

GREEN LES ENCHANTEURS S'ENGAGENT

IDENTITE DE L'ENTREPRISE

Raison sociale : Les Enchanteurs

Statut : SARL

C.A. : 1,2 millions €

Effectif : 10

Coordonnées : 22, rue Jean Bart
59000 LILLE

Téléphone : 03 28 04 02 31

Portable : 06 11 60 80 98

Site : www.lesenchanteurs.fr

Création de l'entreprise : 1995

Activité :
Agence de communication et de marketing

Personne(s) rencontrée(s) :
Eric Merlin, Directeur conseil, em@lesenchanteurs.fr

PARTENAIRES :

Réseau Entreprendre Nord
Lille Métropole Initiative
Réseau Alliances

LA DEMARCHE EN UN COUP D'ŒIL

I - CONTEXTE

Eric Merlin crée en 1995, « Les Enchanteurs », une agence indépendante de conseil en marketing et communication située à Lille et qui compte 10 salariés. Lors d'un tour du monde en 2005-2006, il prend conscience de l'impact de l'activité de l'homme sur la planète. Il décide à son retour de s'engager dans une démarche RSE.

II - OBJECTIFS

- Réduire l'impact environnemental de l'activité de l'agence
- Etre en cohérence avec les valeurs personnelles des dirigeants
- Sensibiliser les employés à la démarche et les impliquer dans l'entreprise
- S'impliquer dans la vie sociétale.

III – LES ENGAGEMENTS RSE

<p>1) Gouvernance : assurer la transparence du système de décision et de contrôle</p> <ul style="list-style-type: none"> - Système de primes, intéressement - Plan d'Epargne en Entreprise - Sensibilisation des parties prenantes à la RSE - Echelle des salaires de 1 à 2 	 p. 4, 6 et 7
<p>2) Droits de l'homme : respecter les droits fondamentaux de la personne</p>	
<p>3) Relations et conditions de travail : valoriser le capital humain</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formation interne - Bonne cohésion entre collaborateurs 	 p. 6 et 7
<p>4) Bonnes Pratiques d'affaires : agir avec loyauté et responsabilité sur les marchés</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fournisseurs responsables : ESAT, Cleaning bio 	 p. 7
<p>5) Respecter les intérêts des clients et des consommateurs</p>	
<p>6) Respecter l'environnement : Engagements avec la Charte green : Energie verte, limitation des impressions, Plan de Déplacement en Entreprise (PDE)</p>	 p. 4
<p>7) Engagement sociétal : conjuguer les intérêts de l'entreprise et l'intérêt général</p> <ul style="list-style-type: none"> - Soutien bénévole aux jeunes diplômés. - Aide aux jeunes dirigeants par le biais du Réseau Nord Entreprendre. 	 p. 7

IV - CONTRIBUTION A LA PERFORMANCE ECONOMIQUE DE L'ENTREPRISE

CA 2009 : 701 k€	MB 2009 : 450 k€
CA 2010 : 1 205 k€	MB 2010 : 645 k€

V - BENEFICES SOCIAUX, ENVIRONNEMENTAUX et/ou de GOUVERNANCE

- Bénéfices Sociaux :

Depuis trois ans, turn-over à zéro.

Budget formation= 2000€ mais privilégie la formation en interne.

Sentiment d'appartenance

- Bénéfices Environnementaux

Réduction de consommation de papier,

Energie verte 100% renouvelable,

Tri des déchets

Plan de Déplacement en Entreprise (PDE) adopté par 9 salariés sur 10

- Bénéfices pour les Clients

Une stimulation à s'investir eux aussi dans le DD.

Une communication cohérente avec le DD.

- Bénéfices pour la Cité

Accompagnement de jeunes diplômés et de jeunes entrepreneurs par le biais du Réseau Nord
Entreprendre.

VI - LA DEMARCHE DETAILLEE

La RSE un des moteurs de développement de l'agence « Les Enchanteurs ».

