



made in
respect®

Le mois de Made In Respect

BULLETIN N° 6

29 JANVIER 2010

BULLETIN DE
JANVIER 2010

SOMMAIRE :

- LES NOUVEAUX LABELLISES : Présentation de KAMBIO P.1
- NOUVEL ADHERENT : ELPI P.2
- BOUYGUES IMMOBILIER PRESENTE GREEN OFFICE® P.2
- L'ONU DENONCE 630 ENTREPRISES DU GLOBAL COMPACT P.3
- EVENEMENT A VENIR : SALON PLANETE DURABLE P.3
- MADE IN RESPECT RENCONTRE MOUNTAIN RIDERS P.4

LES NOUVEAUX LABELLISES MADE IN RESPECT

Le comité de labellisation de MADE IN RESPECT s'est réuni ce jeudi 28 Janvier à la CCI de Saint Etienne Montbrison. A l'issue de cette réunion, **cinq structures ont été labellisées : KAMBIO, TRICOTAGE DES VOSGES, BERINGER AERO, SOWAT et BERINGER SAS.**



Pouvez-vous nous présenter votre structure?

Depuis 1998, la société Kambio, basée à St Chamond, en Rhône-Alpes, fabrique et commercialise des produits traiteurs frais Bio : salades traiteurs, plats cuisinés individuels, tartes salées,...

Les produits sont présents en magasins spécialisés Bio sous la marque

Carte Nature et en grandes et moyennes surfaces sous la marque **Côté Bio.**

Entreprise 100% Bio, les 20 salariés de la société se mobilisent pour la satisfaction des consommateurs, des fournisseurs et des clients. Dans ce contexte, la certification Made in Respect est tout naturellement en parfaite adéquation avec les valeurs de la société.

Quelles sont vos attentes vis-à-vis du label?

Dans le contexte concurrentiel actuel, la société Kambio doit faire preuve de **cohérence** et **véhiculer ses valeurs 100% bio du producteur au consommateur final.**

La certification Made In Respect doit permettre de **clarifier les engagements de la société auprès de ses consommateurs, ses fournisseurs et ses clients.** Cela passe par le renfort de la communication des marques et de la société.

La société Kambio attend donc une mise en lumière et une reconnaissance de ses démarches par rapport à ses clients.

Le logo Made In Respect est désormais imprimé sur tous les supports de communication internes et externes de la société, lors des salons et bientôt sur les emballages des produits.

Quelles sont vos perspectives d'évolution dans le cadre de la certification?

Formaliser notre démarche d'amélioration continue sur les 4 axes du label et en priorité sur les points suivants :

- Passer en approvisionnement local exclusif sur les légumes frais dans les meilleurs délais.
- Renforcer la démarche d'éco-conception des emballages.
- Développer la contractualisation pluriannuelle avec les fournisseurs et les clients.
- Renforcer la sécurité, les conditions de travail, la mobilité interne des collaborateurs.

<http://www.kambio.fr>



Frédéric VIGNOLET

-Directeur Général-

« 4000m² de panneaux photovoltaïques installés sur la toiture, les façades et terrasses du bâtiment, ainsi qu'en couverture des abris de parking. »



BOUYGUES IMMOBILIER PRESENTE GREEN OFFICE®

Bouygues Immobilier devrait pouvoir livrer **le premier immeuble Green Office®** de son offre de bâtiment à énergie positive au premier semestre 2011.

L'immeuble se construit depuis le début de l'année à Meudon, dans les Hauts-de-Seine, un département dans lequel le promoteur a déposé deux autres permis de construire pour y ériger d'autres Green Office® (Nanterre, Reuil-Malmaison).

Pour parvenir à bâtir un immeuble qui produit plus d'énergie qu'il n'en consomme, Bouygues immobilier a fait **le choix du photovoltaïque et d'une chaudière à cogénération biomasse pour son projet de Meudon.** La chaudière fournira le bâti-

ment dont la production sera complétée par 4000m² de panneaux photovoltaïques installés sur la toiture,



les façades et terrasses du bâtiment, ainsi qu'en couverture des abris de parking.

Hormis le recours à des énergies renouvelables, réussir le pari de l'énergie positive, le bâtiment est également conçu selon **les principes de l'architecture bioclimatique**, de manière à réduire considéra-

blement ses besoins énergétiques : -60% pour le Green Office® de Meudon. Ainsi, l'orientation du bâtiment, mais aussi son enveloppe sont pensées pour « tirer parti des apports solaires en hiver et s'en protéger l'été », explique Bouygues immobilier (site internet).

