

**DOSSIER DE CANDIDATURE  
AUX TROPHEES DE L'ECONOMIE RESPONSABLE  
2017**



**I – PRESENTATION DE L'ENTREPRISE :**

<b><u>Raison sociale :</u></b>	<b>LAMBIN</b>
<b><u>Statut :</u></b>	SAS
<b><u>Date de création/ de reprise de l'entreprise :</u></b>	Création en 1967 Reprise en 2007 par Thierry Lefebvre et 2 associés
<b><u>Activité :</u></b>	Motoculture de plaisance : vente de matériel espaces verts, activités d'atelier de réparation et d'entretien des matériels (moteur 2 temps, 4 temps, Diesel et électrique), vente de pièces détachées et d'accessoires pour matériels espaces verts.
<b><u>Territoires d'action :</u></b>	2 magasins (Orchies et Nieppe) couvrant les agglomérations de Lille, Lens, Valenciennes, Douai, Maubeuge et un site e-commerce <a href="http://www.lambin.fr">www.lambin.fr</a> en langue française.
<b><u>Effectif :</u></b>	35 salariés
<b><u>Adresse :</u></b>	ZAC de la Carrière Dorée BP 10079 59358 ORCHIES cedex
<b><u>Téléphone :</u></b>	03.20.71.85.88
<b><u>Site Internet :</u></b>	<a href="http://www.lambin.fr">www.lambin.fr</a>
<b><u>Contacts :</u></b>	
	Thierry LEFEBVRE, Président, <a href="mailto:thierrylefebvre@lambin.fr">thierrylefebvre@lambin.fr</a> , 06.78.96.84.75
	Christelle LUERE, DRH et DAF, <a href="mailto:christelleluere@lambin.fr">christelleluere@lambin.fr</a>

Nature		Montant
Chiffre d'affaires HT	2013	6557 K€
Chiffre d'affaires HT	2014	6539 K€
Chiffre d'affaires HT	2015	6574 K€
Chiffre d'affaires HT	2016	6422 K€
Résultat net	2013	175 K€
Résultat net	2014	45 K€
Résultat net	2015	108 K€
Résultat net	2016	189 K€

**Bilan carbone :** non mais nous avons fait une étude « écolonomique » par Pochéco sur notre gestion de l'entrepôt qui a montré un impact de 1722 kg éq.CO<sub>2</sub> (voir partie 4 – Environnement)

**Bilan Gaz à Effet de Serre\* :** non et non concerné par la réglementation

*\*Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés*

**Rapport RSE :** non et non concerné par la réglementation

**Prix et nominations :**

- Pistons d'or (Revendeurs 2010) Trophée d'OR Région Nord (dernier concours organisé par Moteurs Loisirs et Paysage).

**Certifications :**

- Automower Competency Center (Installation et entretien des robots tondeuses Husqvarna).
- Certification traitement des garanties Régional Moteur Briggs & Stratton.
- Activité de formation enregistrée N° 31 59 07102 59 auprès du Préfet de Région Nord-Pas de Calais.

**Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?**

J'ai repris l'entreprise en 2007 avec la volonté d'assurer un Développement Durable de l'entreprise. 10 ans plus tard je pense y être parvenu, grâce aux changements organisationnels et au développement de plusieurs activités dont celle de la formation.

L'équipe Lambin candidate pour que la société soit reconnue comme un acteur de l'Economie Responsable.

## Contexte et activité

### 1) Quelle est l'activité de l'entreprise et dans quel contexte la démarche RSE s'inscrit-elle ?

Créée en 1967 par Jacky Lambin, l'entreprise est aujourd'hui leader et spécialiste du matériel dédié à l'entretien des espaces verts. Que ce soit pour les particuliers, les collectivités ou les professionnels, Lambin propose une offre variée de matériel de jardinage. Tondeuses autotractées, tondeuses autoportées, motoculteurs, tronçonneuses, tailles-haies, souffleurs, débroussailleuses et broyeurs... et des produits innovants tels que le robot-tondeuse, les produits à batterie, ou les matériels et produits alternatifs à l'utilisation de produits phytosanitaires.

En 2007, après 18 ans passés chez Hewlett Packard, Thierry Lefebvre reprend l'entreprise Lambin et s'engage dans une démarche Développement Durable.

Le groupe Lambin compte aujourd'hui 35 salariés + 2 dirigeants TNS, 2 points de vente (l'un à Orchies et l'autre à Nieppe), et un site de e-commerce.

L'activité de Lambin s'articule autour de :

- la vente de matériel neuf ou d'occasion : tondeuse, robot, tracteur, tronçonneuse, taille haie, désherbeur, motoculteur...
- vente de pièces détachées et d'accessoires : huiles, chaînes de tronçonneuses, essence alkylate, matériel d'élagage, courroies ...
- les services : ateliers (réparation et entretien), installations automowers (robots-tondeuses), dépannages
- la formation, qui donne importance et valeur au développement du savoir-faire chez ses collaborateurs.

Nous sommes le « garagiste de la tondeuse » ! Notre territoire d'action s'étend à 50 km autour d'Orchies et de Nieppe et à la France pour l'activité Internet.

Le marché du matériel de jardin se répartit entre les spécialistes (dont nous sommes), les Grandes Surfaces de Bricolage, les concessionnaires agricoles diversifiés en matériel de jardin, les jardinerie... Beaucoup d'acteurs pour lesquels le modèle de réussite est de vendre chaque année plus de produits le plus vite possible et sans assurer de conseils aux clients ni de SAV. Alors que nous vendons des machines potentiellement dangereuses, très polluantes car essentiellement à base de moteur thermique (gaz, bruit, poids ...) et réparables.

Plus globalement, la place des espaces verts en ville en France n'est pas encore reconnue, comme elle peut l'être dans les villes anglo-saxonnes ou dans les pays nordiques. Les sols se minéralisent de plus en plus.

Les choses évoluent : des initiatives sont prises par certaines communes (par exemple la gestion différenciée des espaces verts) et la loi Labbé interdit l'utilisation des produits pesticides en ville à partir de 2017. De même, les citoyens interpellent les élus sur la pollution des villes (GES, nuisances sonores...)

## Mission et valeurs

### 1) Quelle est votre mission ?

Fournir à nos clients des produits et services accroissant leur efficacité et plaisir dans l'entretien des paysages, et conforter notre leadership en s'appuyant sur nos forces : notre équipe, notre stratégie développement durable et l'innovation.

