



24<sup>ème</sup> EDITION – 2018

# DOSSIER DE CANDIDATURE

CATEGORIE « ESPOIRS DE LA RSE »

## FICHE D'IDENTITE

**RAISON SOCIALE : ETNISI**

STATUT JURIDIQUE : SAS

DATE DE CREATION : Septembre 2017

EFFECTIF : 2 salariés + 2 personnes non salariées

ACTIVITE : Conception, fabrication d'aménagements (carrelage/mobilier/...) à partir de matériaux recyclés

TERRITOIRES D'ACTION : France

ADRESSE : 53 rue Jeanne d'arc – 59000 LILLE

TELEPHONE : 06 85 64 39 94

SITE INTERNET : [www.etnisi.com](http://www.etnisi.com)

COMPTE TWITTER : [sp\\_etnisi](https://twitter.com/sp_etnisi)

Contact(s) :

Espérance FENZY, Président, [efenzy@etnisi.com](mailto:efenzy@etnisi.com), 06 85 64 39 94

# PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE

---

## VOTRE HISTOIRE, VOTRE ACTIVITE

### 1) Racontez-nous l'histoire de votre entreprise ? Quelle est votre mission, quelles sont vos valeurs ?

EtNISI est né d'une révolte : tout doit rester utile. Nous puisons dans les ressources naturelles pour au final remplir des décharges. Ce constat n'est pas acceptable. Le recyclage est une démarche qui a toujours été présente pour moi.

Après des études d'ingénieur généraliste, j'ai intégré le service industrie&environnement d'un grand groupe du BTP. Tout à fait naturellement, je me suis spécialisé dans la reconversion de sites, soit des friches soit des sites pollués. Ainsi, j'ai été amené à travailler à Tourcoing, Denain, Armentières et surtout sur le site de Metaleurop (Sita Agora).

Au fur et à mesure des années, cette révolte a gonflé. Un jour, « Et si tout était possible » m'est apparu comme une évidence. Je me suis alors offert du temps pour trouver l'axe qui permettra de répondre à cette révolte.

J'ai donc mis au point un process qui permet de valoriser n'importe quelle matière solide. Je me concentre aujourd'hui sur les **matières usagées**. Ces dernières ont un intérêt inédit : **être porteuses de sens, d'histoires, d'émotions**. La matière n'est pas que le remplissage d'un vide, EtNISI y ajoute une dimension ; exemples : Les Hauts-de-France et la brique ou Roland Garros et la balle de tennis recyclée.

Ma mission est de trouver une utilité dans toutes choses – autrement dit, supprimer la notion de déchet (humblement).

Ces valeurs sont celles que je porte aujourd'hui et que j'envisage pour demain. Il est important que l'ensemble des parties qui composeront EtNISI élaborent une vision et un alignement avec nos propres valeurs. Des échanges, peut-être sous forme de séminaire, sont à envisager.

#### ->**Futuriste : tournée vers le futur**

Il est important qu'EtNISI reste à la pointe de l'innovation. Aujourd'hui, nous produisons les matières de demain, c'est-à-dire avec au minimum 75% de matières recyclées mais le but ultime est 100% recyclé. Nous travaillons sur différents développements pour atteindre cet objectif.

#### ->**Concentrée : se concentrer sur notre savoir-faire pour être un support unique aux créatifs**

Pour être performant, il est important d'être centré sur ce qu'on sait faire de mieux. Dans le cas d'EtNISI, le savoir-faire est la transformation de la matière. Nous créerons des partenariats avec des acteurs dont le savoir-faire est complémentaire au nôtre (colle recyclée...).

2) Quelle est l'activité de votre entreprise ? Quelles sont vos relations avec les acteurs extérieurs à votre entreprise ?

Le procédé établi se décompose en cinq étapes. En fonction des matières entrantes, différentes étapes sont activées ou non, différents paramètres évoluent. L'innovation technique d'EtNISI n'est pas de transformer des matériaux comme le marc de café ou la coquille de moules. L'innovation technique est de **pouvoir transformer toutes les matières solides grâce au même process.**

Ainsi les possibilités d'EtNISI sont quasiment infinies, tant en rendus esthétiques, qu'en géométries. La première gamme de produits est du revêtement : carrelage sol/mur, intérieur/extérieur. Nous vendons nos produits aux grandes surfaces de bricolage, aux négociants locaux et aux promoteurs.

Le modèle économique d'EtNISI est la **création de « micro-usines » au plus près des gisements de matières premières secondaires.** Elles sont donc de petites tailles (la première unité de production à Roubaix = 250 m<sup>2</sup> compris le laboratoire) et délocalisées sur le territoire français. Une solution transportable est en cours d'étude, avec BPI comme partenaire.

Encore aujourd'hui, l'image des produits recyclés vis-à-vis du grand public est une qualité dégradée alors que nos produits sont plus résistants et plus légers que les équivalents du marché. Il faut donc convaincre qu'au-delà du bénéfice environnemental, les produits EtNISI ont des caractéristiques techniques supérieures.