Des choix qui complètent une très bonne isolation et un système informatique de gestion du bâtiment qui permettra de faire la chasse aux excès énergétiques : changement de configuration de la façade (ouverture, stores) selon la température, gestion de l'éclairage...

<http://www.green-office.fr/>

ELPI SARL : REPRESENTATION COMMERCIALE EN PRODUITS INDUSTRIELS



ELPI SARL Une plateforme pour accéder aux fournisseurs industriels européens

Le paysage industriel Français regorge de sociétés désireuses d'acquiescer le bon produit au meilleur prix. De nombreuses sociétés Européennes souhaitent être représentées en France. La société ELPI a choisi d'être **le lien entre elles afin de simplifier les échanges et faciliter les contacts.**

« *Nos compétences sont complémentaires pour vous proposer une offre globale et vous positionner auprès des grands comptes.* Nous avons acquis la confiance de nombreux clients et concédants, alors pourquoi pas la vôtre ! ».

Pour bien se positionner sur le marché Industriel Français, les constructeurs Européens (Suisses, Italiens, Allemands, Espagnols, Belges,...) ont besoin **d'une représentation de proximité.** Le mode de fonctionnement d'ELPI permet à de grands groupes d'être **représentés sur le territoire Français sans implanter de structures coûteuses.**

« Ces économies se retrouvent sur le coût des produits que vous achetez. Pour cela nous avons signé **des accords de partenariat exclusif !** »

Leur compétences s'étendent sur les domaines suivants : Production, Construction, Machines spéciales, Sous-traitance, Service.

« *Nous mettons à votre service une expertise en ingénierie acquise durant des dizaines d'années d'expérience* »

www.projet-industriel.com



« Les critiques sur le manque d'engagements concrets de nombreuses entreprises à pousser le Global Compact à mettre en place une politique d'intégrité. »

L'ONU DENONCE 630 ENTREPRISES DU GLOBAL COMPACT

L'ONU tape du poing sur la table : 630 entreprises ont été exclues de son programme Global Compact (Pacte mondial, en français) depuis janvier. Motif : une absence totale de communication sur une action de progrès dans le domaine de l'environnement ou du social depuis trois ans.

Parmi les sociétés sanctionnées, 71 sont françaises. On trouve sur la liste Manpower France, Fiat France, Altedia, Schindler...

Le Global Compact a été **lancé en juillet 2000 par Kofi Annan, alors secrétaire général de l'ONU.** Les adhérents s'engagent à **respecter dix principes touchant l'environnement, les droits de l'homme, les normes du travail et la lutte contre la corruption.**

Chaque année, ils doivent rédiger un exemple de bonne pratique et le mettre en ligne sur le site du Global Compact pour rendre compte de leurs progrès et partager leurs expériences.

4619 entreprises de près de 120 pays adhèrent au programme, qui rassemble aussi 1300 non entreprises (associations...). **En France, le Global Compact compte 490 membres (dont 44 non entreprises).** 52% des sociétés adhérentes ont moins de 500 salariés. La moitié des bonnes pratiques sur lesquels elles s'engagent concernent l'environnement.

Les critiques sur le manque d'engagements concrets de nombreuses entreprises à pousser le Global Compact à mettre en place une « poli-

-tique d'intégrité » afin de sanctionner les adhérents qui utilisent l'image de l'organisation mais ne respectent pas sa charte.

Si une entreprise ne communique pas sur une action de progrès une année, elle est considérée comme « **non communicante** ». Si cela se reproduit l'année suivante, elle est classée comme « **inactive** ». Ce n'est qu'au bout de trois ans de silence qu'elle est radiée de la liste.

Outre les 630 sociétés exclues depuis janvier, **317 sont aujourd'hui dans la catégorie des « inactives », dont 184 pourraient être radiées d'ici à la fin de l'année.**

www.unglobalcompact.org/

TROISIEME EDITION POUR LE SALON PLANETE DURABLE

Planète Durable®, le 1er salon grand public 100% dédié à la consommation durable, a rencontré un vif succès et bénéficié d'une forte progression pour ses deux premières éditions.

Afin de présenter en totale transparence des produits alternatifs et garantir le sérieux de leur démarche, des mesures concrètes en cohérence avec la déontologie de Planète Durable® ont été mises en place avec la plus grande rigueur. Pour garantir une juste sélection des produits et des animations en conformité avec la thématique de l'évènement, un **Comité d'Ethique et**

une Charte ont été constitués par l'équipe organisatrice du salon. Le rôle du Comité est d'attester la garantie d'une plus-value environnementale et/ou sociale d'un produit ou d'un service exposé.

