

Raison sociale : **CLEANING BIO**

Statut : S.A.R.L

Secteur d'activité : Prestataire de services d'entretien

C.A. : 3,45M€ en 2012

Effectifs : 120 ETP (Equivalent Temps Plein)

Adresse du siège : 48 avenue Georges Dupont, 59120 - LOOS

Téléphone : 03.20.17.21.17

Site Internet : www.cleaning-loos.eu

Date de création de l'entreprise : 1996

Rapport RSE : Non

Chartes et engagements :

Charte avec REPLIC¹ sur les Bonnes Pratiques et l'éthique à appliquer dans l'entreprise

Certifications reconnues :

- Evaluation ISO 26000 mars 2011, renouvelée en novembre 2012
- Label Lucie en mars 2013

Bilan carbone : Non

Bilan Gaz à Effet de Serre² : oui, calcul du poids carbone de l'utilisation des carburants

Prix et nominations :

- 2007 : Nomination au Trophée Éthique et Gouvernance
- 2007 : Trophée Ressources Humaines par le magazine Chef d'entreprise
- 2007 : Espoir du Management remis au Sénat
- 2006 : Prix de l'Action Citoyenne (Réseau Alliances)

Personne interviewée :

Yann Orpin, Gérant de l'entreprise, yorpin@yahoo.com, 03 20 17 21 17

¹ REPLIC est une SCIC (Société Coopérative d'Intérêt Collectif) qui crée des entreprises d'utilité sociale et environnementale en réponse à des problématiques de territoire

² * Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

DEMARCHE RSE DE L'ENTREPRISE**I – CONTEXTE ET ACTIVITE**a) Contexte

CLEANING BIO, entreprise de nettoyage, se démarque de ses concurrents par ses valeurs. Créée en 1996 par Patricia Orpin, elle est aujourd'hui dirigée par son fils, Yann. C'est par une politique de recrutement très humaine que CLEANING BIO fait sa force. En effet, au cours de ses études et de son service national, Yann Orpin découvre la richesse des personnes en situation de handicap et c'est donc tout naturellement qu'il décide de leur donner leur chance au sein de sa société. Mais cette politique ne s'arrête pas là. Sous l'impulsion de la famille Orpin, la société favorise le recrutement des personnes éloignées de l'emploi partant du principe qu'une entreprise ne fonctionne que si les salariés sont le reflet de la population française.

Au cours de la présidence de Yann Orpin au CJD³ (2008-2010), l'entreprise a également développé un volet développement durable. A l'époque la thématique étudiée par le CJD est la performance globale des entreprises : les prémices de l'ISO 26000. Afin d'améliorer l'engagement RSE de CLEANING BIO et montrer l'exemplarité du CJD, Yann Orpin se lance alors dans une évaluation ISO 26000. CLEANING BIO devient donc en 2011, la première entreprise de propreté en France auditée « AFAQ⁴ 26000 : développement durable ». L'entreprise a obtenu le niveau 3 sur 4 de cette évaluation, qui confirme l'engagement de l'entreprise à l'égard de toutes ses parties prenantes : le management humain de ses salariés, les relations partenariales créées avec ses clients et fournisseurs ainsi que le respect de l'environnement sociétal et écologique et l'exemplarité de ses actionnaires (actionnariat familial).

Enfin, CLEANING BIO a obtenu le Label Lucie en janvier 2013.

b) Activité

CLEANING BIO est en charge du nettoyage de crèches, garderies et écoles mais aussi de bureaux professionnels en passant par des magasins, salles de sport et immeubles (parties communes des résidences). La société assure également le nettoyage en milieu urbain en supprimant tags et graffitis. Son siège social est situé à Loos (59) mais l'entreprise est présente dans tout le Nord-Pas de Calais (antennes de Boulogne à Maubeuge) et dans le Languedoc Roussillon sous forme d'entreprise d'insertion (licence de marque).

Contraintes rencontrées par l'entreprise :

- La paupérisation de la population
- La conjoncture économique et la guerre des prix du secteur
- La déresponsabilisation de certains donneurs d'ordres
- La pression sociale et fiscale du gouvernement

³ Club de Jeunes Dirigeants

⁴ Marque délivrée par l'AFNOR, elle est la preuve objective qu'une organisation, un service, ou des compétences professionnelles sont conformes aux normes internationales

Parties prenantes de l'entreprise :

- **Les salariés** : majoritairement des femmes et des seniors
→ Fonctions : collaborateurs productifs (inspecteurs et agents d'entretien) ;
personnel administratif
- **Les clients** : crèches, garderies, résidences, bureaux
- **Les fournisseurs** : des entreprises françaises qui fabriquent en France ou en Italie (Les produits nettoyants écologiques proviennent de France exclusivement : Arbre vert et Ecover)
- **Les actionnaires** : Yann et Patricia Orpin

