

Le guide du développement durable dans les commerces



Parc naturel régional du Vexin français



S'engager pour un commerce écocitoyen, attractif et performant !



UNE AUTRE VIE S'INVENTE ICI

Préambule

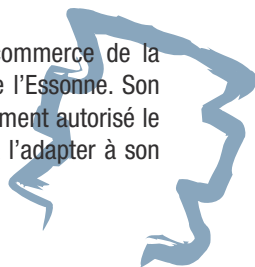
Acteurs clés du développement durable, les commerçants agissent au quotidien pour sensibiliser les consommateurs par la vente de produits locaux, bio ou équitables, par une meilleure gestion de l'énergie, de l'eau, des déchets et en favorisant l'accessibilité des personnes handicapées aux commerces.

Conformément à sa Charte, le Parc accompagne les commerces de proximité dans la mise en oeuvre d'une démarche globale de développement durable, facteur de compétitivité pour les entreprises, d'écocitoyenneté pour les habitants et d'attractivité pour le territoire.

Le «Guide du développement durable dans les commerces» se veut une véritable boîte à outils à l'usage des commerçants.

Le Parc et ses partenaires sont à votre disposition pour répondre à toute question que vous vous poseriez à sa lecture de ce guide.

Ce Guide a été conçu par le service commerce de la Chambre de Commerce et d'Industrie de l'Essonne. Son Président, M. Gérard Huot, a fort aimablement autorisé le Parc naturel régional du Vexin français à l'adapter à son territoire.



Sommaire

Introduction	p. 4
• Le développement durable, une façon de se démarquer	p. 4
1. La gestion des locaux	p. 7
• Le choix de l'offre énergétique	p. 8
• L'éclairage	p. 9
• Le chauffage et la climatisation	p. 11
• La gestion du froid	p. 14
• L'entretien	p. 15
• La gestion de l'eau	p. 17
• Les déchets et les effluents	p. 18
• L'aménagement du local et les travaux de rénovation	p. 20
2. Les produits et fournisseurs	p. 22
• Les fournisseurs	p. 22
• Les produits	p. 24
• L'utilisation du papier	p. 27
• Les sacs	p. 29
• Livraisons et véhicules de service	p. 31
3. Le personnel	p. 32
• La gestion des ressources humaines	p. 33
• La sécurité des employés	p. 34
• La formation	p. 36
• Les modes de transport	p. 38
• L'intégration des travailleurs handicapés	p. 39
4. Le client / La vie locale	p. 40
• Les déplacements et le stationnement	p. 41
• L'accessibilité du commerce aux personnes à mobilité réduite	p. 42
• Le confort et le bien-être du client	p. 44
• La vie du quartier	p. 45
Annexes	p. 46
• Les aides	p. 46
• Pour en savoir plus	p. 48
• Sources	p. 50



Le développement durable

Une façon de se démarquer



Dans un contexte de concurrence sans cesse accrue, les commerces de centre-bourg doivent se démarquer pour attirer une nouvelle clientèle et conserver celle qui lui fait confiance.

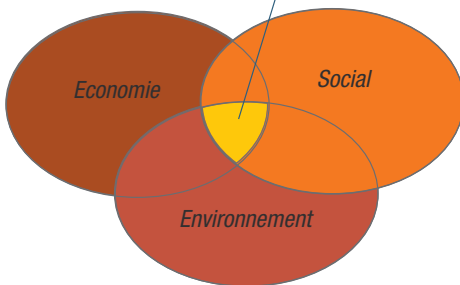
Il existe mille façons de se différencier par rapport à la concurrence et l'une d'entre-elles vise à anticiper les nouvelles demandes des consommateurs. Or, la question environnementale, et plus largement le développement durable, intéresse de plus en plus le consommateur. Mettre en place des pratiques durables est donc un facteur de différenciation, qui permettra d'améliorer significativement sa visibilité tout en affichant des gains par une réduction des gaspillages.

«Nous n'héritons pas de la Terre de nos ancêtres, nous l'empruntons à nos enfants»

Cette citation d'Antoine de Saint-Exupéry résume à elle-seule l'esprit du développement durable : répondre aux besoins des générations du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Le développement durable repose sur trois «piliers» : la préservation de l'environnement, le développement économique ainsi que l'équité sociale.

Un équilibre viable, vivable et pérenne entre ces trois piliers est recherché tant par les nations, les collectivités territoriales que par les entreprises et les individus au niveau de chacune de leurs activités et des décisions.

Développement durable



Au niveau d'une entreprise, et plus particulièrement d'un commerce, la mise en œuvre d'une démarche de développement durable s'effectue en agissant sur chacun des 3 «piliers». Des pratiques quotidiennes ayant un impact environnemental, social ou économique sont reprises dans ce guide.

Pour vous aider à trouver les bons gestes, cette brochure vous présente différents projets non-exhaustifs, personnalisables à votre échelle selon le type de commerce, l'activité, la clientèle et vos capacités de financement.

La méthodologie à retenir pour engager votre démarche est classique :

1. Analyser la situation
2. Définir des objectifs
3. Mettre en œuvre les actions
4. Faire un bilan
5. Assurer un suivi

La réflexion engagée doit ainsi amener à se poser des questions sur :

- le positionnement initial du commerce et l'image perçue par les clients,
- la légitimité du commerçant à se positionner sur des axes environnementaux (au risque de ne pas paraître crédible),
- la perméabilité des clients à recevoir un discours ou une offre «verte».

Chaque commerçant doit alors déterminer quel projet retenir selon son activité et ses propres contraintes. Il convient de prendre également en compte les besoins de sa clientèle.

Pour l'aider dans son choix, les projets sont présentés dans ce guide sous forme de fiches. Chaque fiche précise la durée de mise en place et le coût estimé. Ces fiches sont rassemblées par thèmes liés à l'activité du commerçant : gestion des locaux, relations avec les fournisseurs et choix des produits, gestion du personnel et relations avec les clients.



Nous conseillons au commerçant de ne pas s'éparpiller mais de se concentrer sur quelques priorités.



Enfin, il ne faut jamais oublier qu'un **certain nombre d'économies passe par des gestes simples et quotidiens**. Et concernant les équipements, la maintenance et l'entretien des systèmes sont aussi importants que leur installation initiale.

Pour améliorer significativement sa visibilité et se différencier de la concurrence, le commerçant doit communiquer sur son engagement durable et sur les actions effectivement mises en œuvre dans ce cadre. Mais il convient d'éviter une communication de «façade», qui ne serait qu'une «peinture verte»...

Un message fort consiste à rappeler aux clients les avantages de réaliser ses courses près de chez soi plutôt que dans les grands centres commerciaux périphériques, (plus anonymes, moins chaleureux et qui nécessitent des déplacements motorisés).

«Les fiches pratiques qui vous sont présentées dans le guide sont évaluées selon deux critères : la durée de mise en oeuvre et le coût»

Vous pouvez ainsi participer au concours des **Eco-Trophées** organisé par le Parc. Votre démarche globale qui concilie développement durable et développement économique sera valorisée et récompensée. Renseignements : 01 34 48 66 23, ou sur le site Internet du Parc.



Vous exercez votre activité dans la restauration ou l'hébergement et vous souhaitez que votre établissement soit reconnu pour son implication sur le territoire et pour la qualité de son accueil : portez-vous candidat pour l'obtention de la **Marque Accueil du Parc**. Vous bénéficierez d'un pré-diagnostic environnemental gratuit (Renseignements au 01 34 48 66 32).

	Court terme	Moyen terme	Long terme
Durée de mise en place			
Coût	Faible	Moyen	Elevé

«La consommation de proximité est meilleure d'un point de vue environnemental. [...] Le vrai problème écologique se pose avec les centres commerciaux périphériques d'Ile-de-France».

Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'Etat à l'écologie de 2007 à 2008.





La gestion du local, bien que quotidienne, doit intégrer une planification de la démarche de développement durable.

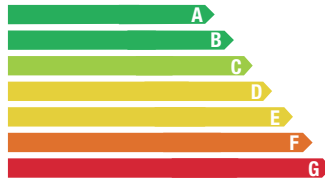
Il est ainsi vivement recommandé de démarrer par un état des lieux, en faisant réaliser **un diagnostic environnemental ou énergétique du commerce ainsi qu'un diagnostic accessibilité** (contacter pour cela votre chambre consulaire). La demande pourra être mutualisée avec ses voisins ou au sein de l'association de commerçants.

Des pré-diagnostic environnementaux gratuits sont réalisés par la Chambre de Métiers de l'Artisanat du Val d'Oise.

Energie

Fabricant
Modèle

Econome



Peu économe

Suite à ces diagnostics, un programme d'actions est établi. Au-delà des habitudes quotidiennes à modifier, c'est le moment de réaliser des investissements «durables», en privilégiant l'achat de matériel électrique ayant une étiquette énergétique en classe A ou A+ consommant moins d'énergie (pour les équipements informatiques, la certification Energy Star assure une forte efficacité énergétique).

Enfin, quel que soit l'équipement (neuf ou ancien), l'essentiel est de procéder à un **entretien régulier** : il s'agit du moyen le plus simple et le plus efficace de réaliser des économies, en augmentant la durée de vie des appareils et en diminuant les consommations.





Le choix de l'offre énergétique

Depuis le 1^{er} juillet 2004, vous pouvez choisir votre fournisseur de gaz ou d'électricité.



La Commission de régulation de l'Énergie recense les opérateurs qui commercialisent des offres à destination des TPE et PME. Le site www.energie-info.fr permet ainsi de connaître les fournisseurs disponibles selon la commune d'implantation de l'entreprise, ainsi que leurs offres proposées.

De nouvelles offres «vertes» sont apparues par les différents fournisseurs : kWh Equilibre (par EdF Pro), 100 % pur jus (par Direct Energie), Planet Elec (par Powéo), etc. Néanmoins, ces abonnements ne vous assurent pas tous la fourniture d'une électricité réellement issue d'énergies renouvelables.

