

Références

DOSSIER DURABILITÉ

« Les candidats filtrent les entreprises sur leur mission »

L'enjeu de la durabilité touche un nombre croissant d'entreprises et d'organisations, qu'elles soient soucieuses de s'inscrire dans les objectifs climatiques, ou tout simplement craintives d'être privées à terme de ressources humaines ou de financement. La plateforme « The Shift » les accompagne dans la réalisation de leurs objectifs.

Bâti ensemble pour atteindre une économie et une société plus durables : tel est l'objectif de The Shift, autour duquel se sont fédérés près de 600 acteurs en Belgique, y compris de nombreuses entreprises. « Nombre de candidats filtrent aujourd'hui les employeurs sur la base de leur mission, en ce compris leurs objectifs de développement durable », assure Marie Delvaux, sa directrice.

Comment fonctionne The Shift ?

Nous sommes avant tout une communauté d'acteurs orientés vers le même objectif de création d'une économie et une société plus durables. Nous rassemblons plus de 550 membres de tous horizons : des ASBL, des ONG, des entreprises, des institutions publiques ou académiques, entre autres. La pierre angulaire de notre action, c'est le partage d'expertises et d'expériences en réseau. Certains membres, par exemple, souhaitent s'inscrire dans cette démarche mais ne savent pas comment faire : ils peuvent trouver du soutien dans le réseau. Nous travaillons actuellement sur quatre thèmes : le climat, la biodiversité, le travail et l'inclusion, et les droits humains, dans le cadre fondamental des 17 objectifs de développement durable de l'ONU.

Quel est le rôle des entreprises ?

Il est très important de rappeler que chaque acteur, à quelque niveau que ce soit ou quelle que soit sa sphère d'influence, a un rôle à jouer. J'entends parfois des gens se désoler qu'ils n'ont pas d'expertise en matière climatique, se demandant dès lors comment ils pourraient peser sur le cours des choses. Or ce sont tous nos comportements, tous nos métiers, nos pratiques qui doivent se transformer. Autrement dit, nul besoin d'être un expert pour s'impliquer, pour se poser des questions, pour voir les choses sous un autre angle et les challenger...

S'agissant des entreprises, elles font certes partie du problème, leur activité exerce bien évidemment un impact, mais elles ont aussi, à l'inverse, de formidables ressources sur les plans humain ou financier notamment, pour contribuer au changement. Et elles le font de manière d'autant plus efficace si elles acceptent de s'inscrire dans des démarches de partenariat, de cocréation. Les enjeux sont comparables pour tous, en réalité, et il est donc nécessaire de se rendre compte qu'on fait non seulement partie de l'équation globale, mais aussi de sa solution.

C'est dans cette perspective que s'est inscrit le lancement, en 2020, de la Belgian Alliance for Climate Action.

Nous avons lancé cette initiative en partenariat avec le WWF afin de fédérer les organisations belges qui souhaitent réduire leurs émissions de gaz à effet de serre et augmenter leurs ambitions climatiques. Toutes les organisations, quels que soient leur taille ou leur secteur d'activité, peuvent rejoindre l'Alliance, qu'elles soient déjà engagées dans le processus et prêtes à partager leur expérience ou qu'elles soient en recherche d'inspiration ou de bonnes pratiques.

Il est important de souligner que ceci s'inscrit dans le canevas des Science Based Targets (SBT, objectifs fondés sur la science, NDLR), visant à aligner les activités de ces organisations sur les objectifs de l'Accord de Paris, à savoir limiter la hausse de la température mondiale bien en dessous de 2°C et poursuivre les efforts pour la limiter à 1,5°C. Toutes les signataires s'engagent à initier le processus endéans l'année de leur adhésion, la validation de leurs objectifs étant effectuée dans les deux années qui suivent.

Tout cela est très concret : cela va de l'analyse d'un *business model* à la mise en œuvre d'ateliers pratiques, en passant par des conseils pour initier un dialogue avec les clients ou les fournisseurs, par exemple. Et ce toujours suivant le principe selon lequel celles et ceux qui sont déjà plus avancés dans la démarche sont incités à partager leur expérience avec les autres signataires, y compris au sein d'un même secteur, étant entendu que les enjeux y sont souvent comparables. Nous sommes plus que jamais convaincus que le partenariat et les échanges sont la clé du succès pour espérer rencontrer les objectifs climatiques.

« Nous sommes plus que jamais convaincus que le partenariat et les échanges sont la clé du succès pour espérer rencontrer les objectifs climatiques », Marie Delvaux, directrice de The Shift.

»



« Ce sont tous nos comportements, tous nos métiers, toutes nos pratiques qui doivent se transformer. » © FREDERIK HAMEL/YNCK

Devez-vous encore « lutter » pour sensibiliser ?

Tout est perfectible mais nous n'avons jamais touché autant de personnes dans un contexte évidemment marqué par les conséquences de la pandémie et de la guerre en Ukraine, mais pas seulement. Les motivations sont aussi en train de changer : alors qu'avant on s'adressait souvent à nous pour s'inspirer, penser à éventuellement initier une dé-

marche, on vient désormais pour mettre en œuvre des solutions.

Il faut dire que d'autres pressions se sont rajoutées sur les entreprises : la crainte d'accéder de plus en plus difficilement au financement si la preuve du caractère durable de l'activité ne peut pas être apportée, la crainte de perdre des talents ou de ne plus pouvoir en attirer. Il faut noter aussi que le caractère « durable » s'entend de manière de plus en plus large : on n'évoque pas seulement le climat, mais aussi la manière dont l'entreprise se comporte vis-à-vis de la société, de ses employés.

Tous les outils sont-ils vraiment accessibles ?

S'il y a clairement une prise de conscience qu'il faut accélérer, nombre d'organisations se posent encore beaucoup de questions sur les moyens de le faire. Plusieurs référentiels existent, les critères sont parfois complexes, mais on ne peut pas affirmer qu'il n'y a ni méthodologie ni outils. On peut évoquer la certification B Corp ou des Science Based Targets, notam-

ment. Il n'y a plus vraiment d'excuses pour ne pas initier la démarche et mettre en place des actions.