II – ENJEUX ET/OU OBJECTIFS DE LA RSE DANS L'ENTREPRISE**Les enjeux :**

- Vivre une responsabilité sociétale de l'entreprise au quotidien
- Rester en permanence ouvert pour toujours progresser
- Faire en sorte que l'engagement sociétal de CLEANING BIO dépasse les frontières de l'entreprise et contribue à l'amélioration de la société
 - o **Projets d'essaimage sur la France d'un modèle de « franchise de sens »** (cf. 73.01 Contribuer à des projets de développement et 73.02 Apporter ses savoirs faire à la communauté)

Objectifs économiques :

Être rentable pour pérenniser la structure et l'emploi

Objectifs environnementaux :

Intégrer dans l'activité de l'entreprise des pratiques respectueuses et vertueuses à l'égard de l'environnement

Objectifs sociaux :

- Permettre aux collaborateurs de trouver un équilibre entre vie privée et vie professionnelle
- Expérimenter la richesse de la diversité, et donner leur chance à toutes personnes quelles que soient leur différence et leur fragilité

III - LES DOMAINES D'ENGAGEMENTS DANS LA RSE

Etat des lieux de la démarche RSE de l'Entreprise réalisé à partir du Référentiel Bonnes Pratiques RSE Réseau Alliances-World Forum Lille.

1) Gouvernance : Manager son organisation avec transparence**11.01 Intégrer la RSE dans la stratégie de l'entreprise****11.06 Créer ou reconvertir l'entreprise dans une logique responsable**

- Le principe de gouvernance de CLEANING BIO est **le respect**. Cette valeur est appliquée à toutes les parties prenantes, qui doivent être traitées de manière égale et équilibrée.

- La stratégie RSE se traduit par **l'exemplarité des deux actionnaires**, Patricia et Yann Orpin et par une responsabilité sociétale de l'entreprise. L'exemplarité signifie que les dirigeants disposent des **mêmes avantages que les autres salariés** (Exemple : l'intéressement au sein de la société est le même quel que soit le statut); la responsabilité sociétale signifie que toute activité menée par l'entreprise doit respecter cette responsabilité et être porteuse de sens pour ses parties prenantes. Cette stratégie se traduit également par une **démarche ISO 26000**. **Évaluée** une première fois en 2011 (**niveau 3 sur 4 du référentiel AFAQ 26000**), CLEANING BIO a été réévaluée en 2012 et poursuit ses efforts d'amélioration en termes de performances RSE.

- Pour Yann Orpin le plus important en entreprise, c'est le sens que l'on y met et non pas la nature juridique qu'on lui donne. Il considère que l'entreprise capitaliste classique peut avoir autant de sens que l'entreprise solidaire.

→ BP 2013 (Trophées) : [« Cleaning Bio se différencie par sa démarche de sens »](#)

11.02 Privilégier le maintien et/ou le développement de l'emploi local

- CLEANING BIO **embauche ses salariés à proximité de leur lieu de travail (moyenne de 6,5km)**.

11.03 Concevoir des outils de mesure des performances RSE

- CLEANING BIO a créé une **vingtaine d'indicateurs** pour mesurer la performance de son activité. Ils sont complétés chaque mois et comparés annuellement. Chaque collaborateur a la gestion d'un ou deux indicateurs. Exemples d'indicateurs : satisfaction salarié et satisfaction client, consommation d'eau de pluie récupérée sur l'année, pourcentage de produits écologiques par rapport au nombre de produits chimiques, nombre de collaborateurs qui bénéficient de l'aide personnalisée de l'entreprise, quantité d'eau utilisée avec les produits écologiques...

11.04 Définir et diffuser des engagements RSE

- Pour se présenter à ses futures parties prenantes (fournisseurs, salariés et clients), CLEANING BIO commence toujours par présenter ce qu'elle est : des gens différents, son engagement sociétal et environnemental, avant de dire ce qu'elle fait : prestataire de service d'entretien.

- La stratégie, intégrant les principaux enjeux de RSE, est déclinée en politiques et en objectifs. Le projet d'entreprise est communiqué aux équipes par un **livret d'accueil** remis à chaque collaborateur lors de l'embauche, et relayé par l'équipe d'encadrement intermédiaire.

- La **valeur de respect** est communiquée au travers du **site Internet** de l'entreprise

- Une **formation délivrée au moment de l'embauche** d'un salarié sur les valeurs et le projet

d'entreprise permet l'implication et la responsabilisation des salariés face aux enjeux de responsabilité sociétale. Le degré de compréhension et d'appropriation de la politique RSE est validé par un questionnaire et un accompagnement si nécessaire.