Dans la pratique, vous êtes alimenté par la source d'énergie la plus proche. Votre participation sert en revanche à acheter des certificats verts par votre fournisseur à des producteurs d'énergies renouvelables. Seule Enercoop (coopérative reconnue d'utilité sociale et d'intérêt collectif) assure une fourniture 100 % énergies renouvelables.

Pour les offres classiques, les nouveaux opérateurs pratiquent des tarifs moins élevés que le fournisseur historique qui dispose toutefois d'un réseau de proximité.

Il est vivement conseillé au commerçant d'anticiper les hausses prévisibles des tarifs des énergies, en engageant dès maintenant une réflexion approfondie.

Nos conseils :

- **Se renseigner sur les offres proposées** (offre énergétique ou simplement électricité) et leur intérêt économique réel (tarif, abonnement, services). N'oubliez pas les conditions générales du contrat : durée, modes de paiement, délais, pénalités de retard, service après-vente... Vérifiez dans la mesure du possible l'implication du fournisseur dans le domaine du développement durable.
- Apposer sur le comptoir le macaron indiquant le recours à une offre énergétique «verte».
- Réfléchir au recours aux **énergies renouvelables** : photovoltaïque, bois, géothermie ou aérothermie.

Les gestes simples pour réaliser des économies d'énergie :

- Couper les appareils électriques et ne pas les laisser en veille.
- Paramétrer la veille de l'ordinateur pour minimiser la consommation pendant l'inutilisation de l'appareil.
- Ne pas laisser son enseigne allumée toute la nuit.
- Utiliser des variateurs de vitesse sur certains équipements tels que les hottes d'aspiration.

L'éclairage



L'éclairage représente entre 25 et 50 % de la facture d'électricité des commerces. Pour attirer les clients, les produits doivent être mis en valeur dans la vitrine et dans le magasin. Cela passe par la meilleure mise en scène lumineuse possible, tout à fait compatible avec des économies d'énergie.

Les lampes à iodures métalliques à brûleur céramique divisent par quatre la consommation d'énergie, durent 3 à 5 fois plus longtemps que les halogènes et conservent l'efficacité lumineuse. Les lampes basse consommation ont une durée 6 à 7 fois supérieure et la lumière produite par une 15W correspond à une ampoule classique de 60W soit une économie de 33 %. Le néon LED consomme 70 % de moins qu'un néon classique.

Nos conseils pour réduire sa facture d'énergie :

- Faire réaliser un **diagnostic éclairage**, éventuellement à mutualiser entre adhérents d'une association de commerçants.
- Remplacer les projecteurs halogènes des devantures par des lampes fluocompactes basses consommation (LBC) ou à défaut par des projecteurs à iodure métallique.
- Utiliser des **spots à iodure métallique** pour les vitrines ainsi que pour l'éclairage d'accentuation et de mise en scène intérieure.
- Choisir des **diodes électroluminescentes** pour les enseignes.
- Opter pour **des lampes fluocompactes basse consommation (LBC) ou des lampes à iodure métallique** dans le magasin.
- Pour les meubles et les corniches lumineuses, remplacer les réglettes standards T8 à ballasts conventionnels par des réglettes pour tube T5 à ballasts électroniques.
- **Eteindre les lumières le soir** ainsi que **les mises en veille des équipements électriques**.
- Profiter de la **lumière du jour** en aménageant judicieusement son point de vente.
- Adapter les niveaux d'éclairement en fonction des usages : vitrines, produits, zones de passage.
- **Vérifier l'indice de rendu des couleurs (IRC)** : plus il se rapproche de 100, plus la source lumineuse traduit fidèlement les couleurs.
- Installer un **variateur de lumière automatique**.
- Installer un **détecteur de présence** dans les réserves pour n'éclairer qu'en cas de présence humaine.
- **Dépeussier régulièrement ses éclairages**, au moins deux fois par an, pour conserver toute leur efficacité.
- **Equiper le point de vente de fenêtres supplémentaires pour améliorer l'éclairage naturel**.
- Lors du changement d'ampoules, **apporter les ampoules usagées au tri sélectif**.

Eclairage général : Eclairage d'accentuation :

Type de lampe	Puissance (en watt)	Indice de rendu des couleurs (IRC)	Efficacité lumineuse (en lumens par watt)	Durée de vie économique (en heure)	Utilisation dans les commerces
Tubes fluorescents standard (T8)	18 à 58	5 à 76	64 à 80	8 000	A éviter
Tubes fluorescents haut rendement	18 à 58	85 à 98	73 à 103	12 000 à 16 000 (avec ballast électronique)	Très bon
Tubes fluorescents électroniques 16 mm (T5)	14 à 60	85 à 95	96 à 104	16 000 à 20 000	Excellent
Fluocompactes à culot à broche	5 à 70	85	50 à 87	12 000 à 15 000	Très bon
Incandescents classiques	40 à 400	100	11 à 19	1 000	Interdit
Halogènes tension normale (230 V)	25 à 500	100	13 à 20	2 000	A proscrire
Halogènes TBT (12 V) dichroïque ou non	15 à 150	100	15 à 25	2 000 à 4 000	A proscrire
Sodium blanc	35, 50, 100	83	46 à 48	10 000	Excellent
Iodures métalliques à brûleur céramique	35 à 250	80 à 97	54 à 95	6 000 à 15 000	Excellent
Diodes (Led)		Blanches : environ 75 à 80	20 et +	> à 60 000	A envisager

Source : ADEME





Le chauffage et la climatisation

Le chauffage



Le chauffage est un poste important de consommation. Différentes sources d'énergies sont envisageables mais la meilleure est celle que l'on ne consomme pas. De préférence opter pour une énergie renouvelable comme le bois.

Nos conseils :

- **Isoler le commerce** (murs, toitures, vitres, sols, traitement des ponts thermiques ...) afin que la chaleur ne s'échappe pas, tout en assurant une bonne ventilation pour éviter les problèmes d'humidité et de qualité de l'air.
- Isoler les tuyauteries de chauffage passant par les endroits non-chauffés.
- **Renouveler l'air** par une ventilation mécanique.
- **Limiter la température** : un degré de moins, c'est - 7 % de consommation. En hiver, le magasin doit être idéalement à 19 °C et le laboratoire à 16 °C (températures réglementaires). En été, une différence de 5 °C par rapport à la température extérieure est suffisante pour créer une sensation agréable de fraîcheur.
- **Baisser le chauffage** à 15° C durant la nuit et la fermeture hebdomadaire du magasin, et le mettre hors gel (soit 8° C) lors de vacances.
- **Limiter l'ouverture intempesive des portes** automatiques en hiver.
- **Purger les radiateurs** régulièrement pour une meilleure efficacité.
- Faire entretenir la **chaudière** par une société agréée pour éviter les accidents et permettre une plus grande longévité de l'appareil. Insister sur le réglage des brûleurs et la température de consigne.
- Placer le **ballon d'eau chaude** dans un local chauffé, à la verticale, l'isoler et régler une température d'eau chaude à 55 °C.
- **Eviter les appareils de chauffage d'appoint très énergivores.**
- **Installer des faux plafonds** qui diminuent l'espace à chauffer et entraînent un éclairage plus proche des produits.

Pour aller plus loin, il est conseillé de remplacer une vieille chaudière par **un nouvel équipement à haut rendement ou à condensation** afin d'économiser de 15 à 30 % d'énergie et réduire la production de gaz à effets de serre (GES).

Vous pouvez aussi mettre en œuvre un **système de régulation** du chauffage en fonction de la température intérieure/extérieure et **asservir les pompes de chauffage** à la régulation.



01

La gestion des locaux
Le chauffage et la climatisation



Rappel législatif :

«La réglementation Thermique (RT) 2005 s'adresse aux constructions neuves ou extensions de construction. La RT des bâtiments existants s'applique quant à elle aux bâtiments résidentiels et tertiaires existants, à l'occasion de travaux de rénovation.

La nouvelle RT 2012 prévoit que les constructions neuves devront présenter, en moyenne, une consommation d'énergie primaire inférieure à 50 kWh/m²/an contre 150 kWh/m²/an environ avec la RT2005. Elle s'articule autour de cinq usages énergétiques : chauffage, climatisation, production d'eau chaude sanitaire, éclairage et auxiliaires.»



La climatisation

Pour avoir des conditions intérieures confortables lors de périodes de fortes chaleurs, des systèmes de production de froid peuvent être utiles. L'installation d'une climatisation doit permettre de maintenir la température ambiante à une valeur comprise entre 20 et 27 °C et le taux d'humidité entre 30 et 65 % selon les conditions extérieures.

Les anciens climatiseurs utilisent un gaz de type R22. La loi pose une interdiction de production de ce gaz depuis 2009 et une interdiction de son utilisation en 2014.

Ces mesures ont été prises pour pallier l'effet particulièrement nocif de ces produits dans la haute atmosphère (destruction de la couche d'ozone et accélération du réchauffement climatique).

Avant de s'interroger sur le choix de l'équipement, la question prioritaire est celle de l'utilité d'une climatisation. Est-elle indispensable dans le commerce ? N'existe-t-il aucun autre moyen de maintenir une température constante raisonnable ?

Plutôt que d'opter systématiquement pour la climatisation d'un local à température fixe, il est préférable de procéder au **rafraîchissement** (qui se contente de conserver un écart de température par rapport à l'extérieur).





De nombreux types de climatisations existent. Ce sont également des moyens de chauffer le local en hiver (climatiseur réversible) :

- système à détente directe,
- systèmes tout-air,
- systèmes tout-eau,
- pompes à chaleur sur boucles d'eau,
- climatisation électrique avec condensateur à air/à eau,
- climatisation au gaz,
- pompes à chaleur à capteurs enterrés.

