTIF	150 personnes



MARCEL GOERES, Président

Bamolux dépasse le cadre légal

La responsabilité sociale de Bamolux consiste à définir de façon volontaire, des politiques sociales et environnementales à l'aide d'instruments « alternatifs » qui ne sont ni imposés par sa convention collective (menuiserie), ni par la législation en vigueur et qui vont donc bien **au-delà du cadre légal**. Au niveau du volet social, cette politique concerne ainsi une **prime à la performance** qui est basée sur le principe du « permis à points » et qui reprend les principales défaillances répertoriées à chaque poste. Le listing de ces défaillances est public et établi par les concernés au cours de réunions de travail. Ceux-ci, de par leurs expériences propres et communes listent puis pondèrent les défaillances en fonction de leur impact sur les résultats relatifs à leur poste. Sur le principe du permis de conduire, toute défaillance constatée par un collaborateur interne au cours d'un processus, fait l'objet d'une fiche d'incidence motivée et visée de manière contradictoire. Cette fiche contresignée obligatoirement par les 2 parties fait l'objet d'une centralisation au bureau RH pour la gestion par salarié de son capital de points annuels. En fin d'année, selon un barème préétabli, un bonus correspondant au solde de points restant est versé. Autre exemple, une **prime d'assiduité** qui vise à valoriser le présentisme, un bonus équivalent à quatre jours de congé payé supplémentaire est ainsi attribué aux salariés n'ayant fait l'objet d'aucune absence (exception faite des AT et hospitalisations).

DÉNOMINATION	Bamolux S.à r.l.
ACTIVITÉ	Aménagement intérieur, menuiserie, plâtrerie, stores intérieurs & extérieurs, cuisines équipées
LOCALISATION	Foetz
EFFECTIF	125 personnes



SÉBASTIEN JUNG, Gérant

Le personnel, la ressource la plus importante de l'Imprimerie Centrale

Depuis toujours, l'Imprimerie Centrale considère son personnel comme un **capital humain**, l'élément clé de sa réussite. Même très automatisée, une entreprise doit disposer d'un personnel compétent, bien formé, motivé et disponible. Une **formation permanente** est offerte au personnel et se déroule parfois en interne mais le plus souvent en externe. La formation est suivie d'une évaluation de l'effort investi par le personnel formé et des retombées sur l'entreprise. Nous insistons sur le respect de l'**égalité des chances** : le personnel est recruté sur base des compétences et des aptitudes personnelles des candidats qui sollicitent un emploi. Le sexe, les convictions religieuses, les origines ne jouent aucun rôle dans notre société multiculturelle qui compte des collaborateurs de plus de 20 nationalités. Enfin, nous donnons à nos collaborateurs un **cadre de travail agréable**, des ateliers éclairés, aérés et climatisés.

L'entreprise doit pouvoir compter sur la compréhension de son personnel, dans la mesure où les temps difficiles sont à traverser de façon responsable. Entreprendre, c'est gérer l'équilibre entre l'économie et le social : **pas de social sans économie et pas d'économie sans le social**.

DÉNOMINATION	Imprimerie Centrale
ACTIVITÉ	Traitement et diffusion de l'information
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	250 personnes



ROLAND DERNOEDEN, General Manager

No-Nail Boxes privilégie la sécurité également en-dehors de l'entreprise

Les dirigeants de l'entreprise ont l'obligation de **former des salariés au secourisme** à raison de 10 % dans le milieu industriel. No-Nail Boxes a ainsi proposé à tous ses salariés qui le souhaitaient de suivre une session intra entreprise organisée dans les locaux de Wiltz par le STI, le service de santé au travail de la Fedil. 14 salariés ont suivi avec succès ce cycle de 4 journées de 8 heures. Cette formation a coûté au total près de 11 000 € à l'entreprise. Quelle était donc la motivation de No-Nail Boxes ? Répondre aux exigences légales bien sûr, former des gens prêts à intervenir sur le lieu de travail, évidemment, bien que le taux d'accident de travail soit inférieur à 1 % depuis des années, grâce à une stricte politique de prévention. La motivation principale était autre : former des gens prêts à intervenir dans la vie quotidienne : sur la route, en famille, dans les associations sportives et sociales que les employés fréquentent et où les connaissances acquises dans l'entreprise peuvent éviter des accidents et aider à sauver des vies.

DÉNOMINATION	No-Nail Boxes
ACTIVITÉ	Production de caisses pliantes en contreplaqué
LOCALISATION	Wiltz
EFFECTIF	60 personnes

WILLIAM MATHOT, Financial Manager

Allen & Overy Luxembourg permet le travail flexible

Diverses formes de **travail flexible** sont envisageables au sein du cabinet et ce dans le cadre de la politique générale du groupe Allen & Overy visant à contribuer à l'amélioration de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée de ses employés et collaborateurs. L'objectif est de permettre à des individus dont les circonstances le requièrent d'avoir recours à des modalités de travail différentes, conciliables avec les besoins du cabinet et de ses clients et dans un souci d'équité par rapport à leurs collègues. Différentes formes de travail flexibles sont envisageables : **travail à domicile, travail à temps partiel, partage de travail, horaire décalé, congé non payé** (dans une limite de trois mois, afin de passer des examens ou pour des circonstances personnelles). Le cabinet a la volonté d'intégrer les familles de ses collaborateurs à certaines de ses activités sociales auxquelles les conjoints et parfois les enfants sont invités (« A&O Family Day », « Housewarming Party », Soirée de Noël, Week-end de ski,...). La recherche d'un équilibre a pour objectif d'entretenir le bien-être psychologique de ses employés et collaborateurs et donc la stabilité de ses équipes.