11.05 Mettre en place un management participatif

- Les salariés ont des missions qu'ils sont libres de mener dans le cadre de la valeur centrale de l'entreprise : le **respect** (les salariés sont libres dans le choix des produits d'entretien utilisés, par exemple).
- Un **questionnaire** annuel est distribué aux collaborateurs pour évaluer la qualité des relations avec les supérieurs hiérarchiques et le personnel administratif : les agents notent leurs supérieurs à partir d'une **grille de notation** binaire pour s'assurer que les valeurs sont appliquées à tous les niveaux de l'entreprise. Une assistante gère cette activité : il n'y a pas de prise de main de la direction sur cette notation. Le non-respect des valeurs peut entraîner le licenciement de supérieurs hiérarchiques.

12.01 Opter pour une communication responsable

12.02 Créer des outils de communication sur les engagements et les résultats de l'entreprise

- CLEANING BIO communique volontairement sur ses engagements RSE par la presse, les médias. Elle diffuse également des communiqués de presse lors d'actions particulières (Lucie, REPLIC) ; la communication auprès des clients passe lors de la facturation.
- CLEANING BIO n'hésite pas à communiquer sur ses initiatives dans le but d'inciter d'autres entreprises à la suivre dans sa démarche : Réseau Alliances, CJD, JADDE, Face, médias (Voix du Nord, La vie, La Croix, ...).
- L'entreprise exerce son pouvoir d'influence chaque fois que possible. Elle prend régulièrement le leadership sur les questions environnementales, sociales et sociétales, pour entraîner dans son sillage de nombreux acteurs vers des pratiques vertueuses (partenariat sur les produits écologiques, pour l'obtention de crédits, logements...)

13.01 Avoir une démarche volontaire de partage de la valeur

- **Prime annuelle de Noël** annexée sur des critères objectifs (absentéisme, satisfaction client, respect des valeurs).
- CLEANING BIO a mis en place une politique salariale plus favorable par rapport aux standards de la profession, pour les collaborateurs qui s'impliquent et qui veulent prendre des responsabilités. Ainsi, **un collaborateur peut avoir le statut et la rémunération de chef d'équipe sans diriger d'équipe pour autant.**
- **Contrôle du maintien d'un rapport mesuré entre les salaires les plus élevés et les plus faibles (rapport de 1 à 3,6).**

14.02 Accompagner ou sensibiliser à une démarche de développement durable

- Réunions régulières avec les clients et les fournisseurs pour un **échange de Bonnes Pratiques** et au cours desquelles CLEANING BIO leur demande d'être force de proposition en matière de développement durable. Exemple : partage de bonnes pratiques avec ESTERRA.
- **Réunions trimestrielles avec les collaborateurs** (inspecteurs et administratifs) sur les enjeux et les points d'amélioration en matière de développement durable.

<p>2) Droits de l'Homme : Respecter les droits essentiels de la personne</p>
<p>21.01 Sensibiliser ses parties prenantes</p> <p>Sensibilisation des fournisseurs sur les Droits de l'Homme. Lorsque Yann Orpin s'engage à travailler avec un nouveau fournisseur, il lui demande d'être vigilant sur l'origine des produits qu'il vend et sur leurs conditions de production.</p>
<p>21.03 Remédier aux risques de non-respect</p> <p>Achat de produits en provenance de l'Italie et la France afin de s'assurer qu'ils soient fabriqués dans le respect des Droits de l'Homme (garantie par la législation).</p>
<p>22.01 Mettre en place une politique de la diversité au sein de l'entreprise</p> <p>22.02 Lutter contre les discriminations au sein de l'entreprise et à l'embauche</p> <p>CLEANING BIO mène une politique d'embauche peu ordinaire, partant du principe qu'une entreprise ne fonctionne que si les salariés sont le reflet de la population française. Ainsi, elle recrute parmi les personnes reconnues COTOREP⁵, parmi « les blacks, les blancs, les beurs, les Rmistes », les femmes seules avec enfants ou de plus de 50 ans, avec comme seuls critères retenus : la volonté de travailler et celle de se réinsérer dans la société, faisant de la diversité une richesse et non un frein.</p> <p>→ Bonne Pratique primée en 2006 aux Prix de l'Action Citoyenne par Réseau Alliances et actualisée en 2013 (Trophée) : « Cleaning Bio balaye les préjugés à l'embauche »</p>
<p>22.03 Favoriser l'égalité des chances femmes hommes (métier, salaire, poste à responsabilité...)</p> <p>Un tableau de bord permet de suivre l'égalité de traitement entre femmes et hommes.</p>
<p>22.04 Favoriser l'emploi des personnes en situation de handicap</p> <p>- Dès sa création, l'entreprise décide de donner leur chance aux personnes handicapées. Elle embauche ainsi comme comptable, un ancien maçon devenu inapte au métier à la suite de graves problèmes de santé et comme secrétaire, une ancienne ouvrière d'usine inapte au travail à la chaîne. De fil en aiguille, de nombreuses personnes reconnues handicapées par la COTOREP intègrent l'entreprise.</p> <p>- Reconnue comme entreprise ayant une démarche en faveur des personnes handicapées, les organismes (Pôle Emploi, Cap Emploi, OIFT) se tournent directement vers elle. CLEANING BIO emploie ainsi 8 % de personnes reconnues handicapées. Pour permettre à ces personnes de travailler dans de bonnes conditions, leur poste est adapté en fonction de leur handicap.</p>
<p>22.05 Favoriser l'emploi des seniors (+ de 45 ans)</p> <p>- Suite à l'accord de la branche relatif au seniors, CLEANING BIO a mis en place un plan d'action concernant trois domaines d'action :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Anticipation de l'évolution des carrières professionnelles • Développement des compétences, des qualifications et accès à la formation • Transmission des savoirs, des compétences et développement du tutorat <p>CLEANING BIO emploie ainsi 43 % de seniors (86/200).</p>
<p>22.07 Favoriser l'insertion des personnes en grande difficulté</p>