Il faut éviter les climatiseurs à refroidissement à eau perdue, qui consomment beaucoup d'eau. Attention à accompagner ces systèmes d'une bonne isolation, d'une étanchéité à l'air, d'une protection solaire ainsi que d'une limitation des apports internes. De même, l'usage des pompes à chaleur air-air est à proscrire.

Nos conseils :

- Isoler le local correctement.
- Installer des **brise-soleil** pour éviter l'utilisation de climatisations.
- Installer un **vitrage peu émissif** pour les ouvertures orientées vers le sud ou à défaut, poser un **film solaire** sur les vitrines (qui permettent également de ralentir la décoloration des articles exposés).
- Installer des **minuterics** ou détecteurs de présence pour couper la climatisation lorsque la pièce n'est pas occupée.
- Utiliser des **sondes de températures et d'humidité** pour affiner les réglages pour l'ensemble des pièces du bâtiment.
- **Humidifier l'air** avec des points d'eau à proximité des ventilateurs pour provoquer une évaporation naturelle.
- **Nettoyer** régulièrement **les grilles d'aération, les bouches d'extraction et les filtres** des climatisations.
- Installer des **plantes vertes** pour rafraîchir.
- **Choisir une climatisation** en fonction des besoins identifiés (taille du local, etc).
- **Changer le gaz** des anciennes climatisations.





01

La gestion des locaux
La gestion du froid



La gestion du froid



Les métiers alimentaires sont particulièrement concernés par la production du froid (pour la conservation) qui représente jusqu'à 50 % de la facture d'électricité.

Nos conseils :

- Faire **diagnostiquer** l'installation frigorifique pour repérer les gisements d'économie.
- Choisir un matériel adapté à ses besoins (puissance du compresseur).
- **Informers les salariés** sur l'importance d'éviter les déperditions de froid en refermant rapidement la chambre froide, en éteignant la lumière et en réglant la température.
- **Protéger les vitrines réfrigérées** des pertes de froid en installant des panneaux coulissants pour la nuit.

Vérifier que le fournisseur a le label Qualiclimafroid qui assure que l'installateur remplit ces trois critères : respecter des contraintes réglementaires liées à l'hygiène, la sécurité et l'environnement, être couvert par contrat d'assurance responsabilité civile et décennale et être habilité par autorisation préfectorale à manipuler les fluides frigorigènes. Ces qualifications sont conformes aux normes NF-EN 45012.



Le décret n° 92-1271 du 7 décembre 1992 modifié relatif à certains fluides frigorigènes utilisés dans les équipements frigorifiques et climatiques impose la vérification annuelle de l'étanchéité des installations, interdit l'évaporation de ces fluides dans l'atmosphère et impose leur récupération en cas de vidange.

Attention, les groupes froids dégagent de la chaleur qui peut apporter de l'inconfort dans les commerces. Se rapprocher du frigoriste pour prendre en compte la problématique.







L'entretien



Les produits d'entretien contribuent à polluer les sols, l'air et l'eau.

Nos conseils :

- **Eviter les produits dangereux** pour l'environnement et la santé repérables par les pictogrammes du tableau ci-contre.

Etiquette	Signification	Risque	Exemple
	Dangereux pour l'environnement N	Produits qui peuvent présenter un risque immédiat ou différé pour une ou plusieurs composantes de l'environnement.	Lindane (pesticide), tétrachlorure de carbone.
	Toxique T, Très toxique T+	Produits qui, par inhalation, ingestion ou pénétration cutanée en petites quantités, entraînent la mort ou des effets aigus ou chroniques.	Méthanol, benzène, phénol, naphtaline, phosphore blanc, sulfure d'hydrogène, cyanure d'hydrogène à plus de 7 %.
	Nocif Xn Irritant Xi	Produits qui, par inhalation, ingestion ou pénétration cutanée en petites quantités, entraînent la mort ou des effets aigus ou chroniques. Produits non corrosifs qui en cas de contact ou d'inhalation peuvent provoquer une irritation de la peau et des voies respiratoires, une inflammation des yeux.	Dichlorométhane, trichloréthylène, térébenthine, bichromate de potassium, eau de Javel diluée, ammoniacque entre 5 et 10 %.
	Corrosif C	Produits pouvant exercer une action destructive sur les tissus vivants.	Acide chlorhydrique à 25 % et plus, eau de Javel concentrée.



01

La gestion des locaux
L'entretien





01

- **Réduire les doses** des détergents et respecter les indications.
- **Ne pas jeter dans l'évier les produits susceptibles de polluer l'eau** (insecticides, dés-herbants, hydrocarbures, solvants, peintures...) mais les porter à la déchetterie. Il en va de même avec les produits pouvant colmater le réseau d'assainissement (huiles alimentaires usagées).
- **Éviter les lingettes.** Leur emploi augmente considérablement vos dépenses liées aux produits d'entretien et génère nettement plus de déchets que les nettoyants classiques.
- Préférer **les sticks, plaquettes, diffuseurs...** aux aérosols.
- Préférer les produits bénéficiant d'un **écolabel** (NF Environnement ou l'Ecolabel européen). Mis en place par les pouvoirs publics, ils vous garantissent à la fois la qualité d'usage d'un produit et ses caractéristiques écologiques.
- Préférer **les produits solides**, car ils nécessitent moins d'emballage et de transport comme pour les pains de savon. Toutefois, les distributeurs de savon liquide présentent l'avantage de délivrer seulement les doses nécessaires.
- Privilégier **les produits concentrés et éco-recharges** réduisant la quantité d'emballages de 50 à 70 %, ainsi que les produits réutilisables (chiffon et non essuie-tout par exemple).
- Préférer les produits à base **de chimie végétale**, biodégradables et aussi efficaces que les produits d'entretien classiques : substituer l'eau oxygénée à l'eau de javel, utiliser le savon noir pour les sols...
- Privilégier les **sacs poubelles biodégradables**.
- Choisir un distributeur de boisson économe en énergie, proposant **des produits biologiques** ou issus du commerce équitable (pour le café par exemple).
- Remplacer la vaisselle jetable par de la vaisselle durable ; **bannir les gobelets en plastique** (qui consomment plus de matières premières lors de leur fabrication et produisent plus de déchets qu'une tasse réutilisable).
- Privilégier les emballages recyclables reconnaissables par ces logos :



La boucle de Moebius est le symbole international du recyclage. Il indique seulement que le produit est potentiellement recyclable.



La boucle de Moebius accompagnée d'un pourcentage indique que le produit est réellement fabriqué à partir de matériaux recyclés. Ces emballages sont donc à privilégier.



La gestion de l'eau



L'eau est un bien essentiel qui doit être protégé. La consommation dans les commerces comprend une utilisation pour la boisson, l'hygiène du corps (mains), du commerce (sols, vitres...) et les toilettes. De plus, les commerces tels que les salons de coiffure l'utilisent aussi pour leur clientèle.

Les fuites engendrent une consommation d'eau et donc une répercussion sur la facture :

- goutte-à-goutte : 4 litres par heure soit 35 m³ par an,
- mince filet d'eau : 16 litres par heure soit 140 m³ par an,
- chasse d'eau qui fuit : 25 litres par heure soit 220 m³ par an.

Nos conseils :

- Préférer **l'eau du robinet** à l'eau en bouteille
- S'équiper de **chasses d'eau à double commande** réduisant de moitié la consommation en eau : 3 à 6 litres ou le stop eau. Pour les réservoirs anciens, installer des Eco plaquettes WC. Il est possible de poser au fond du réservoir une brique emballée dans un sachet hermétique réduisant de 3 litres la chasse d'eau.
- Installer un **embout ou mousseur** sur les robinets permettant de diminuer le débit de 6 à 8 litres par minute au lieu de 12.
- **Vérifier les fuites d'eau** en observant le compteur le soir en fermant le commerce et le matin en rouvrant : si le chiffre a évolué et que les appareils consommant de l'eau sont éteints, une fuite existe.
- Remplacer les **joint défectueux** des robinets.
- Installer un **réducteur de pression** placé entre votre compteur d'eau et les équipements sanitaires passant le débit de 6 à 3 bars soit de 25 à 17 l/min.
- S'interroger sur la réelle nécessité de proposer de l'eau chaude (dans les toilettes notamment).

Produit	Chasse d'eau à double commande	Stop eau	Eco plaquettes	Mousseur	Réducteur de pression
Prix unité	30 €	15 €	30 €	4.5 / 9 €	60 / 200 €





Les déchets et les effluents



Les entreprises génèrent une quantité de déchets globalement équivalente à celle produite par les ménages. Les commerces et les artisans peuvent généralement utiliser le service public d'élimination des déchets géré par leur collectivité.

Entre 1960 et 2003, le tonnage des ordures ménagères a doublé pour atteindre près de 360 kg par an et par habitant.