En 2005, après 10 ans d'activité, Eric MERLIN souhaite prendre du recul et décide de faire un tour du monde avec sa famille pendant un an. Il met l'agence en cogérance pour assurer sa pérennité. A son retour en 2006, transformé par son expérience, il choisit d'exercer son activité de manière plus responsable.

En 2007, il s'associe avec Denis VERBEKE, qui partage les mêmes valeurs. Ils sont convaincus de la nécessité d'une démarche RSE et ensemble, élaborent un plan de développement en faisant le pari d'appliquer les méthodes RSE à une activité de service aux entreprises, activité à priori peu concernée.

Dans un contexte économique de plus en plus concurrentiel, ils souhaitent se démarquer des autres agences en limitant leur impact environnemental, en créant des emplois durables et en s'impliquant dans la vie sociétale.

1) Evoluer vers des clients plus responsables

Tout naturellement, ils rencontrent des clients sensibles comme eux au développement durable. Ils s'occupent tout d'abord de la communication de la campagne électorale de 2007 pour les municipales d'Eric QUIQUET et Marie-Pierre BRESSON (Candidats des Verts à la mairie de Lille). Séduits par le caractère innovant et percutant de la démarche, les Verts de Villeneuve d'Ascq, Lomme et Hellemmes confieront également leurs campagnes à l'agence.

Dans le même temps, ils accompagnent la création et le développement de « Planète Oui », fournisseur d'énergie 100% renouvelable : identité, refonte du site internet, remise à plat de l'offre, mise en place de groupes de consommateurs et d'outils de vente. Ils se sentent impliqués par ce projet, ne comptent pas leurs heures et deviennent eux-mêmes clients professionnels et personnels de « Planète Oui ».

Depuis, ils développent régulièrement leur clientèle « verte » qui représente aujourd'hui 20-30% de leurs clients : Ecover, Eurotunnel, Oase (bassins biologiques)...



Les enchanteurs essaient à leur niveau de sensibiliser le reste des clients. Par exemple, lors d'opérations trafic pour le centre des tanneurs, au lieu d'utiliser les flyers en papier, ils ont privilégié les boules en plastique que les passants devaient ramener par la suite dans le centre commercial. Egalement, ils ont lancé une opération de récupération de canettes avec la chambre de Commerce de la Côte d'opale.

2) Réduire l'impact de l'activité sur l'environnement

Les Enchanteurs s'engagent (ci-dessous et en annexe)



En 2008, ils formalisent leur démarche. Ils rédigent une charte d'engagement et créent leur logo « Green Les Enchanteurs s'engagent ! » Cette charte définit les actions quotidiennes mises en place par l'agence pour rendre la planète un peu plus propre : réduction des consommations et tri des déchets, mise en place d'un PDE (Plan de Déplacement en Entreprise). Elle accompagne chaque appel d'offres et elle est remise à chaque employé dès son arrivée. Elle est en ligne sur leur site internet ainsi que sur le serveur en interne. Cela permet aux parties prenantes de s'approprier les valeurs de l'entreprise.



Charte d'engagements

Soucieux de préserver la planète, Les Enchanteurs s'engagent dans une démarche écologique. Bien plus que des paroles, nos actions quotidiennes permettent, à notre échelle, de rendre la planète un peu plus propre (ou un peu moins sale)...

De l'électricité, oui...mais 100% renouvelable !

Nous avons fait le choix de consommer une électricité 100% renouvelable. Ainsi, en choisissant Planète OUI comme fournisseur d'électricité, nous développons, au quotidien, la part des énergies renouvelables en France. Faites comme nous !

Message à caractère informatique

Les maquettes envoyées aux différents interlocuteurs sont transmises grâce à notre serveur FTP. De même, nous privilégions la mise à disposition sur FTP du dossier plutôt que du papier pour nos présentations. C'est écologique et en plus c'est animé !

Faire bonne impression du 1^{er} coup

Nous limitons le plus possible l'utilisation du papier. Nous recyclons systématiquement les fax comme papier brouillon et nous privilégions les impressions en noir & blanc plutôt qu'en couleurs.