MARC FEIDER, Senior Partner

DÉNOMINATION	Allen & Overy Luxembourg
ACTIVITÉ	Étude d'avocats
LOCALISATION	Luxembourg-Ville (Kirchberg)
EFFECTIF	135 personnes

Dussmann a établi une structure d'accueil des plaintes du personnel



JEAN-PAUL NEU/TUN DI BARRI, Directeur Général / Directeur

DÉNOMINATION	Dussmann Security : Gardiennage statique, patrouilles, télé- et vidéosurveillance Dussmann Service : Nettoyage de bâtiments Lavador : Blanchisserie industrielle, location de linge et de vêtements Dussmann Restauration : Gastronomie en collectivités et milieu hospitalier Culinaris : Party & Dinner service
LOCALISATION	Niederanven & Bissen
EFFECTIF	2 560 personnes

L'objectif social de Dussmann consiste d'une part, à la mise en place d'une politique active d'égalité entre les femmes et les hommes et d'autre part, à la lutte contre toute forme de discrimination et notamment contre toute forme d'harcèlement dans le cadre des relations de travail. Suite à une enquête interne auprès de son personnel en 2002, le projet « Leadership, teamwork et culture d'entreprise » a été élaboré en collaboration avec le Ministère de l'Egalité des Chances et mis en place en 2005. Ce projet a comme complément l'établissement d'une **structure d'accueil des plaintes** au sein de l'entreprise ainsi que la création d'une charte des valeurs et d'une déclaration de principe contre toute forme d'harcèlement dans les relations de travail. Cette structure d'accueil des plaintes, toujours en activité à l'heure actuelle, constitue **un lien direct entre le management et le personnel** afin de donner la possibilité à tout le personnel de porter plainte auprès d'une cellule composée de personnes représentant le personnel, l'employeur, le bureau « RH » en cas d'irrégularités, de harcèlement, de non respect de la charte de valeurs... Elle a pour fonction la **prévention et le règlement à l'amiable de conflits**, dans l'objectif d'**améliorer l'ambiance de travail, d'augmenter la satisfaction et la motivation** du personnel sur le lieu de travail et de **réduire le taux d'absentéisme** à moyen et long terme. Depuis 2006,

chaque année une enquête via questionnaire est réalisée auprès du personnel dont l'objectif est d'optimiser en permanence la coopération et de repérer les besoins pour soutenir toutes les améliorations du climat de travail possibles et pour garantir un style de management réussi au sein du Groupe Dussmann Luxembourg.

RTL a développé un programme « Well Being »

Au siège social de RTL Group à Luxembourg, le département des ressources humaines, avec l'appui de la direction générale, s'est donné comme objectif d'attribuer une très grande attention à la santé et au bien-être des employés du site. Le groupe a développé un **programme « Well being »**. Ce programme vise, tout d'abord à favoriser l'**activité physique** de son personnel. Pour ce faire, RTL Group a investi dans un terrain de football à l'extérieur ainsi qu'une salle de fitness à l'intérieur de ses infrastructures. Les employés peuvent y accéder gratuitement pour s'entraîner à leur convenance, suivre des cours ou profiter de la présence des professionnels pour un accompagnement personnalisé. C'est dans cette même salle de fitness que RTL Group organise une fois par an un événement de « spinning » au profit du « Télévie ». La société mène également des campagnes de **prévention santé** et sensibilise ses employés sur l'importance de l'**équilibre alimentaire**. Par ailleurs, le groupe offre gracieusement des pommes à tous ses salariés.

DÉNOMINATION	RTL Group
ACTIVITÉ	Médias
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	611 personnes



ROMAIN MANELLI, Executive Vice President Human Resources



Gouvernance

De meilleures relations avec les investisseurs et un accès plus facile aux capitaux

Le secteur de la finance a évidemment exploré cette corrélation précitée entre la RSE et la performance financière des entreprises. Les investisseurs ont réagi à cette donne en lançant des fonds tels que le « Socially Responsible Investment », « Domini Social Equity Fund », ou « EcoValue 21 ». Progressivement, les fonds d'investissement intègrent les critères de la RSE dans leur processus d'investissement, d'abord en excluant les entreprises qui ne correspondent pas aux critères de la RSE et du développement durable, puis en misant de plus en plus sur les entreprises respectueuses des normes environnementales ou sociales. L'entreprise qui adopte donc une approche RSE **améliore son image et partant sa capacité à obtenir du financement de la part des investisseurs et banques.**

Une meilleure réputation et une meilleure image de marque

Par une communication circonstanciée sur son engagement RSE, l'entreprise peut **développer sa notoriété et son image de marque**, ce qui lui permettra d'attirer de nouveaux clients, des profils de candidats à l'embauche plus adaptés et plus performants et à augmenter sa part de marché.