On parle beaucoup de greenwashing. Vous arrive-t-il de devoir ramener à l'ordre certains de vos membres ?

C'est une question très importante que nous avons d'ailleurs traitée au sein de notre conseil d'administration. Nous avons convenu que nous n'avions pas pour vocation de nous ériger en « police de la durabilité » et qu'il était plutôt de notre devoir de continuer à fédérer dans une optique inclusive.

En tant que tel, The Shift n'est pas une marque, ce qui limite l'intérêt de se rallier à nous dans une optique de *greenwashing*, et nous ne certifions pas davantage – certains de nos membres le font, bien évidemment. Cela limite, en ce qui nous concerne, le risque d'être utilisé à des fins qui seraient contraires à nos objectifs. Que vous font remonter les entreprises au sujet de la quête de sens de leurs employés ou des candidats

qui s'adressent à elles ?

Les entreprises évoluent dans un contexte compliqué. Le marché de l'emploi est tendu et les candidats et candidates ne sont manifestement pas prêts à accepter n'importe quoi. Aujourd'hui, certains filtrent clairement les employeurs sur la base de leur mission, en ce compris leurs objectifs de développement durable : les valeurs et la responsabilité sociale sont devenues de véritables enjeux. Il faut s'en réjouir car il s'agit, pour les entreprises, d'une motivation à bouger. Pour nombre d'entre elles, s'inscrire dans une optique de durabilité est devenu, pour ces raisons, une priorité à court terme. Je m'en rends d'ailleurs compte non seulement par le biais des conversations que je peux avoir avec nos membres, mais aussi en tant que directrice de The Shift : nous n'avons jamais reçu autant de CV de gens qui se disent prêts à renoncer à nombre d'avantages, y compris salariaux, pour venir travailler chez nous.

ENTRETIEN

BEÑOÏT JULY

Sandrine Dixson-Declève : « Le XX^e siècle a produit une illusion »

Sandrine Dixson-Declève est coprésidente du Club de Rome et conseillère en transition économique et environnementale auprès de l'Union européenne, notamment. Il faut, à ses yeux, tourner le dos au « business as usual » du passé si on veut répondre aux défis de l'avenir : « Il faut réinventer la société. »

ENTRETIEN

BENOÎT JULY

Célébre, notamment, pour la publication de son « rapport Meadows » qui, dès 1972, alertait sur les limites de la croissance, le Club de Rome ne cesse de réfléchir aux moyens de sortir de ce cercle infernal. Nous avons interrogé Sandrine Dixson-Declève, sa coprésidente, en marge de sa participation au Forum économique mondial de Davos en mai dernier.

Le monde actuel s'est-il fourvoyé ?

Pendant des années, les décideurs, qu'ils soient politiques ou économiques, ont refusé d'intégrer l'idée que la croissance était limitée car l'économie, occidentale en tout cas, était en plein boom : ils n'ont pas voulu que cela s'arrête, refusant d'en appréhender les conséquences tant sur le plan environnemental que social. Dans le même temps, en sus de constater ce qu'on n'a pas fait, on peut aussi tirer les leçons de ce qui, malgré tout, a été engrangé, même si c'est de manière imparfaite. Des avancées ont été réalisées, notamment sur le plan des législations protégeant l'environnement, mais celles-ci ont été édictées sans approche globale, se focalisant l'une sur l'air, l'autre sur l'eau ou le sol, et en particulier sans s'inscrire dans le cadre global du changement climatique. On a aussi beaucoup appris sur la taxation, par exemple, notamment ce qu'il faut faire pour décourager ce qui est néfaste et encourager ce qui ne l'est pas, mais les politiciens n'ont pas eu le courage de mettre cela en œuvre.

Les crises actuelles, comme la pandémie ou la guerre en Ukraine, accélèrent désormais le mouvement...

La prise de conscience est réelle, afin notamment de diminuer notre dépendance aux énergies fossiles, mais il faut absolument qu'on agisse plus vite car on n'a plus le temps. Cette action doit être collective, elle doit unir les générations et non les opposer, dans le but d'élire les leaders, hommes et femmes, qui vont agir véritablement, dans le but de consommer différemment, dans le but de créer, dans ce contexte très anxiogène et bousculé, de nouveaux espoirs et de nouvelles opportunités. Les prémices de ces changements de



« La prise de conscience est réelle, mais il faut absolument qu'on agisse plus vite, car on n'a plus le temps. » © JEREMY DIXSON

comportements sont là : on voit des jeunes qui ne veulent plus posséder de voiture, ne passent même pas leur permis de conduire, s'engagent dans une mobilité différente, plus douce et partagée, par exemple.

Cette interview est réalisée alors que vous participez au Forum de Davos. Est-ce la fin de la mondialisation heureuse ? Le thème d'une autre croissance est-il vraiment en train de germer ?

Il est très important de ne pas envisager de construire l'avenir sur les mêmes fondements que le passé, en reprenant le *business as usual*. C'est le véritable enjeu : ne pas reproduire nos erreurs, ne pas diminuer notre dépendance au gaz russe, par exemple, en investissant dans de nouvelles voies d'approvisionnement, mais bel et bien en investissant massivement dans le renouvelable et dans l'efficacité énergétique. On a appris, pendant la pandémie, qu'on pouvait effective-

ment changer, et même de manière très rapide. Mais il nous manque encore un dialogue vraiment constructif avec le citoyen, qui lui démontre le bénéfice d'agir autrement tout en l'impliquant concrètement. La hausse des prix, par exemple, ne doit pas seulement être appréhendée sous l'angle du pouvoir d'achat, mais aussi par le biais d'une moindre consommation car il est évident que nous consommons beaucoup trop. En Australie, on a pu démontrer que face au risque de sécheresse, il était plus

Cette société nous a rendus malades, addicts à la consommation de biens matériels, nous détournant de ce qui procure réellement du bonheur.

