Les entreprises et les initiatives durables et écologiques

Les inquiétudes environnementales et le respect de la valeur humaine s’installent de plus en plus dans la vie des industries et des sociétés. Les énergies renouvelables, le recyclage, la gestion des déchets, les économies d’énergies sont les prochains acteurs du marché du développement durable. Aussi les sociétés cherchent désormais à valoriser leurs engagements et à s’en servir sur leur support de communication et pour leur image de marque.

### La responsabilité sociétale des entreprises

Le concept, communément appelé RSE, est apparu dans les années 1960. Il décline l’ensemble des engagements que peut prendre une entreprise vis-à-vis du développement durable, de la politique de changement sociétal au travail et de la politique de changement social au sein de l’entreprise. Largement entré dans les mœurs des sociétés, ce concept vise tout d’abord à la prise de responsabilité, à la réflexion stratégique et à l’impulsion d’un nouvel élan sociétal. Aussi lorsqu’un changement s’opère dans une société, certains secteurs économiques s’en voient largement valorisés. C’est bien sûr le cas de plusieurs secteurs actuellement, et celui qui tire mieux son épingle du jeu est le recyclage.

### Les secteurs les plus porteurs

Prenons par exemple les franchises de recyclage de cartouches d’encre, que l’on voit fleurir dans toutes les zones commerciales : les entrepreneurs de ce secteur ont compris que c’est en sensibilisant les citoyens (via des campagnes d’affichages publicitaires ou radiophoniques) qu’ils obtiendraient la main mise sur le marché. Ce type d’initiative, en plus d’apporter une solution écologique, permet de s’adresser au consommateur en recherche d’économies. Aujourd’hui le consommateur ne se demande plus quoi consommer, mais comment mieux consommer. Et c’est là que le discours des sociétés de franchises de recyclage ou de développement durable peut entrer en jeu, en maîtrisant les technologies de recyclage des déchets et des avancées environnementales. A noter aussi que le marché alimentaire de produits biologiques a été multiplié par 4 en 10 ans, et ce dans l’urgence de répondre à une demande croissante de produits plus sains. Etablissez un itinéraire de vos produits biologiques : une collaboration (avec les producteurs agricoles) morcelée par région vous permettra de réduire les coûts de transport et satisfera vos consommateurs dans leur recherche de produits biologiques, mais aussi locaux.

### La capacité à s’adapter aux fluctuations du marché

Qui parle d’entreprises durables n’induit pas spécialement qu’elles soient invincibles. Il est d’usage de découvrir qu’un aliment qu’on croyait sain se révèle très nocif selon une nouvelle étude parue la veille, ou encore que l’on découvre qu’un matériau de bâtiment dit écologique doive être mis à l’écart parce qu’il ne tient pas dans le temps ou sous certaines conditions climatiques. Donc prudence, il ne serait pas conseillé de baser toute l’économie d’une entreprise sur un produit ou un service dont les effets et usages ne seraient pas clairement définis. Aussi il est possible qu’une société utilisatrice d’un service dit durable ou écologique se montre plus suspicieuse ou attentive au produit proposé et sur les effets réellement durables ou écologiques du dit produit. Comme dans n’importe quel secteur donc, prenez garde à bien vous renseigner sur le chemin et le ‘’passif’’ d’un produit ou d’un service vendu !