Remarque générale sur les bonnes pratiques :

Pour des raisons évidentes de place impartie, nous nous sommes cantonnés à ne reprendre qu'un aspect spécifique dans les bonnes pratiques « RSE » des entreprises décrites ci-après. L'engagement en Responsabilité Sociale des Entreprises citées va évidemment bien au-delà du cadre de ces exemples.

Exemples de bonnes pratiques

La Banque de Luxembourg soutient les initiatives solidaires de ses collaborateurs



ETIENNE PLANCHARD,
Membre du Comité de Direction

DÉNOMINATION	Banque de Luxembourg
ACTIVITÉ	Finance
LOCALISATION	Luxembourg
EFFECTIF	775 personnes

La Banque de Luxembourg a créé **Hëllef Hëllef**, un **fonds de soutien pour les initiatives solidaires de ses collaborateurs**. Les projets retenus bénéficient d'une aide financière, matérielle ou logistique. Parallèlement à ces projets, diverses actions sont menées régulièrement : appels au bénévolat pour l'organisation de manifestations caritatives, relais d'information auprès des collaborateurs, collectes de vêtements et de jouets...

Quelques-unes des actions réalisées : confection de sachets de Saint-Nicolas au bénéfice du Téléthon Belgique pour l'association **OYA / On Y Arrivera**, collecte et envoi de vêtements à destination de la Biélorussie avec l'**Association Belgique-Biélorussie**, participation à l'achat de bonnets et écharpes pour personnes défavorisées soutenues par l'association **Stëmm vun der Strooss**, participation aux frais d'impression de cartes de vœux vendues au bénéfice des **Amis du Téléthon**, rénovation des abords du Centre de Walferdange pour personnes handicapées de la **Fondation du Tricentenaire**, aide au financement d'un forage permettant l'arrivée d'eau dans une école d'agriculture au Burkina Faso via la **Fondation du Dr Elvire Engel**, équipement de la salle des parents d'enfants prématurés au Centre Hospitalier de Luxembourg avec l'**association Les Petits Pas**...

CACEIS s'associe aux institutions de microfinance

Le Groupe Crédit Agricole s'est associé au Grameen Trust pour susciter ou soutenir des initiatives de microfinance dans des pays émergents. La fondation luxembourgeoise Grameen Crédit Agricole Microfinance a ainsi pour objectif d'accompagner le développement des **Institutions de Microfinance (IMF)** dans les pays émergents ou en voie de développement. Elle propose aux IMF une gamme complète de **financements**, sous forme de crédits, garanties, fonds propres, ainsi qu'une plateforme de **conseil, d'échange et d'assistance** technique. Elle sera prioritairement orientée vers les IMF à vocation agricole et rurale. Son Altesse Royale, la Grande-Duchesse de Luxembourg a accepté de siéger au conseil d'administration de la Fondation, aux côtés du Professeur Yunus, Prix Nobel de la Paix 2006, fondateur et Président de la Grameen Bank.

Depuis 30 ans, la Grameen Bank a démontré l'efficacité sociale du micro crédit, et plus largement de la microfinance, dans la lutte contre la pauvreté ainsi que la viabilité de son modèle économique dans le contexte des pays émergents.

DÉNOMINATION	CACEIS Bank Luxembourg
ACTIVITÉ	Banque
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	375 personnes



JOSÉ BENJAMIN LONGRÉE,
Business Development Director

La boucherie Oswald respecte tous ses partenaires

Nous sommes persuadés qu'une boucherie familiale ne peut évoluer sainement sans le **respect de tous ses partenaires** : ses salariés, ses fournisseurs et ses clients. Le facteur humain est primordial ; formations internes et externes, mesures de santé et de sécurité, soin de l'hygiène et des infrastructures, assistance personnalisée, reconnaissance – voici un petit résumé pour décrire le volet social dans la structure artisanale de cette boucherie-charcuterie. La reconnaissance et le respect inconditionnel du facteur humain sont primordiaux dans un secteur caractérisé par son savoir-faire et sa main d'oeuvre. Ainsi, Monsieur Oswald met beaucoup de soin à **valoriser les compétences de ses salariés** à tous les niveaux et à offrir un environnement de travail fonctionnel et agréable. Le **respect du client** se traduit par une adaptation et une personnalisation des fabrications en considérant la demande de la clientèle en incluant, par exemple, des plats végétariens dans la gamme de produits. Développer des relations gagnants-gagnants avec ses fournisseurs afin de gérer l'évolution des réglementations quant à la traçabilité, l'étiquetage et l'hygiène des denrées alimentaires implique un échange et une confiance mutuelle de tous les partenaires. La boucherie Oswald s'est investie dans une **franche collaboration avec ses fournisseurs** régionaux renommés pour assurer la continuité de la sécurité alimentaire et notamment la qualité à travers toutes les étapes de la chaîne alimentaire.

DÉNOMINATION	Bio Boucherie J-M. Oswald S.à r.l.
ACTIVITÉ	Alimentation
LOCALISATION	Luxembourg-Belair
EFFECTIF	8 personnes



JEAN-MARIE OSWALD, Gérant

DuPont de Nemours a édité un code de conduite

En 2008 DuPont a réédité une nouvelle version de son **code de conduite**.