”

efficace d'engager un dialogue actif avec les citoyens sur les moyens de diminuer la consommation d'eau plutôt que d'en augmenter le prix. Les rapports de puissance appartiennent au passé, le dialogue est la voie de l'avenir.

Des prises de décision radicales ont été prises en Europe, dans le cadre du Green Deal, de RepowerEU. Qu'en pensez-vous ?

Investir dans le renouvelable est effectivement indispensable, mais il ne faut tout de même pas occulter le fait que, pendant ce temps, on

continue à développer des infrastructures dans le gaz, ce qui donne un très mauvais signal. Il ne faut pas non plus négliger un exercice de réflexion indispensable : pourquoi n'a-t-on pas progressé sur le plan de la lutte contre le changement climatique alors que cela fait des années qu'on en parle et qu'on annonce des investissements ? Il faut en tirer les leçons et avancer beaucoup plus vite, imaginer des infrastructures plus efficaces, plus *smart*, et éviter de recréer de nouvelles dépendances vis-à-vis de certaines ressources : la résilience doit induire une manière de penser notre développement de manière beaucoup plus locale qu'auparavant.

Va-t-on, comme le redoutent nombre de citoyens, vers un mode de vie imposant des sacrifices par rapport au passé ?

De quels sacrifices parle-t-on ? Vis-à-vis de la vie que nous avons connue dans les pays riches au XX^e

siècle ? Mais cette société n'augmente plus notre bien-être depuis des années, elle nous a rendus malades, *addicts* à la consommation de biens matériels, nous détournant de ce qui procure réellement du bonheur : des rapports harmonieux avec nos semblables et la nature. En ce sens, le XX^e siècle a surtout produit une illusion de prospérité. Notre société est en souffrance désormais, elle n'a jamais provoqué autant de maladies, de mal-être, de burn-out. Il n'est donc pas question de parler de sacrifice, mais de quête du bonheur. Non seulement pour nous-mêmes, mais aussi pour les autres habitants de cette planète dont les ressources doivent être partagées et non exploitées comme elles l'ont été.

Le modèle économique doit-il changer ?

L'innovation doit en tout cas être systémique : ceux qui pensent, par exemple, que la technologie va tout régler sont aveuglés. L'innovation doit aussi être financière car il

« On de prospérité »

est évident que notre économie est trop arrimée aux indicateurs financiers de court terme. Il faut une autre relation avec les actionnaires, avec l'industrie, avec les travailleurs aussi. Regardez à quelle vitesse le monde du travail a changé : les gens ne veulent plus de déplacements incessants vers des centres urbains pollués, ils sont en quête de sens dans leur travail, ils souhaitent davantage d'emplois de nature sociale ou environnementale, davantage tournés vers le service au citoyen. Ce qui est intéressant, et c'est d'ailleurs ce que le Club de Rome affirme dans sa publication « Earth for All », c'est qu'il y a moyen de reconnaître la valeur à cela, du travail de qualité à la promotion de biodiversité. Dans la vision du Club de Rome, il est urgent de repenser le contrat social en y incluant la valeur non seulement économique, mais aussi sociale et environnementale.

Force est de constater que l'on considère encore le social, ou l'environnemental, avant tout comme un coût...

Effectivement, et c'est la raison pour laquelle il nous faut utiliser d'autres indicateurs que le seul PIB, qui prennent réellement en compte cette valeur. En dépit, en Europe à tout le moins, d'un niveau de taxation relativement élevé, la redistribution n'est pas optimale. La perception, d'ailleurs, ne l'est pas non plus à l'instar de certains milliardaires, à l'instar de Warren Buffet, plaident désormais pour que les riches contribuent davantage. Mais il faut pour instaurer cette vision politique à long terme, portée par du courage et de la créativité. On voit désormais des gouvernements s'inscrire dans une démarche de bien-être, comme en Écosse, en Finlande, en Islande, au pays de Galles et en Nouvelle-Zélande. La Région de Bruxelles-Capitale s'est elle aussi inscrite dans une démarche de transition écologique et solidaire en adoptant le modèle Donut (porté par l'économiste Kate Raworth, ce modèle instaure un plancher social et un plafond écologique, soit un espace au sein duquel nous devons redéfinir notre bien-être, NDLR).

Nonobstant ces initiatives, la déception vis-à-vis du monde politique est grande. Au point que certains préfèrent s'en remettre aux acteurs économiques pour changer ?

Il y a effectivement des investisseurs qui sont prêts désormais à mettre de la valeur sur ce qui est durable, par le biais notamment des critères ESG (sociaux, environnementaux et de gouvernance, NDLR) qui sont de puissants facteurs de changement car ils fondent, en réalité, la résilience des entreprises qui les adoptent. Il faut regretter à cet égard que les entreprises qui veulent réellement s'ins-

On a aussi beaucoup appris sur la taxation, par exemple, notamment ce qu'il faut faire pour décourager ce qui est néfaste et encourager ce qui ne l'est pas, mais les politiciens n'ont pas eu le courage de mettre cela en œuvre.

”

faut continuer d'avancer.

Comment, dès lors, quand on souhaite s'investir dans la transition via son travail, déterminer l'employeur idéal ?