⁵ Commission Technique d'Orientation et de Reclassement Professionnel

Accompagnement des personnes fragiles dans leurs difficultés personnelles pour leur permettre d'atteindre un équilibre entre leur vie professionnelle et personnelle. Le dirigeant de CLEANING BIO prête une oreille attentive aux besoins de ses salariés afin de les aider dans leur démarche de retour à l'emploi. (cf. 33.02 Favoriser un meilleur équilibre vie privée / professionnelle)

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

La reconnaissance et le respect du salarié sont au cœur de la stratégie de l'entreprise CLEANING BIO. Ainsi, **l'entreprise ne recourt ni à l'intérim, ni au CDD** (sauf congés maternité et congés parentaux) pourtant monnaie courante dans ce secteur. L'accompagnement et l'ambiance conviviale au sein de l'entreprise, permettent aux salariés d'évoluer favorablement. Reconnus et valorisés, ils produisent un travail de qualité. La fraternité entre collaborateurs s'est développée et cela se ressent dans leur vie personnelle.

31.01 Accompagner des salariés à la reconversion et au reclassement

CLEANING BIO aide ses collaborateurs (anciens ou actuels) à se reconvertir ou à se reclasser. Cela se traduit par une aide à la recherche d'emploi ou de DIF (Droit Individuel à la Formation). Ainsi des agents d'entretien ont pu devenir secrétaire médicale, agent territorial...

31.02 Mettre en place une politique d'accueil et d'intégration

Une **formation au projet d'entreprise est délivrée à chaque collaborateur lors de leur embauche**. Sur une ½ journée, les valeurs de l'entreprise, les droits et obligations des collaborateurs et leur application dans l'entreprise sont abordés

31.03 Développer la formation et/ou la promotion

Chacun a sa chance au sein de l'entreprise. Chaque personne ayant un poste à responsabilité l'a obtenu en grimpant dans la hiérarchie. **Promotion interne : tous les inspecteurs et chefs d'équipe ont commencé comme agent d'entretien.**

32.01 Instaurer des formations et des politiques de prévention des risques

- Le dirigeant refuse les prestations qui présenteraient le moindre risque pour ses salariés.
- Le Document Unique sur les risques encourus pendant le travail est rédigé avec les délégués du personnel.
- Mise en place d'un **passport santé par salarié**, qui détermine le site où le travailleur est actif et les risques qu'ils encourent.
- CLEANING BIO, avec le double souci de protéger l'environnement et la santé de ses employés, propose d'utiliser des **produits adaptés 100% écologiques**.
- Les accidents et l'absentéisme sont suivis de manière précise et régulière. Ces données sont analysées et les causes sont répertoriées par typologie.

32.02 Adapter les postes de travail

- Toutes les aides perçues sont réinvesties intégralement dans l'adaptation des postes de travail et la formation.
- Tous les EPI (Equipement de Protection Individuelle) nécessaires et adéquats sont fournis aux salariés. Une attention particulière est portée aux besoins spécifiques (allergie, ergonomie...). CLEANING BIO travaille, sur ce domaine, avec Emploi et Handicap et la Médecine du Travail pour réaliser des études de postes.

33.01 Favoriser le dialogue social

- **Un tiers du temps de travail du chef d'entreprise est dédié à l'accompagnement des collaborateurs**, et une politique de « la porte ouverte » permet aux salariés une expression directe auprès des dirigeants.

- La communication interne favorise la bonne circulation de l'information qualitative et quantitative. Les salariés évaluent leur responsable hiérarchique de production et administratif par rapport aux valeurs qu'ils transmettent. Les inspecteurs quant à eux identifient informellement les salariés fragiles ou en situation de mal-être en restant à leur écoute, permettant une remontée d'informations du terrain.