Nos conseils :

- **Connaître sa production de déchets** qui représente parfois un coût important.
- **Sensibiliser le personnel à la prévention et à la gestion des déchets.** L'ADEME a ainsi développé un outil apportant un cadre de communication prêt à l'emploi sur la sécurité, la santé et l'environnement : le «Clic ADEME SSE», comprenant un DVD.
- Améliorer la séparation des flux, en séparant à la source emballages et déchets non-valorisables.
- Faciliter le travail de collecte, par exemple en aplatissant correctement les cartons pour réduire l'espace occupé dans les bennes.
- **Négocier avec ses fournisseurs**, pour qu'ils reprennent les emballages encombrants, qu'ils proposent des emballages réutilisables ou qu'ils diminuent les sur-emballages.
- S'intéresser aux déchets de ses clients : leur indiquer comment les éliminer voire leur proposer de les récupérer (au-delà des seules piles et des déchets d'équipements électriques et électroniques ou D3E).
- Mettre en place des **récupérateurs de piles et d'ampoules** (si vous en vendez) ou à défaut, faire connaître le lieu de collecte le plus proche.
- Porter ses **cartouches d'encre** (imprimantes) vides à remplir, des économies sont réalisées par rapport à l'achat de cartouches neuves.
- Pour les déchets non collectés par la collectivité, faire appel à un **prestataire extérieur**. Tenter de se regrouper entre commerçants pour un meilleur tarif.
- **Trier les déchets dangereux** en quantité dispersée (bidons de peinture, produits chimiques) et les éliminer correctement.
- **Sensibiliser sa clientèle** sur les déchets.
- Pour les déchets pouvant servir de matières premières aux autres entreprises, il existe une **bourse des déchets** : www.bourse-des-dechets.fr. Certains types de déchets sont facilement valorisables : huiles de friture issues de la restauration et résidus organiques (pour le compostage) notamment sur les marchés.
- S'insérer dans un réseau de recyclerie ou ressourcerie pour le matériel usagé, et penser au don de textile aux organisations caritatives.





Le Parc vous aide financièrement à réaliser des investissements visant à limiter vos nuisances, par exemple lors de l'acquisition d'un bac à graisse. De même, l'agence de l'eau Seine Normandie apporte une aide financière pour l'amélioration des postes de traitement d'eau.

Pour les activités commerciales à caractère artisanal de types boulangerie-pâtisserie, boucherie, fleuriste, etc, le CNIDEP (Centre national d'innovation pour le développement durable et l'environnement dans les petites entreprises) propose une base métiers permettant d'obtenir en ligne des réponses aux questions se posant en matière d'environnement : www.cnidep.com.

Rappel législatif :

Légalement, les entreprises sont seules responsables de l'élimination des déchets qu'elles génèrent. La plupart des collectivités propose cependant aux commerces et aux artisans un service de collecte de leurs déchets lorsqu'il s'agit de petites quantités de nature proche à celles des ordures ménagères.

Il existe également des obligations plus spécifiques :

- les emballages doivent faire l'objet d'une collecte séparée en vue d'une valorisation;
- les déchets d'équipements électriques et électroniques en fin de vie (D3E) peuvent faire l'objet d'une reprise par le fournisseur;
- les déchets dangereux (cartouches, piles, lampes à économies d'énergies, peintures, etc) doivent faire l'objet d'une collecte spécifique;
- un certain nombre d'autres déchets peuvent faire l'objet de dispositions spécifiques (médicaments, pneus usagés, textiles, etc).

Certains fournisseurs ont l'obligation de reprendre vos déchets (D3E par exemple). Mais cette obligation s'impose aussi parfois au commerçant détaillant. Ainsi, depuis le 1^{er} janvier 2001, il est interdit de jeter ses piles à la poubelle. Si vous commercialisez des piles, vous avez obligation de reprendre celles (de même type) rapportées par vos clients.

Il en va de même pour les équipements électroniques (y compris lampes basse consommation) : depuis le 15 novembre 2006, lors de l'achat d'un équipement neuf, le client peut ramener l'ancien au commerçant, selon le principe du «un pour un».





01

La gestion des locaux
L'aménagement du local et les travaux de rénovation



L'aménagement du local et les travaux de rénovation



Au moment de l'aménagement du point de vente et des travaux ultérieurs, le commerçant doit mener sa réflexion en prenant en compte différents impératifs liés au confort, à la santé et à la gestion ultérieure du local. Il doit également intégrer certaines contraintes environnementales ou liées à l'accessibilité des personnes handicapées.

Une Réglementation Thermique sur l'existant (RT Existant) fixe par exemple un niveau de performance minimal pour les éléments remplacés ou installés dans des bâtiments existants, à l'occasion de travaux engagés à partir de fin 2007.

Cette réglementation concerne tous les travaux portant sur :

- l'isolation,
- le chauffage,
- la production d'eau chaude,
- le refroidissement,
- la ventilation,
- l'éclairage.

Le but de la RT Existant est d'améliorer la performance du bâtiment dans son ensemble à l'occasion de travaux sur un seul élément.

Le commerçant qui effectue des travaux doit raisonner à long terme (l'amortissement), car les équipements à haut rendement énergétique ou plus «durables» coûtent souvent plus chers à l'achat que des solutions traditionnelles. Il doit aussi intégrer dans son calcul les économies liées au fonctionnement des nouveaux matériels installés.

Nos conseils :

- Prendre en compte **l'intégration architecturale** du magasin dans l'environnement urbain en obtenant l'avis et les conseils de l'architecte des Bâtiments de France et les conseils de l'architecte du Parc.
- **Solliciter le Parc et ses partenaires** pour vos investissements liés à une meilleure prise en compte de l'environnement (maîtrise de l'énergie, limitation des effluents et des nuisances) et pour la création / rénovation de votre devanture commerciale.





- Se renseigner sur la RT Existant avant l'engagement de travaux, y compris ceux réalisés personnellement. Pour les travaux réalisés par des professionnels, assurez-vous de leurs connaissances de la réglementation, demandez leur certificat d'assurance (responsabilité civile et garantie décennale) et téléphonez à la société d'assurance. *Renseignements, foire aux questions et contacts sur www.rt-batiment.fr.*
- Renforcer en priorité l'isolation et utiliser un système de ventilation performant (Ventilation Mécanique Contrôlée double flux ou à défaut simple flux hygroréglable).
- Choisir des matériaux naturels de préférence, par rapport à leur degré de performance énergétique, leur valeur écologique, mais aussi leurs autres qualités d'usage : **longévité, résistance, confort d'utilisation**. Le danger sanitaire doit impérativement être pris en compte (amiante ou certains isolants synthétiques).
- **Profiter des travaux pour procéder à des aménagements supplémentaires** : installation de fenêtres supplémentaires qui favorisent la lumière naturelle, pose de faux plafonds pour réduire le volume d'air à chauffer, végétalisation des toitures pour améliorer l'isolation tout en fixant le CO2 et réguler les eaux de pluie.



Concernant la décoration :

- Choisir des produits bénéficiant d'un **écolabel**. Les écolabels garantissent à la fois la qualité d'usage d'un produit et ses caractéristiques écologiques. En France, deux écolabels sont délivrés : écolabel français (marque NF Environnement) et écolabel européen.
- Éviter le mobilier en bois exotique et préférer du **bois issu de forêts gérées durablement**. Les écolabels FSC ou PEFC constituent des références.
- Utiliser de préférence des **peintures sans solvant**.
- Privilégier des couleurs claires pour le sol, les murs, le plafond et le mobilier de présentation : elles réfléchissent mieux la lumière, ce qui vous permet d'installer des éclairages moins puissants.





“ La politique d’achats est un aspect fondamental de l’activité commerciale. La sélection des fournisseurs et des produits dépend des critères propres à chaque commerçant, etc...

A ce titre, il peut privilégier des fournisseurs éco-responsables et choisir des produits éthiques. Le secteur de la consommation durable connaît une forte expansion qui dépasse aujourd’hui les seuls produits alimentaires : l’équipement de la maison, la mode vestimentaire, la beauté / bien-être, les loisirs et même le tourisme sont concernés.



Les fournisseurs



Afin de promouvoir un commerce durable, il est nécessaire que la chaîne entière respecte ces principes. Le commerçant devient garant de ce qu’il propose aux consommateurs.

Nos conseils :

- Choisir des fournisseurs respectant eux-mêmes des critères de développement durable.
- Évaluer la bonne foi du fournisseur en vérifiant l’origine du produit. Eventuellement, se rendre chez les producteurs - uniquement lorsqu’ils sont à proximité - pour observer leurs méthodes de travail.
- Analyser avec les fournisseurs l’impact global des produits vendus sur l’environnement, en prenant en compte les différents stades de vie du produit : extraction de matières premières, fabrication, transport et fin de vie.





- Pour trouver un fournisseur de produits biologiques, parcourir les salons ou consulter les différents annuaires du secteur bio.

Exemples :

<http://annuaire.agencebio.org>, qui recense les différents professionnels de la filière (producteurs, préparateurs, importateurs et distributeurs),
<http://www.francenature.fr>, annuaire des produits biologiques et naturels,
<http://www.ecoou.com>, qui recense produits, distributeurs, salons et foires, avec un espace de pro à pro (www.ecoou.biz).

- Pour trouver un fournisseur de produits équitables, procéder de la même manière : salons et foires, annuaires de professionnels. Vous pouvez être aidé par les systèmes de référencement mis en place par les réseaux internationaux FLO (pour les produits de l'agriculture) et IFAT (pour l'ensemble des produits existants).

Plus de renseignements sur : **<http://www.commerceequitable.org>**

- Rester attentif aux **questions de rationalisation de l'espace** : emballages compacts (pas de vide inutile) et livraisons par des camions remplis au maximum.
- Proposer des **places de livraison** bloquées à des horaires gênant peu la clientèle et situées à proximité du commerce.

Rappel législatif :

Diverses lois (loi sur l'air et l'utilisation rationnelle de l'énergie - LAURE - et loi sur la solidarité et le renouvellement urbain - SRU) ont initié la mise en place de solutions visant à une organisation plus rationnelle des flux de marchandises.



Les produits



Nos conseils :

- Se méfier des produits véhiculant une image naturelle et «verte», mais qui ne sont pas en réalité respectueux de l'environnement (bois exotique par exemple).
- Proposer de préférence des produits **vendus en vrac** et non conditionnés.
- **Éviter les emballages** inutiles.
- Favoriser la commercialisation des **éco-produits**, en proposant des produits bénéficiant d'un **écolabel** (NF Environnement ou Ecolabeleuropéen) et assurant leur promotion auprès de la clientèle.

Qu'est-ce qu'un éco-produit ?

