

# Guide pratique des collectifs de salariés engagés pour l'écologie

<b>Introduction</b>	<b>2</b>
<b>Tout comprendre aux enjeux écologiques et à leurs impacts sur son entreprise</b>	<b>3</b>
Comprendre le dérèglement climatique	3
Comprendre l'effondrement de la biodiversité	4
Comprendre la raréfaction des ressources	5
Comprendre les pollutions	6
<b>Se rassembler avec d'autres collègues</b>	<b>7</b>
<b>Lancer les discussions</b>	<b>7</b>
<b>Organiser la première réunion</b>	<b>7</b>
<b>Inciter d'autres collègues à vous rejoindre</b>	<b>8</b>
Sensibilisez d'autres salariés	9
<b>Vous organiser</b>	<b>9</b>
<b>Passer à l'action</b>	<b>11</b>
Faire un diagnostic en fonction de son secteur d'activité	11
Identifier les transformations écologiques les plus essentielles	13
Mettre en place un plan d'action	14
Des premières idées d'actions	14
<b>Faire avancer vos revendications</b>	<b>17</b>
Faire avancer vos propositions	17
Les astuces à garder en tête pour réussir	17
Les bons arguments pour convaincre	18
Faire part de vos attentes aux représentants du personnel de votre entreprise	19
<b>Pérenniser vos actions dans la durée</b>	<b>20</b>

## **Introduction**

Faire face à l'urgence écologique passe nécessairement par une transformation radicale des activités des entreprises, pour les faire participer à l'atteinte collective de la neutralité carbone, stopper l'effondrement de la biodiversité, revenir à une captation raisonnée des ressources et cesser la multiplication des pollutions.

Pour cela, plusieurs leviers sont indispensables. La régulation publique d'abord, et surtout, les mobilisations citoyennes, la volonté de se prémunir des crises écologiques à venir, mais aussi de mobilisations des salariés eux-mêmes, au sein de leur entreprise, qui veulent travailler pour des organisations qui ont une utilité écologique et sociale.

Pour cela, il est essentiel de se rassembler en collectif. Les salariés préoccupés par les questions écologiques sont nombreux, même si beaucoup n'osent ou ne pensent pas à s'exprimer sur le sujet. Créer un collectif de salariés engagés pour l'écologie, c'est s'autoriser à travailler, ensemble, pour convaincre sa direction que l'activité de son entreprise n'a de sens que si elle ne compromet pas notre capacité de vivre sur une planète qui reste agréable à vivre !

Ce guide est destiné aux salariés désireux de créer un collectif de salariés engagés pour l'écologie, de le faire grandir, de le rendre plus efficace, d'arriver à convaincre sa direction de transformer l'activité de son entreprise. Il a été créé à partir des multiples retours d'expériences des collectifs de salariés qui existent déjà, de l'association Alumni For The Planet, du réseau FEVE, de l'association Gate 17, et du travail et de l'expérience du collectif Pour un réveil écologique.

# I. Tout comprendre aux enjeux écologiques et à leurs impacts sur son entreprise

Vous arrivez dans une entreprise, ou vous cherchez des moyens d'action pour que votre emploi et l'activité de votre entreprise soient alignés avec vos convictions écologiques ? Pour commencer, il est indispensable de se former sur les enjeux écologiques. Cela vous donnera des outils et la légitimité pour convaincre votre hiérarchie de l'importance d'agir, cela vous permettra ensuite d'identifier des actions pertinentes à mener et enfin d'acquérir suffisamment d'esprit critique - et constructif - pour analyser l'efficacité de ce que met en place votre entreprise.

A garder en tête : les enjeux écologiques sont multiples et complexes. Le dérèglement climatique n'est pas la même chose que l'effondrement de la biodiversité, la raréfaction des ressources ou les pollutions. Ces enjeux sont à la fois liés et spécifiques.

## Comprendre le dérèglement climatique

Il s'agit de l'enjeu écologique le plus présent dans le débat public, et à juste titre : les activités humaines provoquent un dérèglement du climat croissant, à l'échelle mondiale, qui impacte déjà nos sociétés et met en péril leur pérennité dans les quelques dizaines d'années qui viennent.

### Les outils pour tout comprendre

- **La base de la base** : [Citoyens pour le Climat](#) a réalisé une [vidéo très bien faite de 5 min](#) qui résume (dans les très grandes lignes) le rapport du GIEC sur le Climat
- **Pour approfondir** : le Comité de Gouvernance de la [Convention Citoyenne pour le Climat](#) a mis au point une excellente synthèse du problème climatique dans le « [socle d'information initial](#) » de la [Convention Citoyenne pour le climat](#).
- **Le plus complet** : vous trouverez toutes les informations à connaître sur le dérèglement climatique dans [les différents rapports du GIEC](#) et notamment le résumé à destination des décideurs du [dernier rapport dit "d'évaluation" du GIEC](#) (qui ne fait "que" 34 pages)
- **Focus sur la France** : le cabinet Carbone 4 a rédigé une fiche très parlante, intitulée "[Impact du changement climatique : A quoi faut-il s'attendre en France ?](#)" qui liste les impacts qu'aura un réchauffement à 2°C sur Paris.
- **Des bases de données sur ce sujet** : [le portail](#) du Shift Project, [le Centre de Ressources](#) pour l'adaptation au changement climatique, l'incroyable site [Our World Data](#) met à disposition des données mondiales sur un grand nombre de sujets - dont écologiques.

### Que peut faire mon entreprise ?

- **Savoir ce que son entreprise dit qu'elle fait** : n'hésitez pas à solliciter votre direction RSE si votre entreprise en possède une. Il s'agit de la branche de l'entreprise chargée d'évaluer et d'améliorer les impacts sociaux et écologiques de l'entreprise. Le fait d'avoir un département RSE [ne suffit certainement pas](#) - les entreprises qui possèdent un département RSE peuvent s'en servir comme un outil de com' sans qu'une réelle transformation écologique de l'entreprise ait lieu derrière - mais c'est un bon point de départ pour identifier les mesures prises par votre entreprise pour faire face aux enjeux climatiques. Et n'oubliez pas que même lorsque leurs moyens d'action sont très limités, les salariés du département RSE sont normalement les plus convaincus de l'urgence des enjeux écologiques ! Par ailleurs, les entreprises de plus de 500 salariés doivent publier un bilan annuel de leurs actions RSE, l'éplucher - même si il est sans doute très exagérément élogieux pour l'entreprise - est un bon point de départ.

L'ADEME met aussi à disposition une [base de données](#) (elle requiert la création d'un compte gratuit) du bilan carbone de nombreuses entreprises française.

La déclaration de performance extra-financière de son entreprise permet également d'avoir un rapport détaillé des actions mises en place par mon entreprise sur tout ce qui n'est pas directement relié aux enjeux économiques. Ces rapports peuvent se trouver sur l'intranet de son entreprise, son site officiel ou bien sur [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#).

- **Analyser les engagements de son entreprise** : [Pour un réveil écologique](#) a mis en place un guide pour analyser [le greenwashing](#) des entreprises, ainsi qu'un guide pour [Choisir son emploi dans une entreprise qui est à la hauteur des enjeux écologiques](#). Ce guide peut être aussi utilisé pour identifier ce que son entreprise devrait faire pour faire face à l'urgence climatique.
- **Pour aller plus loin** : le Réseau Action Climat (RAC) a [analysé les bilans d'émissions de gaz à effet de serre de 20 entreprises françaises](#) à travers d'un rapport très pédagogique. C'est un puissant outil de compréhension des bilans carbone, utile pour analyser ensuite celui de votre entreprise. Il montre notamment comment sont prises en compte (ou non) les émissions indirectes (dites de scope 3) dans un bilan carbone, et comment définir des objectifs climatiques réellement ambitieux. Le [Carbon Disclosure Project](#), une organisation internationale à but non lucratif publie également rapports et notes sur l'intégration des enjeux climatiques dans la stratégie des plus grosses entreprises.