### 2) Quelles sont vos valeurs ?

- ✓ Innovation
- ✓ Professionnalisme
- ✓ Convivialité

## Parties prenantes

- **Actionnaires** : Thierry LEFEBVRE – Président (52%), Vincent GUEUDET – DG (31%), Christelle LUERE - DAF DRH (15%), Benoît SIMEON - Directeur Technique (1 %).
- **Salariés** : 33 salariés à Orchies dont 4 femmes, 17 mécaniciens, 1 chef d'atelier, 6 magasiniers, 1 responsable pièces, 3 commerciaux (particuliers, professionnels et e-commerce), 2 secrétaires comptables (dont un contrat étudiant), 1 assistante commerciale, et 2 cadres.
- **Clients** : Les professionnels constituent 65 % de notre CA : Railtech, Département du Nord, Ville de Lille, Ville de Hem, Armentières Paysage (Entreprise Adaptée), ESAT de Loos, Kiloutou, Musée Louvre Lens (Bertrand Dhénin) ... Et les particuliers 35 %.
- **Fournisseurs** : Husqvarna, Kubota, Wolf, Echo, Stihl, Pellenc, Bugnot, Timberwolf, Auxiclean.
- **Banques** : BPN, Crédit du Nord, CIC.
- **Société Civile** :  
Associations d'insertion : Les Jardins dans la Ville Inersol à Hellemmes, Le Tremplin à Lesquin, Lille Sud Insertion  
Les ESAT : ESAT de Loos, ESAT de Saint Amand, ESAT du Recueil, Ateliers de l'Ostrevent...  
Industrie : Railtech  
Entreprises privées : Métropole Espaces Verts, Perihlon, Paysagistes...
- **La Planète (environnement)**
- **Ecoles, universités** : Université Lille 1, Institut de Genech, UFA de Bavay, Université Lille 2, UGECAM, Ecole Saint Adrien de Villeneuve d'Ascq, Lycée de la Providence, collèges.

- **Les acteurs du territoire** : CD2E, Club des Dirigeants Durables (Communauté de Commune Pévèle Carembault), Club Entrepreneurs TRI, Participation aux Rev3Days, Club Noé, Airele, CCI Grand Lille, INRIA, Musée Louvre Lens.
  
- **Partenaire** :  
Groupe Auddicé pour l'élaboration d'une formation sur l'éco-conception des espaces verts en milieu urbain.  
Pôle Emploi.

<b>Enjeux et objectifs de la démarche RSE</b>
---

1) Quels sont les enjeux liés à votre secteur économique /cœur d'activité?

La question est la suivante : quelle valeur ajoutée peut-on apporter à nos clients pour qu'ils nous différencient de la concurrence et acceptent de nous payer ?

Accompagner nos clients dans :

- l'entretien de leurs espaces verts ;
- l'efficacité en diminuant l'effort physique et les troubles musculo-squelettiques lié à cette activité ;
- le plaisir d'un travail de qualité au moindre coût ;
- la préservation de la biodiversité ;
- le développement des connaissances sur les nouvelles techniques d'entretien des espaces verts ;
- la nécessité d'être formé à l'utilisation de machines potentiellement dangereuses : tronçonneuses, tondeuses, tracteurs, broyeurs de végétaux ... ;
- l'application de la loi Labbé interdisant l'utilisation de produits phytosanitaires dans l'espace public (spécialisation de la société dans d'autres techniques de désherbage) ;
- la transition vers les moteurs électriques moins polluants que les moteurs 2 temps (un taille haie ou une tronçonneuse thermique pollue comme 60 voitures) ;
- l'abandon de l'utilisation de tondeuses Diesel (ex : politique à Paris qui s'étend à d'autres villes atteintes par les pollutions de particules fines) ;
- la reconnaissance de ces évolutions et de leurs bienfaits par les élus, les citoyens et personnels attachés ;
- l'entretien des espaces verts publics et de la voirie.

2) Quels sont les objectifs de votre démarche RSE ?

⇒ **Economiques**

- Réussir une croissance durable permettant un ancrage pérenne sur notre territoire.
- Se démarquer des concurrents (en particulier la GSB – Grande Surface de Bricolage).
- Avoir une expertise sur notre marché pour dépasser le simple rapport qualité/prix.
- Avoir une activité plus « lissée » durant l'année (nous délivrons des services d'octobre à fin février afin de compenser la diminution d'activité).
- Avoir un relationnel différent avec nos clients, basé sur l'écoute des besoins réels (tondre une pelouse plutôt que d'acheter une tondeuse).

⇒ **Sociaux**

- Changer la culture d'entreprise au départ basée sur un management paternaliste (induisant un comportement « enfant » chez beaucoup de salariés) vers un management **assertif** faisant évoluer le comportement des salariés vers la responsabilité et l'autonomie.
- Former une équipe solidaire et motivée.
- Accroître la cohésion et la motivation des collaborateurs par un temps de vie partagé (travail) de 39h hebdomadaires.
- Donner du sens aux collaborateurs.
- Attirer de jeunes talents.

⇒ **Environnementaux**

- Accompagner les collectivités et les particuliers vers une gestion différenciée et plus propre de leurs espaces verts.
- Expliquer l'intérêt de techniques de mulching pour la tonte, de compostage, de tondre moins bas...
- Promouvoir l'« éco-conception des espaces verts ».
- Sensibiliser à la formation des jardiniers professionnels (utilisation du matériel en toute sécurité, utilisation de techniques préservant l'environnement, longévité accrue des matériels utilisés).

⇒ **Sociétaux**

- Intégrer notre société dans son territoire.
- Accroître la reconnaissance des acteurs des espaces verts (et de la nature) par les élus.

## **II – LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE**

### **1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence**

#### **1) Comment votre entreprise intègre-t-elle la RSE dans sa stratégie ?**

- La démarche RSE se traduit par des **actions concrètes dans l'ensemble de l'activité de Lambin**. Notre **charte développement durable** écrite en 2009 énonce les engagements sociaux, environnementaux auprès des clients et fournisseurs. Elle sert encore de base à nos décisions.
- La taille de l'entreprise permet une hiérarchie courte favorisant un management de proximité et une communication aisée entre les salariés et la direction.
- Valorisation de l'équipe, adhésion des salariés au projet d'entreprise et association de 2 salariés (4 associés au total).
- Énonciation claire de la Base line de Lambin : Naturellement.
- Evolution de la gamme proposée à la vente : choix de matériels/produits ou de fournisseurs répondant aux critères du développement durable, fin de la vente des produits phytosanitaires dès 2012, spécialisation sur des marchés propres : robots-tondeuses, matériels sur batterie, alternatives aux produits phytosanitaires.
- Dans toute relation, quelle que soit la partie prenante, un seul mot d'ordre : la transparence.

2) Comment votre entreprise implique-t-elle les collaborateurs ou d'autres parties prenantes lors de décisions stratégiques de l'entreprise ?

- **Chacun est autonome dans la prise de décision dans son domaine. Les décisions stratégiques se prennent avec les 4 associés.** Nous discutons et en cas de désaccord, c'est le dirigeant qui tranche.
- Les recrutements sont toujours effectués par le Président et la DRH. **Les managers concernés sont aussi le plus souvent associés.** Exemple : le chef d'atelier est associé au recrutement d'un mécanicien.
- La création de l'activité de formation de Lambin avec l'obtention d'un N° de déclaration de la Préfecture est une réponse, au départ, aux besoins d'une association de former ses jardiniers en insertion. Le déroulé de cours a été créé avec le chef d'atelier et des mécaniciens.
- Le besoin de la Ville de Hem d'une solution de fauche pour le jardin des perspectives a mené à la réalisation au sein de Lambin d'une **étude comparative de différentes solutions avec trois axes économique, social et environnemental**. Par la suite, la ville de Hem nous a sollicités pour que l'on mène une étude sur différentes solutions en alternative des produits phyto sanitaires (Loi Labbé). Cette étude a été menée avec notre commercial Pro.

3) Mesurez-vous les performances RSE de votre entreprise en fonction de vos objectifs ? Et comment ?