Il y a encore du *greenwashing*, c'est évident, comme des banques qui continuent de financer des activités néfastes, par exemple, en affirmant le contraire. Mais les critères ESG sont un pas dans la bonne direction, qui permettent au candidat de se faire une idée. Il faut en tout cas promouvoir la transparence : les entreprises sont en devoir de répondre aux candidats,



Sandrine Dixon-Declève, coprésidente du Club de Rome. © JEREMY DIXSON

crire dans la transition climatique ne soient pas toujours aidées par les politiques, comme en témoignent les aléas de la taxonomie européenne qui vise à classer les activités économiques en fonction de leur impact favorable sur l'environnement et qui a conduit finalement à y intégrer à la fois le gaz et le nucléaire. Il y a de fait une complexité méthodologique à identifier les critères en mesure de déterminer ce qui est vert ou ce qui ne l'est pas vraiment, mais l'apprentissage est permanent et il

jeunes notamment, qui veulent s'investir dans la transition en leur montrant ce qu'elles font ou comptent faire concrètement. À cet égard, n'oublions pas que l'économie européenne est constituée à 99% par des PME au sein desquelles la possibilité de mesurer l'impact de sa propre action est plus aisée que dans une multinationale. Quoi qu'il en soit, la seule affirmation des objectifs n'est plus suffisante désormais, il faut agir, de manière urgente et déterminée.

L'innovation doit en tout cas être systémique : ceux qui pensent, par exemple, que la technologie va tout régler sont aveuglés. L'innovation doit aussi être financière car il est évident que notre économie est trop arrimée aux indicateurs financiers de court terme.

”

Chez GoodPlanet, le développement durable rentre dans le concret

Pour promouvoir le développement durable, il y a les grands principes... et les petits pas. C'est sur ce plan, tout aussi important, que travaille GoodPlanet Belgium : dans les écoles, dans les entreprises, les projets se construisent et se déclinent au quotidien.

Quand il évoque la pandémie, Jo Van Cauwenberge grimace et sourit à la fois. « Je grimace parce que notre activité consiste à aller tous les jours sur le terrain, dans les écoles, dans les entreprises, pour y faire de la sensibilisation et coconstruire des projets ancrés sur le développement durable », commente le directeur de GoodPlanet. « Au plus fort de la pandémie, tout cela s'est quasiment arrêté et nous avons même dû nous séparer de collaborateurs vu la chute de notre activité. »

Le sourire est quant à lui lié au constat que la pandémie a très profondément secoué les consciences. « Avant, nous devions faire beaucoup d'efforts pour convaincre. Désormais, on vient vers nous de manière spontanée. » La traduction en nombre de collaborateurs est édifiante : 82 avant la crise sanitaire, 61 au milieu celle-ci et 102 aujourd'hui...

Né il y a 25 ans, GoodPlanet entend donc développer les « bonnes pratiques » en se fondant sur l'espoir, mais aussi le constat que les actions menées sur le terrain témoignent d'une redoutable efficacité.

« Nous travaillons beaucoup avec les écoles car nous exerçons alors un impact très en amont. Quand nous y animons des ateliers GoodCook dédiés à une alimentation saine et durable, par exemple, nous savons que les enfants qui y ont découvert la saveur des fruits et des légumes de chez nous y sensibilisent leurs parents en rentrant à la maison. »

Dans les entreprises ? La démarche est comparable.

« Nous y travaillons dans le cadre d'activités de *team building* dédiées à un thème spécifique, comme le « zéro déchet » par exemple. Nous agissons aussi de manière plus globale, avec la Belgian Association for Climate Action, pour développer dans les entreprises des ateliers qui permettent d'impliquer les collaborateurs de manière participative. C'est une méthode très puissante car les employés formés et motivés intégreront plus facilement les changements et inspireront leurs collègues, et même leurs chefs. Ces personnes ont en outre la connaissance du terrain qui permet de s'assurer que les solutions envisagées, en matière d'économies d'énergie sur une chaîne de production par exemple, seront pleinement efficaces. Enfin, ce qui est appris et intégré sur le plan professionnel implique souvent aussi des changements dans la sphère privée. »



Jo Van Cauwenberge, le directeur de GoodPlanet : « Désormais, on vient vers nous de manière spontanée. »

© D.R.

Le GoodSchool DigiTool C'est donc bel et bien en partenariat avec les entreprises que GoodPlanet déploie sa stratégie, y compris d'ailleurs pour les aider à développer la leur.

« On est parfois critiqué pour cela », regrette Jo Van Cauwenberge. « Or, les entreprises sont partie prenante des solutions : on ne va pas lutter contre le changement climatique en faisant front contre les entreprises, mais en travaillant avec elles pour qu'elles intègrent davantage cela dans leur business et développent des solutions concrètes. »

C'est d'autant plus vrai que ce sont les collaborateurs eux-mêmes qui, bien souvent, souhaitent et appuient le changement. « S'ils reçoivent la bonne information, soutenue

par des bases scientifiques et correctement vulgarisées, l'envie de changement se concrétise rapidement », poursuit notre interlocuteur. « Vis-à-vis de l'extérieur, et vis-à-vis des candidats sur le marché de l'emploi, montrer ce qu'on réalise est aussi très porteur : cela prouve que l'employeur n'est pas seulement dans le déclaratif mais dans l'action, et que cette action imprègne toutes les activités de l'entreprise. »

Quant à celles et ceux qui doutent de l'opportunité d'agir à petite échelle, Jo Van Cauwenberge n'hésite pas à partager la maxime selon laquelle ce sont les petits ruisseaux qui font les grandes rivières.

« Nous avons lancé dès 2013 un partenariat avec Proximus pour récolter des téléphones usagés dans les écoles en Flandre et à Bruxelles », raconte-t-il, soulignant que cette initiative a permis de récolter plus de 150.000 GSM hors d'usage auprès de 1.200 écoles, qui ont reçu en échange près de 3.000 ordinateurs reconconditionnés. « C'est sur cette base que nous avons décidé d'aller plus loin en proposant aux écoles un GoodSchool DigiTool, qui permet aux élèves, aux enseignants et aux directions de suivre, entre autres, leur consommation énergétique, de se comparer avec des éta-

« Les écoliers qui ont découvert la saveur des fruits et des légumes de chez nous y sensibilisent leurs parents en rentrant à la maison », Jo Van Cauwenberge, directeur de GoodPlanet

”

blissements de taille similaire et de mettre en place des actions pour améliorer l'empreinte carbone. »

Surtout, c'est sur la multiplication de petits projets que capitalise GoodPlanet afin d'exercer un effet significatif. « Une école sensibilisée à son empreinte climatique, c'est bien, mais 500, c'est mieux », sourit le directeur de GoodPlanet qui, cependant, reconnaît que les actions de son organisation ne sont pas suffisamment connues. « Notre valeur ajoutée est appréciée par celles et ceux avec qui nous travaillons, mais nous pourrions augmenter notre notoriété afin de toucher un plus large public. Ceci étant, avec les demandes qui s'adressent à nous pour l'instant, nous ne manquons pas de travail, que du contraire », assure-t-il.

