

ANALYSE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL D'UNE STRATÉGIE DE
PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT EN ENTREPRISE

par

Nathalie Aerens

Essai présenté au Centre Universitaire de Formation en Environnement en vue de
l'obtention du grade de maître en environnement (M.Env.)

CENTRE UNIVERSITAIRE DE FORMATION EN ENVIRONNEMENT
UNIVERSITÉ DE SHERBROOKE

Sherbrooke, Québec, Canada, octobre 2009

IDENTIFICATION SIGNALÉTIQUE

ANALYSE DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL D'UNE STRATÉGIE DE PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT EN ENTREPRISE

Nathalie Aerens

Essai effectué en vue de l'obtention du grade de maître en environnement (M.Env.)

Sous la direction de François Gravel

Université de Sherbrooke

Octobre 2009

Mots clés : avantage concurrentiel, préservation/protection de l'environnement, gestion logistique, stratégies de dématérialisation, écologie industrielle, émissions de gaz à effet de serre, communication globale/intégrée

L'objectif de cet essai est de démontrer l'avantage concurrentiel procuré par la mise en œuvre d'une stratégie de protection de l'environnement en entreprise. Pour comprendre la légitimité d'une telle approche, diverses innovations stratégiques concrètes sont décrites, allant du management industriel et logistique au contrôle des émissions de gaz à effet de serre. Une place importante est également accordée au rôle de la communication d'entreprise. Il s'avère que dans chacun des cas, la combinaison d'une approche systémique et l'adoption d'une démarche proactive soient sources d'avantage concurrentiel.

SOMMAIRE

En 1999, au Forum économique mondial de Davos, Kofi Annan annonçait « Le Pacte mondial ». Ce pacte invite les entreprises à adopter, soutenir et appliquer dans leur sphère d'influence, un ensemble de valeurs fondamentales dans quatre domaines dont celui de l'environnement. Une façon claire de confirmer que, dans la révolution globale que représente le développement durable, les entreprises sont aux commandes.

Or, la crédibilité des stratégies de préservation de l'environnement auprès du monde des affaires traditionnel ne peut être assurée que si elles contribuent à renforcer la performance économique d'une entreprise.

Le principal objectif de cet essai consiste dès lors à démontrer la pertinence de la mise en œuvre d'une stratégie de protection de l'environnement en entreprise. Pertinence traduite par le potentiel d'avantage concurrentiel qu'une telle stratégie peut procurer.

Concrètement, aux fins du présent travail, deux initiatives stratégiques sont analysées en termes d'impacts sur le positionnement concurrentiel d'une entreprise, à savoir le rétablissement de l'équilibre entre ressources et déchets par une gestion écologique des processus de conception et d'industrialisation et la lutte aux changements climatiques par le contrôle des émissions de gaz à effet de serre. Dans les deux cas, l'adoption d'une approche proactive s'avère être à la fois source de réduction de coûts et de différenciation.

Ensuite, une stratégie d'entreprise n'en étant pas une sans prendre en considération le volet communication, il est démontré qu'emprunter une démarche intégrée peut être source d'avantage concurrentiel à condition d'accorder le soin nécessaire à sa concrétisation, dans le respect des codes de conduite responsable.

En conclusion, il semble bien que parmi tous les effets vertueux qu'on pourrait imaginer attribuer à la mise en œuvre d'une stratégie de préservation de l'environnement en entreprise, l'anticipation des contraintes, la réduction de coûts et l'innovation soient incontestables, contribuant ainsi à l'avantage concurrentiel de l'entreprise qui l'initie.