## **VOTRE DEMARCHE RSE**

3) Dans quel contexte votre démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire) ? Quel en a été l'élément déclencheur ?

Le secteur du carrelage est sinistré. Il reste quelques fabricants en France mais ils appartiennent tous à des fonds étrangers. Je ne sais pas si leurs démarches sont vertueuses. Néanmoins leurs process sont très énergivores et gigantesques. (cf les fabricants de grès cérame espagnols et italiens dont les fours à 1800°C sont chargés par wagons entiers).

La RSE est intrinsèque à EtNISI puisque la mission d'EtNISI est de **valoriser le patrimoine local** grâce au circuit court. De plus, je partage des valeurs fortes à ce sujet avec l'associé historique : Christophe Deboffe (Neo Eco).

4) Quelles sont les grandes lignes stratégiques de votre démarche RSE (objectifs économiques, sociaux, environnementaux) ? Comment la RSE s'intègre-t-elle dans votre offre ?

Les enjeux sont la relocalisation de la production et l'appropriation de notre environnement avec l'usage de matériaux locaux.

#### Objectifs économiques

-Apporter une offre compétitive sur le marché actuel

#### Objectifs sociaux

-Valoriser l'humain grâce au recours à la main d'œuvre d'insertion

#### Objectifs environnementaux

-Minimiser l'impact sur les ressources naturelles grâce à l'utilisation d'au moins 75% de matériaux recyclés dans nos produits

#### Objectifs sociétaux

-Apporter une offre qui a du sens pour les clients

Ces objectifs sont les fondements de la stratégie d'EtNISI et du choix de la première gamme de produits. Tous nos produits sont composés de 75% à 100% de matériaux recyclés. Le choix des matériaux découle du sens que les clients souhaitent intégrer à leurs produits.

5) Avez-vous des outils de suivi ? Avez-vous reçu des prix et nominations ? Avez-vous obtenu des certifications ?

Nous avons obtenu le Label Gold délivré par la société BioRégional dont nous remplissons tous les critères (produit élaboré selon les principes de l'économie circulaire et les critères de la fondation Ellen MacArthur ([www.ellenmacarthur.com](http://www.ellenmacarthur.com))).

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

Réseau Alliances est reconnu pour la qualité de sa propre démarche et de ses membres. Etre lauréat, c'est aussi l'occasion de mettre en lumière des convictions fortes de l'économie responsable, circulaire et vertueuse.

L'accompagnement jusqu'au jury sera l'occasion de formaliser de manière pertinente la démarche globale d'EtNISI.

## II/ DETAILS DE VOS ACTIONS RSE

---

### *GOUVERNANCE*

7) Comment est organisée la gouvernance de votre entreprise ? et dans quelle mesure permet-elle l'implication de vos collaborateurs & autres parties prenantes ?

J'ai souhaité inclure un **conseil de gouvernance** dans le pacte d'associés. Tous les associés y sont conviés. Mon épouse, elle-même chef d'entreprise, est associée à ce conseil pour m'offrir une vision différente et extérieure. Pour chaque conseil, une problématique est désignée. L'objectif est d'échanger sur ce sujet pour apporter la meilleure réponse. Des invités peuvent également être conviés, en fonction du sujet.

Mon management inné est d'inclure les parties concernées dans la prise de décision. Concrètement, j'apporte ma solution -> un échange se crée -> des modifications sont apportées à ma proposition -> la décision est prise

Notre équipe est encore restreinte, je ne sais pas quelles modalités exactes seront mises en place mais elles seront largement inspirées de la sociocratie.

8) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes à votre démarche RSE ? Quels outils utilisez-vous ?

De par l'argumentaire d'EtNISI, les parties prenantes d'EtNISI sont sensibles à la RSE. Aujourd'hui, nous évitons l'évangélisation pour sensibiliser par l'exemple.

Les arguments d'EtNISI sont :

- Chargé de sens/émotions/patrimoine/histoires/...
- Local / made in France
- Une matière plus légère/plus résistante
- Des rendus inédits et des pièces uniques car ce ne sont pas des motifs imprimés mais la matière qui se révèle
- Un process peu énergivore
- Composé d'au minimum 75% de matières recyclées
- Recyclable

9) Avez-vous pris des mesures pour améliorer les conditions de travail et le bien-être de vos collaborateurs ? Qu'avez-vous mis en place pour favoriser leur développement professionnel?

Non concerné pour le moment.

10) 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...)

EtNISI va s'associer à des **opérateurs locaux d'insertion** comme vitamine T ou Triselec. D'autres démarches identiques seront mises en place. Ma conviction est que ces thèmes requièrent des savoir-faire ou des compétences spécifiques et donc qu'il est primordial de s'associer à des entreprises spécialisées sur ces thèmes.