« Si nous en avons les moyens, nous recruterons davantage : nous avons besoin de jeunes qui ont envie de s'investir sur le terrain, mais aussi de personnes expérimentées qui peuvent gérer des équipes et des projets », précise-t-il. « Nous sommes d'ailleurs actuellement à la recherche de renfort pour notre équipe de communication. »

BENOÎT JUILY

Une société belge leader sur le plan technologique... et des valeurs !

Créée en 1986, la société IBA – Ion Beam Applications – est à la pointe, au niveau mondial, dans la technologie médicale basée sur les accélérateurs de particules. Mais elle est bien plus que cela : elle est la première société belge cotée en bourse certifiée BCorp. Une belle reconnaissance pour celle qui s'attache, depuis 35 ans, au développement de valeurs sociales fortes, dont la création d'emplois de haute qualité.

IBA est le leader mondial en matière de protonthérapie, considérée comme la forme la plus sophistiquée de radiothérapie. Elle développe aussi d'autres applications médicales basées sur des techniques d'accélération de particules et est active dans le domaine de l'assurance qualité. Outre le caractère particulièrement utile de son activité et son très haut



IBA est le leader mondial en matière de protonthérapie, considérée comme la forme la plus sophistiquée de radiothérapie. Elle développe aussi d'autres applications médicales basées sur des techniques d'accélération de particules. © DR

degré de technologie, cette entreprise est également pionnière dans le domaine sociétal.

Des valeurs fortes et durables
Comme le précise Frédéric Nolf,

Chief HR & Sustainability Officer, « dès la création de l'entreprise, son fondateur a eu la volonté d'en faire une société avec des valeurs très fortes. Tout d'abord par la structure de

son actionariat 100 % belge et donc ancré dans notre tissu socio-économique.

Ensuite, et peut-être surtout, par la création d'un grand nombre d'emplois, tous de

qualité, c'est-à-dire dans lesquels les gens se plaisent et se sentent respectés. Et bien sûr, il y a la nature même de notre activité, qui est de sauver et préserver des vies. »

Cette ambition de faire du bien autour d'elle et au profit de l'humanité s'est vue récompensée l'an dernier. IBA est la première société belge cotée en bourse à être certifiée BCorp. « Cette certification, précise notre interlocuteur, est délivrée au terme d'une procédure d'audit particulièrement stricte. Menée par un organisme indépendant, elle permet d'objectiver notre impact en termes de durabilité. Ceci concerne l'aspect social, sociétal et environnemental et implique toutes nos parties prenantes : actionnaires, collaborateurs, clients, fournisseurs, monde académique, etc. Au-delà d'une certification,

B Corporation est un mouvement mondial dont la devise est : « Être les meilleures POUR le monde et non pas les meilleures AU monde ! »

Une centaine de postes à pourvoir

L'entreprise occupe aujourd'hui quelque 1.700 personnes, dont une moitié en Belgique et l'autre répartie dans une quinzaine d'autres pays. Et bonne nouvelle : « IBA est à la recherche constante de personnel. En Belgique, près d'une centaine de postes sont vacants à l'heure actuelle », souligne le responsable des ressources humaines. « Cela concerne nombre de profils techniques – ingénieurs, spécialistes du digital, etc. – mais aussi des techniciens de talent



Frédéric Nolf, Chief HR & Sustainability Officer. © DR

pour assembler les cyclotrons. » Sur le plan technique, IBA est en effet avant tout une entreprise utilisant des cyclotrons, ce qui nécessite le développement de logiciels. « Peu d'ingénieurs ont l'occasion d'accéder à de tels systèmes. À telle enseigne que la formation est l'un des moteurs de l'entreprise, pour tous nos collaborateurs d'ailleurs. » Cela aussi fait partie de l'aspect sociétal de l'entreprise.

Enthousiaste, Frédéric Nolf conclut sur un dernier atout d'IBA : « Notre cadre de travail permet aux travailleurs de soumettre des propositions en vue d'améliorer le fonctionnement de l'entreprise... et favorise aussi l'esprit de camaraderie et la simplicité dans les contacts. »

Philippe Van Lil

IBA est la première société belge cotée en bourse à être certifiée BCorp. « Cette certification est délivrée au terme d'une procédure d'audit particulièrement stricte. Menée par un organisme indépendant, elle permet d'objectiver notre impact en termes de durabilité. Ceci concerne l'aspect social, sociétal et environnemental et implique toutes nos parties prenantes : actionnaires, collaborateurs, clients, fournisseurs, monde académique, etc. » précise Frédéric Nolf, Chief HR & Sustainability Officer.

Nous ambitionnons d'être une locomotive en matière d'ESG

En matière de durabilité et d'ESG (Environnement, Social & Governance), il y a les entreprises qui suivent le mouvement et puis, il y a celles qui décident de le mener. Comment une fermeture des bâtiments, un déménagement ou encore un mouvement qui mobilise des collaborateurs engagés peuvent-ils impacter l'empreinte carbone d'une société ?