Ce code est divisé en 4 chapitres avec les thématiques suivantes : offrir des solutions durables à ses **clients** et consommateurs, créer un développement durable pour ses **actionnaires**, assurer des pratiques durables pour les **collectivités**, favoriser une culture de durabilité pour ses **employés**.

Les valeurs fondamentales sont particulièrement essentielles aujourd'hui, alors que l'entreprise opère sur des marchés du monde entier. Ses actes sont observés par les clients, par les consommateurs, les médias, les autorités gouvernementales. DuPont se distingue, non seulement par ses valeurs fondamentales, mais également par sa manière de conduire les affaires ; bien souvent, elles renvoient aussi à des obligations légales qui doivent être rigoureusement respectées.

Ce code de conduite présente ce que l'on attend de l'entreprise sur le plan de toutes ses valeurs fondamentales. Il a été élaboré afin d'aider DuPont à mieux comprendre ses responsabilités et obligations personnelles, de fournir une ligne de conduite spécifique, afin de permettre d'obtenir des informations complémentaires sur les règles et procédures qui aideront à prendre les décisions professionnelles quotidiennes.



ARSENE SCHILTZ,
Managing Director & Works Director

DÉNOMINATION	DuPont de Nemours (Luxembourg) S.à r.l.
ACTIVITÉ	Industrie / Chimie
LOCALISATION	Contern
EFFECTIF	1 190 personnes

Hyosung privilégie une politique sociale active



EMILE GOERENS, Plant Manager

DÉNOMINATION	Hyosung S.A.
ACTIVITÉ	Entoilages synthétiques pour pneumatiques
LOCALISATION	Colmar-Berg
EFFECTIF	297 personnes

La société Hyosung SA tend à privilégier le **recrutement de chômeurs** inscrits à l'ADEM permettant à la fois de les réintégrer dans la vie active et de les former. Ainsi, l'entreprise supporte la **thérapie** entraînant l'absence prolongée de salariés rencontrant des problèmes d'alcool ou de stupéfiants. Cette approche permet au salarié de ne pas se marginaliser, mais également de permettre un réel dialogue au sein de l'entreprise. Le secteur caritatif n'est pas oublié. Hyosung effectue des **dons de bienfaisance** qui sont financés par la vente des déchets et le remboursement des fournisseurs de boissons. Cette action permet ainsi de sensibiliser les employés à effectuer un geste en faveur des personnes plus défavorisées. Les personnes ne comptabilisant aucune absence prolongée au cours de l'année se voient invitées au restaurant une fois par an par Hyosung, l'**investissement personnel de chacun étant ainsi valorisé**. Enfin pour garantir le bien être au travail, les expositions à la poussière, au bruit, aux produits chimiques des employés sont régulièrement contrôlées.

Guy Gardula se mobilise pour la promotion de l'apprentissage

Depuis plusieurs années, la société Guy Gardula s'est mobilisée pour la **promotion de l'apprentissage des métiers du métal**. On a constaté que la relève des « anciens » n'était plus assurée et pour cette raison, l'entreprise s'est engagée à trouver des **méthodes pour revaloriser le métier**. Les directeurs de différents lycées techniques ont été contactés pour leur faire part de la situation (baisse du nombre d'apprentis depuis plusieurs années) et pour comprendre d'où provient la perte d'intérêt des écoles de former des apprentis. La nécessité de réagir et de permettre aux jeunes d'avoir des débouchés assurés après leur scolarité dans les entreprises des métiers du métal est essentielle. Depuis l'engagement de M. Gardula en tant que président de la Fédération des Artisans pour les métiers du métal, plusieurs entreprises du même domaine se sont jointes pour **promouvoir et présenter les différents métiers** dans les lycées intéressés. Il y a un énorme travail à faire en amont, par rapport au point de vue que la société actuelle porte sur les métiers manuels, au niveau des parents, de l'école, des décideurs. Il faut **revaloriser ces métiers artisanaux** qui peuvent offrir du travail et de la satisfaction à bon nombre de jeunes. Cette mobilisation se traduit par différentes actions : **stand de promotion** des métiers du métal à la Foire d'Automne, création d'une **affiche**, diffusion de **brochures** et de listes des entreprises formatrices, **DVD** de présentation des métiers du métal, **articles dans la presse et TV**, semaines **portes ouvertes** pour les lycées et visites guidées en atelier et depuis 1996 « Schnupperstage » pour les jeunes étudiants des lycées.