## Comprendre l'effondrement de la biodiversité

Un effondrement massif et global de la biodiversité - animale et végétale - est en train de se produire : selon l'IPBES, le "GIEC de la biodiversité" les disparitions d'espèces dans le monde ont été multipliées par 100 depuis les années 2000. Un appauvrissement du vivant se crée sous nos yeux, et crée de nouveaux risques pandémiques : beaucoup d'espèces perdant leur accès à leur habitat naturel, cela entraîne une plus grande proximité avec les humains et donc la multiplication de zoonoses : des maladies que l'animal transmet à l'homme.

### Tout comprendre :

- **La base de la base** : Le guide [Préserver la biodiversité, c'est aussi nous préserver](#) de l'Agence Française pour La Biodiversité (AFB) pour comprendre l'état des lieux de l'effondrement de la biodiversité et de ce qu'il faudrait mettre en place pour l'enrayer. Le programme documentaire DataGueule a également réalisé une vidéo [Biodiversité, l'essentielle différence](#) pour comprendre en quelques chiffres l'effondrement de la biodiversité.
- **Le plus complet** : Le site de l'[IPBES](#) (Fondation pour la recherche sur la biodiversité), aussi appelé le "GIEC de la biodiversité". A voir notamment, la [synthèse du premier rapport](#) de l'IPBES résumé en [vidéo](#) par Le Monde.
- **Pour approfondir** : L'Université Virtuelle Environnement et Développement Durable propose [un mooc "Biodiversité et Changements globaux"](#) pour comprendre et d'approfondir en 27 vidéos les enjeux liés à la biodiversité
- **Focus sur la France** : le rapport du Commissariat général au développement durable sur [la Biodiversité en France Les chiffres clés - édition 2018](#)

### Que peut faire mon entreprise ?

- **Savoir ce que son entreprise dit qu'elle fait** : n'hésitez pas à solliciter votre direction RSE si votre entreprise en possède une. Il s'agit de la branche de l'entreprise chargée d'évaluer et d'améliorer les impacts sociaux et écologiques de l'entreprise. Le fait d'avoir un département RSE [ne suffit certainement pas](#) - les entreprises qui possèdent un département RSE peuvent s'en servir comme un outil de com' sans qu'une réelle transformation écologique de l'entreprise ait lieu derrière - mais c'est un bon point de départ sur les actions biodiversités. Et n'oubliez pas que même lorsque leurs moyens d'action sont très limités, les salariés du département RSE sont normalement les plus convaincus de l'urgence des enjeux écologiques ! La déclaration de performance extra-financière de son entreprise permet également d'avoir un rapport détaillé des actions faite par mon entreprise sur tout ce qui n'est pas directement

relié aux enjeux économiques. Ces rapports peuvent se trouver sur l'intranet de son entreprise, son site officiel ou bien sur [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#).

- **Analyser les engagements de son entreprise** : [Pour un réveil écologique](#) a mis en place un guide pour analyser [le greenwashing](#) des entreprises, ainsi qu'un guide pour [Choisir son emploi dans une entreprise qui est à la hauteur des enjeux écologiques](#). Ce guide peut être aussi utilisé pour identifier ce que son entreprise devrait faire pour faire face à l'effondrement de la biodiversité.
- **Pour voir ce que son entreprise devrait faire** : l'association Entreprise pour l'Environnement (EPE) a publié un guide "[Solutions des entreprises pour la biodiversité : changer d'échelle](#)" qui liste les pratiques à mettre en place par les entreprises pour faire face à l'effondrement de la biodiversité.

## Comprendre la raréfaction des ressources

### Tout comprendre :

- **La base de la base** : Pour une compréhension globale des enjeux par ressources les cinq [vidéos YouTube de la chaîne Le Réveilleur](#). Pour aborder la question de la ressource en eau la vidéo très courte de France Culture : [Pourquoi l'eau est devenue une ressource menacée ?](#)
- **Le plus complet** : Les travaux du groupe international d'experts sur les ressources et plus particulièrement le rapport résumé [Efficacité des ressources et changement climatique](#).
- **Pour approfondir** : [L'interview sur la chaîne Thinkerview](#) de l'ingénieur Philippe Bihoux qui remet en question les espoirs de croissance verte. Un très bon article sur l'[Exploitation des ressources naturelles et échange écologique inégal : une approche globale de la dette écologique](#). [La vidéo de O. Vidal](#) pour cerner les enjeux de matières premières dans le contexte avec la transition énergétique.
- **Focus sur l'Union Européenne** : [l'étude du Shift Project : L'Union Européenne risque de subir des contraintes fortes sur les approvisionnements pétroliers d'ici à 2030](#) . Un rapport de la Commission Européenne (en anglais) sur [les matériaux critiques et stratégiques pour l'UE](#).

### Que peut faire mon entreprise ?

- **Savoir ce que son entreprise dit qu'elle fait** : n'hésitez pas à solliciter votre direction RSE si votre entreprise en possède une. Il s'agit de la branche de l'entreprise chargée d'évaluer et d'améliorer les impacts sociaux et écologiques de l'entreprise. Le fait d'avoir un département RSE [ne suffit certainement pas](#) - les entreprises qui possèdent un département RSE peuvent s'en servir comme un outil de com' sans qu'une réelle transformation écologique de l'entreprise ait lieu derrière - mais c'est un bon point de départ sur les actions mises en place pour limiter la consommation de ressources. Et n'oubliez pas que même lorsque leurs moyens d'action sont très limités, les salariés du département RSE sont normalement les plus convaincus de l'urgence des enjeux écologiques !

La déclaration de performance extra-financière de son entreprise permet également d'avoir un rapport détaillé des actions mises en place par mon entreprise sur tout ce qui n'est pas directement relié aux enjeux économiques. Ces rapports peuvent se trouver sur l'intranet de son entreprise, son site officiel ou bien sur [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#).

- **Analyser les engagements** : [Pour un réveil écologique](#) a mis en place un guide pour analyser [le greenwashing](#) des entreprises, ainsi qu'un guide pour [Choisir son emploi dans une entreprise qui est à la hauteur des enjeux écologiques](#). Ce guide peut être aussi utilisé pour identifier ce que son entreprise devrait faire pour faire face à la raréfaction des ressources non renouvelables.
- **Pour voir ce que son entreprise devrait faire** : L'ADEME met à disposition [des ressources très complètes pour mettre en place des processus d'économie circulaire dans une entreprise](#), et donc diminuer le gaspillage de ressources.

## Comprendre les pollutions

Les émissions de polluants dans l'air, l'eau et les sols ont un impact local et massif sur notre santé et sur l'environnement. Rien qu'en France et rien que concernant la pollution de l'air, entre 58 000 et 70 000 personnes décèdent chaque année prématurément.

### Tout comprendre :

- **La base de la base :** Une [vidéo de National Geographic](#) sur la pollution de l'air. Un'article très court de l'UNESCO sur la [pollution des eaux](#).
- **Le plus complet :** Le rapport du Ministère de la transition écologique sur [la pollution des sols](#), Un autre rapport du même ministère sur la [pollution des eaux](#). Un autre rapport du même ministère sur la [pollution de l'air](#). Un autre rapport du même ministère sur la [pollution lumineuse](#).
- **Pour approfondir :** Les [vidéos](#) dédiées aux pollutions de la chaîne Le Réveilleur.
- **Focus sur l'Ile-de-France :** Le [Bilan 2019 de la qualité de l'air](#) en Ile de France réalisé par Airparif, l'agence responsable de la surveillance et de l'évaluation de la qualité de l'air. Très pédagogique, le bilan donne des clés pour comprendre la qualité de l'air en général. Des bilans semblables sont édités chaque année par les autres Associations Agréées pour la Surveillance de la Qualité de l'Air (AASQA) pour chaque région de France.
- **Des bases de données sur ce sujet :** La [base de données](#) de l'Etat sur l'inventaire de pollutions des sols et [l'inventaire historique](#) des anciens sites industriels et activités de service.