La question de la durabilité n'est pas neuve chez Ethias, entreprise active dans le secteur des assurances. « Notre ambition est grande en matière d'ESG (Environnement, Social & Governance) », explique Julien Balistreri, DRH chez Ethias. « Nous ne souhaitons pas être un wagon dans le train vers plus de durabilité mais bien être la locomotive. Nos premiers plans en la matière remontent à 2007. Dix ans plus tard, nous avons lancé le plan "Change over" dont l'objectif était de réduire nos émissions de CO2 de 30 % d'ici 2025 et d'être "zéro carbone" en 2030. Avec 4 ans d'avance, on a déjà atteint les -30 %, ajoute-t-il. C'est évidemment passé par une rationalisation des bâtiments (Ethias s'approprie à déménager dans un bâtiment qui



L'assureur a récemment lancé le ReGeneration Movement. Il y invite les employés à davantage s'engager et se mobiliser. Ils ont été sondés à propos des sujets qui les touchent et diverses initiatives ont vu ou verront le jour comme un vide-dressing solidaire, des projets de reforestation en Afrique, des formations et des conférences inspirantes, des journées « mains en terre », par exemple, pour nettoyer des cours d'eau ou encore des aides à des associations de jeunes défavorisés. © DR

utilisera notamment l'eau pour produire son électricité et un incinérateur à déchets pour son chauffage), une réduction de la consommation d'énergie mais aussi un changement de stratégie au niveau des véhicules (devenus davantage éco-responsables).

Fermeture hebdomadaire
« La réflexion a été multiple », ajoute Julien Balistreri. « On s'est vraiment posé la question de savoir comment on pourrait accélérer le mouvement. Il y aura le déménagement

en 2024 mais on a aussi eu envie de travailler sur le pouvoir d'achat des collaborateurs. Se déplacer pour venir travailler coûte cher. On est déjà à 50 % de télétravail et on a regardé quel impact pourrait avoir sur l'empreinte carbone la fermeture de nos sièges un jour par semaine (le lundi). Une journée de télétravail émet 440 gr de CO2. Or, un véhicule diesel émet 132 gr par kilomètre. Donc, si le trajet vers le travail est supérieur à 2 kilomètres, la balance est avantageuse. La fermeture du lundi



Julien Balistreri, DRH chez Ethias. © DR



Anais Grétry, Marketing Researcher. © DR

La question de la durabilité n'est pas neuve chez Ethias. « Nous ne souhaitons pas être un wagon dans le train vers plus de durabilité mais bien être la locomotive. Nos premiers plans en la matière remontent à 2007. Dix ans plus tard, nous avons lancé le plan "Change over" dont l'objectif était de réduire nos émissions de CO2 de 30 % d'ici 2025 et d'être "zéro carbone" en 2030. Avec 4 ans d'avance, on a déjà atteint les -30 %, explique Julien Balistreri.

(effective depuis un mois) permet d'économiser 2,8 tonnes de CO2 par semaine. »

Pour ce qui est de la charge financière pour les collaborateurs, l'entreprise intervient dans le prix de la connexion web et propose une indemnité journalière pour le télétravail. « Ce qui a des effets sur l'équilibre vie privée/vie professionnelle. Plus de 90 % de nos collaborateurs apprécient le télétravail. »

Assureur responsable

L'entreprise se montre aussi très sensible aux défis sociétaux. « Quand je suis arrivée dans l'entreprise il y a 4 ans, elle s'impliquait déjà en tant qu'assureur responsable qui met en place des initiatives où chaque collaborateur qui le souhaite peut s'investir dans des récoltes de dons pour les démunis, du mentoring pour les demandeurs d'emploi, des dons de mobilier à des associations... », explique Anais Grétry, Marketing Researcher. Par la suite, un département "Sustainability" a été créé et chaque équipe est désormais en contact avec lui, à

« L'idée n'est pas de simplement limiter son impact négatif sur la planète mais vraiment d'avoir une vision à plus long terme, de redonner plus à la planète que ce qu'on lui prend et de travailler à sa bonne santé »

travers un ambassadeur présent dans chaque département.

Récemment, l'assureur a lancé le ReGeneration Movement. Il y invite les employés à davantage s'engager et se mobiliser. « L'idée n'est pas de simplement limiter son impact négatif sur la planète mais vraiment d'avoir une vision à plus long terme, de redonner plus à la planète que ce qu'on lui prend et de travailler à sa bonne santé ». Les collaborateurs ont été sondés à propos des sujets qui les touchent et diverses initiatives ont vu ou verront le jour comme un vide-dressing solidaire, des projets de reforestation en Afrique, des formations et des conférences inspirantes, des journées « mains en terre », par exemple, pour nettoyer des cours d'eau ou encore des aides à des associations de jeunes défavorisés. Ajoutons à cela le hashtag *WeAreFamily* qui fait partie des thèmes et des valeurs de l'entreprise. « Quand une initiative est menée, on est serre les coudes ensemble, on est solidaire comme une équipe, comme une famille », conclut Anais Grétry, heureuse de l'engouement qu'elle qualifie de « très fort » de la part des membres du personnel. Les jeunes, comme les plus anciens.

Laurence BRIQUET

De jeunes entrepreneurs et bénévoles challengent la ministre Tellier

Invitée à la présentation du premier bilan annuel d'une ASBL qu'elle soutient, la ministre wallonne Céline Tellier (Écolo) n'a pas perdu son temps. Les jeunes de l'association et plusieurs jeunes entrepreneurs présents ont profité de l'occasion pour l'interpeller et témoigner de leur expérience. Des propos parfois directs mais qui ont semblé intéresser l'élue.

Au Parlement, sur les plateaux télé ou en radio, la ministre Céline Tellier a l'habitude de passer sur le grill. Elle s'y attendait peut-être moins face à de jeunes bénévoles et entrepreneurs.

Le 3 juin dernier, l'Écolo était en effet invitée à Naninne par l'ASBL Corporate Regeneration. Cette association, dont nous vous avons déjà parlé, a un objectif ambitieux : « régénérer » l'économie en envoyant des jeunes dans les entreprises. Non pas pour qu'ils y apprennent quelque chose, mais au contraire pour qu'ils poussent les entreprises à réfléchir sur



Floriant, Louis et Thomas, trois jeunes bénévoles de Corporate Regeneration. © DR.

leurs pratiques. Et à l'heure de la lutte contre le dérèglement climatique, les jeunes de Corporate Regeneration ne se gênent pas pour pousser à des changements radicaux. La maison Dandoy, la brasserie Dupont, NRJ/Nostalgie ou encore Danone figurent parmi les premiers bénéficiaires des conseils des jeunes bénévoles.