- Nous référençons nombre de **produits « développement durable »** (en croissance) : matériel électrique, robot tondeuse, matériel sur batterie, désherbeurs thermiques. Nous mesurons les résultats sur deux types de matériels :
  - pour les particuliers, notre produit phare est le **robot-tondeuse**, produit sur lequel nous étions fortement en avance sur le marché et avons acquis un savoir-faire solide, deux éléments renforçant notre avantage concurrentiel, mesuré via les ventes de robots :
  - pour les professionnels, nous mesurons le nombre de désherbeurs thermiques ou mécaniques vendus en alternative à l'utilisation de produits phyto (nouveau marché ; matériels destinés aux pros et collectivités locales).
- Pour l'aspect économique, nous mesurons les **ventes par le canal e-commerce** : à nouveau en croissance après un exercice 2015 difficile lié aux nouveaux algorithmes de référencement Google ; en réaction : Investissement dans version 2 du site, lancée en février 2016.  
➔ **CA web 2014 : 834K€ - CA web 2015 : 649K€ (-22%) - CA web 2016 : 745K€ (+15%)**
- Pour la formation, nous mesurons :
  - le **nombre de stagiaires** et d'**heures de formations** délivrées aux clients :
    - **2014** : 31 stagiaires – 378 heures de formation (dont 1 stagiaire et 400 heures AFPR)
    - **2015** : 64 stagiaires – 2805 heures de formation (dont 5 stagiaires et 2000 heures AFPR)
    - **2016** : 63 stagiaires – 2.131 heures de formation (dont 3 stagiaires et 1200 heures AFPR)

- **Chiffre d'affaires des formations vendues** : objectif : +50% par an :

- **2014** : 8.794€
- **2015** : 22.683€ (+158%)
- **2016** : 32.500€ (+43%)

- **Impact social**

- Equipe réorganisée en 2012 et 2013.
- **Bilan social** en 2015 un bilan social (ancienneté et âge salariés) visant à mesurer l'impact de notre politique RH.
  - **Ancienneté** : 5,7 ans en moyen en décembre 2015 / 6,2 ans en décembre 2016
  - **Age moyen** : cf tableau p.12
  - **Turnover** : cf tableau p.17

#### 4) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes au développement durable ?

- **Salariés :**

- Stratégie développement durable déclinée lors des entretiens d'évaluation, de recrutement ou lors d'entretiens plus informels. Réunion d'information sur la mise en place du tri des déchets.
- Charte développement durable communiquée en interne et dans les appels d'offre.

- **Clients :**

- Etudes sur l'impact DD des offres alternatives proposées aux collectivités (robots-tondeuse dans les stades, désherbeurs mécaniques ou thermiques...).
- Charte développement durable communiquée dans les appels d'offre.

- **Fournisseurs et clients :**

Nous sommes à l'initiative d'une démarche d'affichage environnemental et d'analyse du cycle de vie des matériels de motoculture, en collaboration avec une agence spécialisée (Hope Cube) et l'Afnor. Nous avons recueilli l'adhésion de nos fournisseurs, mais la démarche n'a pas abouti faute d'adhésion au consortium de fournisseurs ne travaillant pas en direct avec Lambin (notamment constructeurs américains).

De sujet reste d'actualité et nous sommes toujours en contact avec l'Afnor et des groupes tels que Décathlon et Kiloutou qui ont vu leurs démarches aboutir.

#### 5) Quels outils utilisez-vous pour communiquer en interne et en externe et sur quoi communiquez-vous (ex. publication des résultats, CA...)?

- **Salariés :**

- Charte DD et Entretiens formels et informels.

- **Liens importants avec les CFA de la Région :**

- Intervention dans les CFA, participations à leurs forums ou autres manifestations, rencontre avec les élèves, accueil de stagiaires.



- **Clients :**

- Manifestations (portes ouvertes) organisées sur le thème du Développement Durable.
- Mise en avant des Robots tondeuses (avec spécialisation de deux salariés sur le sujet).
- Matériel électrique (démonstrations, prêt de matériel).
- Formations organisées auprès de jardiniers professionnels (au sein de notre établissement).
- L'essentiel de notre communication est faite sur [www.lambin.fr](http://www.lambin.fr) Notre agence de communication (Insitaction à Lille) gère le contenu du Wordpress « Culture Jardin ».
- Consultez la vidéo réalisée lors des journées JADDE 2013 :  
<https://www.youtube.com/watch?v=uqX5cYANcPM>

- **Acteurs sociaux :**

Participations aux initiatives locales relatives à l'emploi des jeunes : réunions organisées par les missions locales ou la communauté de communes).

**6) Quelle est votre politique de rémunération ? et Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?**

- Notre **masse salariale** sur la SAS Lambin (Traitement + charge salariales) est de 1 M€/an. Le salaire annuel brut le plus élevé en 2016 est de 53 K€ ; le salaire annuel le plus bas est de 20 K€ (SMIC aux 39h) (hors apprenti et emploi étudiant).
- La **durée du travail** est de 39h. Tous les contrats sont en CDI sauf les récents embauchés en CDD qui ont vocation à passer en CDI à l'issue du CDD. 10 personnes ont une rémunération variable (fixe + commission commerciale) :
  - Pour les commerciaux, la rémunération est constituée d'un salaire fixe et d'une commission individuelle de 5% sur la marge brute de leurs affaires.
  - Pour les magasiniers, la commission est calculée sur la marge globale réalisée sur la vente de pièces détachées et d'accessoires. Le pourcentage de la commission est dépendant de l'ancienneté et du fixe.
- Deux associés sont au RSI (Régime Social des Indépendants) dans la holding à 4500 € net/mois.
- Certains salariés et le président bénéficient d'un véhicule et d'un téléphone.
- Les rémunérations sont revues régulièrement à l'initiative de la DRH et du Président pour ajuster le salaire à la valeur ajoutée des salariés (montée en compétences, prises de responsabilités).
- Des primes exceptionnelles sont régulièrement attribuées aux salariés pour reconnaître une « sur-performance » ou une contribution notoire à la bonne réussite de l'entreprise.
- Les augmentations ou primes donnent lieu à un entretien au cours duquel les compétences et points forts des salariés sont valorisés et reconnus et les axes d'amélioration à travailler sont définis et expliqués.

Comment situez-vous la rémunération moyenne de vos salariés par rapport à celle de votre secteur d'activité ?			
	En-dessous	Egale	Au-dessus
Cadres			X
Maîtrise			X
Employés / Ouvriers		X	
Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?		3.3	

**7) Avez-vous une démarche volontaire de partage de la valeur ? Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ?**

- Au-delà de la rémunération variable : **prime mensuelle** basée sur la satisfaction client (exemple installateur des robots tondeuse) et sur le respect des plannings.
- Les emplois en relation avec les clients sont rémunérés pour une **part en variable avec un intéressement sur la marge brute**.
- Un contrat d'intéressement avec un PEE durant 3 ans a été déclenché une année mais nous avons stoppé (car pas efficace / sans doute trop complexe).