DÉNOMINATION	Guy Gardula
ACTIVITÉ	Constructions métalliques (escaliers, garde-corps, portes, meubles, accessoires)
LOCALISATION	Ehlerange
EFFECTIF	60 personnes



GUY GARDULA, Administrateur-Délégué

Deloitte a établi un programme d'éthique et de déontologie

Le **programme d'éthique et de déontologie** de Deloitte couvre les mécanismes de contrôle et de communication en place pour gérer ses activités éthiques et déontologiques. Voici quelques initiatives dans le cadre de ce programme :

- **élaboration d'un code d'éthique et de déontologie** : expose les exigences et comportements attendus des collaborateurs et fournit des informations relatives sur le fonctionnement du Comité d'éthique et de déontologie de Deloitte, ainsi que sur les autres ressources mises à la disposition du personnel.
- **campagnes d'affichage interne** régulières des principes d'éthique de la firme : Les principes d'éthique sont de manière récurrente affichés à des espaces accessibles à l'entière du personnel tel que les espaces de détente et les ascenseurs.
- **formation** régulière du personnel : Formation initiale de tous les nouveaux collaborateurs lors du « Welcome Day » et mise à disposition du personnel d'une formation E-Learning sur les principes d'éthique que chaque collaborateur peut suivre sur son poste de travail durant les heures de travail.
- **mise en place d'un blog sur l'intranet** qui permet aux collaborateurs de poser des questions, de discuter et de partager des idées sur l'éthique et l'intégrité sur le lieu de travail. Ce web blog se présente sous forme d'une conversation en ligne autour des aventures d'un personnage fictif s'appelant « Bob ». Une fois par mois Bob raconte une nouvelle histoire prise de la vie professionnelle réelle autour de laquelle une nouvelle conversation est menée.

DÉNOMINATION	Deloitte S.A.
ACTIVITÉ	Audit, fiscalité et conseil en entreprises
LOCALISATION	Luxembourg-Ville/Neudorf
EFFECTIF	1 100 personnes



GILBERT RENEL, Partner

Cactus intervient à de nombreux niveaux

La **responsabilité citoyenne** de Cactus, 2^e employeur privé du pays, s'exprime dans plusieurs domaines. D'une part, Cactus soutient de **nombreux projets sociaux ou humanitaires** portés par des organismes reconnus en la matière, que ce soit l'Unicef, la Croix Rouge Luxembourgeoise, la Banque Alimentaire, la Fondation contre le Cancer, TransFair,...

Un des derniers projets en cours se réalise en partenariat avec la Fondation Hëllef fir d'Natur. Cactus finance l'aménagement et l'entretien d'une réserve forestière d'une cinquantaine d'hectares dans le nord du Luxembourg. Un geste qui s'inscrit dans la volonté de Cactus de participer au **développement durable** et de soutenir les associations qui œuvrent dans ce sens.

En interne, Cactus encourage l'**évolution de ses collaborateurs/trices par le biais de formations** : management, Product Schooling, sécurité, hygiène, langue luxembourgeoise, ... L'emploi des jeunes est un autre aspect de la politique sociétale de Cactus qui se concrétise entre autres par des dizaines de postes d'apprentissage.



LAURENT SCHONCKERT, Administrateur - Directeur

La **vie associative et économique** du pays fait aussi partie des priorités de Cactus avec un soutien régulier à différents clubs, associations, ... et un partenariat empreint de respect avec les **producteurs régionaux** moyennant son label « Aus der Region, fir d'Regioun ».

DÉNOMINATION	Cactus
ACTIVITÉ	Grande distribution
LOCALISATION	Siège social à Bertrange
EFFECTIF	3 889 personnes

Environnement

Des entreprises financièrement plus performantes et plus profitables

Les entreprises adoptant la RSE pour accroître leur éco-efficacité tireront des avantages directs au niveau de l'efficacité opérationnelle de leurs activités centrales par la **réduction de la consommation d'énergie et des matériaux premiers**, la réduction des déchets et leur recyclage systématique.

Une meilleure appréciation des risques, une gestion plus efficace des responsabilités et des processus d'information plus transparents sont également susceptibles de garantir la **perséennité des entreprises**.

Le souci de la durabilité et de la responsabilité de l'entreprise dans tous ses actes conduira, non seulement à des **économies de coûts**, mais aussi au développement positif de **nouvelles opportunités d'affaires**. En effet, de nombreuses études ont pu montrer une corrélation entre la RSE et la performance financière des entreprises. La majorité d'entre elles concluent que cette relation est attractive.

La RSE en tant qu'investissement

N'entend-on pas dire qu' « **Ecologie** » rime bien souvent avec « **Economie** » ?

Il est légitime de constater que la RSE est un investissement capable de démarquer une entreprise, ses produits et ses services. Partant il est tout aussi légitime de valoriser tout investissement en matière de RSE par rapport à son retour pour l'entreprise. Cet exercice peut se présenter comme fort complexe, la RSE touchant souvent à des sujets intangibles et difficilement quantifiables. Il faudra néanmoins adopter une approche systématique d'estimation des bénéfices pour toute action RSE de l'entreprise afin d'en mesurer l'impact et de pouvoir orienter son développement futur. Les référentiels mettent le bénéfice de l'entreprise en avant et les « toolkits » vous donneront des moyens concrets pour les suivre.

Remarque générale sur les bonnes pratiques :

Pour des raisons évidentes de place impartie, nous nous sommes cantonnés à ne reprendre qu'un aspect spécifique dans les bonnes pratiques « RSE » des entreprises décrites ci-après. L'engagement en Responsabilité Sociale des Entreprises citées va évidemment bien au-delà du cadre de ces exemples.