L'ASBL est soutenue financièrement par Céline Tellier. L'un de ses fondateurs, Olivier Bouche, voulait donc présenter le bilan de la première année d'activité à

la ministre. Lieu du rendez-vous : le magasin D'ici, qui a accueilli dans ses locaux un des jeunes de Corporate Regeneration. Le choix n'est pas dû au hasard, D'ici se présentant comme un supermarché de produits locaux. On y trouve tout le confort de la grande distribution (grand choix, magasin bien agencé, parking facile...), mais les produits sont à 90 % belges. Et ils viennent souvent de petits producteurs.

Plusieurs d'entre eux, de jeunes entrepreneurs, étaient

donc présents à la table ronde de Corporate Regeneration. Des bénévoles motivés, de jeunes patrons passionnés et une ministre ouverte : la discussion ne pouvait être qu'intéressante.

Les difficultés de la qualité
Louna et Elisa Filippi ont par exemple créé « Noisettes et Morilles », une entreprise qui propose des plats de saison avec des produits locaux de qualité. Une philosophie bien dans l'air du temps... mais qu'il est compliqué de rentabiliser. « Nos matières premières sont plus chères », expliquent ainsi les deux Namuroises. Or, les clients n'en ont pas toujours conscience. Les règles de l'AFSCA, plutôt prévues pour une production alimentaire industrielle, handicapent aussi le travail des deux entrepreneuses. « Notre seule possibilité, pour respecter les exigences de l'AFSCA, c'est d'utiliser une cuisine partagée. »

Paul Navez, lui, est le cofondateur de la Biscuiterie Namuroise. Une jeune entreprise en pleine croissance, axée elle aussi sur les produits de qualité et les matières premières locales autant que possible. « Mais on est obligés de se faire certifier par des organismes qui ne sont pas très respectueux », regrette-t-il. La Biscuiterie Namuroise s'est ainsi déjà fait critiquer par les services de l'État car ses biscuits n'ont pas tous un format identique, standard...

D'ici, de son côté, a profité de la venue de Louis, un des jeunes bénévoles de Corporate Regeneration, pour avancer vers l'obtention de la certification B-Corp, qui atteste des effets positifs sur le monde d'une société. « Mais quand on voit



Céline Tellier, Ministre de l'Environnement, de la Nature, de la Forêt, de la Ruralité et du Bien-Être animal, en visite au magasin D'ici de Naninne avec son patron, Frank Mestdagh. © DR.

que des multinationales ont obtenu la certification, on peut se poser des questions », lance Louis, d'un regard critique.

François Honoré, quant à lui, dirige « The Third Territory ». Basé à Bruxelles et Mons, il s'agit d'un bureau de consultance stratégique auprès du secteur public et d'un bureau de conseil stratégique en géomarketing pour le privé. Il a aussi accueilli un jeune bénévole de Corporate Regeneration. Et pour lui, l'avenir, c'est la triple comptabilité. « On avancera quand, à côté des résultats financiers, les entreprises devront aussi présenter leurs bilans humain et environnemental. »

Enfin, Floriant et Thomas, deux bénévoles de l'asbl, ont interpellé Céline Tellier sur ses réelles marges de manœuvre.

« Est-ce que ce n'est pas au niveau européen que ça se joue ? Où est-ce que les changements sont les plus efficaces ? »

La ministre Écolo a défendu l'action du gouvernement wallon. Elle a assuré que des initiatives étaient prises pour faciliter la vie des jeunes entrepreneurs, comme rendre plus facile la mutualisation de certains coûts. « Mais ce qui me frappe le plus, ici, c'est l'envie. Il y a une créativité, parfois une certaine rébellion. » Et chez tous les intervenants, la volonté de garder du sens dans ce qu'ils font.

Céline Tellier a d'ailleurs pris note attentivement des remarques et collecté les coordonnées de chacun. Une future réforme wallonne est peut-être née ce 3 juin.

Christophe Halbardier



GIGA

Ensemble, construisons le réseau du futur !

Passionné par la technique et la technologie ?

Viens découvrir les métiers d'avenir au **GIGA JOB DAY** de **VOO**.

Lieu : **site VOO Ans**

Rue Jean Jaurès, 46 à 4430 Ans

Date : le **mardi 21 juin**, de 10:00 à 19:00

Plus d'infos





C'EST VOUS, LA PERSONNE QUE NOUS RECHERCHONS ?

Cuisines Dovy est une PME avant-gardiste, spécialisée depuis 42 ans dans la fabrication de cuisines sur mesure. Dovy gère la totalité du processus, depuis la fabrication jusqu'à la vente de ses produits, par le biais d'un réseau de 35 salles d'exposition.

Suite à la croissance continue de son réseau, Dovy recherche :



MONTEURS DE CUISINE SALARIÉS OU INDÉPENDANTS

Vous êtes un monteur de cuisine qualifié.

- ✓ Placement de meubles
- ✓ Installation et raccordement de plomberie et des appareils électriques
- ✓ Placement des plans de travail en granit

Intéressé ?

Contactez-nous via jobs@dovy.be

VENDEUR / EXPERT-CONSEIL CUISINISTE DOVY WAVRE

Êtes-vous passionné par des cuisines, avez-vous les aptitudes commerciales et le souci du détail ? Alors vous serez peut-être la personne idéale pour aider nos clients potentiels à réaliser la cuisine de leurs rêves !

Intéressé ?