Proposez-vous une participation * à vos salariés ?	Non
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13 <sup>ème</sup> mois, ..) ?	Oui
Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?	Non**
Proposez-vous un actionariat salarié ?	Non

\* Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

\*\* existe mais amené à disparaître

**2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne**

**Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion...)**

- **Une femme associée** (sur un total de 4).
- Aucune discrimination à l'embauche, Lambin croit en la **richesse de la diversité** sous toutes ses formes. Ne comptent que le **professionnalisme, l'envie de travailler** (et les compétences techniques pour certains postes).
- **Création de liens de travail efficaces avec l'équipe Pôle Emploi dédiée de la Région** (AFPR - Action de Formation Préalable au Recrutement, Evaluation en Milieu de Travail...) :
  - ➔ Plusieurs jeunes sans formation voire sans le comportement adapté ont été intégrés en AFPR pour leur donner une chance. Idem pour un ancien chef d'entreprise après longue période d'inactivité.

- **Partenariat avec des structures d'insertion pour la formation de leurs salariés** : Les Jardins dans la Ville à Hellemmes, Le Tremplin à Ronchin, Lille Sud Insertion : une vingtaine de jours de formation + accueils ponctuels de stagiaires pour évaluation en milieu de travail.
- **Formation de travailleurs handicapés des ESAT** : Atelier Malécot à Loos (APEI Lille) et de leurs encadrants.  
→ une vingtaine de jours de formation + accueils ponctuels de stagiaires.
- Intégration de jeunes **stagiaires** pour leur faire découvrir notre métier :  
→ **Une dizaine de stagiaires par an** : stage 3ème, stage bac pro, stage BTS, Arts et Métiers, mais aussi des stagiaires venant d'ESAT ou d'associations d'insertion essentiellement en atelier et en logistique (gestion des pièces détachées).  
→ L'accueil de stagiaires et la réalisation de formations par nos équipes de management et de mécaniciens pousse à l'excellence dans la pratique du métier et favorise l'écoute client de nos salariés.
- Embauche de personnes reconnues handicapées (2015-2016), souci de réintégration d'un salarié après absence pour longue maladie en adaptant son poste (aide de collègues).
- Embauche récente d'un senior ou de jeunes majeurs.
- Participation à des « **forum de l'emploi** » organisés par la mission locale pour des personnes en difficulté de recherche d'emploi : aide à la recherche, échanges avec les jeunes...

**❖ REPARTITION HOMME - FEMME**

	Femmes			Hommes			Total		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
<b>Effectif salarié au 31 décembre</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>26</b>	<b>28</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>33</b>	<b>34</b>
<b>Dont CDI</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>27</b>	<b>29</b>	<b>28</b>	<b>30</b>
<b>Dont CDD (hors apprentis)</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>4</b>
<b>Dont intérimaires</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Dont contrats en alternance/stage/contrat pro*</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Direction (TNS)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Cadre</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Employé</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>13</b>	<b>16</b>
<b>Ouvrier</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>18</b>	<b>16</b>

⇒ Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

⇒ Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

\* les stagiaires accueillis sont nombreux : 1 à 3 par mois - voire 5 en mars 2017 - avec un maximum de 2 stagiaires en même temps par service pour garantir une bonne qualité d'accueil et d'apprentissage. Les stages effectués sont de deux mois maximum et ne donnent pas lieu au versement d'une indemnité de stage basée sur le temps de travail. C'est pourquoi ces stagiaires n'ont pas été intégrés à l'effectif. Pour autant, nous valorisons régulièrement la valeur ajoutée apportée par certains stagiaires en leur attribuant une petite prime de fin de stage.

❖ EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

	2014	2015	2016
Taux d'emploi des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH), <b>HORS</b> intérim et ateliers protégés	0	0,5	0,75

Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

	2014	2015	2016
Taux d'emploi et de stages des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés <b>y compris</b> prestations des ateliers protégés	0,02	0,6	0,77

Nous faisons travailler nos clients ESAT dès que possible (imprimerie ; entretiens espaces verts...)

❖ EMPLOI DES JEUNNES ET DES SENIORS

11 salariés ont moins de 25 ans (1/3 des effectifs) ; 8 sont en CDI en 2017.

Au 31/12 de chaque exercice :

	2014	2015	2016
Moyenne d'âge des collaborateurs	34,2	35,5*	34,7*
Effectif des CDI de moins de 25 ans	3	4	5
Effectif des CDI de plus de 50 ans	5	7	6

Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

\* Grâce à notre politique d'intégration des jeunes via AFPR.

**3) Relations/conditions de travail : Valoriser l'Homme.**

**1) Comment est organisé l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis...) ?**

- Dès le recrutement, les attentes et obligations des deux parties sont débattues et clairement définies. La **stratégie Développement Durable est expliquée** à chaque embauche.
- Selon les profils, une action de **formation préalable au recrutement** (formation de 400h dans l'entreprise sous l'autorité de Pôle Emploi) permet une intégration en douceur. A l'issue de cette AFPR, le CDD de 6 mois constitue une première étape. CDD qui est en général transformé en CDI. Le principe : valider que le jeune a trouvé sa voie et se sente bien et dans sa fonction et dans l'entreprise. Ce contrat AFPR permet de **former le jeune en assurant son intégration dans l'équipe**. → le taux de succès de ce contrat est beaucoup plus important que le taux de succès des contrats d'apprentissage.

Exemple : sur 15 apprentis, 2 restent dans l'entreprise à la fin de leur apprentissage alors que sur 9 contrats AFPR conclus depuis 2014, 9 ont aboutis sur un CDD et 6 sur un CDI.

- **Accueil des nouvelles recrues :**

- Lecture du contrat de travail, présentation à toute l'équipe, visite de l'entreprise avec le DG ou la DRH. Formation dans chaque service et remise des EPI à l'embauche.
- **Tutorat** par des seniors notamment en mécanique (ils commencent toujours en binôme).
- Un **rapport d'étonnement** est demandé après 15 jours ou 1 mois.
- Nombreux échanges plus informels également le matin et le soir.

## 2) Comment assurez-vous le développement professionnel de vos collaborateurs ?

- Formations des salariés : **budget OPCA largement dépassé tous les ans.**

Exemples :

- **Formation chez les constructeurs de matériels espaces verts** : Husqvarna, Kubota, Stihl, Wolf.
- Matériel de broyage des végétaux et technique d'élagage avec formateur de l'école de Lomme.
- Participation de 2 salariés à l'atelier **middle management** organisé par la Communauté de Commune Pévèle Carembault.
- Formations obligatoires : CACES, SST.
- A l'étude : dispositif CLEA pour 4 salariés (objectif : renforcer leur confiance en eux).

- Des missions de **formation clients confiées à des mécaniciens** (2 temps, 4 temps et diesel). Évaluation conjointe des acquis des stagiaires et de la performance des formateurs.

➔ **Valorisation des salariés concernés/ nouvelle relation avec le client.**

- **Evolutions en interne favorisées** : écoute des salariés sur les postes visés (une demande salarié est systématiquement étudiée avant tout recrutement externe), **appel à candidature interne s'il n'y a pas de candidature spontanée, réunion avec les managers pour identifier des salariés ayant le potentiel pour évoluer**, ouverture sur de nouvelles missions, responsabilisation.

Exemples :

- L'actuel responsable des pièces détachées a débuté comme chauffeur puis a été missionné au comptoir pièces avant de prendre son poste actuel.
- Le responsable web a débuté comme réceptionnaire, est devenu vendeur web, a été associé à la construction de la nouvelle version du site (évolutions techniques et graphiques, réunions d'agence web) et manage aujourd'hui le site et le montage.