L'écologie, ça marche !

Faire le choix du centre-ville c'est plus forcément plus cher. Nous ne bénéficions pas des avantages des zones franches. Mais comme nous sommes plus près, nos modes de déplacement sont plus doux. Nous pouvons tout faire (ou presque) à pied, en vélo ou en transports en commun. Ça fait faire du sport et des économies !

Mettre le pied, aller triez !

Il est vrai qu'aujourd'hui presque tout le monde trie ses déchets. Mais chez Les Enchanteurs, nous faisons comme Maurice, nous poussons le bouchon encore plus loin : tri des déchets recyclables et non recyclables, ménagers, papiers, enveloppes A5 - 115 grs...

C'est du propre !

Nous utilisons les produits Écover pour l'entretien ménager de l'agence. Ce n'est pas forcément plus cher, c'est très efficace et en plus aucun animal n'a été utilisé pour tester les produits

Et en plus...

Les Enchanteurs sont membres du Réseau Alliances

→ Réduction des consommations et tri des déchets :

La première démarche historique a été de faire le choix volontaire de ne pas avoir de photocopieur à l'agence, pour ne pas générer trop facilement des copies souvent inutiles. En cas de besoin, l'agence a recours à un prestataire.

- Ensuite, les agences étant de grandes consommatrices de papier par les dossiers remis aux clients, le choix est fait très tôt de ne plus remettre de dossiers papier aux clients mais des fichiers numériques en pdf, par serveur ou clé USB.
- Limitation de l'utilisation du papier : les impressions sont en noir et blanc et le recto-verso est systématique. Une formation est proposée à tous les collaborateurs pour optimiser les impressions. D'autre part, ils incitent leurs clients à travailler avec des imprimeurs labellisés Imprim Vert.
- Pour l'entretien des locaux ils font appel à Cleaning Bio, entreprise de nettoyage qui est très impliquée dans la RSE : tous ses produits sont écologiques, elle emploie des salariés en difficulté d'insertion et elle est certifiée iso 26000. Cette norme valide l'engagement de l'entreprise à l'égard de toutes les parties prenantes : le management humain de ses salariés, le partenariat créé avec ses clients et fournisseurs ainsi que le respect de l'Environnement et l'exemplarité de ses actionnaires (actionnariat familial).

- Utilisation d'une électricité 100% renouvelable grâce au fournisseur d'énergie Planète Oui qui a les mêmes tarifs qu'un fournisseur classique, et regard attentif sur les consommations pour les diminuer.
- Tri des déchets recyclables et non recyclables, ménagers, papiers, enveloppes, par la mise en place de poubelles spécifiques.
- Utilisation de produits écologiques (Ecover).

→ Mise en place d'un PDE (Plan de Déplacement en Entreprise) :

Suite à la participation des Enchanteurs aux ateliers « Plan de Déplacement en Entreprise » organisés par Réseau Alliances, les dirigeants décident de tenter la démarche PDE habituellement réservée à de grosses entreprises. Un membre de l'équipe est affecté à l'étude et la mise en place de ce PDE dont le but est de sensibiliser les employés à utiliser les transports doux. En optant pour cette démarche innovante, l'agence accepte un surcoût pour l'entreprise de 200 à 300 euros par mois (selon la législation, 50% du prix des transports en commun est pris en charge par l'entreprise). L'implantation en centre-ville permet de limiter les déplacements en voiture, favoriser le transport en commun et le recours au covoiturage est fortement encouragé. Cette démarche est bien acceptée par les employés qui n'utilisent quasiment plus leur voiture. Deux d'entre eux originaires de Calais et Valenciennes viennent maintenant en train.

Résultat : seul 1 salarié utilise encore sa voiture quotidiennement.

Une étude est en cours de réalisation pour mettre en place un système de prêt de vélos électriques.