À vous de nous convaincre de vos talents commerciaux ! Envoyez votre CV + votre photo à : mario.muylle@dovy.be



www.dovy.be/emploi

Comfort Energy recherche : Chauffeurs C

- > Livraisons régionales
- > Package salarial attractif
- > Camion personnel



Consultez notre site www.comfortenergy.be et postulez en ligne. Plus d'infos : jobs@comfortenergy.be ou 064 51 95 98.



Comfort Energy, Rue du Marché Couvert 14, 6600 Bastogne

200115678

ALERTE JOB

CAISSIER(E) STATION-SERVICE
CDD 9 MOIS | 40H/SEM
HORAIRES VARIABLES

- EFFECTUER DES OPÉRATIONS DE CAISSE DE MANIÈRE AUTONOME.
- ENREGISTRER LES PAIEMENTS.
- METTRE EN RAYON LES ARTICLES.
- EFFECTUER LES COMMANDES AUPRÈS DES FOURNISSEURS.
- AIDER LES CLIENTS AVEC PROFESSIONNALISME.



ENVOYEZ VOTRE CV VIA RH@DPS.LU

201110604

martelange.lu

2001156826

ALERTE JOB LA VINOOTHÈQUE À MARTELANGE recherche un(e) passionné.e de vins, de spiritueux et cigares

**40H/SEM - CDI
CONSEIL - VENTE**

Plusieurs années d'expérience dans le vin est indispensable !

Tu es notre perle rare ?
Fais-nous parvenir ton cv via RH@DPS.LU

La Vinothèque

martelange.lu

2001156402

De Gréngé Jeannot



DE GRÉNGÉ JEANNOT SARL

Rédange-sur-Attert • Luxembourg
ENTREPRISE PARCS ET JARDINS

RECHERCHE

CHEF D'ÉQUIPE

- Très bonne connaissance des plantes
- Savoir diriger une équipe
- Connaissance des travaux d'entretien et de création d'espaces verts
- Qualifié et expérience souhaitée

JARDINIER EXPÉRIMENTÉ

- Plantation, taille, entretiens divers
- Expérience souhaitée et connaissance des plantes.

CONTRAT
TEMPS-PLEIN
CDI

Lettre de motivation et CV sont à transmettre :
par email : info@grengé-jeannot.lu

ou par courrier : 30 i, rue de Niederpallen, Z.A.E. Solupla, L-8506 REDANGE-SUR-ATTERT

2001156824

WAGON LÉO

Rejoignez une équipe soudée et dynamique!
LE RESTAURANT BRASSERIE LÉO à Bastogne
est le rendez-vous incontournable de tous les amateurs de bonne cuisine de brasserie "depuis plus de 75 ans"

RECHERCHE SALLE, CUISINE
Demi- chef de partie, chef de partie*

CONTRAT TEMPS PLEIN CDI... CHEZ NOUS C'EST "LA" DIFFÉRENCE
2 1/2 j repos par sem. Ttes heures suppl. rémunérées brut / net*
*salaire évolutif à pd 2600 €

Possibilité de logement.
2 semaines de vacances début juillet. 3 semaines de vacances Noël et Nouvel An chaque année

Votre CV: grh@resto-leo.be ou appelez au 061/21.14.41
www.wagon-leo.com

Scanne-moi et découvre-nous!

2001156104

MARIE - 29 ANS
Bio-Ingénieur
Grâce à Références,
elle a trouvé
un job qui peut
sauver des vies.



Toi aussi tu veux
trouver un job ?
Retrouve plus de
2.500 emplois qui
n'attendent que toi
sur referances.be!

Toutes les carrières sont sur

Références
88 0 2 3

20011673-9

S. A.
DAIX
philippe

**chauffage
sanitaire**

Rue du Grand-Cortil, 85 • LOYERS (Namur)

En vue d'une formation d'équipe

Ouvriers qualifiés motivés

Des apprentis motivés

Contrat d'apprentissage en chauffage & sanitaire
ENTRÉE IMMÉDIATE.

Sur RDV au 081/58.25.17 entre 8h et 12h

2001138257



by Références

COMMUNAUTÉ D'INSPIRATION
SUR L'HUMAIN AU TRAVAILRÉUSSIR LE RETOUR EN ENTREPRISE
ET L'HYBRIDATION DU TRAVAIL

VERS UNE EXPÉRIENCE COLLABORATEUR.TRICE INCLUSIVE

PROGRAMME ET INSCRIPTION :

www.htagcampus.be

Après deux ans de pandémie, les DRH sont face au défi de faire revenir les collaborateurs « dans les murs » et de trouver de nouveaux équilibres entre présence et travail à distance. Pour y réussir, l'intuition s'installe que la vie au bureau doit être transformée pour constituer une « expérience positive » tant pour le travailleur, l'équipe et l'organisation.

25-26 AOÛT 2022

SUMMER CAMPUS

Van der Valk, Nivelles

Pourquoi revenir travailler au bureau si c'est pour y faire ce qu'on fait très bien, voire mieux, à domicile ? C'est là que le concept d'employee experience peut constituer une boîte à outils intéressante.

Le Htag Summer Campus explorera comment la mobiliser sur base de travaux académiques, de partages d'expériences et via des ateliers de création.



Éric Pezet

PROFESSEUR À L'UNIVERSITÉ
PARIS NANTERRE

Muriel Bernard

CEO DE EFARMZ



Hugues Botman

CHIEF PEOPLE EXPERIENCE
CHEZ PFIZER

Anne Vonbank

CO-AUTRICE D'AU CŒUR DE
L'EXPÉRIENCE COLLABORATEUR

Isabelle Meulemans

DIRECTRICE GÉNÉRALE
DE TALENT.BRUSSELS

Paola Murgia

RESPONSABLE PEOPLE
EXPERIENCE CHEZ N-SIDE

Marine Bernard

CHERCHEUSE CHEZ CONSEIL
& RECHERCHE

Olivier Rijckaert

AVOCAT-ASSOCIÉ
CHEZ SOTRA

LE HTAG SUMMER CAMPUS EST ORGANISÉ AVEC LE SOUTIEN DE