Tout produit qui limite ses impacts sur l'environnement tout au long de son cycle de vie et qui conserve ses performances lors de son utilisation . Un éco-produit utilise peu de ressources non renouvelables (pétrole, charbon, plastiques) au cours de son processus de production et limite ses rejets néfastes (déchets, pollution de l'air, de l'eau et des sols).

Les écolabels NF environnement (label écologique français) et l'Eco-label européen (label écologique européen) distinguent les produits et services respectueux de l'environnement. Une liste détaillée figure sur le site <http://www.ecolabels.fr/>.





Le commerçant doit également s'intéresser à l'usage des produits vendus et aux déchets qu'ils génèrent. Les consommateurs sont en effet aujourd'hui demandeurs de solutions alternatives à la consommation classique. Cette vision se résume par «La règle des 5R» : Recycler, Réparer, Réutiliser, Réduire (les déchets), Relocaliser (acheter des produits locaux).

Nos conseils :

- Trouver des produits ou des services de substitution : par exemple, favoriser la vente d'accumulateurs rechargeables plutôt que de piles jetables.
- Informer les clients sur les coordonnées de réparateurs locaux.
Plus généralement, votre mission consiste aussi à sensibiliser les autres consommateurs, à leur faire comprendre qu'ils sont tous acteurs de ce changement .
- Présenter les avantages du commerce de proximité, en expliquant que les trajets en voiture vers les grandes surfaces entraînent la production des GES, préconiser l'achat au fur et à mesure pour les produits frais et denrées périssables, ce qui évite la dégradation des produits.

Zoom sur... les produits alimentaires

Le secteur de l'alimentation représente le tiers des émissions de gaz à effet de serre. D'après le nouveau Baromètre CSA/Agence BIO, 43% des français ont consommé des produits issus de l'agriculture biologique au moins une fois par mois, dont 23% au minimum une fois par semaine. (Agence Bio, 2010).

Pour ce qui est des produits équitables, 62% des français déclarent en avoir déjà acheté au moins un alors qu'ils n'étaient que 47 % en 2006 (TNS Sofres 2010).

Les produits alimentaires locaux et de saison ne nécessitent que peu de transport, de réfrigération, de conservateurs chimiques... Ainsi, un fruit hors saison consomme pour son transport dix à vingt fois plus de pétrole que le fruit de saison produit localement. Et la production locale de fruits hors saison sous serres chauffées nécessite également une forte consommation d'énergie.



Nos conseils :

- Proposer un panel de **produits locaux**, en circuits de proximité ou en circuits courts (avec peu d'intermédiaires). Vous vous différencierez ainsi plus facilement des commerces «urbains». Le Parc tient à votre disposition sur simple demande une liste de producteurs locaux.
- Privilégier les **produits de saison** et proposer un maximum de fruits et légumes cultivés **en plein air** (impact environnemental plus faible que les cultures hors sol ou sous serres).
- Proposer des **produits biologiques et équitables**.



L'**agriculture biologique** constitue un mode de production soucieux du respect des équilibres naturels : absence de pesticides, d'engrais chimiques, d'OGM, limitation des intrants, etc. Les exigences sont définies par une réglementation européenne. La mention sur un produit du logo européen ou de la marque française AB (plus exigeante) garantit qu'au moins 95 % des ingrédients sont issus de l'agriculture biologique.



Le **commerce équitable** est un partenariat commercial fondé sur le dialogue, la transparence et le respect, dont l'objectif est de parvenir à une plus grande équité dans le commerce mondial. Il contribue au développement durable en offrant de meilleures conditions commerciales et en garantissant les droits des producteurs et des travailleurs marginalisés, tout particulièrement au Sud de la planète. Les organisations du commerce équitable (soutenues par les consommateurs) s'engagent activement à soutenir les producteurs, à sensibiliser l'opinion et à mener campagne en faveur de changements dans les règles et pratiques du commerce international conventionnel. Ces produits sont principalement alimentaires (café, chocolat, thé), cosmétiques, textiles, sans oublier l'artisanat (décoration) et même le secteur des voyages. Plusieurs logos permettent au consommateur de reconnaître un produit issu du commerce équitable.

- **Préciser par étiquette l'origine du produit, sa spécificité** : biologique, équitable....



L'utilisation du papier



En France, 177,8 kg de papier et carton par habitant/an sont consommés avec une augmentation de 1,5 % par an.

La fabrication du papier recyclé consomme six fois moins d'eau et quatre fois moins d'énergie que le papier neuf, soit une pollution chimique divisée par 25.

Nos conseils :

- Eviter la surconsommation de papier en utilisant sur l'imprimante la fonction impression en **recto-verso** ou l'impression **deux pages par page** et en réutilisant le verso des feuilles comme brouillon.
- Se désabonner des publications et des revues papier que vous ne lisez pas.
- Savoir «communiquer écologique», en préférant les supports numériques : e-mailing, messages radiophoniques et même textos. Mais il faut veiller à ce que les lecteurs n'impriment pas les mails : favoriser la lecture simple à l'écran et insérer automatiquement une phrase de type : **«Afin de contribuer au respect de l'environnement, merci de n'imprimer ce courriel et/ou ses pièces jointes qu'en cas de nécessité».**
- Pour les tracts et prospectus, avoir recours à un imprimeur certifié «Imprim'Vert».
- Evaluer le plus justement possible le nombre de tirages nécessaire et choisir avec l'imprimeur un format limitant les chutes de papier.
- Supprimer les images inutiles qui augmentent la consommation d'encre.
- Pour les emballages et papiers cadeaux, préférer les papiers recyclés ou issus de forêts gérées durablement :



Programme Européen
de forêts certifiées



Forest Stewardship Council
(ou conseil de gestion forestière)



Logo	Désignation	Signification
	label allemand L'Ange bleu	Il garantit une teneur en fibres recyclées de 100 % et la non-utilisation de certaines substances dans le processus de fabrication.
	écolabel européen	Il certifie que la fabrication du papier utilise à la fois des fibres recyclées spéciales et des fibres vierges provenant de forêts gérées durablement, mais aussi que sa fabrication limite la pollution de l'air et de l'eau.
	écolabel cygne blanc	Il offre les garanties de limitation des émissions polluantes et de gestion des déchets, similaires à celle de l'écolabel européen. Garantit un papier ou un carton fabriqué avec au moins 50 % de fibres récupérées.
	logo APUR (Association des producteurs et utilisateurs de papier-cartons recyclés)	Il indique dans le carré à droite le pourcentage de fibres recyclées. Sous la mention «papier recyclé» apparaît le numéro d'agrément, signature de l'APUR.
	label Imprim'vert	Il indique que votre imprimeur gère et recycle ses déchets dangereux et utilise des produits plus respectueux de l'environnement.

Les sacs



500 sacs sont distribués chaque seconde en France, soit 15 milliards par an pour une utilisation souvent inférieure à 30 min. 99 % des français se disent favorables au développement des matières plastiques biodégradables à base de matières végétales renouvelables et 87 % sont prêts à payer un peu plus cher des sacs plastiques biodégradables (Institut Opinion Way, février 2006).

Quand ils sont enfouis, les sacs jetables en plastique mettent 100 à 200 ans à se dégrader et quand ils sont incinérés, ils sont la source de rejets dans l'atmosphère. On en retrouve un grand nombre dans les océans...

La loi d'orientation agricole du 5 janvier 2006 précise qu'**à partir du 1^{er} janvier 2010, la commercialisation et la distribution de sacs ou emballages en plastique non biodégradables sont interdites sur le territoire français.** L'objectif recherché est de diminuer le nombre de sacs jetables (quel que soit leur matériau constitutif) et de favoriser le changement de comportement de chacun.

Nos conseils :

- **Demander au client** s'il souhaite un sac.
- Inciter le client à amener un sac cabas.
- Eviter la distribution de **sacs plastiques** blancs qui contiennent un colorant polluant.
- Réfléchir à une alternative aux **sacs plastiques jetables** : sacs plastiques réutilisables payants (utilisés par la grande distribution) ou sacs en amidon de maïs. Le sac en jute ou éventuellement en coton (équitable et bio de préférence !) paraît le plus intéressant, car présentant le meilleur compromis ; mais il est le plus onéreux.
- **Se méfier des fausses bonnes solutions** : les sacs en papier sont peu écologiques (grosse consommation d'énergie et d'eau pour leur fabrication). Les néosacs (qui ne sont pas biodégradables) présentent l'inconvénient d'avoir une durée de vie limitée, ce qui oblige le commerçant à liquider rapidement son stock.
- **Associer le sac à une action marketing** : sac constituant une carte de fidélité (par exemple, la venue avec le sac dix fois de suite, permet d'avoir une promotion).



02

Les produits et fournisseurs
Les sacs





	Sac bio-fragmen- table	Sac réutilisable en polyéthylène	Sac papier	Sac en coton ou toile de jute	Sac biodégra- dable
Composition	Polyéthylène Additifs	Polyéthylène	Papier Encres	Fibres naturelles coton ou jute, en commerce équitable, cultu- re biologique	Polyester à 70 % Amidon (maïs, blé, pomme de terre)
Dégradabilité Recyclabilité	Dégradation longue	Mauvaise recyclabilité	Biodégradable Recyclable	Biodégradabilité courte	Biodégradabilité courte
Inconvénients	Pollution due à la dispersion des fragments du sac dans le milieu naturel	Rejet de CO2 à l'incinération	Consommation élevée d'eau et d'énergie lors de la fabrication Usage unique	Prix Consommation d'eau lors de la fabrication	Risque d'aban- don élevé Problème de l'agriculture intensive pour la matière première
Avantages	Compostage envisageable	Risque d'aban- don faible Production d'énergie Réutilisation	Risque d'aban- don faible	Risque d'aban- don faible	Biodégradable
Coûts	0,018 euros	0,3 euros	0,15 euros	2 euros (coton équitable)	0,08 euros



Les livraisons et véhicules de service



02

Les produits et fournisseurs
Les livraisons et véhicules de service

Certains commerçants disposent d'un véhicule de service qui leur permet de se rendre chez le client ou fournisseur pour s'approvisionner ou livrer des produits à domicile.