Exemples de bonnes pratiques

Société Générale Bank & Trust: neutralité carbone atteinte

La politique de responsabilité sociale et environnementale de Société Générale Bank & Trust se distingue notamment par la volonté de **maîtriser et de minimiser l'impact direct de ses activités** propres sur les enjeux sociaux ou environnementaux. SGBT s'applique déjà depuis 2006 à **réduire ses émissions de CO₂**, que ce soit dans le domaine des transports, de la consommation d'énergie et de papier. En complément de ces actions, depuis 2008, elle compense ses émissions incompressibles de gaz à effet de serre. Via l'**achat de certificats carbone** (CERs), elle a choisi de financer un projet validé par les Nations Unies (Mécanisme de Développement Propre) au sud de l'Inde en 2008. En 2009, associée au groupe Société Générale, elle participe au financement d'un projet de récupération de méthane dans une décharge en Argentine. Il permet d'éviter d'émission d'un gaz ayant un pouvoir de réchauffement global plus important que le CO₂, d'éliminer la pollution des eaux par infiltration

DÉNOMINATION	Société Générale Bank & Trust
ACTIVITÉ	Banque
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	920 personnes

et d'améliorer la santé des populations locales. SGBT est ainsi devenue pour la deuxième année « Carbon Neutral » en matière de transport, de consommation de papier et d'énergie.



VALÉRIE BALLOÜHEY-DAUPHIN, Responsable Qualité - Innovation - Développement Durable

La boulangerie Wagener adopte une approche totalement écologique

L'Esprit environnemental de la Boulangerie-Pâtisserie Wagener repose sur une **approche écologique** au niveau de l'ensemble du processus de production. Cette démarche est motivée par



HENRI WAGENER, Gérant

une prise de conscience de ses responsabilités vis-à-vis de l'environnement. Préserver la nature, garantir un développement durable et de qualité est au premier rang des préoccupations de cette boulangerie artisanale. Dans l'esprit de la tradition, elle a toujours adhéré à ces principes et les a développés au fil du temps dans un esprit d'innovation. L'utilisation des farines issues du programme **Produit du Terroir** donne tout son sens à cette démarche. Le but est de devenir une entreprise en adéquation parfaite avec les normes environnementales d'aujourd'hui et qui sont prises en considération à tous les niveaux de l'activité professionnelle. Un engagement se traduisant par le respect des normes d'hygiène et de sécurité alimentaire en vigueur. La Boulangerie-Pâtisserie Wagener utilise des **matières premières de proximité, d'origine naturelle**, dans des **procédés de fabrication faibles en consommation d'énergie et respectueux de l'environnement**. La stratégie de marketing s'appuie sur cette approche écologique. Les **emballages utilisés sont réutilisables et recyclables**. L'utilisation d'emballages verts est certifiée par le programme Valorlux, partenaire de la Boulangerie Wagener en matière d'emballages.

DÉNOMINATION	Henri Wagener
ACTIVITÉ	Boulangerie-pâtisserie
LOCALISATION	Niederkorn
EFFECTIF	10 personnes

Siemens s'engage à réduire la consommation d'énergie

Siemens s'est engagé à **réduire la consommation d'énergie** en ce qui concerne ses propres activités et celles de ses clients. Siemens Luxembourg a ainsi organisé une journée "ENERGY DAY" où l'on a débattu de l'état environnemental actuel et des défis futurs. Le groupe Siemens propose un portfolio permettant à ses clients de réduire considérablement leurs émissions CO₂. Les solutions englobent aussi bien des **installations techniques de basse consommation**, des installations de production d'énergie à haut rendement, mais aussi de la **consultance**. Fin 2007, Siemens Luxembourg a fait un **audit énergétique** de ses bâtiments, suivant le concept « GREEN BUILDING » de la Siemens AG. Suite à cet audit, Siemens a mis en application certaines mesures comme éteindre l'éclairage et le chauffage durant les périodes d'inoccupation du bâtiment, l'installation de programmeurs sur les appareils électroniques, l'optimisation de la centrale de chauffage ou encore la modernisation du groupe de production de froid tout en gardant le même confort pour les employés. Siemens se positionne donc comme société active et partenaire de ses clients afin d'atteindre un but commun dans la protection de l'environnement.

DÉNOMINATION	Siemens
ACTIVITÉ	Industrie électrique et électronique
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	175 personnes



GEORGES LESPENNOY, CEO

La BCEE souhaite limiter son impact environnemental

Etre crédible vis-à-vis de sa clientèle en tant qu'acteur sur le marché des produits verts la BCEE et voulant **limiter l'impact environnemental** propre, demande des actions en interne.

Fin 2007 la BCEE a créé la fonction « Gestion et marketing environnemental » au sein de son service Marketing, s'occupant à la fois de promouvoir la démarche en interne ainsi que d'élargir la gamme des produits par une **offre écologique**. En 2008 plusieurs actions et initiatives ont déjà pu être lancées.

La **sensibilisation du personnel** est un des facteurs-clés pour mettre en œuvre une politique environnementale. Voici quelques initiatives réalisées :

Lors du lancement des Eco-Prêts Logement et Energie et en coopération avec l'Agence de l'Energie une présentation sur l'utilisation rationnelle des énergies et des énergies renouvelables dans le domaine du bâtiment ainsi que sur les nouvelles subventions de l'Etat a été donnée aux conseillers logement.