	2014	2015	2016
<b>% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*</b>	<b>1 %**</b>	<b>1,30%</b>	<b>1,08%</b>

\* *taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale*

\* *taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale*

\*\* *estimation*

## 3) Quelle est la politique de votre entreprise en matière de prévention des risques professionnels ?

- **Pour nos salariés :**

- **Mesure de bruit et de prélèvements atmosphériques de Benzène** en 2009 : évaluation des risques respiratoires, risque cutané et risque par ingestion) dans les ateliers de maintenance avec la médecine du travail et le CISST (Centre Inter Services de Santé au Travail) ayant conduit à l'installation d'un extracteur d'air. Mesure reconduite en 2013.
- **Formation des salariés sur les risques et la prévention des risques** dus à l'exposition au bruit, réduction des bruits à la source (en installant un silencieux sur la sortie d'air des vannes pneumatiques) et réduction du niveau sonore de la musique d'ambiance.
- Achat de **tables élévatrices** pour les autoportées et les tondeuses à conducteur marchant plus performantes, renouvellement du pont de l'atelier diesel (**plus maniable**).
- **Amélioration luminosité** dans l'atelier et le magasin.
- Création d'une **salle spécifique pour l'affûtage et le meulage** (réduction bruit), qui a amélioré tant la qualité de l'air (aération directe) que le niveau sonore dans l'atelier (opérations bruyantes).
- Mise à disposition et rappel constant des **consignes d'utilisation des EPI** (lunettes, gants de protection, casque anti-bruit, chaussures de sécurité, vêtements de travail).
- Formations (permis E, SST – Sauveteur Secouriste du Travail, CACES).
- Activité de formation délivrée impliquant une attitude exemplaire du management et des collaborateurs.
- **Pour nos clients (salariés espaces verts très exposés) :**
  - **Politique commerciale incitative** pour la vente de robot tondeuse ou produits sur batteries (diminution TMS, bruit, GES) et aide à la constitution des dossiers de subvention CARSAT
  - **Formations** : utilisation matériels en toute sécurité.

#### **4) Quels sont vos taux de fréquence et de gravité (Accidents du travail) ?**

Les taux de fréquence et de gravité ne sont pas mesurés.

Sont repris dans le tableau ci-dessous d'autres indicateurs permettant une bonne appréhension du risque.

	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>
<b>Valeur indicative du risque</b>	<b>3200</b>	<b>1008</b>	<b>6163</b>	
<b>Nombre Accident du Travail (AT)</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	
<b>Nombre Jours</b>	<b>28</b>	<b>14</b>	<b>79</b>	

Nous ajoutons 2013 car un **travail de fond** sur les risques professionnels a été mené en 2013 afin de réduire le nombre d'accidents du travail (accidents essentiellement liés à des plaies aux mains ou des corps étrangers dans l'œil dans nos ateliers ainsi qu'à des comportements imprudents). Nous avons réussi à éviter les imprudences et travaillé les accidents concernant les yeux (changement des lunettes de protection). Les accidents 2016 concernent tous des plaies aux mains (faux-mouvements ayant entraîné une plaie à la main ; pas d'imprudence).

C'est un point sur lequel nous apportons **la plus grande vigilance** : nous travaillons dans un environnement dangereux et les conséquences de mauvaises manipulations des matériels sur lesquels travaillent nos

mécaniciens pourraient être potentiellement dramatiques (consignes claires en ce sens pour les jeunes mécaniciens à leur embauche).

Si les arrêts ont été relativement longs, le nombre d'accidents du travail est actuellement maîtrisé.

**5) Comment favorisez-vous le dialogue social ?**

- Depuis la reprise en 2007 : 2 élections de Délégué du Personnel. Nous n'avons pas eu de candidature de syndicat au 1<sup>er</sup> tour. Le **délégué du personnel** est le chef d'atelier avec lequel nous menons des réunions formelles régulièrement et des réunions informelles hebdomadaires.
- L'équipe se réunit tous les samedis midis. En dehors des samedis midis, nous organisons de temps en temps des **repas conviviaux** en commun. Circonstances propices aux échanges plus informels et à de riches échanges d'informations (remontées de problèmes, recherche commune de solutions, échange sur la stratégie et/ou la politique commerciale de l'entreprise, retour sur les salons....).
- **Nous dialoguons régulièrement avec les salariés**, à l'occasion d'un retour client, quand nous percevons des difficultés ou pour souligner la qualité de leur travail. Quand nous détectons un problème (avec un salarié ou d'ordre organisationnel), nous le traitons immédiatement avant qu'il ne prenne de l'ampleur.
- **Nos portes sont toujours ouvertes**, et l'équipe n'hésite d'ailleurs pas à en franchir le seuil !

❖ REPRESENTATION DU PERSONNEL

- des délégués syndicaux ?*	non
- des délégués du personnel ?**	oui
- un Comité d'Entreprise ?***	non
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	non

\* obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

\*\*obligatoire pour entreprise > 11 salariés

\*\*\*obligatoire pour entreprise > 50 salariés

**6) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ?**

- **La durée du temps passé en équipe favorise la motivation au travail.** Pour ce faire nous sommes sur une base de durée de travail de 39 heures (35 h + 4 heures majorées de 25 %) Cette durée hebdomadaire est maintenue toute l'année même si nous avons une forte saisonnalité dans nos activités.  
 → Des salaires plus confortables pour le salarié et lissés durant l'année (certains salariés ayant des difficultés à gérer des fluctuations de revenus).
- **Adaptation des horaires des salariés qui le souhaite :** pas de travail le mercredi ou le samedi suivant les situations personnelles, ouverture à 9h00 à Nieppe pour éviter le pic d'embouteillages, pause du midi raccourcie pour permettre aux salariés de rentrer plus tôt, adaptation des horaires des quelques salariés aux 35 heures de sorte à les libérer une demi-journée par semaine.

- **Souplesse dans la gestion des absences** : Possibilité pour les salariés de s'absenter ponctuellement (dans le respect de l'organisation et sous réserve que cela ne soit pas préjudiciable au reste de l'équipe) en récupérant leurs heures un jour habituellement non travaillé.
- **EPI** gérés par la société et formule permettant le nettoyage des vêtements de travail par un prestataire extérieur.
- **Evolution des postes physiques pour assurer de meilleures conditions de travail** : changement des ponts, tables de travail, sièges de bureau, renouvellement régulier des outils et véhicules, fourniture d'EPI et sensibilisation à la nécessité de les porter, changement des tôles pour gagner en luminosité, ateliers et magasin repeints...
- **Prime de naissance de 150 €** pour chaque naissance chez un salarié.
- Complémentaire permettant la prise en charge du différentiel de revenu avec les indemnités journalières, ainsi qu'un système de protection en cas de décès.
- Choix d'une mutuelle en formule de base assurant un niveau de couverture élevée pour nos salariés.
- Accompagnement des salariés en cas de difficultés financières personnelles importantes.
- Chèques cadeaux pour chaque collaborateur en fin d'année.
- Temps forts au cours de l'année (St Eloi, Portes ouvertes, samedis midi) et nous organisons des repas pour renforcer les liens et favoriser les échanges.