### Que peut faire mon entreprise ?

- **Savoir ce que son entreprise dit qu'elle fait :** n'hésitez pas à solliciter votre direction RSE si votre entreprise en possède une. Il s'agit de la branche de l'entreprise chargée d'évaluer et d'améliorer les impacts sociaux et écologiques de l'entreprise. Le fait d'avoir un département RSE [ne suffit certainement pas](#) - les entreprises qui possèdent un département RSE peuvent s'en servir comme un outil de com' sans qu'une réelle transformation écologique de l'entreprise ait lieu derrière - mais c'est un bon point de départ sur les actions mises en place pour limiter les émissions de pollutions. Et n'oubliez pas que même lorsque leurs moyens d'action sont très limités, les salariés du département RSE sont normalement les plus convaincus de l'urgence des enjeux écologiques !  
La déclaration de performance extra-financière de son entreprise permet également d'avoir un rapport détaillé des actions mises en place par mon entreprise sur tout ce qui n'est pas directement relié aux enjeux économiques. Ces rapports peuvent se trouver sur l'intranet de son entreprise, son site officiel ou bien sur [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#).
- **Analyser les engagements :** [Pour un réveil écologique](#) a mis en place un guide pour analyser [le greenwashing](#) des entreprises, ainsi qu'un guide pour [Choisir son emploi dans une entreprise qui est à la hauteur des enjeux écologiques](#). Ce guide peut être aussi utilisé pour identifier ce que son entreprise devrait faire pour limiter ses émissions de polluants.
- **Pour voir ce que son entreprise devrait faire :** L'ADEME met en place des [guides destinés aux entreprises pour limiter ses émissions de polluants de l'air](#).

## II. Se rassembler avec d'autres collègues

Pour participer de l'intérieur à la transformation de son entreprise, mieux vaut être accompagné que seul. Rassembler autour de ce projet vos collègues qui partagent votre envie d'agir est une première étape indispensable.

### Lancer les discussions

**Gardez à l'esprit qu'une grande partie des salariés de votre organisation a aussi envie de changer les choses mais n'ose pas le dire**, ou ne sait pas comment s'y prendre. N'hésitez pas à aborder, d'abord de façon informelle, les sujets qui vous tiennent à cœur en matière de transition écologique - vos inquiétudes, ce que vous avez entendu à la radio ce matin, ce que vous voudriez voir changer. Les collectifs de salariés se forment parfois au détour d'une discussion anodine: c'était le cas à l'AFD, où tout a commencé par une conversation entre les membres du club de cyclisme de l'organisation !

**Vous pouvez aussi permettre à vos collègues de prendre la parole sur ces sujets.** Un bon moyen pour cela est d'organiser un événement ou un atelier dédié à l'écologie au sein de votre unité de travail. Il existe plusieurs supports privilégiés pour cela, détaillés un peu plus loin dans ce guide ; une fresque du climat ou une conférence-type "Avenir climatique", par exemple, sont de bons moyens de briser la glace.

### Organiser la première réunion

Une fois que vous avez réuni des collègues autour de vous, il s'agit de **définir les grandes lignes de ce que vous voulez mettre en place**. Organisez une première réunion pour affirmer votre envie collective de faire évoluer votre entreprise, et définir les sujets sur lesquels vous avez envie d'intervenir. Soyez ambitieux à ce stade : plus vous verrez grand, plus vous aurez de chances d'aller loin !

Pour organiser une réunion, rien de plus simple : après avoir tâté le terrain autour de vous, proposez un point informel lors d'une pause déjeuner ou à la fin d'une journée de travail, en présentiel ou en visioconférence.

Pour guider cette première réunion, voici quelques exemples de questions qui peuvent lancer la discussion :

- Qu'est-ce qui manquerait à l'humanité si notre entreprise n'existait plus ?
- Quel impact sur le monde souhaitons-nous pour notre entreprise ?
- Quelle est notre vision de l'urgence écologique ? Et qu'est ce que notre entreprise peut faire pour contribuer à la résoudre ?
- Comment aligner mon entreprise sur une trajectoire neutre en carbone en 2050 ? À faire cesser son impact sur la biodiversité ? Etc.

Si ce n'est pas encore fait, vous pouvez aussi **définir ensemble comment identifier les impacts de votre entreprise sur l'environnement** - en vous servant notamment des outils de la section "Tout comprendre aux enjeux écologiques et à leurs impacts sur son entreprise". Parlez-en entre vous, pour être tous au clair sur ces impacts avant de lancer des réflexions sur les meilleures façons de les réduire.

**Une fois les discussions bien lancées, vous pouvez structurer votre collectif naissant autour de premiers objectifs** en fonction des thématiques qui concernent le plus votre entreprise. Ce qui entrainera vos collègues, c'est un ou des projets concrets ! La partie "Passer à l'action" du guide détaille de nombreuses pistes de travail et leur application pratique: réalisation du bilan carbone de l'entreprise, identification des impacts sur la biodiversité, sensibilisation des autres employés, durabilité au quotidien de l'entreprise...

Plusieurs des collectifs existants se sont lancés sur un objectif et ont progressivement élargi le champ de leur investissement à d'autres sujets, en laissant les personnes motivées agir sur ce qui les intéresse le plus.

**Les actions locales, et en particulier la sensibilisation, sont une bonne porte d'entrée** pour votre entreprise - on n'insistera jamais assez sur l'importance de la formation à la compréhension des enjeux écologiques, que l'on surestime souvent, les gens étant généralement beaucoup moins informés que ce que l'on suppose. Mais pour aller plus loin, il est essentiel d'interroger progressivement l'activité même de votre entreprise : nouveaux modèles économiques, mise en place de mesures de sobriété, refonte de la politique d'achat...

**Imaginez et proposez de nouvelles stratégies à votre direction** - des stratégies basées sur la connaissance des enjeux réels propres à l'entreprise, en apportant des réponses à la mesure de ces enjeux. C'est ici que se trouvent les leviers d'impact les plus importants, et ainsi avoir des effets profonds et durables par rapport aux enjeux environnementaux. C'est aussi souvent la partie la plus complexe à réaliser, car elle questionne tout ou partie de l'activité de l'entreprise.

## **Inciter d'autres collègues à vous rejoindre**

Ce n'est pas un mystère : **pour que votre groupe puisse agir efficacement, il lui faut une certaine taille minimale.** Avec vos premiers collègues intéressés, vous pourrez donc chercher à intégrer davantage de membres. Cela se fait en général par bouche-à-oreille ou cooptation, au moins dans les premiers temps. Parlez largement de votre initiative autour de vous : plus vous en parlerez, plus vos collègues seront volontaires pour vous rejoindre. Vous risquez d'avoir des surprises en voyant venir vers vous des personnes sur lesquelles vous n'auriez pas parié !

Petit à petit votre collectif se structurera plus ou moins naturellement. Les retours d'expérience des collectifs interrogés montrent que leurs membres se partagent en général en deux niveaux d'engagement:

- Un ensemble de personnes motivées et actives, qui animent éventuellement les sous-groupes thématiques déjà évoqués;
- Une communauté de personnes intéressées qui seront des soutiens et relais.

Un effectif "standard" pour les collectifs rencontrés est : une dizaine de membres très actifs, une trentaine d'autres membres plus occasionnels (mais qui suivent tout de même la grande majorité des réunions et des activités), et éventuellement une communauté d'intérêt plus large. Si vous êtes plus nombreux, tant mieux ! L'idéal - et la difficulté - est de parvenir à **structurer et responsabiliser les membres occasionnels autour de vraies missions**; la création de sous-groupes bien délimités avec des objectifs précis peut être une aide pour cela.