L'autopartage est un service payant de mise à disposition de véhicules pour une courte durée. Le service est réservé aux adhérents et l'entretien du véhicule est assuré par la société. L'avantage est de ne bénéficier d'un véhicule que durant la période d'utilisation.

Compte tenu de la montée du prix du carburant et du coût d'une voiture (soit 3 000 euros en moyenne par an), il est nécessaire de réfléchir à **l'utilité d'un tel véhicule** avant de l'acquérir.

Nos conseils :

- Proposer des **livraisons à domicile** en s'associant entre commerçants pour mutualiser les tournées.
- Faire appel à des **services de coursiers à vélo**, quand les produits livrés (et la distance...) le permettent.
- Choisir la **taille du véhicule** utilitaire selon son utilisation.
- Préférer un véhicule peu polluant roulant à l'électricité.
- Réaliser de l'**autopartage** pour une utilisation courte mais fréquente du véhicule utilitaire.
- Réfléchir à l'**acquisition** par une association de commerçants d'un **véhicule** mis à disposition des adhérents dans le cadre de l'autopartage.
- Penser à la **location de véhicule utilitaire** si son utilisation est ponctuelle.
- **Entretenir** correctement son véhicule : pression des pneus (+ 1% de consommation supplémentaire quand il manque 0,3 bar), filtre à air (+ 3% consommation lorsqu'il est sale), révision périodique par un spécialiste.
- **Préférer le nettoyage de son véhicule en station de lavage** plutôt qu'à son domicile, pour limiter la consommation d'eau et les rejets polluants.
- S'organiser pour effectuer des **tournées à plein**, en optimisant les chargements.
- **Optimiser les parcours** des livraisons en programmant son GPS.



“ La réussite du projet de développement durable de son commerce nécessite que chaque acteur se sente réellement impliqué : client, fournisseur et personnel. Il est ainsi incontournable d’associer, dès le départ, les salariés à la démarche pour qu’ils se l’approprient entièrement.



Faire évoluer les attitudes des personnes sur leur lieu de travail ou d’achat peut engendrer la reproduction de ce type d’acte dans leur vie personnelle.

L’engagement du personnel doit s’effectuer à tous les stades de la démarche développement durable :

- Impliquer le personnel dès l’amorçage de la démarche, en organisant des réunions et en recueillant leur avis (au besoin par des questionnaires).
- Associer ensuite le personnel à toute prise de décision, en fondant éventuellement un groupe de travail.
- Tenir périodiquement l’ensemble des salariés au courant de l’évolution, en faisant des points d’étapes.

La gestion des ressources humaines



Une bonne gestion du personnel dans un commerce est importante car elle permet de maintenir une motivation optimale des collaborateurs, qui sont au contact permanent de la clientèle. Des employés souriants et disponibles donnent une excellente image d'un commerce.

Nos conseils :

- Favoriser l'**autonomie des salariés**, en leur confiant plus de responsabilités.
- De manière générale, **associer les salariés à toute décision majeure** (économique, environnementale ou sociale), en les consultant en amont, et leur expliquant les motivations, le but et les conséquences concrètes de la décision envisagée. Cela doit amener le dirigeant à s'interroger : **Comment communiquer auprès de ses salariés et comment les motiver ?**
- **Refléter dans son recrutement la diversité de la société française** (notamment culturelle et ethnique). La lutte contre les discriminations est un enjeu qui nous concerne tous.
- Mener un **entretien de recrutement** en s'appuyant sur une grille précise.
- Instaurer des entretiens annuels avec chacun de ses collaborateurs pour faire le point et évoquer les projets professionnels.
- Proposer si nécessaire des chèques déjeuner à ses salariés.
- Réfléchir à la possibilité de **transmettre son commerce à un employé** : il s'agit d'une solution très intéressante face aux difficultés de trouver un repreneur. Cette question doit être travaillée très en amont.
- Préparer la reprise par son successeur pour assurer la réussite de la transmission : **identifier les compétences à transférer et préparer le repreneur à son nouveau rôle de dirigeant.**





La sécurité des employés



D'après l'article L 4121-1 du Code du travail, l'employeur a l'obligation d'assurer la sécurité et de protéger la santé physique et mentale de son personnel.

Il prend les mesures nécessaires qui comprennent :

- des actions de prévention des risques professionnels,
- des actions d'information et de formation,
- la mise en place d'une organisation et de moyens adaptés.

Rappel des principales obligations légales :

- Visites médicales :

Les visites médicales auprès du médecin du travail (lors de l'embauche,...) sont obligatoires et doivent être organisées par l'employeur.

- Document unique d'évaluation des risques :

Depuis novembre 2002, quels que soient la taille de l'entreprise et son secteur d'activité, le Document Unique (DU) est obligatoire. Il constitue un support de réflexion pour analyser les risques présents dans l'établissement et les actions pour y pallier. Ce document doit être remis à jour régulièrement.

Le Document Unique identifie les situations dangereuses puis estime pour chaque danger sa gravité potentielle et sa fréquence et hiérarchise les risques selon leur importance. Le DU doit alors formaliser les actions de prévention mises en place et prévoir des actions correctives. Il doit être simple, précis et opérationnel.

Un avis indiquant les modalités d'accès du personnel au Document Unique est affiché à une place convenable et aisément accessible dans les lieux de travail.

- Information et formation à la sécurité :

L'employeur informe son personnel sur les risques pour la santé et la sécurité, et les mesures prises pour y remédier. En outre, il est tenu d'organiser une formation pratique et appropriée en matière de sécurité, au bénéfice de certains travailleurs (ceux qu'il embauche, ceux qui changent de poste de travail).





Les risques existants dans un commerce sont divers :

- chutes (sols glissants),
- blessures (outils tranchants),
- intoxication (produits d'entretien),
- manutention de charges lourdes (packs de boissons),
- accident de circulation (livraison),
- électrocution, manque d'hygiène,
- chutes d'objets (dans les rayons),
- agressions extérieures ou par les clients.

Il ne faut pas non plus oublier l'exposition au bruit : il existe des seuils réglementaires à ne pas dépasser pour les employés.

Nos conseils :

- Démarche collective, la rédaction du **Document Unique** doit associer étroitement les employés : ils sont les mieux placés pour connaître les situations dangereuses.
- Suite à un accident, faire le point avec le personnel sur leurs capacités et leur envie de rester au même poste. Le médecin du travail pourra être amené à proposer l'aménagement du poste.
- Mettre en place **les bonnes pratiques de sûreté** relatives à l'activité commerciale afin de se prémunir contre les cambriolages, vols et agressions : aménager le point de vente judicieusement (produits les plus chers loin des portes de sortie,...), s'équiper correctement (en protections mécaniques et en système d'alarme voire de vidéosurveillance) et adopter les comportements adéquats (sur la gestion des fonds notamment).
- Inciter les employés ayant subi des agressions à bénéficier d'un **suivi psychologique**.
- S'informer sur les risques et l'amélioration des conditions de travail via les différents sites internet : www.travailler-mieux.gouv.fr, www.inrs.fr, www.anact.fr





La formation

La formation professionnelle continue



Pour assurer la pérennité du commerce, il est primordial d'impliquer ses collaborateurs et d'adapter en permanence leurs compétences aux besoins actuels et futurs. Ainsi, la formation continue revêt une importance particulière dans la gestion des ressources humaines.

Il existe plusieurs dispositifs d'accès à la formation en entreprise dont :

- **Actions de formation à l'initiative de l'employeur** (plan de formation) : elles visent à assurer l'adaptation du salarié au poste de travail, à participer au maintien ou à l'évolution de l'emploi et à développer les compétences du salarié.
- **Actions de formation à l'initiative du salarié et décidées en accord avec l'employeur** (Droit Individuel à la Formation) : le DIF permet aux salariés en CDI (ou en CDD depuis 4 mois consécutifs ou non au cours des 12 derniers mois) d'accéder à des formations professionnelles définies comme prioritaires par l'accord collectif (entreprise/branche) ou à défaut, à des actions de promotion ou d'acquisition, d'entretien ou de perfectionnement des connaissances.

Chaque salarié acquiert un droit de 20 heures/an (calculé au prorata en cas de travail à temps partiel), cumulable sur six ans dans la limite de 120 heures.

Nos conseils :

- **Réfléchir aux compétences actuelles et futures nécessaires** des salariés en cohérence avec l'évolution et la stratégie choisies pour son commerce et définir les actions de formations envisageables.
- **Communiquer auprès de ses salariés sur l'existence du DIF**, sur les possibilités qu'il permet et les informer annuellement par écrit, comme la loi le prévoit, du total des droits acquis.
- Consulter son Organisme Paritaire Collecteur Agréé (OPCA), susceptible de prendre en charge le coût de la formation, la rémunération du salarié et les frais divers.





L'apprentissage

L'apprentissage est fondé sur le transfert de compétences et la transmission de savoir-faire par les tuteurs d'apprentissage pour l'obtention d'une qualification professionnelle et un diplôme de l'enseignement supérieur ou technologique. Il offre aux jeunes un itinéraire concret pour acquérir à la fois les connaissances théoriques et l'aptitude pratique pour maîtriser un métier.

En contrepartie de son investissement personnel, **l'employeur bénéficie d'exonérations de cotisations sociales, d'un crédit d'impôt ainsi que d'une prime** versée par la Région.



03

Le personnel
La formation

Notre conseil :

- Pour tout renseignement contacter :
 - La Région Ile de France au 0810 18 18 18, ou en vous connectant au site www.iledefrance.fr/apprentissage.
 - La Chambre de Métiers et de l'Artisanat départementale ou la Chambre de commerce.