#### **7) Comment votre entreprise est attentive à l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle ?**

- Fermeture du magasin le midi limitée à une heure afin de limiter le temps de présence dans l'entreprise pour les salariés venant de plus loin.
- Beaucoup de salariés pointent leurs activités ce qui permet un juste suivi de l'activité de chacun.
- **Adaptation de l'emploi du temps** des salariés à leurs contraintes personnelles (horaires et jours travaillés), possibilité de changements ponctuels des emplois du temps
- Lutte contre le travail au noir, courant dans notre marché (appelé bricole), en sensibilisant nos salariés aux risques encourus.
- Ecoute en cas de difficultés confiées par le salarié. Nous savons et veillons à nous adapter (dans les limites des nécessités de l'activité) aux difficultés personnelles et passagères de nos employés, voire à les accompagner pour leur résolution. Les bureaux sont toujours ouverts.
- **Le développement du site e-commerce a permis de travailler différemment avec certains de nos clients.** La disponibilité du site 24h/24 et 7j/7 répond aux besoins de nos clients sans nécessité de moyens humains à mettre en face en « transactionnel ». Le site permet d'automatiser certaines tâches et de les faire effectuer par le client lui-même. Le site [www.lambin.fr](http://www.lambin.fr) favorise clairement le bien être des employés et leur équilibre vie professionnelle/vie personnelle.



8) Comment évaluez-vous la satisfaction de vos employés ?

	2014	2015	2016
Turn Over*	46,67%	34,48%	
Turn-Over hors CDD (mais incluant CDD transformés en CDI)	16,67%	13,79%	
Taux d'absentéisme	Non mesuré	Non mesuré	Non mesuré

\* (Départs année N + Arrivées année N)/2)/effectif moyen N-1) x100

**4) Environnement : Préserver la Planète.**

1) Quelles sont les ressources utilisées dans votre production ? (matières premières, eau, énergies)

3 activités :

- **Le retail en matériel d'espaces verts.**
- **La vente de pièces et d'accessoires** (huiles, batterie...);
- **L'activité atelier** huiles, eau pour nettoyer les machines, lingettes en tissus nettoyées par un prestataire.

2) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

• Vente :

Depuis 10 ans, dans le cadre de notre stratégie DD, nous prônons l'utilisation de **produits à moteurs électriques plus légers et faisant moins de bruit** (inférieur à 80 dB) au détriment de produits à moteurs thermiques (essence ou diesel).

Exemple : robot tondeuse au lieu de tracteur tondeuse.

En 2013, **suppression dans le référencement de produits phytosanitaires** et **recherche de solutions alternatives** (désherbeurs thermiques et mécaniques) et restons à l'affût de produits innovants (ex : vinaigre plus concentré)

Nous utilisons et prônons auprès de nos clients l'utilisation de l'essence Alkylate Aspen (exempte de plomb, benzène, oléfines, soufre) au lieu de mélange 2 temps ainsi que l'utilisation d'huile Bio

→ Evolution ventes de robots tondeuses :

→ Evolution ventes de désherbeurs thermiques ou mécaniques :

→ Montant activité formation clients :

→ Objectif 2017 :

- Vendre robots tondeuses et moins de 300 tracteurs tondeuses.
- Réduire de la surface au sol utilisé lié à la réduction des tracteurs tondeuses et la progression des robots.

• Atelier :

- Remplacement des fontaines à solvant par des **fontaines biologiques**.
- **Suppression des aérosols pour des produits à pistolet** : sur 5 produits utilisés sous forme d'aérosols en 2015 nous n'en utilisons aujourd'hui plus qu'1 qui n'existe pas sous autre forme.
- Savon atelier plus efficace : moins de gâchis : distribution de doses et savon plus naturel.

- **Déchets :**

- Le matériel arrive en carton ou en caisse et est monté par nos soins. Le client repart avec le matériel monté sans emballage.
- **Tri :** DIB, cartons, palettes, déchets souillés. Les aérosols sont gérés séparément depuis 2015.
- La vente de pièces et d'accessoires (huiles, batterie...) génère moins de déchets. Les batteries, vieilles machines non réparables, pièces détachées défectueuses sont recyclées et ferraillées.
- **Occasions :** sans obligation réglementaire mais pour **redonner vie à nos machines**, les anciennes machines sont reprises à nos clients puis remises en état et revendues, ou cédées à une entreprise polonaise pour une deuxième vie. A défaut, elles sont désossées pour réutilisation des pièces détachées ou ferraillées).
- En 2016 :
  - Nouveau contrat de gestion des déchets avec Malaquin : **10 bennes cartons à l'année ;**
  - **Gestion cadencée des huiles** avec Véolia mise en place 2016 (atelier) ;
  - Recyclage des cartouches d'encre avec notre prestataire papeterie ;
  - **Limitation des invendus :**
    - Pour les pièces restantes : procédure de retour chez nos fournisseurs ;
    - Réorganisation du stock pièces (suite première étape de nettoyage en 2015) ; Réétiquetage pour gagner du temps et éviter les doublons.

- **Transports :**

- Renouvellement régulier de la flotte de véhicules et entretien cadencé de ces véhicules.
- Optimisation des tournées chez les clients.

- **Ecoconception :**

- Elaboration avec le groupe Auddicé d'une nouvelle **formation « éco-conception des espaces verts en milieu urbain »**.
- Affichage environnemental : Lambin a entamé en 2014 un travail sur l'affichage environnemental avec un cabinet parisien. Néanmoins, certains fournisseurs n'ont pas souhaité y participer ce qui a obligé Lambin à stopper la démarche.

3) Quels sont vos indicateurs de performance environnementale ? Précisez pour chacun l'évolution sur les 3 dernières années

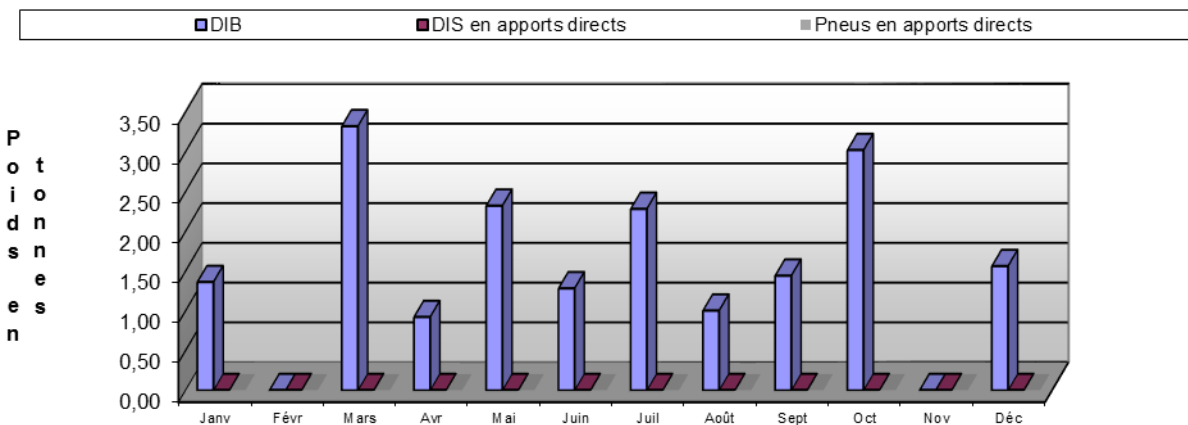
❖ **GESTION DES DÉCHETS**

	Nature des déchets	Mesure ? Oui/non	2014		2015		2016	
			Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé	Nb total de tonnes	% recyclé ou valorisé
Process de production	HUILE	OUI	6	100 %	6	100 %	6	100
Emballage	DIB	OUI	22.52	50	21.64	50	18.50	50
Services généraux	Cartouches	OUI	0.03	100	0.03	100	0.03	100