En fonction de la structure de votre entreprise et des personnes qui vous rejoindront, vous pourrez chercher à :

- Rassembler les spécialistes d'une activité ou d'un secteur pour transformer une partie de l'entreprise, puis essaimer ou répliquer ailleurs;
- Regrouper des personnes de tous les métiers. Le collectif "Michelin et la transition écologique" a un très bon retour d'expérience sur le sujet, avec des profils très variés : R&D, supply chain, production... Cela apporte une véritable richesse d'idées et de solutions, et rend plus facile la sensibilisation des départements distincts de l'entreprise.

Une règle d'or : **travaillez avec ceux qui ont envie d'avancer.** Ne cherchez pas à motiver immédiatement tous les employés; lancez-vous avec les plus motivés, les autres se joindront au fur et

à mesure que vos succès les convaincront. Si certains collectifs cherchent à rassembler le plus possible, pour sensibiliser largement et augmenter leur visibilité, beaucoup insistent sur le fait qu'un petit nombre de personnes déterminées suffit au début pour obtenir des résultats significatifs !

## Sensibilisez d'autres salariés

Pour vous faire connaître et faire progresser l'intérêt de vos collègues sur les enjeux écologiques, vous pouvez facilement **organiser un événement ou un atelier consacré à l'environnement au sein de votre unité de travail**. Ce type d'évènement est généralement très suivi et très populaire - nombreux sont les gens qui sont préoccupés par les enjeux écologiques et qui ont envie "d'en savoir plus". Les formations listées ici sont régulièrement dispensées en entreprise : soulignez ce point auprès de votre direction, chargez-vous vous-même des démarches organisationnelles et elle aura de grandes chances de vous donner son aval. Si ce n'est pas le cas, vous n'aurez pas de grandes difficultés à l'organiser à côté de votre travail. A condition de communiquer un peu en amont sur l'évènement - par mail, dans la newsletter de l'équipe... nul doute que ce sera un succès.

Il existe plusieurs supports privilégiés pour cela :

- [Fresque du climat](#) : un atelier/jeu collaboratif, qui a déjà formé plus de 100 000 personnes en France, pour tout comprendre à la complexité du dérèglement climatique.
- [Formation Avenir Climatique](#): un MOOC très court et bien fait, pour bien poser les bases des enjeux écologiques énergie/climat.
- [Conférence type "The big conf"](#) : une conférence à animer vous-même sur les sujets énergie/climat. Le support a été créé par Avenir Climatique, qui forme régulièrement de nouveaux animateurs.
- [Fresque de la biodiversité](#) : une déclinaison de la Fresque du climat sur la crise de la biodiversité.
- [MyCO2 de Carbone 4](#) : 2h accompagnées qui permettent à chaque salarié de calculer son empreinte carbone personnelle, et d'étudier les moyens de la réduire.
- [Atelier "2-tonnes" de DataforGood](#): un "serious game" pour comprendre les activités à mettre en place pour limiter le dérèglement climatique.
- [La toile du vivant](#) : un outil pédagogique de sensibilisation à l'agroécologie.
- [La Fresque du Numérique](#) : autre déclinaison de la Fresque du climat, un atelier pour comprendre en équipe et de manière ludique les enjeux écologiques du numérique.
- [La Fresque de l'Adaptation](#) : un atelier collaboratif pour bien comprendre les mesures à mettre en place pour réduire l'impact qu'aura, quoi qu'il en soit, le dérèglement climatique sur notre société et sur les entreprises.
- [La Fresque de la Mobilité](#) : un atelier collaboratif de sensibilisation aux enjeux carbone de la mobilité des personnes.

Vous pouvez aussi proposer à vos collègues de visiter ensemble un des salons professionnels dédiés aux enjeux écologiques :

- [Salon POLLUTEC](#): un salon regroupant l'ensemble des acteurs français du marché de l'environnement, y compris des agences nationales (ADEME...)
- [Salon PRODURABLE](#): un salon plus généraliste consacré à "l'économie durable".

## Vous organiser

**Créez au plus vite des canaux de communication et d'organisation dédiés**, pour structurer votre réflexion et intégrer facilement de nouveaux membres. Vous pouvez utiliser pour cela Whatsapp, Telegram, ou des forums de discussions plus complets comme Slack, Discord... N'oubliez pas de bien

aider les nouveaux arrivants à utiliser ces outils pour qu'ils ne représentent pas une barrière à l'investissement dans le collectif.

**Organisez des réunions.** Beaucoup de collectifs optent aussi pour des réunions mensuelles (ou plus régulières) sur un logiciel de visio.

**Dégagez du temps** pour travailler sur vos projets. La plupart des collectifs interrogés agissent sur leur temps libre, en particulier au début; il faut avoir conscience de la charge que cela représente, et motiver toute l'équipe pour qu'elle reste impliquée. Mais avec le temps, certains finissent par dégager du temps d'activité sur leurs horaires de travail - surtout quand la hiérarchie voit leur action d'un œil favorable.

**Contactez votre hiérarchie.** Parlez de votre initiative à votre N+1 : plusieurs groupes mentionnent le soutien de la hiérarchie comme facteur décisif de leur réussite. Et ce pour plusieurs raisons:

- votre objectif est de faire évoluer la stratégie et la culture de l'entreprise, il est essentiel de le faire avec la direction. Le collectif "Le défi environnement" chez Vinci Constructions est ainsi parvenu à faire inscrire des objectifs environnementaux et une feuille de route dédiée dans la charte de leur nouvelle filiale.
- au sein de votre entreprise, les collaborateurs prendront plus facilement position quand le collectif sera connu de la direction, et reconnu par celle-ci;
- votre hiérarchie peut actionner de puissants leviers en votre faveur : par exemple, le collectif "Ecoresponsabilité au travail" du département DSI de Vinci Energies a convaincu les Ressources Humaines de parler du collectif à toutes les nouvelles recrues du département.

**Il est important de chercher des soutiens et des relais pour votre initiative.** Cela peut être votre responsable hiérarchique, une ou un membre du Comité de Direction, ou votre Responsable Développement Durable / RSE s'il y en a un. Le service RSE est souvent un allié de choix, qui peut offrir de la main-d'œuvre et des moyens; il faut se coordonner étroitement avec lui pour offrir une vraie complémentarité, et ne pas tomber au contraire dans la rivalité. Vos supérieurs ont peut-être aussi envie que vous de bien faire, mais ils ont leurs propres contraintes et leurs propres N+1; votre initiative peut s'avérer être une opportunité pour eux de pousser les sujets environnementaux, avec davantage de légitimité !

**Veillez cependant à rester indépendants,** et à ne pas vous faire instrumentaliser par votre direction. On a vu des entreprises se servir de collectifs écologiques comme d'un service RSE bénévole, en leur faisant organiser de grands événements *pro bono*, ou récupérer leurs actions pour la communication extérieure de l'entreprise...

**Donnez de la visibilité** aux actions entreprises par votre collectif. Parlez en autour de vous - sans devenir trop prosélyte et casse-pied. Faites vous une place dans la newsletter de votre entreprise, comme l'a fait le BCG, ou créez en une dédiée. Si vous vous sentez prêt vis à vis de votre hiérarchie, la création d'une page publique comme sur LinkedIn peut être un atout et un bon outil de communication.

**Pour en savoir plus** : n'hésitez pas à aller consulter les témoignages des collectifs de salariés engagés pour l'écologie déjà existants. Ils regorgent de bonnes idées et de retours d'expérience décrits en détails, que nous n'avons fait que synthétiser ici !

### III. Passer à l'action

Vous êtes informés, et avec rassemblé des collègues, la question qui se pose maintenant : que faire ? Voici les différents plans d'action que vous pouvez adopter.