33.02 Favoriser un meilleur équilibre vie privée / professionnelle

- Yann Orpin exerce un '**management sans frontières**' : le salarié est pris en considération dans sa globalité. Pour permettre aux salariés d'être performants au travail, CLEANING BIO considère qu'ils doivent aussi se sentir bien au niveau personnel. C'est ainsi qu'une politique d'accompagnement importante est mise en place pour les salariés connaissant des difficultés avec le Fisc ou la banque. Pour cela **deux conventions** viennent d'être signées par Yann Orpin :

- La première avec la BSD du groupe CIC avec laquelle les salariés peuvent monter un dossier de rachat de crédits ou de crédit immobilier à des conditions intéressantes.
- La seconde avec la Caisse solidaire du Crédit Mutuel, permet de contracter un prêt pour acquérir un moyen de transport (afin de pouvoir se rendre sur le lieu de travail) et/ou un crédit à la consommation. L'entreprise suit ces dossiers et aide ses collaborateurs dans leur démarche et s'en porte **garant moral**.

- Pour aider ses salariés dits « travailleurs fragilisés », le dirigeant de l'entreprise les aide à gérer leur budget, ou bien trouve des solutions financières avec des banques et des organismes de rachat de crédits.

- Le processus de gestion des remplacements avec un système d'astreinte et de planification assure une anticipation et une gestion saine des absences. Une application Smartphone a été développée, pour permettre la gestion et la comptabilisation en temps réel.

→ BP 2013 (Trophées) : [« Cleaning Bio aide ses salariés fragilisés à se reconstruire »](#)

33.03 Favoriser le bien-être au travail

Installation d'une **salle de repos** de 50 m² avec télévisions, jeux vidéo, canapés et cuisine au siège de Loos.

4) Environnement : Préserver la Planète

41.01 Réduire, valoriser et recycler ses déchets

Collaboration avec ESTERRA, qui vient récupérer et traiter les déchets chimiques.

42.05 Utiliser des produits ou services éco-conçus

- Après avoir balayé les préjugés d'embauche, l'entreprise s'est attaquée à un nouveau projet : avec le double souci de protéger l'environnement et la santé de ses employés, elle propose aux clients de « faire du propre avec du propre » en nettoyant leurs locaux

avec des produits 100% écologiques. Ce projet concerne notamment une chaîne de crèches.

- Collaboration avec **Ecover** fabricant de produits nettoyants éco-conçus, constitués de matières recyclées et respectueux de l'environnement.

43.01 Mettre en place des projets d'économies d'énergie et de réduction de GES

- Un travail important a été mené pour identifier le poids carbone d'un grand nombre d'articles utilisés. Ce dispositif permet un suivi hebdomadaire des émissions de CO2. Les consommations des véhicules sont enregistrées par le dirigeant et le comptable. Un comparatif de la consommation est établi.

- Le choix de véhicules à faible émission de CO2 participe à l'effort pour réduire les émissions de l'entreprise.

44.01 Préserver la biodiversité

- Pour une meilleure préservation de la biodiversité, CLEANING BIO a développé une **prestation écologique et naturelle d'entretien d'espaces verts (Eco pâturage)**. Celle-ci se traduit par une réduction du nombre de tontes et donc de l'usage des machines, l'absence d'utilisation de produits chimiques contre les mauvaises herbes...

- Installation de **ruches** au siège de Loos.

44.03 Gérer durablement l'eau

- Installation d'une **cuve de récupération d'eau de pluie au siège** qui génère une économie substantielle d'eau.

- La politique d'achat et de R&D, en partenariat avec les fournisseurs, implique l'utilisation de machines moins consommatrices d'eau.

- **Formation du personnel** au dosage des produits et à l'utilisation de l'eau afin de gérer au mieux la consommation.

- Investissement dans une **machine de nettoyage de tags avec du sable** ; cette machine n'utilise pas d'eau, ni de produits chimiques contrairement aux machines classiques qui utilisent de l'eau et des produits chimiques nocifs pour le retrait des tags. Les conditions de travail sont ainsi plus saines.

45.01 Innover et concevoir des bâtiments

Adaptation des toits des bâtiments de l'entreprise pour récupérer l'eau de pluie afin de nettoyer les containers extérieurs, les linges et les sanitaires.

46.02 Optimiser les déplacements des collaborateurs (PDE)

- CLEANING BIO optimise les impacts liés au transport des biens et des personnes : optimisation des trajets domicile-travail en embauchant des personnes près des sites, priorité donnée à l'usage des transports en commun pour les déplacements, co-voiturage, acquisition de véhicules propres...

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

51.01 Mettre en place une relation durable avec les fournisseurs

- Instauration de **contrats de partenariat avec 90% des fournisseurs**. CLEANING BIO rappelle systématiquement ses valeurs et sa démarche, et accepte de **payer le juste prix** pour ses commandes. En contrepartie, les fournisseurs s'engagent à partager leurs

informations en matière de développement durable et à être force de propositions. Par exemple : l'engagement réciproque avec APURA se traduit par un achat de produits par CLEANING BIO au tarif normal en échange de quoi, APURA propose ses innovations et s'engage à être réactif dans son travail.