**03****Le personnel**
Les modes de transport

Les modes de transport



Pour se rendre sur le lieu de travail, le personnel vient soit à pied, en voiture, en transport en commun ou en vélo. Or, le transport est une source principale dans la production de dioxyde de carbone (CO₂), à hauteur de 35 % et de 66 % de la consommation de produits pétroliers en France. 30 % des déplacements se font pour aller au travail dont trois-quarts en voiture avec un taux de remplissage moyen d'1 personne par voiture.

Il est donc nécessaire de développer les modes de transport doux qui ne produisent pas de GES comme la marche à pied ou le vélo pour les déplacements courts. En revanche, pour les distances plus longues, le transport en commun est préférable et s'il n'existe pas, la solution du covoiturage permet d'optimiser le transport en voiture.

Le covoiturage vise à mettre en relation des individus effectuant tout ou partie d'un trajet réduisant ainsi le nombre de voitures en circulation pour un même déplacement. Les commerces ayant pour beaucoup d'entre eux les mêmes horaires, cette solution serait idéale. Les transports en commun polluent trois fois moins que les voitures et ont un coût moins élevé : 17 fois moins cher qu'une voiture. Le vélo est plus rapide pour les trajets jusqu'à 5 km et ne connaît pas les problèmes de stationnement.

Nos conseils :

- **Privilégier un recrutement local**, de sorte que les employés puissent se rendre sur leur lieu de travail à pied.
- Réserver un espace dans l'arrière cour du magasin pour les **vélos** ou solliciter auprès de la mairie l'installation de stationnement vélos devant les commerces.
- Prévoir un **local** pour le personnel s'il souhaite se changer.
- **Informers les salariés du financement** obligatoire par l'employeur, à hauteur de 50 %, **des frais de transport en commun et d'abonnement aux services publics de location à vélo**, sur la base des tarifs de 2nde classe, pour leurs déplacements domicile-lieu de travail.
- **Aménager certains horaires**, pour les rendre compatibles avec les transports en commun (RER par exemple).
- Développer le **co-voiturage** grâce aux sites dédiés à cette pratique et en déployant cette pratique au niveau de tous les commerces et services : www.ecovo.valdoise.fr ou www.covoiturage.yvelines.fr.
- **Sensibiliser** son personnel aux conséquences de son mode de transport : stress, fatigue, coût, durée...
- **Se former et former ses salariés à la conduite souple**, qui permet d'économiser jusqu'à 25 % d'économies de carburant et diminuer les risques d'accident de 10 à 15 %.



L'intégration des travailleurs handicapés



Depuis 1987, les entreprises de 20 salariés et plus sont tenues à une obligation d'emploi d'au moins 6 % de personnes handicapées. Rien n'interdit toutefois les commerces de moins de 20 salariés d'intégrer des travailleurs handicapés au sein de leur établissement.



Diverses subventions ou déductions fiscales existent pour l'accueil des personnes handicapées, leur maintien dans l'emploi ou l'acquisition de matériel.

L'intégration de travailleurs handicapés peut se réaliser par l'embauche de salariés en CDD/CDI, mais aussi par des contrats d'apprentissage ou de professionnalisation. De même, il est primordial de mettre en œuvre les aménagements nécessaires au maintien d'un salarié dans l'emploi suite à l'apparition d'un handicap.

Nos conseils :

- **Diagnostiquer les besoins** en matière d'emploi et vérifier l'adéquation poste/candidat.
- Toujours parler du handicap avec tact lors de l'entretien d'embauche, mais ne pas éluder la question.
- **Procéder aux aménagements organisationnels** (dont ergonomiques), techniques.
- **Sensibiliser le reste de l'équipe** au handicap.
- **Se documenter auprès de l'AGEFIPH**, acteur central de l'emploi des personnes handicapées, au service des personnes handicapées et des entreprises : www.agefiph.fr



03

Le personnel
L'intégration des travailleurs handicapés





04

“ Les relations du commerçant avec ses clients et le monde environnant ressortent du développement durable. Ce pilier qualifié de «social» est majeur, car il a un impact économique évident.



Ainsi, connaître les attentes et les besoins de ses consommateurs, puis savoir y répondre sont le cœur même du métier de commerçant. Se soucier de leur bien-être et de leur satisfaction représente le moyen le plus efficace de les fidéliser.

De même, un quartier vivant et dynamique permet aux commerces qui y sont implantés de renforcer leur attractivité. En s'impliquant dans la vie locale, un commerçant renforce son ancrage territorial et son attractivité, et par conséquent ses performances et sa rentabilité...





Les déplacements et le stationnement



04

Le client et la vie locale
Les déplacements et le stationnement

Idéalement, le commerce doit être accessible par de nombreux moyens de transport. Différents modes sont à valoriser : marche à pied, vélo, transports en commun. Il s'agit d'un travail avec la clientèle pour connaître ses besoins et savoir si elle serait prête à modifier ses habitudes.

Pour certains clients, les services de livraison représentent un plus mais doivent intégrer les contraintes environnementales (véhicule de livraison propre). Il s'agit des personnes à mobilité réduite (la livraison devient un service à caractère social) ainsi que les personnes qui ne souhaitent pas perdre de temps dans les courses et qui préfèrent être livrées.

Les cyclistes et les piétons sont des clients fidèles qui dépensent jusqu'à deux fois plus que les automobilistes dans les commerces.

Les livraisons «sortantes» constituent un enjeu important pour la logistique urbaine puisqu'elles représentent plus de la moitié des flux de déplacement.

Nos conseils :

- **S'enquérir des modes de déplacement** des consommateurs et leurs attentes.
- **Sensibiliser** les clients à couper systématiquement le moteur du véhicule lorsqu'ils effectuent une course rapide (achat de pain par exemple).
- Proposer un **panier à livrer** composé de produits issus de différents commerces alimentaires évoluant chaque semaine.
- Proposer les **commandes par téléphone ou par internet** pour tout ou partie de la population.
- Sensibiliser les clients à la possibilité de covoiturage avec leurs voisins.
www.ecovo.valdoise.fr ou www.covoiturage.yvelines.fr.

Un travail doit être engagé avec votre mairie :

- réfléchir à la mise en place de **stationnement minute** contrôlé pour ne pas entraîner du stationnement ventouse,
- proposer un **ticket de stationnement** gratuit de trente minutes par exemple lors de courses dans votre commerce,
- demander la mise en place de **stationnement vélos**.





04



L'accessibilité du commerce aux personnes à mobilité réduite



Le respect de la réglementation de l'accessibilité dans les établissements recevant du public doit permettre aux personnes handicapées de «circuler, d'accéder aux locaux et équipements, d'utiliser les équipements, de se repérer, de communiquer et de bénéficier des prestations en vue desquelles l'établissement ou l'installation a été conçu».

La réglementation impose à tout établissement recevant du public (ERP) d'être accessible au plus tard au 1^{er} janvier 2015.

La réglementation :

- Vérifier avec les services municipaux que les trottoirs sont eux-mêmes accessibles.
- Le magasin doit être accessible de plain-pied ou par une rampe fixe (de 5 % d'inclinaison au maximum).
- Le seuil de la porte n'excède pas 2 cm de hauteur et les grilles et essuie-pieds ne bloquent ni la roue d'un fauteuil ni la canne d'un malvoyant.
- La largeur de la **porte d'entrée** doit être suffisante, de 90 cm minimum (et si la porte est à double battant, un des battant doit être de 0,80 m au moins), dotée si possible d'une grande barre saisissable.
- Une largeur minimale de 90 cm est requise pour les **allées de circulation** (si possible 1,50 m pour les croisements), avec au bout de chacune une aire de demi-tour minimum de 1,50 m.
- **Les escaliers** doivent être éclairés et équipés d'une (voire deux) main(s) courante(s) facile(s) à saisir, de forme ronde, et qui déborde(nt) au départ et à l'arrivée (d'environ 50 cm).
- Les marches sont de 16 cm de hauteur pour 28 cm de profondeur, d'un revêtement non glissant et avec un nez antidérapant. Des repérages podotactiles indiquent le début et la fin de l'escalier.
- Les produits doivent se trouver sur des **rayonnages** compris entre 80 cm et 1,30 m de haut. Une partie du **comptoir** est - si possible - accessible à une personne en fauteuil roulant.
- **Une cabine d'essayage** doit être adaptée : taille minimale de 1,60 x 0,80 m. A défaut, une cloison amovible doit pouvoir transformer deux cabines classiques en une seule adaptée.





- Une barre d'appui doit permettre de maintenir l'équilibre du client, et les portemanteaux sont situés à 1,30 m maximum du sol. La cabine est également équipée d'un miroir (compris entre 0,40 et 1,90 m du sol), ainsi que d'une chaise (facultatif) et de tablettes pour poser ses affaires.
- Les **sanitaires** (obligatoires dans les commerces de boissons ou de restauration) doivent comprendre un WC handicapé d'une profondeur de 1,30 m minimum, avec cuvette suspendue (d'une hauteur de 50 cm maximum), barre de maintien coudée placée à 80/90 cm de hauteur.

Nos conseils :

- Demander le «Guide accessibilité pour les entreprises dans le Val d'Oise» édité par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat du Val d'Oise au 01 34 35 80 29.
- Réaliser un pré-diagnostic accessibilité (gratuit après de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat : 01 34 48 66 24).
- Solliciter les aides financières de l'Etat (Fisac), de la Région Ile de France et de l'Agefiph.

La Chambre de Métiers et de l'Artisanat a édité un guide accessibilité et un guide de l'éco-construction disponibles en téléchargement sur le site www.cma95.fr.
Des conseillers économiques des métiers peuvent réaliser un pré-diagnostic «accessibilité» gratuit de votre commerce.

Pour tout renseignement complémentaire, contacter la Chambre de métiers ou la Chambre de commerce.