#### Faire un diagnostic en fonction de son secteur d'activité

**Pour les industries et les services.** Votre entreprise fabrique un produit pour le vendre. Cette production a des impacts écologiques, environnementaux et sociaux, tout comme son utilisation aussi. Il est important de comprendre ces impacts, et de se poser la question de l'intérêt même de ces produits et/ou de leur démultiplication. Par exemple, dans le cas de l'industrie textile, responsable d'une part non négligeable de nos émissions de gaz à effet de serre : les vêtements sont nécessaires à une vie de qualité; mais proposer de nouvelles collections tous les 6 mois pour inciter à acheter toujours plus ne l'est pas.

Le même raisonnement s'applique pour les services industriels: la fonction remplie par mon entreprise est-elle nécessaire, limitée à de justes proportions, et justifie-t-elle ses impacts négatifs sur l'environnement ?

#### Questions clés et pistes de travail

- Quelle est la finalité du produit ou du service que je contribue à produire et à vendre ? Est-il réellement utile à une vie de qualité sur une planète durable ?
- S'il est réellement utile à une vie de qualité, comment le concevoir différemment pour que son impact écologique, environnemental et humain soit le plus faible possible ?
- Si c'est un produit matériel, est-il nécessaire de pousser à son achat ou bien serait-il préférable de le louer, pour en produire moins et maximiser son utilisation ?
- A-t-il des impacts positifs sur l'environnement et la biodiversité ? Que représente-il pour le business model de mon entreprise / organisation ?
- Est-ce que j'informe les consommateurs de l'impact environnemental de ce produit ou service ? Est-ce que je les informe pour qu'ils limitent l'impact écologique du produit durant son utilisation ? Ont-ils accès aux informations et pièces détachées nécessaires pour prolonger et optimiser sa durée de vie ?
- Si mon activité dans son ensemble n'est pas compatible avec un réchauffement climatique au-dessous de 2 degrés par rapport à l'ère pré-industrielle : quelles compétences avons-nous que nous pourrions réorienter pour avoir un impact positif ?

**Pour la finance.** La finance a un rôle majeur d'allocation des ressources dans l'économie. Seulement, la finance traditionnelle dirige l'épargne vers les projets les plus rentables, sans réellement prendre en compte leurs impacts environnementaux et sans prioriser le financement de la transition écologique.

#### Questions clés et pistes de travail

- A quoi contribue le financement que je m'apprête à accorder ? Sert-il à développer une activité qui accélère le réchauffement climatique et les dégâts écologiques ou bien sert-il à repositionner une activité pour limiter ses impacts environnementaux ?
- Les choix de financement prennent-ils en compte une stratégie ISR intégrant les critères ESG de façon ambitieuse pour mesurer la performance extra-financière du projet/entreprise ? Quelles politiques ESG mon entreprise exerce-t-elle dans les stratégies d'investissements (exclusion, thématiques, best in class, finance d'impact) ?
- Dans le cas où mon employeur dispose d'un vote en Assemblée Générale, utilise-t-il son pouvoir d'actionnaire actif pour influencer sur l'amélioration des pratiques ESG de l'entreprise ?
- Mon entreprise mesure-t-elle son exposition aux risques climatiques ? Si oui, comment le gère-t-elle?

- Quels contrôles sont prévus pour s'assurer que la transformation de mes activités ont bien lieu ?
- En cas de capacité de financement limitée, est ce qu'une stratégie est mise en place pour prioriser le financement des projets à impact positif pour la planète et la vie sur la planète ?

### **Pour la communication et la publicité**

A quoi peut servir la communication dans un monde écologiquement de plus en plus contraint ? Certainement pas à encourager l'achat de produits toujours plus nombreux, ou à créer de nouveaux désirs (de consommation).

Dans le domaine de la communication, tout l'enjeu consiste d'abord à s'interroger sur l'utilité de ce sur quoi on communique : dans le cas de la publicité, s'agit-il de produits essentiels ? Participent-ils à la réduction de nos impacts sur l'environnement ? Dans le cas de la communication au sens large, la question de l'utilité de ce sur quoi on communique se pose également : est-ce écologiquement et socialement utile ? Si non, est il possible d'orienter ma les informations que je transmets dans ce sens ? Ce n'est que dans un second temps qu'il peut être utile de s'interroger sur l'impact écologique des supports de communication que l'on utilise : goodies, kakémonos, numérique... des progrès sont sans doute faisables sur ce plan - et les guides à ce sujet pullulent - mais l'impact du support de communication reste beaucoup moins faible que l'impact de ce sur quoi on communique. Dit autrement : il ne sert à rien de distribuer des tracts sur papier recyclé si c'est pour vendre des SUV.

Dernière action importante : éviter, à tout prix, le **greenwashing**. Cela passe par une solide compréhension des enjeux écologiques et par la mise en place de règles qui vous aident à définir votre éthique en matière de communication sur les enjeux écologiques. A ce sujet, les référentiels de l'ARPP sont encore très timorés : mieux vaut encore, pour le moment, y réfléchir et en débattre au sein de votre entreprise !

Questions clés et pistes de travail :

- Les communications et publicités que je vais créer poussent-elles à vendre toujours plus de produits/services ?
- En quoi ces produits et services sont-ils réellement utiles , quels impacts ont-ils sur la société et l'environnement ?
- Les consommateurs ont-ils connaissance de l'impact environnemental des produits et services que je vais mettre en avant dans la communication/publicité ? Si non, comment puis-je le leur expliquer ou le suggérer ?
- Comment m'assurer de ne jamais sombrer dans le **greenwashing** ? Suis-je bien au courant de ces enjeux ?

**Pour les médias.** L'industrie des médias a un fort impact sur l'information et les prises de conscience des citoyens. Elle peut participer à créer un avenir meilleur pour tous sur une planète viable, ou l'inverse. Elle a un double rôle puisque non seulement elle crée des contenus mais elle héberge des publicités qui ont elles aussi un impact. Les médias ont donc deux publicités : d'abord informer, de façon la plus juste possible, sur les enjeux - et notamment écologiques. Non dans des rubriques à part, mais de façon transversale dans l'ensemble des articles/reportages/podcasts. Il n'est pas cohérent de vanter les vacances de luxe d'une influenceuse à Dubaï sans au moins informer les citoyens auxquels on s'adresse de l'impact écologique démesuré d'une vie d'influenceur à Dubaï - sans compter son impact social.

Second sujet de vigilance : la publicité. Bien informer son public sur les enjeux écologiques, c'est très bien, mais si c'est pour exposer cette même audience à des publicités répétées pour des SUV, c'est contre productif. De plus en plus de médias mettent en place des restrictions sur cette question - voir notamment l'exemple du Guardian en Angleterre.

Après cela, se posera la question de la réduction de l'impact écologique de son activité au sein du média : déplacements, tournages... mais cette question a un impact bien plus limitée que les deux précédentes.

Questions clés et pistes de travail :

- Est-ce que j'informe mon public des enjeux climatiques et environnementaux ? Est-ce que je donne la place à des experts pour vulgariser les enjeux ? A quel rythme ? La place et le rythme sont-ils en lien avec l'ampleur des enjeux ?
- Est-ce que les personnes qui travaillent avec moi sont informées des enjeux et formées pour en parler et intégrer cet aspect dans leur travail quotidien d'information ou de divertissement ?
- Est-ce que les enjeux écologiques sont intégrés comme un des éléments à prendre en compte dans l'ensemble de mes productions médiatiques - et non comme un enjeu à part, dans une émission dédiée, par exemple ?
- Est-ce que le cœur d'activité même de mon média est compatible avec les enjeux mondiaux ? Son objectif est-il de promouvoir la surconsommation et les effets de mode ? Sinon, combien de ses contenus ont-ils encore cet objectif, et comment les transformer en information utile et fiable ?
- Est-ce que les publicités que j'accepte sont en cohérence avec les enjeux ? Si non, pouvons-nous les garder ? Quelles conditions poser pour accepter de les diffuser ? Comment développer un nouveau business model qui équilibre le rapport annonceur/média ? Quels annonceurs ayant mis en place des réponses fortes aux enjeux climatiques et environnementaux privilégier ? comment rendre votre média attrayant pour ces annonceurs ?
- Comment s'appuyer sur des éléments existants déjà pour faire évoluer les consciences et les actions (par exemple utiliser les émissions culinaires existantes et s'appuyer sur leur succès pour former les téléspectateurs sur les fruits et légumes de saison, sur l'importance de l'achat local, cuisiner les restes, l'impact de la consommation de viande...)?