**Ferrailage :**

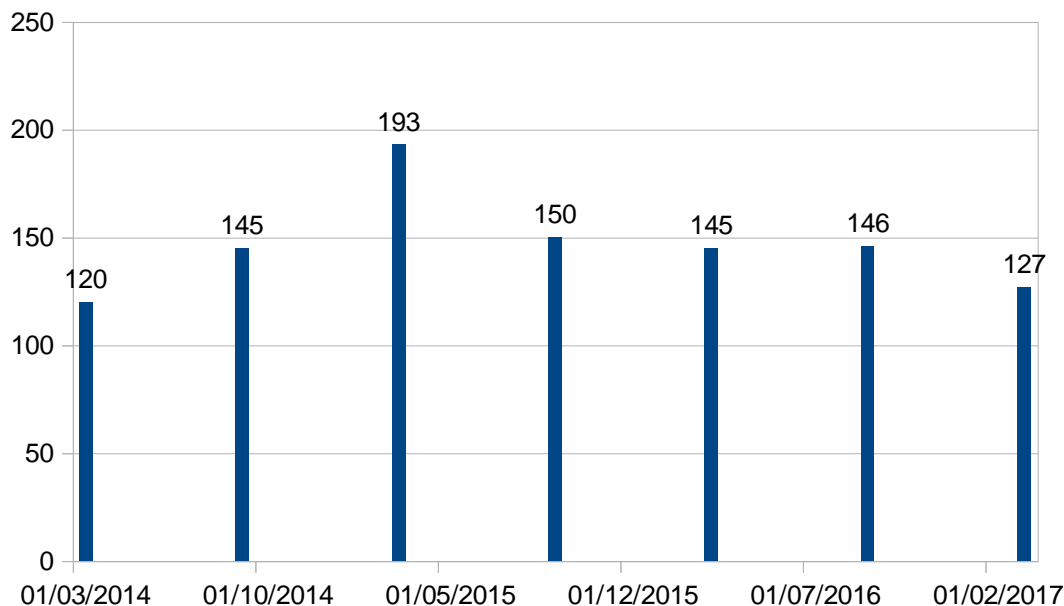
- 2016 : ferraille légère : **5080 kg** / batteries **2480 kg** / cuivre : **12 kg**
- 2015 : ferraille lourde : **4200 kg** / ferraille légère : **2670 kg** / batteries **3447 kg** / alu-laiton **345 kg** / cuivre **15kg** / moteur électrique : **134kg** (2015 = nettoyage stocks pièces obsolètes)

**Année 2016 :**



❖ **RESSOURCES NATURELLES**

Régularisation ; la consommation en litres est maîtrisée (après pic en mars 2015) :



#### **4) Avez-vous mis en place un Plan de Déplacement d'Entreprise ou un Plan de Déplacement Inter-**

##### **Entreprise :**

*\*obligation légale pour les entreprises > 500 salariés ou > 250 salariés en zone d'activité (Nord et Pas-de-Calais). Et à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2018 > 100 salariés (France). Pour plus d'informations <http://www.declic-mobilites.org/ressources-documentaires/cadre-reglementaire>.*

Pas de PDE mais nous encourageons la proximité du logement de celle du travail. Nous aidons les salariés recherchant un logement à Orchies ou à proximité. Par exemple en interpellant la mairie pour l'obtention d'un logement. (la réduction d'impôt liée à des trajets logement/travail jusque 40 km ne facilite pas notre politique !)

Les salariés qui viennent en vélo ont la possibilité de stocker leur vélo à proximité de leur poste de travail.

#### **5) Bonnes Pratiques d'affaires : Etre acteur loyal et responsable sur les marchés**

##### **1) Comment la RSE s'intègre dans votre démarche d'achats ?**

- Nous sommes attachés à une certaine éthique business. Notre politique d'achat est basée sur les **critères du développement durable**. Nos principaux fournisseurs : le suédois Husqvarna, le japonais Kubota, Echo, l'allemand Stihl et trois sociétés françaises Wolf, Pellenc et Bugnot ont des politiques très affirmées en développement durable de par leur « culture ».
- Ces fournisseurs nous proposent dans leur offre les **produits les plus innovants en terme d'environnement**. Ils connaissent notre sensibilité sur le sujet et notre capacité à apporter de la **valeur autour de ces produits à nos clients (professionnels ou particuliers)**. Nous cibons des matériels de qualité et réparables.

- **Groupement des commandes pièces ou matériels** pour limiter le nombre de transports.
- **Achats internes** : fournisseurs locaux (Orchies et les environs) avec une mise en compétition afin d'obtenir la meilleure solution. A rapport qualité/prix équivalent, **nous privilégions toujours les fournisseurs de notre territoire.**
- **Achats de prestations auprès de notre clientèle d'ESAT.**
- **Recherche de consommables propres (ex : suppression aérosols, fontaine bio...)**

**2) Comment auditez-vous vos fournisseurs (audit interne ou externe) et à quelle fréquence ?**

- Nous ne travaillons pas exclusivement avec un fournisseur et nous sélectionnons leurs produits en fonction des critères économiques, sociaux et environnementaux.
- Les fournisseurs que nous auditons sont Husqvarna, Kubota, Stihl, Echo, Wolf.

	2014	2015	2016
<b>Quel est le nombre de fournisseurs audités ?</b>	4	4	4

- **Marché de l'occasion** : visite du site pour s'assurer des conditions de travail.

**3) Quelles règles éthiques avez-vous établies vis-à-vis de vos concurrents ?**

Notre force est de mettre en avant notre stratégie DD sans dénigrer nos concurrents. Nous avons des relations avec l'ensemble de nos concurrents.

Notre structure est atypique et nous sommes plutôt respectés sur le marché.

Avec nos concurrents, nous partageons les mêmes aléas climatiques (sécheresse par exemple) impactant directement le niveau d'activité sur notre marché.

**6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts**

**1) Comment intégrez-vous la RSE dans votre relation client ?**

- Notre raison d'être est d'**apporter une valeur ajoutée à l'acte d'achat du client.** Pour ce faire, nous avons le modèle de vente magasin avec un **vendeur dédié pour le matériel, des magasiniers pour les pièces détachées et un réceptionnaire pour l'atelier.** Ces interlocuteurs sont spécialisés pour chaque type de client professionnel ou particulier. Nous sommes en opposition avec un modèle de vente libre-service. La réussite de ce modèle de vente est basée :
  - 1- sur la qualité d'écoute des équipes ainsi que la qualité de la relation ;
  - 2- la compétence métier des équipes ;
  - 3- la capacité à « vendre » cette valeur ajoutée.