PAUL GASPAR, Gestion et Marketing Environnemental

L'édition d'octobre 2008 a publié un article sur la démarche entreprise par la BCEE en matière de la RSE avec une partie environnementale.

Même sans être formalisée la BCEE a pratiqué dans le passé au sein de ses services une politique responsable à l'environnement comme p.ex. le **triage des déchets** et l'attribution du label de la « **SuperdrecksKëscht** » pour les bâtiments du siège. L'**impression recto verso** a été instaurée suite à un renouvellement du parc machines des imprimantes, fax et copieurs multifonctions.

DÉNOMINATION	Banque & Caisse d'Epargne de l'Etat
ACTIVITÉ	Banque
LOCALISATION	Luxembourg-Ville
EFFECTIF	1 615 personnes

Sanichaufer privilégie l'écologie et le développement durable

Selon les dirigeants de Sanichaufer les principes de la RSE n'ont pas été définis maintenant qu'on en parle couramment dans les médias et en politique mais la RSE est une évolution tout à fait naturelle de la société et des communautés entrepreneuriales. Chez Sanichaufer on vit la RSE, et ceci notamment à travers **une attitude écologique et de développement durable**. Un comportement responsable vis-à-vis de son entourage et de la nature se fait tous les jours. Sanichaufer investit dans le renouvellement de son **parc de véhicules en réduisant au maximum leurs nuisances**, l'utilisation de **papier recyclé**, des systèmes informatiques conçus dans l'optique du **bureau sans papier**, la pratique du **tri des déchets**, ... De par la définition de son métier (techniques des énergies renouvelables, réduction de la consommation d'énergie, etc), l'entreprise privilégie un dialogue permanent avec les investisseurs-décideurs afin de pouvoir les inciter d'investir dans une technique de pointe et de ce fait à consommer moins. Sanichaufer ne propose à ses clients que des produits



NICO BIEVER, Gérant

DÉNOMINATION	Sanichaufer S.à r.l.
ACTIVITÉ	Sanitaire, chauffage, climatisation
LOCALISATION	Dudelange
EFFECTIF	200 personnes

dont elle a la garantie de qualité et de durabilité. La relation client n'est pas considérée comme une relation commerciale unique mais comme une **relation de partenariat qualitatif à long terme**.

Leaseplan prône une mobilité plus propre et plus durable

En tant que société de leasing, LeasePlan estime avoir un rôle à jouer en facilitant aux sociétés et à leurs conducteurs l'accès à des solutions de **mobilité plus propre et plus durable**, notamment au travers du projet GreenPlan. GreenPlan comporte les dimensions suivantes: le **conseil client** (car-policy green, choix des véhicules), le **reporting** (audit écologique, suivi des émissions CO₂ réelles), les **formations d'éco-conduite** (sessions pratiques et/ou théoriques) ou encore les **activités de compensation**.

Ce programme permet de réaliser des économies de coûts importantes puisque ces initiatives ont des impacts considérables au niveau de la consommation de carburant. La mise en place de cours d'éco-conduite permet en outre de réduire d'autres facteurs de coûts (sinistralité, stress au volant, etc.)

LeasePlan encourage également auprès de ses employés un **comportement écologique**.

Une car policy green intégrant les émissions de CO₂ dans les budgets a été mise en place en interne. Une véritable limite CO₂ a été établie en fonction de la catégorie de loyers.

L'objectif de cette mesure est de réduire à la fois les coûts de véhicules, mais aussi de motiver les salariés à utiliser des véhicules plus écologiques.

Ainsi, en prenant une voiture moins polluante en termes de CO₂, le conducteur a droit à un budget supplémentaire de 0,50 €/g (pour ajouter des options de confort par exemple), tandis qu'un conducteur qui choisit une voiture dite polluante et dépasse le taux de CO₂ préconisé pour sa catégorie se voit pénalisé dans son budget sur la même base (-0,50 €/g).

DÉNOMINATION	LeasePlan Luxembourg S.A.
ACTIVITÉ	Leasing opérationnel de véhicules et utilitaires
LOCALISATION	Leudelange
EFFECTIF	49 personnes



BOB WALTÉ, Managing Director

Ernst & Young respecte l'environnement

Ernst & Young démontre sa **responsabilité envers l'environnement** par le biais de ses efforts visant à réduire son empreinte sur l'environnement. Voici quelques exemples: **Réduire l'utilisation de papier** (réduction effective de la consommation de 50 kg/personne/année à 37 kg/personne/année) par l'**impression recto-verso** sur toutes les photocopieuses, **classement électronique** plutôt qu'impression de documents, **symbole «écocare»** sur tous les mails et présentations (please consider the environment before printing this e-mail or its attachments). **Utilisation de papier recyclé** et mise en place de **conteneurs spéciaux pour récupérer un maximum de papier** (700 arbres sauvés en 2008.) **Réduction des émissions de CO₂** en favorisant l'**utilisation de navettes EY** (aller/retour vers gares/stations de bus, centre ville et autres destinations), l'**éclairage intelligent** (fonction d'éclairage et d'extinction automatique dans les couloirs, les WC et les garages), utilisation systématique d'**ampoules à économie d'énergie**, une **température contrôlée** dans tous les bâtiments afin de maximiser l'efficacité des systèmes de chauffage et de refroidissement