## Identifier les transformations écologiques les plus essentielles

Listez toutes les actions qui peuvent avoir un impact significatif dans votre entreprise. De la plus petite à la plus ambitieuse, ne vous censurez pas !

Deux types de transformations possibles existent :

- **Approche "vie professionnelle"** : commencer petit sur des actions du quotidien. Il s'agit de lancer des actions concrètes avec un impact immédiatement visible sur son lieu de travail.
  - La sensibilisation et l'information des autres employés : compréhension générale des enjeux d'environnement, connaissance et pistes de réduction des impacts de l'entreprise, formations spécialisées (pour les ingénieurs, les commerciaux...)
  - L'écologie au quotidien: transports, restauration, usage du numérique, offres du CSE (destinations de vacances plus sobres, etc), événements d'entreprise...
- **Approche "stratégie de l'entreprise"** : avoir un impact conséquent sur l'empreinte écologique de l'entreprise en faisant transformant son cœur d'activité.
  - Empreinte carbone : mesure (réalisation d'un bilan carbone en scope 3), réduction, mise en place d'objectifs de baisse chiffrée des émissions, alignement de ces objectifs sur les accords de Paris
  - L'impact sur la biodiversité : identification, mesure de réduction des impacts et compensation
  - Les matières premières, le recyclage et les déchets : identification des plus gros postes de consommation de matière première, économie circulaire, éco-conception
  - Pollutions : identification, mesures, réduction

Il faut concilier des transformations de la vie professionnelle des salariés et des propositions qui impactent directement le business model de son entreprise : ces deux modes d'action complémentaires sont nécessaires et les salariés sont légitimes pour être force de proposition dans ces deux domaines.

**Trouver des idées.** Identifier des actions recevables par la direction pour transformer la stratégie de son entreprise n'est pas évident, surtout si elles demandent des efforts. Prenez le temps de réfléchir ensemble et d'identifier les meilleures actions possibles, quelles qu'elles soient. Choisir les plus pertinentes se fera dans un second temps. Utilisez cette nouvelle intelligence collective formée pour trouver de bonnes idées. Et pour trouver de bonnes idées, il existe aussi des méthodologies qui ont fait leurs preuves : les techniques de créativité. Souvent orientées business, nous vous proposons de vous les réapproprier collectivement pour l'écologie.

Quelques exemples :

- Les techniques aléatoires comme le brainstorming, mais aussi [la liste de Kent et Rosanoff](#)
- Les techniques de concassage comme le [OOOQCP](#) (Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Pourquoi ?), [CETOCSIC](#)...
- Les techniques analogiques : faire des analogies avec des situations passées similaires ou au contraire des domaines totalement différents et voir comment un problème similaire a été résolu
- Les techniques projectives : projeter des dessins, graphiques, images pour stimuler la réflexion. Imaginer s'il fallait faire table rase de tout excepté un point particulier.

## Mettre en place un plan d'action

En fonction du cadre dans lequel vous proposez votre démarche (initiative existante, groupe officiel, groupe officieux, etc.), élaborez un plan d'action *stratégique* aussi précis que possible.

Identifiez les actions qu'il vous semble judicieux de porter en premier. **Au départ, un objectif : convaincre votre direction.** L'enjeu est non seulement de faire progresser l'entreprise en matière d'écologie mais aussi et surtout, pour le début, de gagner en crédibilité et la confiance de vos collègues et de la hiérarchie.

Commencez par des actions simples, visibles, gagnant-gagnant (mais à impact) peut être pertinent dans certains cas. Par exemple, une action à fort impact et raisonnablement réalisable pourrait être de renforcer la formation de vos collègues en matière d'écologie (à vous de voir quels sont les besoins).

Pour vous aider, vous pouvez classer vos actions selon deux axes :

- La facilité/rapidité de mise en œuvre : vous avez déjà les bons interlocuteurs, les bons leviers d'action ; c'est gagnant-gagnant pour l'entreprise...
- Le niveau d'impact espéré : l'action sensibilise un grand nombre de salariés ; elle réduit fortement l'impact écologique de l'organisation ; elle met en place de nouveaux indicateurs ; elle promeut des initiatives externes ou crée des partenariats bénéfiques.

Ne réfléchissez pas seulement aux actions que vous voulez mener mais aussi à la façon dont vous voulez vous prendre pour les réaliser (argumentaire, interlocuteurs, cadre d'action, planning...). Plus ce sera concret, plus vous aurez des facilités à mobiliser. A ce stade, n'hésitez pas à demander de l'aide/des retours à des acteurs extérieurs : salariés engagés dans d'autres boîtes, associations, experts..

## Des premières idées d'actions

**Par où commencer ?** Consultez ce guide réalisé par l'Ademe pour avoir une vision globale sur la limitation des impacts environnementaux au bureau → [Être éco-responsable au bureau | Guide pratique de l'ADEME](#)

### **Mobilité durable**

- [Les déplacements des salariés-Ademe](#) : ici vous trouverez des idées d'actions concrètes pour agir sur les déplacements en entreprise en fonction de la facilité de mise en œuvre, des coûts, et du temps de retour sur investissement.
- [Forfait mobilités durables](#) : vous pouvez facilement mettre en place cette action car votre employeur est exonéré d'impôt et de cotisations s'il prend en charge les frais de trajets de ses salariés utilisant un transport alternatif (vélo, covoiturage, etc).
- [Guide "Un plan de mobilité dans mon entreprise" | Réseau Action Climat](#) : ici, vous trouverez des mesures incontournables pour élaborer un plan stratégique à long terme sur vos mobilités. Quelques chiffres peuvent aussi être à reprendre pour convaincre vos directeurs des bénéfices pour le climat mais aussi pour votre santé et sécurité.
- [Le Challenge de la Mobilité](#) : un événement annuel, organisé par une région ou une technopole. Vous pouvez mobiliser votre entreprise (salariés du collectif interne mais pas uniquement) pour participer à ce défi collectif sur le thème de la mobilité. Le but est de promouvoir les modes alternatifs de déplacement ! Grâce à cet évènement « clé en main » vous pourrez impulser, valoriser et dynamiser vos initiatives dans le domaine des déplacements (comme par exemple les [plans de mobilité](#)).

### **Numérique responsable**

- [Green IT](#) : un beau projet sur le long terme pour transformer l'impact de votre entreprise qui représente 4% des émissions de gaz à effet de serre au niveau mondial. Vous trouverez des [chiffres](#) pour alerter vos employeurs et muscler vos arguments, des [informations](#) pour proposer des formations en interne sur ces sujets encore méconnus et des articles à partager à votre collectif engagé en interne pour l'écologie.

### **Mieux gérer ses déchets**

- [Guide "Zero déchet au bureau" | Zero Waste France](#) : 12 actions concrètes à mettre en place pour réduire individuellement ses déchets au bureau mais aussi ceux des services de l'entreprise, avec pour chaque piste un retour d'expérience. A vous de jouer !
- [Réduire les impacts et le coût des déchets – ADEME](#) : ici vous trouverez des éléments pour connaître les enjeux financiers liés à la gestion des déchets. Faites un [diagnostic](#) sur la situation de votre entreprise et passer à l'action grâce à des [fiches techniques concrètes](#) pour gérer collectivement les déchets. Allez lire ce [retour d'expérience](#) si besoin avant de vous lancer.
- [Quelques indicateurs de suivi - ADEME](#) : vous pourrez mesurer vos actions, les ajuster et favoriser l'atteinte de vos objectifs individuels et collectifs.