Pour s'assurer du respect des contrats signés avec les fournisseurs, CLEANING BIO organise à son siège un bilan annuel avec chacun d'entre eux.

51.02 Intégrer des critères de responsabilité sociétale dans la politique d'achats

Le contrat de partenariat invite les fournisseurs à proposer des produits innovants qui respectent les principes de RSE. Le choix des produits se fait sur des critères durables **respect de l'environnement, éco-conception et de proximité.**

51.03 Privilégier l'approvisionnement de proximité

La majorité des produits sont fournis par des sociétés du Nord, sauf les produits Arbre vert qui viennent de Poitiers. Par exemple : Les stylos promotionnels sont produits à Villeneuve d'Ascq, les produits de nettoyage d'Ecover à Boulogne-sur-Mer.

6) Clients et Consommateurs : Respecter leurs intérêts

61.01 Assurer une gestion responsable de la relation clients et consommateurs

- Mise en place de solutions personnalisées auprès des clients par le biais de visites régulières des responsables de sites afin d'assurer un suivi constant de la propreté. Pour respecter ses engagements à l'égard de ses clients, les salariés de CLEANING BIO suivent deux formations : une dans ses locaux et une dans les locaux du client. Afin de garantir une continuité dans la qualité du nettoyage et pour faire face à l'absentéisme (congrés payés et maladie), des personnes en CDI à temps plein assurent les remplacements. Le prix indique en toute transparence le nombre d'heures de travail et le taux horaire appliqué. L'identification des besoins et attentes des occupants des locaux est assurée par des enquêtes de satisfaction.

- CLEANING BIO exige également que le client respecte ses engagements envers elle (respect du cahier des charges définis avec le client, respect du salarié opérant chez le client), si ce n'est pas le cas, elle rompt le contrat.

62.01 Améliorer la santé et le bien être par ses produits ou services

- Une attention particulière est portée à la santé et la sécurité des occupants des lieux nettoyés. Par l'utilisation de **produits éco-labellisés**, CLEANING BIO s'assure de ne pas polluer l'air ambiant des locaux par des émissions de COV⁶ potentiellement toxiques. Un projet est à l'étude pour développer une prestation sur la qualité de l'air intérieur, le procédé s'appuierait sur des plantes qui aspirent les substances négatives.

62.02 Sensibiliser aux risques et éduquer à la santé

Mise en alerte du client, par les équipes de CLEANING BIO, lorsqu'elles constatent l'existence de substances potentiellement dangereuses dans les produits que le client met à leur disposition (anciens flacons illisibles, produits inconnus, stocks résiduels suite au changement de prestataire).

62.02 Sensibiliser les clients et les consommateurs à la RSE

CLEANING BIO encourage ses clients à nettoyer leurs locaux avec des produits

⁶ Composés Organiques Volatils

écologiques, et les incite à mettre en place un tri sélectif ou à tester de nouveaux produits en cours d'éco-labellisation.

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

71.01 Dynamiser un bassin d'emploi

- CLEANING BIO favorise l'emploi local et la proximité des salariés par rapport à leur lieu de travail.
- L'entreprise est un acteur actif pour le reclassement des personnes subissant un plan social.

71.02 Développer des Partenariats Publics/Privés

CLEANING BIO joue un rôle moteur dans le projet **CLEANING BIO 34** (Montpellier), projet né d'un partenariat entre CLEANING BIO, REPLIC et le Conseil régional (participation au capital et subventions). (cf : 73.01 Contribuer à des projets de développement)

71.03 Créer des liens de proximité par des actions solidaires, locales...

Appui à la création de l'**association « Cleaning solidaire »**, lancée en janvier 2013 par le prêt d'un local, l'aide à l'achat de denrées alimentaires. L'association est gérée par deux salariés de l'entreprise et vient en aide aux plus fragiles d'entre eux pour se nourrir et se vêtir convenablement.

71.04 Soutenir et développer l'économie locale

- L'entreprise, dans le respect d'une mise en concurrence loyale, favorise les partenariats avec des fournisseurs locaux.
- Investissements dans une crèche qui accueille des enfants handicapés.

72.01 Sensibiliser les jeunes à la RSE

Intervention dans les écoles pour sensibiliser à la RSE et à la véritable image de l'entreprise. Yann Orpin explique aux jeunes ce qu'est l'entreprise : entité vertueuse, protectrice de ses salariés et de l'environnement.

72.02 Créer des liens avec les jeunes et les écoles

Avec l'**association 'Entreprendre pour apprendre'** : encadrement en 2010 d'une classe sur un mini projet de création d'entreprise dans un collège.

