

Communiqué de Presse

Les stratégies vertes ne sont décidément pas mûres !



Nicolas Sarkozy a annoncé son « Plan Marshall » pour l'environnement au travers d'un discours fort et volontariste. Ce discours est l'aboutissement de 4 mois de concertation entre 5 parties prenantes aux profils très différents, et aux intérêts à priori divergents pour ne pas dire contradictoires. ONG, syndicats, entreprises, collectivités locales et Etat ont défini des points de convergence et établi des positions communes.

Il est désormais prévu de considérer les impacts environnementaux à leur juste valeur lorsqu' interviennent les choix stratégiques. C'est en cela que nous pouvons parler de tournant décisif. **Nous nous acheminons clairement vers une stratégie de développement durable prenant en considération sur un même plan environnement, social, et économie.**

Les entreprises sont perdues dans la nébuleuse du développement durable

Il s'agit d'établir des objectifs concrets et de structurer le développement durable. **Le temps des promesses et des engagements doit désormais céder la place à celui de la mise en œuvre. Les entreprises joueront nécessairement un rôle majeur. Et les mauvais élèves sont prévenus. Fini le temps du développementdurable.com, tous doivent passer à l'action et aucun n'a le droit de décevoir !** La société civile exige transparence et information, et les autorités publiques se donnent les moyens de contrôler les pratiques des industriels. Les médias eux, reflètent dans leur contenu, à due proportion, l'importance grandissante que prend aujourd'hui le développement durable.



Encerclées et montrées du doigt, les entreprises n'ont d'autre choix que de se positionner comme des acteurs clés du développement durable. Au-delà de l'aspect commercial, elles ont aussi des obligations morales les poussant à mettre en place des **stratégies volontaristes** afin de démontrer leur éthique et bien sûr de valoriser leur image.

Plus complexe encore que la gestion d'un programme environnemental volontaire, la mise en conformité avec **l'arsenal réglementaire européen** peut aisément paraître hors d'atteinte pour une société dont ce n'est pas le cœur de métier. La Commission Européenne a fait de l'environnement sa priorité numéro une. Un nombre croissant de directives contraignantes sont élaborées puis retranscrites dans le droit national des 27 Etats membres de l'U.E.

Mettre sur le marché européen des produits conformes aux nombreuses réglementations peut devenir un véritable casse-tête pour les sociétés impactées. Casse-tête qu'elles doivent néanmoins résoudre pour ne pas être sanctionnées, voire bannies du marché. Croissance et compétitivité obligent, elles tentent de respecter les règles du jeu imposées par Bruxelles et communiquent tant bien que mal sur leur bienveillance environnementale. **Mais beaucoup sont désarmées face à l'ampleur des enjeux et à la complexité des réglementations supranationales !**

Les informations prolifèrent et proviennent de sources multiples ; Il devient difficile pour les acteurs du secteur privé, sans en oublier, de sélectionner les sujets et réglementations qui les concernent. **Ils manquent cruellement de connaissances et ne disposent pas des moyens appropriés** pour transformer leurs discours en actes significatifs. Ils se retrouvent peu à peu dans des situations inconfortables vis-à-vis de parties prenantes qui elles, sont devenues **expertes dans l'analyse de leurs engagements.**

Le développement durable est une réalité qui comporte de véritables contraintes techniques et juridiques et ne peut se réduire à de simples projets de communication. Hormis quelques grands groupes disposant de moyens importants, rares sont les entreprises qui ont su ou pu recruter, former, et allouer des ressources dédiées à la gestion des projets environnementaux. La problématique est encore trop souvent confiée à des personnes peu expérimentées, souvent isolées au sein de l'organisation, et sans support adéquat.

« Trop de communication et pas assez d'actes concrets ! »

Trop d'entreprises sont incapables de mettre en œuvre une stratégie de développement durable ! C'est ce que reprochent la plupart des spécialistes. Les sociétés françaises cotées sont obligées de rendre compte de leur gestion sociale et environnementale dans leur rapport annuel. Mais, selon une étude du Centre français d'information sur les entreprises, qui a passé en revue ces rapports, très peu d'informations y sont en réalité données.

La communication est rarement en adéquation avec les agissements, ce qui décrédibilise l'enseigne. Les constructeurs automobiles vendent désormais des voitures vertes, la production des pétroliers et des électriciens est issue d'énergies renouvelables, les cimentiers fabriquent du béton écologique, et les équipementiers informatiques aident à la réduction des émissions de CO2 !

Le développement durable exige une vision à long terme, et rares sont les sociétés qui ont su allouer les ressources nécessaires pour faire face à ces enjeux. **Ces stratégies environnementales ne doivent pas être prises à la légère ; elles nécessitent structure et méthodologie. Il en va de leur crédibilité, de celle de l'entreprise, et de notre futur !**



Dossier de Presse : Notre Dossier de Presse disponible sur demande @ :

pashu.dewailly@conseils-plus.fr

ou par téléphone au 01 72 69 43 16