### **Une alimentation soutenable**

- [Trouver de l'information pour sensibiliser - ADEME](#) : ici, vous trouverez tous les chiffres et pourcentages dont vous aurez (peut-être) besoin pour sensibiliser autour de vous au bureau. Convaincre vos supérieurs de la nécessité de vos actions ou les autres salariés vous sera plus facile. Le but n'est pas de vous placer en donneur de leçons mais accompagner vos actions d'exemples concrets est toujours plus marquant !
- [Le prestataire de votre restaurant d'entreprise](#) : vous pouvez participer aux concertations ou appels d'offres lors du renouvellement du prestataire de votre cantine d'entreprise. Pensez à le faire même si ce prestataire prend en charge les repas des autres entreprises partageant le même site que vous ! Proposer des menus végétariens chaque jour ou limiter le plastique pour les formules à emporter seront déjà de belles avancées.

### **Réduire sa consommation énergétique**

- [Certificat d'économies d'énergie | ADEME](#) : comment valoriser vos économies d'énergie en

comprenant le dispositif CEE (certificat d'économies d'énergie et en étudiant les modalités d'éligibilité.

- [PRO-SME](#)n : vous trouverez les détails d'un programme qui verse une prime aux entreprises et collectivités qui mettent en place un système de management de l'énergie certifié ISO 50001 pour réaliser des économies d'énergie conséquentes.
- [Améliorer la performance énergétique de son lieu de travail](#) : vous trouverez de nombreuses ressources destinées à différents types de structure comme les [bureaux](#), les [commerces](#), les [sites industriels](#), etc.

## IV. Faire avancer vos revendications

Vous vous êtes informés sur les enjeux écologiques de votre entreprise, regroupés, avez identifié les leviers, obstacles et mis au point des propositions concrètes. Il ne reste plus qu'à les mettre en œuvre !

### Faire avancer vos propositions

L'objectif est de faire en sorte que la direction de votre entreprise mette en œuvre vos propositions. Voici quelques éléments pour avancer dans ce sens. Ce sont des pistes de réflexion, n'hésitez pas à vous adapter en fonction du contexte de votre entreprise !

**Intervenir directement devant votre direction** : obtenez la possibilité de présenter le fruit de vos réflexions à la direction de votre entreprise. Diagnostic, plan d'action... préparez un plaidoyer solide, montrez que vous êtes prêts et volontaire, et soulignez ce que l'entreprise a à gagner en priorité (et non pas ce qu'elle a à perdre, même si selon les conditions l'argument peut être convaincant). Pensez à identifier en amont les membres de la direction qui sont susceptibles de vous aider ou de vous freiner.

- Nombreux sont les collectifs directement qui sont intervenus auprès de leur direction pour faire aboutir leurs propositions : J'agis Pour la Planète chez ENGIE, Les Transfèreurs chez Bouygues Construction SO, Green@BearingPoint, etc.

**Identifier un sponsor**, un cadre haut placé dans votre entreprise, sensible à votre projet et qui pourra vous introduire auprès du comité exécutif pour vous aider à défendre votre projet. Préparez un dossier précis et factuel, avec des objectifs, des propositions, imaginez comment vos actions s'inscrivent dans la stratégie, la raison d'être ou la culture de l'entreprise.

- Des collectifs tels que Green@BearingPoint et New Bees Team - Climate Team chez EGIS ont un sponsor au sein du comex de leur entreprise.

**Obtenir le soutien actif de votre direction développement durable - ou RSE** : les directions développement durable réagissent souvent positivement aux initiatives des salariés. Au-delà de leur soutien qui vous fera gagner en légitimité, ils pourront diffuser plus largement vos actions, vous donner des moyens concrets d'agir, vous soutenir, voire même vous intégrer dans leur propre stratégie

- Les collectifs qui travaillent en collaboration étroite avec leurs départements de développement durable sont nombreux : par exemple Les Transfèreurs chez Bouygues Construction Sud-Est, les ambassadeurs du climat chez Air Liquide

**Communiquer au sein de votre entreprise** : plus vous serez nombreux et connus, et plus vous serez pris au sérieux par votre direction. Demandez un encart dans votre newsletter interne, utilisez les mails, le réseau social de l'entreprise, faites des présentations ouvertes à l'ensemble de vos collègues. Mettez en avant vos propositions et vos succès quand vous en aurez !

- En appliquant notamment ces principes, la communauté Yammer chez ENGIE regroupe maintenant plus de 700 salariés !

**Acquérir de la légitimité au fur et à mesure de vos succès** : les projets les plus acceptables ne sont pas nécessairement les plus faciles à mettre en place. Plus vous multipliez les avancées et plus vous pourrez proposer des transformations ambitieuses.

- GoGreen au BCG a acquis petit à petit de la légitimité, pour porter des projets de transformations écologiques de plus en plus ambitieux : parti d'actions du quotidien, il s'intéresse dorénavant à la stratégie de l'entreprise.

### Les astuces à garder en tête pour réussir

- S'inscrire dans la **culture de l'entreprise** et ses spécificités

- **S'appuyer sur des exemples de ce qui se passe dans d'autres entreprises** : en particulier des concurrents, des clients ou des "modèles" de votre secteur (voir la cartographie des collectifs et les témoignages qui vont avec)
- **Profiter de la préoccupation grandissante pour la transition écologique** : notamment concernant le dérèglement climatique, qui en est l'aspect le plus connu pour inciter sa hiérarchie à mettre en valeur et s'approprier les initiatives du "terrain".
- **Mettre en valeur et montrer par l'exemple,**
- **Mettre systématiquement en avant les avantages** des transformations proposées par l'entreprise : contribuer efficacement à la lutte contre la crise écologiques, attractivité, motivation des salariés, anticipation sur les évolutions législatives, résilience de l'entreprise..
- **Mettre en avant le côté "jeune" des membres du collectif** : cela ouvre des portes !
- **Identifier les acteurs clés dans l'entreprise**, ceux qui vous aideront et ceux qui vous freineront, de manière générale mais aussi par projet, dès le début. Les supérieurs récalcitrants sont à éviter et à contourner autant que possible, chercher à les convaincre risque de vous nuire ou au moins vous freiner ou démotiver.
- **Agir en quick win** : commencez par les actions faciles à mettre en place pour gagner en visibilité, légitimité, élargir vos rangs et votre champ d'action et in fine amener le soutien de la direction. Identifiez également les entités les plus promptes au changement, qui ont une reconnaissance et un impact dans l'entreprise et concentrez vous dessus. Lorsque la machine se met en marche, le reste suit plus facilement. Lorsque un blocage persiste, passez à autre chose pour mieux y revenir plus tard.