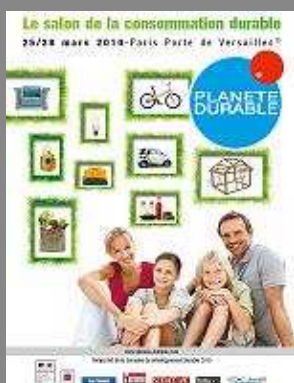
Les membres du Comité constitué à l'occasion de la première édition du salon ont maintenu leur participation ; il est composé d'experts reconnus issus d'associations, organismes de référence et ONG représentant les citoyens, les consommateurs et les entreprises. **La troisième édition se déroulera du**

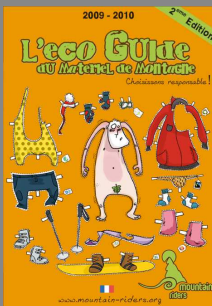
25 au 28 Mars 2010, Porte de Versailles.

Parmi les exposants ayant déjà rejoints le salon, nous pouvons citer :

ADEME, Agence Française de Développement, Alliance Carton Nature, Alter Eco, Botanic, Campagne et Environnement (Ministère de l'Agriculture), Château d'Eau, Chocolat Choc Ethic, Comptoir Ecologique, Crédit Coopératif, D'eco, Decodurable.com, Ecocert, Ecover, Enercoop, Femininbio.com, Fiat, Foncia, France Nature Environnement...

www.planete-durable.com





« Une fois les entreprises et stations diagnostiquées, celles-ci sont recensées et classées dans deux éco-guides. »

MADE IN RESPECT RENCONTRE MOUNTAIN RIDERS

A l'occasion de leur journée sur l'éco-conception, MADE IN RESPECT a eu l'opportunité de rencontrer l'association Mountain RIDERS.

Mountain Riders œuvre pour la mise en place d'un développement durable et un tourisme soutenable en station de montagne. Elle souhaite fédérer les différents acteurs : collectivités publiques, sociétés privées et grand public autour d'un changement de pratiques concret, non moralisateur et positif.

Les domaines d'intervention de l'association sont les suivants :

Sensibilisation du Grand public (Campagnes pédagogiques, Stand de sensibilisation sur événement montagne, Conférences, Nettoyage des pistes de ski au printemps, Outil de communica-

tion : site web, vidéos etc...)

Accompagnement des professionnels (Eco guide des



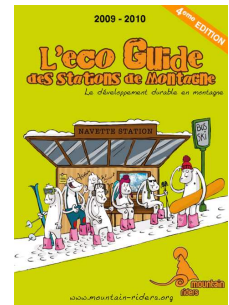
stations et du matériel de montagne, Charte du développement durable des maires de station, Bilan carbone des stations, Table ronde du développement durable, Conseil en éco-événement).

Ceux-ci ne délivrent aucun label mais s'inscrivent dans une démarche sensiblement similaire à la notre en proposant aux stations de montagne ainsi qu'aux fournisseurs de matériel de s'interroger sur

leur structure en étudiant leur niveau d'implémentation.

Une fois les entreprises et stations diagnostiquées, celles-ci sont recensées et classées dans deux éco-guides.

Pour réaliser ces études ont été mobilisés un ensemble d'experts professionnels et bénévoles dont **Made In Respect fera partie pour les éditions 2010-2011.**



Made In Respect

CCI de SAINT ETIENNE
MONTBRISON
57 COURS FAURIEL

Téléphone : 04 77 95 85 18

Messagerie :

contact@madeinrespect.org

AGIR POUR UNE ECONOMIE RESPECTUEUSE DE L'HOMME

Fédérant des hommes et des femmes de tous les horizons, l'association **MADE IN RESPECT** agit pour un monde économique plus **éthique** où l'homme reprend sa place au cœur de l'économie.

Chacun d'entre nous doit redevenir **acteur** de son comportement économique.

En délivrant son **LABEL MADE IN RESPECT** l'association garantit :

- **LE RESPECT DE LA DIGNITE DE L'HOMME DANS LE TRAVAIL**
- **LE RESPECT DE L'ETHIQUE ECONOMIQUE**
- **LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT ET DES REGLES DE L'ECO-CONCEPTION**
- **LE RESPECT DU SAVOIR-FAIRE DANS LES REGLES DE L'ART**