3) Une gouvernance qui fidélise les collaborateurs et les sensibilise à la démarche

Dans ce secteur d'activité, il est fréquent que les employés soient débauchés par d'autres agences. L'attrait des grandes enseignes nationales reste fort pour les jeunes diplômés. Comment résister quand on est une agence indépendante ? Pour fidéliser et motiver les salariés, les responsables choisissent de mettre en place différentes mesures.



Partage de la Valeur

Intégration dans les contrats d'un système de prime assez complexe visant deux objectifs :

- la **solidarité de l'équipe** (prime globale sur les résultats de l'équipe et non sur les résultats de chaque individu) avec la redistribution de 50% de la marge nette générée chaque année.
- la **fidélité** avec une part supplémentaire de la prime redistribuée à chaque membre en fonction de l'ancienneté.

Cette prime a pu (avant la crise) générer jusqu'à 3 à 4 mois de salaire supplémentaire pour les plus anciens.



Mise en place d'un **Plan d'Epargne Entreprise**, la moitié des employés en bénéficie. Le PEE est très rémunérateur dans les bonnes années ; en effet, une prime salariale est versée selon le résultat. Et l'employeur abonde au maximum légal qui est de 300%.



Formation

La formation des employés est importante pour les responsables. C'est pourquoi, malgré un budget assez restreint (2000€), des formations en interne sont proposées. A titre d'exemple, les chefs de projets qui sont spécialisés dans un domaine spécifique, forment les autres chefs de projets à leur spécialité. Cela favorise le partage des connaissances et permet un enrichissement mutuel des collaborateurs.



Politique salariale responsable

Au sein de l'agence, le barème des salaires tend à réduire au maximum les écarts entre les individus assurant une fonction identique. Ainsi les écarts de salaires des chefs de projets (hors prime) sont au maximum de 35 % entre les plus anciens et les plus récents, de 25% entre les plus diplômés et les moins diplômés, et d'un rapport de 1 à 2 entre le plus gros salaire (les 2 directeurs conseil) et le plus petit salaire (graphiste).

Transparence

Une transparence totale de l'entreprise permet une plus grande confiance de la part des employés. Les chefs de projets, tous de niveau bac+ 4/5 minimum, gèrent le business au quotidien et ce sont eux qui génèrent le CA et la marge brute de l'agence. Un point est donc fait toutes les semaines et ils savent dès le début d'année les objectifs de CA, de marge brute, le poids mort de l'entreprise. Un à deux séminaires par an sont organisés avec l'équipe pour faire le point sur l'activité et répondre aux questions qui se posent. C'est cette transparence qui a permis à l'entreprise de traverser la terrible crise qui a secoué le marché dès la fin de 2008. L'équipe a été informée des difficultés, des efforts à fournir et tous ont joué le jeu et serré les dents.

Bien être des employés

Une démarche responsable consiste aussi à s'intéresser au bien être des employés. C'est pourquoi, des réunions hebdomadaires régulières sont organisées ainsi que des entretiens de développement bi-annuels systématiques avec feed-back sur le management. Lors de problèmes connus d'un collaborateur, des mesures sont prises pour les pallier.

Un espace est mis à disposition des employés (cuisine et espace de détente).

Grande ouverture à la formation des jeunes : la « politique des jeunes pousses » consiste à favoriser l'embauche des stagiaires, lorsque l'activité le permet. Ainsi, trois chefs de projets sur quatre ont commencé en tant que stagiaires. Cela facilite l'intégration de l'employé qui est habitué au fonctionnement de l'agence et sensibilisé à ses valeurs.



Grâce à une forte culture d'entreprise et un ancrage durable des valeurs de l'agence, un esprit d'entraide et une solidarité se sont créés entre les employés. Si un employé doit s'absenter, ses projets sont systématiquement répartis entre ses collègues sans avoir à leur demander, ce qui assure la pérennité des dossiers et un suivi client sans rupture.

Toute cette politique crée chez tous les collaborateurs un sentiment fort d'appartenance.



4) Choix de fournisseurs responsables

L'agence travaille avec des ESAT (Etablissements et Service d'Aide par le Travail) tels les ateliers Malécots mais également avec des imprimeurs certifiés comme Impression Directe à Roubaix.