## Les bons arguments pour convaincre

1. **Faire le parallèle entre vos propositions et la raison d'être, la stratégie de l'entreprise** : la raison d'être étant validée au plus au niveau de décision, il sera difficile pour une direction de s'opposer à un projet allant dans son sens.
2. **Les entreprises ont un intérêt vital et stratégique à intégrer les enjeux écologiques** : en faisant évoluer sa stratégie et ses business models l'entreprise participera à l'effort mondial de lutte face à l'urgence écologique mais lui assurera également d'être plus résiliente et mieux préparée aux crises écologiques à venir, comme nous a pu le montrer la crise de la covid. En effet, les risques sont immenses : pandémies, ruptures de chaînes d'approvisionnement, impacts climatiques divers.
3. **Évoluer vous donnera un avantage compétitif - et ne rien faire vous pénalisera à court, moyen et long terme** : quel que soit vos projets ils seront valorisables pour l'image de l'entreprise, que cela soit auprès de ses clients ou des autres parties prenantes (société civile, actionnaire, partenaires, fournisseurs) auprès de qui elle pourra être identifiées comme pionnières sur les sujets écologiques, dans un contexte où les citoyens et dirigeants sont de plus en plus attentifs à ces enjeux. La tendance dépasse le BtoC : de plus en plus de clients BtoB exigent de leurs fournisseurs des engagements sur les enjeux RSE. Un engagement fort au-delà du greenwashing démarquera l'entreprise.
4. **Faire face aux risques de manque de ressources humaines** : certains secteurs peinent déjà à recruter à cause de l'image désastreuse qu'a leur activité sur le plan écologique. Intégrer ces enjeux, facilite grandement le recrutement notamment auprès des jeunes - ENGIE est passé de 200 000 à 800 000 candidatures spontanées par an lorsque l'entreprise a commencé à œuvrer pour la transition écologique - et assure la motivation des salariés. C'est bête à dire, mais quand on a un travail écologiquement et socialement utile, on travaille beaucoup mieux.
5. **Faire le parallèle avec la crise de la covid** : celle-ci a montré la fragilité de nos sociétés. Pour le programme des Nations unies pour l'environnement, la pandémie de la covid représente l'avertissement le plus sérieux lancé par la planète enjoignant l'humanité à changer de cap. Agir pour la planète sérieusement est dans l'intérêt de l'entreprise, que ce soit directement pour elle ou par le biais de ses clients, fournisseurs et autres parties prenantes dont elle dépend.

6. **Être en avance sur la réglementation** : mettre en œuvre de transformations écologiques donne à son entreprise un coup d'avance sur de futures régulations qui rendront inéluctable ces transformations - la mise en place d'un bilan carbone scope 1, 2 et 3, d'une trajectoire de contribution à la neutralité carbone, la mise en place d'une comptabilité biodiversité, etc. Prendre de l'avance sur la prise en compte des enjeux écologiques, c'est prendre de l'avance vis-à-vis de ses concurrents, tout court.
7. **Maîtriser sa demande énergétique** : en développant au maximum la performance énergétique sur son patrimoine immobilier, on réduit grandement ses émissions tout en limitant les charges financières associés à l'énergie, avec un gain de confort à la clé. Un investissement triplement gagnant, comme peuvent l'être une partie des transformations écologiques.
8. **Inclure plus de salariés dans la réflexion stratégique de l'entreprise en favorisant leur appropriation de ses valeurs** : faire partie d'un projet commun, ça enthousiasme tout le monde. Et en ce moment, peu de sujets sont aussi porteurs que l'écologique quand elle entraîne des transformations réelles (le greenwashing, lui, est de plus en plus visible et décourage tout le monde)

## **Faire part de vos attentes aux représentants du personnel de votre entreprise**

**Le champ d'action des représentants du personnel.** Le code du travail donne la légitimité aux représentants du personnel, via des élections professionnelles, de porter la voix des salariés sur les enjeux économiques, financiers, sociaux et désormais environnementaux (Loi climat et résilience 2021) qui touchent l'entreprise.

Ces personnes sont donc des alliés incontournables pour :

- porter vos attentes auprès de la direction, qu'ils rencontrent régulièrement lors de leurs réunions périodiques et lors de procédures annuelles de négociation ou de consultation.
- diffuser, auprès des salariés, des initiatives de sensibilisation, d'information via leurs propres canaux de communication.

Ils bénéficient, de plus, d'une protection spéciale qui leur permet de s'exprimer en toute liberté face à la direction et garderont vos revendications anonymes si vous ne souhaitez pas être identifié comme initiateur.

**Les membres du CSE.** Parmi les représentants du personnel on distingue les « membres du CSE » des « délégués syndicaux », qui bénéficient de différentes prérogatives :

- Ils sont élus lors des élections professionnelles
- Ils ont des réunions récurrentes avec la direction (qui préside le CSE), pour porter la voix des salariés sur des sujets touchant l'évolution de l'activité, les besoins de compétence, le fonctionnement de l'entreprise.
- Ils peuvent à tout moment faire remonter des attentes des salariés concernant les enjeux environnementaux / de transition écologique en insérant ces questions à l'ordre du jour de la prochaine réunion CSE

Ils sont consultés trois fois par ans dans un cadre plus formel sur trois domaines :

- La situation économique et financière de l'entreprise
- Les orientations stratégiques de l'entreprise
- La politique sociale de l'entreprise

Dans ce cadre, ils ont recours à des expertises pour analyser ces domaines et rendre un avis au regard, notamment, de la transition écologique.

Ils disposent également d'un droit d'alerte environnemental qui leur permet de protéger un lanceur d'alerte qui souhaite rester anonyme (Article L4133-2 du code du travail)

#### Les délégués syndicaux

- Ils sont mandatés par les organisations syndicales représentatives dans l'entreprise
- Ils ont la possibilité de négocier des accords sur le fonctionnement de l'entreprise afin que les salariés disposent de nouveaux avantages
- Ils ont des rdvs annuels obligatoires avec la Direction sur différentes thématiques qu'on appelle les NAO (Négociations Annuelles Obligatoires) : une négociation sur la rémunération et le partage de la valeur ajoutée dans l'entreprise, une négociation sur l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et la qualité de vie au travail, et une négociation sur la gestion des emplois et des parcours professionnels

Lors de ces négociations, les délégués du personnel peuvent demander de nouveaux avantages concernant notamment la mobilité des salariés (mobilité douce, forfait mobilité durable...), le placement de l'épargne salariale sur des investissements responsables, de nouvelles formations pour les salariés qui leur permettraient d'intégrer la responsabilité environnementale dans leur métier...

#### Les administrateurs salariés

- Ils portent la voix des salariés au sein du conseil d'administration, l'organe le plus haut de la gouvernance, et contribuent à déterminer la stratégie et les grandes orientations de l'entreprise.
- Il y en a au moins un dans les entreprises de plus de 1000 salariés (Article L225-27-1 du code de commerce)
- Ils sont élus auprès des salariés ou désignés (par le comité de groupe, le CSE, le comité central d'entreprise ou les organisations syndicales ayant obtenu le plus de suffrages au premier tour des élections).
- Ils sont soumis à un devoir de confidentialité et ne pourront pas révéler le détail des discussions qui ont lieu au conseil. Ils pourront néanmoins vous donner leur ressenti et points de vue sur les transformations à l'œuvre dans l'entreprise.
- Ils sont tout à fait dans leur rôle en écoutant les attentes des salariés et en assurant le lien avec le conseil. Il ne faut pas hésiter à leur faire part de réflexions portées par les collectifs, surtout quand elles concernent les aspects stratégiques.

Les représentants du personnel sont donc vos alliés dans la construction d'une entreprise écologiquement soutenable. Grâce à leur légitimité, ils sont à même de porter tout type de revendications auprès de votre direction, n'hésitez pas à les contacter pour vous aider dans vos démarches.

### **Pérenniser vos actions dans la durée**

Selon le contexte, vous serez ou non impliqués dans la mise en œuvre de vos propositions. Si vous êtes impliqués dans leur mise en œuvre, dotez-vous des bons outils pour la gestion du/des projets : messagerie dédiée, dossier accessible pour vos collaborateurs, planning, suivi..

Dans tous les cas, vous pourrez par exemple, en tant que salarié :

- Suivre la mise en œuvre et communiquer sur son développement pour valoriser l'engagement de toutes les personnes que vous aurez impliqué et continuer à mobiliser. Assurez-vous qu'un suivi officiel de l'action se met en place.
- Faire un bilan de votre démarche : les retours d'expérience sont essentiels. En matière d'écologie, il y a beaucoup d'incertitudes. Avancer « par itération » est la meilleure des options, et cela nécessite de faire un bilan de son expérience. De plus, ces retours peuvent nourrir d'autres démarches (en interne voire en externe !)

- Proposez aussi de nouvelles actions pour : 1) pérenniser l'activité si cela s'y prête, 2) améliorer ou renforcer l'action 3) valoriser l'action