***PRISE EN COMPTE DES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX***

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

En plus d'utiliser massivement des matériaux recyclés, nous cherchons des solutions de réutilisation plus que de recyclage. Par exemple, nous collaborons avec un fabricant de colle qui permettra de décoller le carrelage sans le détruire lorsque le propriétaire voudra changer de revêtement de sol. Ainsi, le carrelage sera revendu ou donné à une ressourcerie. Nos revêtements seront donc utilisés sur la **totalité de leur espérance de vie** et non 15-20 ans comme le cycle des tendances l'implique.

Nous cherchons également des solutions sur les emballages car c'est un poste important, générateur de déchets.

***BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES : ÊTRE ACTEUR LOYAL ET RESPONSABLE SUR LES MARCHÉS***

12) Comment s'organisent les relations avec vos fournisseurs, sous-traitants, concurrents, partenaires ?

Nos fournisseurs sont des producteurs de déchets qui sont satisfaits de voir leurs résidus être valorisés en plus de ne plus être une charge financière.

La première étape lors de nos collaborations est de **comprendre leur process et la source de leurs déchets**. Les fournisseurs sont souvent attachés à ces matières qu'ils n'arrivent pas à valoriser, tout en réalisant le gâchis que cela représente et leur patrimoine qui leur échappe.

***CLIENTS ET CONSOMMATEURS : RESPECTER LEURS INTÉRÊTS***

13) Comment s'organisent les relations avec vos clients – B2B et B2C (relations clients, écoute client, satisfaction clients...)?

EtNISI est un **support pour les créatifs**. L'utilisation de matières usagées n'est pas innocente. Cette matière a déjà une histoire, un vécu. Elle est donc porteuse de sens. Cet aspect est recherché par les architectes ou les designers au bénéfice de leurs clients (souvent des enseignes à la recherche de support de story telling). Le recyclage de la brique a du sens pour les habitants du Nord de la France, de même pour le grès rouge à Strasbourg,...

Ainsi, nous essayons de **co-concevoir les produits avec les clients** car ce sont les plus avertis du besoin de leurs propres clients. De plus, les entités qui portent un intérêt aux produits d'EtNISI sont des acteurs engagés qui cherchent à promouvoir des produits responsables. Les produits d'EtNISI correspondent parfaitement à cette dynamique.

Par exemple, la faïence de la cuisine de la maison de la Soréli à Fives Cail est faite par EtNISI. La matière a été élaborée avec les architectes du projet. Elle est composée de calcaire de la MEL, du verre du site avec parfois des éclats de briques du site également.

14) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ? Comment assurez-vous l'accessibilité pour tous de vos produits/services ?

La première garantie vis-à-vis de la sécurité des utilisateurs et même des compagnons d'EtNISI sont le **respect des normes**. Une personne est détachée uniquement sur ce sujet, qui a comme rôle de définir le protocole normatif suivant les contraintes du produit fini et de missionner des laboratoires indépendants pour valider ce protocole.

### **ENGAGEMENT SOCIÉTAL : ALLIER LES INTÉRÊTS DE L'ENTREPRISE ET CEUX DE LA COMMUNAUTÉ**

15) Comment contribuez-vous au développement économique local ?

Les matériaux recyclés sont l'axe principal de l'innovation d'EtNISI. Il ne faut pas oublier la dimension humaine d'où l'intérêt de **s'associer avec des acteurs compétents de l'insertion**.

Nous souhaitons également apporter un nouveau regard sur la consommation en valorisant le patrimoine de chaque territoire et faire la démonstration qu'il est possible d'allier richesse et local.

16) Menez-vous des projets en collaboration avec des acteurs de la société civile (associatifs, pouvoirs publics, écoles, ESAT....) ?

Nous avons un projet de bougies en partenariat avec TRISELEC. La récupération de cire, la création de la bougie est faite sous forme de chantier « école » dans le centre de formation de cette société.

Par ailleurs, nous avons des développements, particulièrement les solutions 100% recyclées, en partenariat avec des universités ou des laboratoires.

## III/ PRINCIPAUX RESULTATS OBTENUS ET ATTENDUS

---

17) Décrivez vos premiers résultats (CA, nombre de clients, facteurs de succès...)

Nous lançons la production dans la première unité de production, localisée à Roubaix. La production a démarré en février avec des pavés drainants. En plus de cette production, nous réalisons la faïence de la cuisine de Fives Cail. La vente de bougies et de tabourets sont engagées.

Le fer de lance de la gamme est un carrelage extérieur de 60 cm x 60 cm. Un premier chantier est prévu en production dès le mois de mai. D'autres projets sont sur le point d'être contractualisés.

Notre ambition est une expansion vers les métropoles françaises (Paris, Lyon, Marseille et Bordeaux). Nous sommes capables d'étendre le concept à l'étranger en fonction des opportunités.

18) Expliquez vos perspectives d'évolution à court/long terme (business plan, plans d'action, création d'emplois...)

Un point clé est la partie « normes ». L'association avec Néo-Eco est particulièrement pertinente à ce sujet. Nous avons des produits à forte valeur ajoutée qui peuvent conquérir des marchés très techniques. Il faut toutefois valider des protocoles d'essai ou avoir des certifications spécifiques, ce qui représente un investissement et qui peut prendre du temps.