- Nous sommes un **commerce de destination** et non un commerce de proximité. Nous concentrons en un seul point une équipe de 35 personnes, **l'enjeu est d'être à même de travailler à distance avec nos clients**. C'est pour cela que le site e-commerce [www.lambin.fr](http://www.lambin.fr) a été développé. **Le site e-commerce contribue à notre stratégie RSE**. Il évite des déplacements inutiles, offre au client une ouverture 24h/24 en réponse à ses clients sans nécessité de mobiliser des collaborateurs 24h/24. Il nous permet également un développement économique en lissant les effets des saisons sur notre niveau d'activité et a nécessité la création de postes spécifiques. Il doit également nous permettre d'accroître notre activité pièces détachées.
- Dans le cadre de notre campagne d'hivernage durant laquelle nous entretenons les tracteurs tondeuses de nos clients, une étude a été menée par un collaborateur de Kiloutou : selon les critères du DD, est-il plus « intéressant » d'aller chercher les tracteurs chez les clients ou que les clients nous les amènent. Réponse : il vaut mieux aller chercher les tracteurs et éviter au client de se déplacer.  
➔ **transports groupés : moins de pollution et moins de pénibilité**. C'est ce que nous faisons tant pour les clients magasins, pour nos campagnes d'hivernage et nos ventes web.

## 2) Comment fidélisez-vous vos clients ? et comment communiquez-vous auprès de vos clients ?

- Plus qu'une démarche de fidélisation, notre objectif est d'**établir une relation de confiance avec nos clients**. Le conseil lors de l'achat est important mais les clients sont très attachés au service après-vente. Nous avons donc élaboré une **offre de maintenance préventive** (annuelle) qui nous permet **d'accompagner nos clients durant le cycle de vie de leurs matériels**.
- Vente de matériels de qualité qui ont une **longue durée de vie** sous réserve d'être correctement entretenus.
- En 2013, nous avons audité et **réorganisé la réception atelier** identifiée comme un vecteur d'insatisfaction clients (pas assez de visibilité et trop de délais). Cela nous a permis de réduire les délais (mise en place et suivi d'un planning) et d'offrir plus de clarté au client (devis, délai).

Nous avons ensuite recentré notre activité atelier sur notre cœur de clientèle et écarté les matériels bas de gamme (problème de réparation, de disponibilité des pièces, de coût des réparations au regard du prix du matériel et augmentation des délais pour nos propres clients).

Nous promovons les entretiens en hiver (prix incitatifs) de sorte à lisser l'activité de l'atelier. En dehors de l'impact économique, cela permet de lisser l'afflux clients dans l'année (et de diminuer les délais d'entretien ou réparation). Pour les hivernages et entretiens d'hiver, nous communiquons par courrier (cela permet de détailler la prestation proposée)

- Communication essentiellement au travers de notre site e-commerce [www.lambin.fr](http://www.lambin.fr)
- Nous avons été précurseurs en 2009 avec l'envoi de SMS pour l'information de nos clients.
- Nos portes ouvertes sont un temps fort pour l'équipe mais également pour nos clients, en particulier professionnels, cela renforce notre image conviviale.

**3) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ?**

- Nous pensons avant tout à l'**usage du produit** plutôt qu'à la vente elle-même. Nous vendons des machines qui coupent, qui tranchent ou qui broient. Nous formons nos clients (professionnels et particuliers) à l'utilisation de ces machines en toute sécurité.
- Formations proposées aux clients : 2 modules (2 temps / 4 temps) sur 2 jours pour **former à l'utilisation, l'entretien de base, d'être autonome et responsable dans l'utilisation des machines** (cibles : jardiniers pro) et **prévenir les comportements à risques. Notre équipe anime la formation.** Une évaluation individuelle est réalisée à la fin de la formation. Nous avons su adapter ces formations à un public plus fragile (travailleurs d'ESAT ou d'entreprises d'insertion notamment)
- Lors de l'achat d'une machine en magasin, le montage est réalisé avec une **prise en main accompagnée par un collaborateur dédié.** Cette prise en main doit permettre au client d'utiliser sa machine en sécurité et de façon à en assurer la longévité.

**7) Engagement sociétal : Allier les intérêts de l'entreprise et ceux de la Communauté**

**1) Comment votre entreprise s'investit-elle dans son environnement territorial (emplois, économie locale, ou autres)? Et Quelles actions sociétales sont mises en place ? Relations avec les parties prenantes ?**

- Relation « naturelle » et étroite avec des élus, des DST, des responsables de services espaces verts, des éducateurs, des chefs d'entreprises, des responsables d'associations environnementales, Bavay formant à l'agro-foresterie.
- Acteur depuis le début de **Rev3**, nous avons bénéficié de la formation à l'économie de la fonctionnalité avec le programme JADDE.
- Participation au **Club des entrepreneurs DD de la Pévèle Carembault.**
- Participation au voyage au salon AMERICANA à Montréal et développement de liens avec la ville d'Asbestos et la région Estrie (**Cd2e**).
- **Témoignages lors de manifestations** : salon des espaces verts, DD Tour, World Forum, Club DD, forums de l'emploi, rencontre sur la préservation de la biodiversité ou les trames bleues et vertes.
- **Présentation de notre métier** dans des écoles et accueil de stagiaires.
- **Immersion** d'une semaine de personnes de la structure ayant suivi une formation Lambin désireuses de mieux connaître notre société et nos activités.
- Contribution à la **formation** et au **suivi de travailleurs handicapés**
- Partenariat avec Pôle Emploi pour **insertion de jeunes** avec un accès restreint au marché du travail.
- **Participation active aux manifestations organisées par nos partenaires** (ex : Portes Ouverts des CFA, Assemblée Générale d'association d'insertion...)

- Participation à des **études d'alternative à l'utilisation de produits phyto** ou des études comparatives de techniques de tonte (ramassage, mulching, robot, fauche tardive).
- **Elaboration d'une formation « éco-conception des espaces verts en milieu urbain » avec le groupe Auddicé.** A l'origine du projet, le constat que l'entretien de l'espace vert est parfois très technique donc difficile. De cette problématique est née la volonté de Thierry Lefebvre de créer une formation sur l'écoconception des espaces verts en milieu urbain.

## 2) Comment impliquez-vous vos collaborateurs dans ces actions ?

- Nos modules de formation ont été réalisés en collaboration avec le chef d'atelier et quelques mécaniciens. Ce sont eux qui délivrent ces formations aux jardiniers en atelier.
- Le commercial pro participe aux rendez-vous avec les professionnels et intègre un « discours DD ».
- Deux collaborateurs ont participé aux ateliers développement durable mis en place pour le middle management par la Communauté de Communes du Pays Pévélois.
- Participation aux manifestations des clients par les salariés (responsable pièces, spécialiste robots, commercial pro)

### III-FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

Qu'est-ce qui permet la réussite de votre démarche (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ? (les difficultés rencontrées et surmontées peuvent apparaître ici).

- Le **temps de travail** : 39h c'est le temps partagé par les équipes, le vécu (positif ou moins) qui permet de motiver et de souder une équipe. Plus le vécu est important, plus la motivation et la solidarité sont fortes.
- La **volonté** et le **caractère du dirigeant**.
- **La difficulté est de convaincre.** Il faut des résultats concrets et visibles. Or les résultats ne sont pas immédiats et pour les obtenir il faut obtenir l'adhésion des équipes. Cela nécessite d'instituer une boucle vertueuse (ou une politique des petits pas) en s'appuyant sur quelques collaborateurs pour mettre en place et décliner une stratégie RSE. Petit à petit s'instaure une appropriation du discours, des actions et des résultats. En résumé il faut du temps.