73.01 Contribuer à des projets de développement

→ Bonne Pratique

73.02 Apporter ses savoirs faire à la communauté

- CLEANING BIO a été dupliquée en entreprise d'insertion à Montpellier (**CLEANING BIO 34**) en collaboration avec **REPLIC** (entreprise SCIC du Languedoc-Roussillon qui duplique des entreprises socialement responsables en SCIC, entreprises à utilité sociale et environnementale en particulier dans le domaine de l'insertion) **sans intérêt financier** pour son dirigeant (par militantisme patronal).

Cela se traduit par un apport en capital, la participation du dirigeant à un comité d'accompagnement, une **licence de marque** (sans remontée de chiffre d'affaires à CLEANING BIO), la **mise à disposition gratuite du savoir-faire** de l'entreprise.

L'objectif est de développer sur le territoire national des entreprises créatrices d'emplois. Dans ce schéma, le développement des entreprises d'insertion est rendu possible par le biais d'une entreprise classique. « Il n'y a donc ni un entrepreneur social et ni un entrepreneur capitaliste mais un Entrepreneur. » Ce projet a permis la **création d'un poste**

de gérant, entrepreneur social.

→ BP 2013 (Trophées) : « [Cleaning Bio se duplique en entreprise d'insertion à Montpellier](#) »

74.01 Développer la finance solidaire

En facilitant l'accès de ses salariés au micro crédit, CLEANING BIO favorise le développement de la finance solidaire (par le biais de la Caisse Solidaire du Crédit Mutuel) **cf. 33.02 Favoriser un meilleur équilibre vie privée / professionnelle**

IV – INVESTISSEMENTS ET MOYENS MIS EN ŒUVRE POUR DEPLOYER CETTE DEMARCHE

Humains :

- Une partie des salariés gèrent l'aspect solidaire de l'entreprise
- 1/3 du temps du dirigeant est dédié à l'accompagnement des collaborateurs

Matériels :

- Achat d'une cuve de récupération des eaux de pluie : 2 500€
- Achat d'une machine qui nettoie les tags avec du sable : 10 000€

V- FACTEURS CLES DU SUCCES

- La reconnaissance et le respect du salarié
- Le charisme et la disponibilité du chef d'entreprise
- L'énergie débordante et contagieuse des salariés fragilisés à qui l'on redonne confiance

VI – PRINCIPAUX BENEFICES POUR LES PARTIES PRENANTES

Partie prenante	Description synthétique du (des) bénéfice(s) obtenu(s)
Actionnaires	Augmentation de la taille de l'entreprise : le chiffre d'affaires a augmenté de 15% entre 2009 et 2012 (de 2 950 000€ à 3 450 000€)
Salariés	La reconnaissance et le respect du salarié sont au cœur de la stratégie de l'entreprise. Renforcement de la solidarité entre les collaborateurs
Fournisseurs	Instauration de relations de partenariat durable
Clients	La motivation des salariés est perceptible auprès des clients L'absentéisme est pallié par les salariés recrutés en CDI qui tournent toute l'année sur les différents sites Relation de confiance
Environnement	Utilisation de produits écologiques et de l'eau de pluie
Cité	Engagement sociétal fort des dirigeants
Autres	Essaimage de CLEANING BIO, entreprise classique basée dans le Nord, en entreprise d'insertion sur le reste du territoire

VII – CONTRIBUTION DE LA RSE A LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE○ **Indicateurs économiques**

	Nature	Montant
Chiffre d'affaires HT	2012	3 450 K€
Chiffre d'affaires HT	2011	3 450 K€
Chiffre d'affaires HT	2010	3 250 K€

○ **Satisfaction client (si l'entreprise procède à des enquêtes clients)**

- Avez-vous réalisé une enquête satisfaction auprès de vos clients ?

OUI

- Si oui, à quelle fréquence et en quelle année pour la dernière fois ?

Annuellement, 2012

- Quels sont les principaux résultats et enseignements (en synthèse) de cette enquête ?

CLEANING BIO participe à la promotion du développement durable auprès de ses clients.

- Quels est le taux de fidélisation clients ? (Préciser comment est calculé ce taux et si possible donner l'évolution sur 3 ans)

Nombre de clients conservés/nombre clients total = 90% (norme de la profession 80%)

- Quel retour auprès des salariés ?

Cette enquête de satisfaction a un faible impact sur les salariés car elle est précédée d'un suivi des clients mensuel, permettant à CLEANING BIO d'être réactif et de faire les ajustements nécessaires.