DÉNOMINATION	Ernst & Young
ACTIVITÉ	Révision, Fiscalité, Conseil
LOCALISATION	Munsbach (Commune de Schuttrange)
EFFECTIF	950 personnes

JEAN-MARC SIMON, Facilities management



IFSB a eu une démarche originale au niveau de son Training Centre

Le Training Centre IFSB a fait l'objet d'une méthodologie de gestion du projet particulière dont la remise en question des chemins habituels a sans nul doute été un des points forts. Cette remise en



BRUNO RENDERS, Directeur

question est fondée sur le principe de l'**amélioration continue des performances** dont le but a été de ne pas se contenter de respecter les exigences normatives mais de s'engager dans une démarche volontaire affirmée. Le projet de Training Centre IFSB a fait l'objet d'une **simulation thermique dynamique** différenciée particulièrement pointue. En effet, l'identification des choix techniques a été conditionnée et orientée par une simulation ex ante du bâtiment tel qu'envisagé et ce en fonction de critères météorologiques donnés (une année météo de référence au Luxembourg). Ensuite, cette simulation a été croisée avec divers profils d'utilisation des espaces fonctionnels du bâtiment. Les choix techniques ont donc été adaptés suivant la configuration et les profils d'utilisation de zones au comportement thermo-énergétique identique. Chaque zone fonctionnelle est donc équipée d'un système thermique spécifique à haute température (radiateurs), ou basse température (plancher chauffant ou panneaux radiants). Concevoir un bâtiment de référence en matière de **construction durable** impliquait de recourir aux **énergies renouvelables**: le **solaire thermique** et le **chauffage biomasse**. Le choix de privilégier, dans certains locaux, un système de chauffage à basse température a permis d'installer non moins de 125 m² de capteurs solaires thermiques qui fourniront un apport solaire non négligeable de l'ordre de 20 % pour les panneaux radiants du hall industriel et des différents planchers chauffants. Par ailleurs, l'eau chaude sanitaire sera produite, en partie, par les mêmes capteurs solaires avec une couverture solaire de 68 %. La production d'énergie thermique principale (85 %) sera produite au départ d'une chaudière aux granulés de bois (pellets) à hautes performances (rendement 93 %). La production secondaire destinée à couvrir les pics de production, d'une

DÉNOMINATION	IFSB - Institut de Formation Sectoriel du bâtiment S.A.
ACTIVITÉ	Institut de Formation
LOCALISATION	Bettembourg
EFFECTIF	17 personnes

part, et à garantir la continuité de l'installation sera produite au départ d'une chaudière gaz à condensation (rendement 97,5 %).



La présente publication est financée par le programme communautaire pour l'emploi et la solidarité sociale (2007-2013). Ce programme a été établi pour soutenir financièrement la mise en œuvre des objectifs de l'Union européenne dans les domaines de l'emploi et des affaires sociales, tels qu'exposés dans l'agenda social, et contribuer ainsi à la réalisation des objectifs de la stratégie de Lisbonne dans ces domaines.

Le programme, qui s'étale sur sept ans, s'adresse à toutes les parties prenantes susceptibles de contribuer à façonner l'évolution d'une législation et de politiques sociales et de l'emploi appropriées et efficaces, dans l'ensemble de l'UE-27, des pays de l'AELE ainsi que des pays candidats et précandidats à l'UE.

Le programme comprend six objectifs généraux, à savoir:

1. améliorer la connaissance et la compréhension de la situation dans les États membres (et dans les autres pays participants) par l'analyse, l'évaluation et un suivi étroit des politiques;
2. soutenir l'élaboration d'outils et de méthodes statistiques ainsi que d'indicateurs communs, ventilés s'il y a lieu par sexe et par tranche d'âge, dans les domaines relevant du programme;
3. soutenir et suivre la mise en œuvre de la législation communautaire, le cas échéant, et des objectifs politiques communautaires dans les États membres, évaluer leur efficacité et leurs incidences;
4. promouvoir la création de réseaux, l'apprentissage mutuel, le recensement et la diffusion des bonnes pratiques et des approches innovantes au niveau de l'UE;
5. faire mieux connaître aux parties intéressées et au grand public les politiques et les objectifs de l'UE pour-suivis dans le cadre de chacune des sections;
6. renforcer la capacité des principaux réseaux au niveau de l'UE à promouvoir, à soutenir et à développer encore davantage les politiques et les objectifs de l'UE, le cas échéant.

Pour de plus amples informations, consulter:

http://ec.europa.eu/employment_social/progress/index_fr.html

Les informations contenues dans cette publication ne reflètent pas nécessairement la position ou l'opinion de la Commission européenne.



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de la Famille et de l'Intégration



INSTITUT NATIONAL POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE
ET LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

INDR p.a. UEL
7, rue Alcide de Gasperi B.P. 3024
L - 1030 Luxembourg-Kirchberg
Tél. + 352 27 33 0 - 1 Fax: + 352 27 33 0 - 888
Email: indr@indr.lu www.indr.lu



Imprimé par l'Imprimerie Centrale sur du papier 100 % recyclé Cyclus
et avec encres à base d'huile végétale.