5) Implication sociétale

Les deux associés concrétisent leur implication dans la vie sociétale :

- Ils apportent leur soutien à de jeunes diplômés et leur font profiter de leur expérience notamment en recevant deux à trois candidats par semaine pour repérer les talents mais aussi les conseiller sur leur manière d'aborder les entretiens. Ils interviennent également régulièrement dans les écoles de la région, soit comme conférenciers, soit comme membres de jury.
- En tant qu'experts métier (marketing et communication), ils accompagnent de jeunes créateurs d'entreprise avec Réseau Entreprendre Nord (REN) et Lille Métropole Initiatives (LMI).

Eric Merlin est également membre du Conseil d'Administration de REN et à ce titre participe fortement à l'activité du réseau.

VII - FACTEURS CLES DU SUCCES

La forte conviction personnelle des dirigeants ainsi que l'implication de chacun des employés. L'intéressement des employés et le partage de valeurs créent une cohésion de groupe dans la durée.

Cette démarche globale permet, sur un marché très concurrentiel, une différenciation par rapport aux autres agences de communication et offre aux clients une valeur sûre depuis 1995.

Une devise : « le sérieux dans la décontraction », une qualité de service et de création la plus haute possible sans pour autant se prendre trop au sérieux.

VIII - MOYENS MIS EN ŒUVRE :

Humains, matériels et financiers.

- Le PDE :

Un mois de travail pour mise en place.

Coût de prise en charge : 200 – 300 € par mois

- L'énergie verte

Abonnement à Planète Oui (coût équivalent à un abonnement EDF classique)

Propos recueillis auprès de Eric MERLIN,
Directeur Les Enchanteurs

Par Auriane DESROUSSEAUX, Conseillère rédactrice
Accompagnée de Marie-Madeleine CARPENTIER,
Responsable Bonnes Pratiques Réseau Alliances

Annexe 1



Charte d'engagements

Soucieux de préserver la planète, Les Enchanteurs s'engagent dans une démarche écologique. Bien plus que des paroles, nos actions quotidiennes permettent, à notre échelle, de rendre la planète un peu plus propre (ou un peu moins sale)...

De l'électricité, oui...mais 100% renouvelable !

Nous avons fait le choix de consommer une électricité 100% renouvelable. Ainsi, en choisissant Planète OUI comme fournisseur d'électricité, nous développons, au quotidien, la part des énergies renouvelables en France. Faites comme nous !

Message à caractère informatique

Les maquettes envoyées aux différents interlocuteurs sont transmises grâce à notre serveur FTP. De même, nous privilégions la mise à disposition sur FTP du dossier plutôt que du papier pour nos présentations. C'est écologique et en plus c'est animé !

Faire bonne impression du 1^{er} coup

Nous limitons le plus possible l'utilisation du papier. Nous recyclons systématiquement les fax comme papier brouillon et nous privilégions les impressions en noir & blanc plutôt qu'en couleurs.

L'écologie, ça marche !

Faire le choix du centre-ville c'est plus forcément plus cher. Nous ne bénéficions pas des avantages des zones franches. Mais comme nous sommes plus près, nos modes de déplacement sont plus doux. Nous pouvons tout faire (ou presque) à pied, en vélo ou en transports en commun. Ça fait faire du sport et des économies !

Mettre le pied, aller triez !

Il est vrai qu'aujourd'hui presque tout le monde trie ses déchets. Mais chez Les Enchanteurs, nous faisons comme Maurice, nous poussons le bouchon encore plus loin : tri des déchets recyclables et non recyclables, ménagers, papiers, enveloppes A5 - 115 grs...

C'est du propre !

Nous utilisons les produits Écover pour l'entretien ménager de l'agence. C'est pas forcément plus cher, c'est très efficace et en plus aucun animal n'a été utilisé pour tester les produits

Et en plus...

Les Enchanteurs sont membres du Réseau Alliances