VIII – INDICATEURS DE PERFORMANCE SOCIALES**→ RESSOURCES HUMAINES**○ **REPARTITION FEMME / HOMME***

	Femmes			Hommes			Total		
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2010	2011	2012
Effectif salarié au 31 décembre	-	-	-	-	-	-	110	120	120
Dont CDI	-	-	-	-	-	-	95	109	110
Dont CDD	-	-	-	-	-	-	14	10	10
Dont intérimaires	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Dont contrats en alternance	-	-	-	-	-	-	1	1	0
Direction	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Cadre	0	0	0	0	0	0	-	-	-
Employé	-	-	-	-	-	-	8	8	8
Ouvrier	-	-	-	-	-	-	102	112	112

* Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

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

○ **EMPLOI DE TRAVAILLEURS HANDICAPES**

	2010	2011	2012
Taux d'emploi des handicapés*, y compris intérim et ateliers protégés	10%	7%	8%
Montant de la contribution versée à l'AGEFIPH	0	0	0

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

○ **EMPLOI DES JEUNES ET DES SENIORS**

	2010	2011	2012
Moyenne d'âge des collaborateurs	-	43	42
Effectif des CDI de moins de 25 ans	-	15	6
Effectif des CDI de plus de 50 ans*	-	62	86

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

○ **FIDELISATION - TURN OVER – SANTE SECURITE**

	2010	2011	2012
Turn Over* :	14.5	7.56	NC
Taux de fréquence des accidents du travail	6 accidents travail 3 accidents trajet	14 Accidents travail 4 accidents trajet	10 accidents travail 4 accidents trajet
Taux d'absentéisme maladie	3.5%	5%	8%**

* Tenant compte uniquement des arrivées et des départs en CDI

**Explication : véritable paupérisation des collaborateurs. Certains décrochent face à la pression de l'augmentation des coûts car les aides sociales sont plus avantageuses qu'un salaire.

○ **FORMATION - DEVELOPPEMENT DES COMPETENCES - PROMOTION**

	2010	2011	2012
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)*	1.028%	0.66%	-
% de salariés ayant bénéficié d'une formation dans l'année	35%	45%	65%
% de salariés ayant bénéficié d'un entretien d'évolution de carrière et d'évaluation	10%	10%	10%
Nombre moyen d'heures de formation/salarié/ catégorie :	341 h au total	730,5 h au total	-
- Cadres	84h	42h	120,5h
- Employé	66h	93h	15h
- Ouvrier	191h	595,5h	-

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

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

○ **REMUNERATION**

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) ?	3,6		

○ **PARTICIPATION ET INTERESSEMENT**

	Oui	Non
Proposez-vous une participation * à vos salariés ?		X
Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13 ^{ème} mois, ..) ?	X (prime)	
Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?		X
Proposez-vous un actionnariat salarié ?		X

*Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

○ **CLIMAT SOCIAL**

	Oui	Non
Avez-vous des indicateurs ?	X	
Avez-vous réalisé une (des) enquête(s) ?	X	
Si oui, quel est le taux de participation ?	50%	

○ **REPRESENTATION DU PERSONNEL**

	Oui	Non
Avez-vous :		
- des délégués syndicaux ?*		X
- des délégués du personnel ?**	X	
- un Comité d'Entreprise ? ***		X
- un Comité d'Hygiène, de Sécurité et des Conditions de Travail (CHSCT) ?***	X	

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

**obligatoire pour entreprise > 11 salariés

***obligatoire pour entreprise > 50 salariés

→ FOURNISSEURS

- A quelle fréquence auditez-vous vos fournisseurs ?

Annuellement

	2010	2011	2012
Quel est le pourcentage de fournisseurs audités ?	90%	90%	90%

- Quels sont les résultats de ces audits ?

Vérification du respect de la relation/du contrat de partenariat. Audit qualitatif.

- Avez-vous identifié des activités à risque ?

Oui, l'utilisation de certains produits chimiques nocifs d'où le travail avec les fournisseurs pour trouver des solutions de substitution.

IX – INDICATEURS DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALES

Création par CLEANING BIO d'un indicateur de la quantité de produit écologique utilisée par rapport à l'ensemble des produits.

o **RESSOURCES NATURELLES**

	Oui / Non	Mesures* Oui/Non	2010	2011	2012
Consommation d'eau					
Eau potable	oui	m ³	5684 m ³	3344 m ³	3954 m ³
Eau pluie	oui	m ³	3 m ³	32 m ³	36 m ³
Consommation d'énergie (uniquement au siège)					
Electricité	oui	oui, pourcentage par rapport au m ² des surfaces	6.03€/m ²	5.16€/m ²	-
Emissions de Gaz à Effet de Serre	oui	oui, uniquement pour le carburant	49 tonnes équivalent CO ₂	43 tonnes	43 tonnes
Principales matières premières consommées					
Produits chimiques et écologiques	oui		7237 litres	9492 litres	8018 litres
Taux de produits écologiques	oui		60%	70%	80%

Avez-vous mis en place un Plan de Déplacement d'Entreprise ?

OUI, une aide est mise en place pour faciliter le déplacement des salariés et réduire la distance entre le domicile et le lieu de travail.

Propos recueillis par **Denis DALMAS**, Conseiller Bonnes Pratiques, accompagné par **Claire-Aline BOURGERY**, **Chris DELEPIERRE** et **Marie-Madeleine CARPENTIER**, Pôle Bonnes Pratiques