Rappel législatif :

Le décret n° 2006-555 du 17 mai 2006 relatif à l'accessibilité des établissements recevant du public, des installations ouvertes au public et des bâtiments d'habitation et modifiant le code de la construction et de l'habitation a généralisé à tous les établissements recevant du public (ERP) l'obligation d'accessibilité de leurs locaux aux personnes handicapées d'ici le 1^{er} janvier 2015. L'arrêté du 21 mars 2007 concerne les ERP.

Des dérogations ponctuelles aux règles peuvent être accordées par le préfet de département, après avis conforme de la commission consultative départementale de sécurité et d'accessibilité pour des motifs d'impossibilité technique, de protection du patrimoine architectural ou de conséquences excessives sur l'activité de l'établissement.





04

Le client et la vie locale Le confort et le bien-être du client



Le confort et le bien-être du client



Tout commerçant doit adopter une démarche marketing minimale, destinée à connaître les habitudes de consommation et les attentes des clients, afin de satisfaire leurs besoins par une offre adéquate.

Nos conseils :

- **Personnaliser l'accueil**, en sachant reconnaître un maximum de clients, et en offrant éventuellement des cadeaux ou des services aux plus fidèles.
- **Mesurer la satisfaction** des clients, par un bref **questionnaire**, qui peut s'insérer dans une opération de communication : par exemple, organiser une tombola avec un bulletin comprenant quelques questions-clés pour mieux connaître le client.
- Réfléchir à la possibilité d'investir dans un logiciel de **traitement des cartes de fidélité**, qui fera ressortir les habitudes de consommation (achat à mutualiser au sein d'un groupement de commerçants).
- **Consigner les réclamations** des clients, pour identifier un dysfonctionnement éventuel et y apporter une réponse.
- Favoriser le confort de tous les clients fragiles, installer des **chaises** pour l'attente, **accorder la priorité** aux personnes âgées, enceintes, handicapées, réaliser un **coin jeux** pour les enfants afin qu'ils puissent s'amuser sous la surveillance de leurs parents (essentiellement les agences immobilières, coiffeurs, etc).
- Devenir une personne-ressource en développement durable, capable de **renseigner la clientèle sur les éco-gestes au quotidien** (transports, maison, travail, voyages, etc).





La vie du quartier



Le commerçant peut se faire connaître en s'associant à la vie locale, soit financièrement, soit par la mise à disposition de temps.

Pour être attractif, un centre-ville doit proposer des animations. Différentes activités peuvent être aidées par le commerçant : musique, art, sport, journée à thèmes...

Nos conseils :

- **Se concerter** avec les autres commerces de même spécialité pour assurer un «service de garde» durant les congés de chacun, et l'indiquer sur des affichettes pendant sa fermeture.
- Se rapprocher de **l'association de commerçants** pour participer aux animations diverses : marchés gourmands, chéquiers promotionnels, défilés d'artistes de rue, salons de voitures anciennes, loto, etc.
- S'impliquer dans les actions et animations organisées par la municipalité.
- Afficher des **panneaux d'information** sur les concerts, pièces de théâtre de la commune ou de l'agglomération, mettre à disposition des clients le programme des diverses sorties culturelles.
- Si le point de vente s'y prête, **exposer des œuvres d'artistes ou professionnels des métiers d'art locaux** (liste sur demande auprès du Parc).
- **Sponsoriser** un club sportif.
- Participer aux journées nationales portes ouvertes, pour faire découvrir au plus grand nombre son établissement et les «secrets» de sa profession.
- Promouvoir les activités culturelles locales en mettant à disposition des clients l'**agenda culturel du Parc** et le **carnet de rendez-vous**.
- Organiser ses **propres journées portes ouvertes** pour des établissements scolaires. Les élèves pourront ramener un produit valorisant l'image du magasin.
- S'associer aux **journées à thèmes** : semaine du goût, l'automne du goût, etc...
- Proposer à un **groupe local** de jouer devant le bar ou tout autre magasin.
- Tenir compte des **nuisances sonores et/ou olfactives** pouvant résulter de l'activité commerciale. En cas de gêne, le commerçant doit rencontrer ses voisins, pour rechercher ensemble des solutions techniques satisfaisantes. En cas de nuisances excessives, le maire peut être amené à fixer les conditions d'utilisation des appareils, des horaires de livraison. Le Parc peut vous aider financièrement à mettre en oeuvre des solutions visant à réduire ces nuisances (01 34 48 66 23).
- Suivre des **cours de secourisme** (contacter la Croix-Rouge française, au 01.39.35.60.00 pour la délégation du Val d'Oise et au 01.30.83.95.61 pour celle des Yvelines) et acquérir si possible un **défibrillateur automatisé externe**.



04

Le client et la vie locale
La vie du quartier





Les aides

Dans sa démarche de développement durable, le commerçant peut recevoir le soutien et l'accompagnement de différents acteurs. Par ailleurs, il est conseillé au chef d'entreprise de se constituer dans la mesure du possible un réseau et de ne pas rester isolé. L'échange sur les bonnes pratiques est fondamental.

• L'accompagnement :

Le Parc et ses partenaires accompagnent les entreprises pour une meilleure prise en compte de l'environnement. La Chambre de Métiers du Val d'Oise réalise des pré-diagnos-tics environnementaux gratuits.

De manière générale, les chambres consulaires et le Parc naturel régional du Vexin français peuvent vous apporter des réponses aux questions liées au développement durable, à la qualité, la sécurité sûreté, la formation et les ressources humaines.

Des aides techniques peuvent également sous certaines conditions être apportées par l'ADEME et les espaces Info Energie.

Pour les questions de sécurité des salariés, des formations sont proposées par la CRAM Ile-de-France. Plus d'informations sur www.cramif.fr.

• Le financement :

Le Parc naturel régional du Vexin français apporte une aide financière aux commerces réalisant des investissements pour une meilleure prise en compte de l'environnement (air, eau, énergie, effluents...) et pour la rénovation de leur devanture commerciale.

Le taux d'intervention du Parc est de 40 % pour un plafond à 30 000 €. Pour tout renseignement : Parc naturel régional du Vexin français au 01 34 48 66 23.

Certaines banques accordent des emprunts avec des garanties spécifiques ainsi que des prêts dédiés aux commerçants souhaitant installer des matériels performants de production, utilisation, récupération et stockage de l'énergie ou mise en place d'énergie renouvelable...

L'Agence de l'Eau Seine Normandie peut attribuer des aides aux PME qui ont recours à des prestataires pour l'élimination des déchets dangereux pour l'eau (collecte, transport et traitement). Des aides spécifiques existent sous certaines conditions pour les métiers de bouche (mise en place de bac à graisse) ou les garages (mise en place de séparateurs d'hydrocarbures).

Plusieurs mesures fiscales permettent des exonérations :

- Mesures en faveur de la lutte contre la pollution de l'air :

- Incitation fiscale sous la forme de crédits d'impôts pour des matériels bénéficiant

d'un label au titre des économies d'énergie ou de la qualité de l'air.

- Amortissement exceptionnel des véhicules automobiles terrestres fonctionnant au moyen du gaz de pétrole liquéfié, du superéthanol E85, de l'énergie électrique ou du gaz naturel véhicule et des équipements nécessaires à leur fonctionnement.

- Mesures en faveur de la lutte contre le bruit :

- Amortissement exceptionnel pour certains matériels destinés à réduire le niveau sonore (matériels autonomes, pouvant être séparés des matériels auxquels ils ont été adjoints), spécialement conçus pour réduire le niveau sonore d'installations existantes au 31 décembre 1990 (liste dans le code général des impôts, annexe 4).
- Réduction ou exonération de la valeur locative pour ces mêmes installations.
- Mesures fiscales visant à encourager l'utilisation de véhicules propres.
- Modulation de la taxe sur les véhicules de transport (en fonction des rejets de CO₂/km, exonération pour les véhicules électriques, GNV, GPL).
- Exonération totale ou partielle de la taxe sur la carte grise pour les véhicules GPL, GNV, électriques.
- Amortissement exceptionnel pour ces véhicules et les équipements y afférents (compresseurs, accumulateurs,...).

- Mesures en faveur des économies d'énergie et du développement des énergies renouvelables :

- Amortissement exceptionnel pour les matériels destinés à économiser l'énergie et pour les équipements de production d'énergie renouvelable (liste dans le code général des impôts, annexe 4).
- Réduction ou exonération de la valeur locative pour ces mêmes installations.

- Le financement des travaux d'aménagement pour améliorer l'accessibilité des personnes handicapées :

- Le fonds d'intervention pour les services, l'artisanat et le commerce (FISAC) vient en aide aux projets individuels menés par des entreprises commerciales, artisanales ou de services dans les communes de moins de 3 000 habitants. L'aide porte notamment sur les travaux d'aménagement favorisant l'accessibilité aux personnes handicapées et aux personnes à mobilité réduite. Le plafond des dépenses subventionnables est fixé à 75 000 € avec un taux de subventionnement pouvant aller jusqu'à 40 %. Contact : Chambres consulaires.
- Les communes peuvent également prendre des délibérations instituant des subventions aux commerçants pour des travaux d'aménagement favorisant l'accessibilité aux personnes à mobilité réduite.





Pour en savoir plus

- **ADEME** : Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie
<http://www.ademe.fr/>
- **ADEME Ile-de-France**
<http://ile-de-france.ademe.fr/>
6-8 rue Jean Jaurès
92807 Puteaux Cedex
Tél : 01 49 01 45 47 - Fax : 01 49 00 06 84
- **Agence de l'Eau Seine Normandie** : Etablissement public du Ministère de l'Ecologie en charge de la politique de l'eau sur l'ensemble du bassin hydrographique de la Seine (conseils techniques et aides financières).
<http://www.eau-seine-normandie.fr/>
51 rue Salvador Allende
92027 Nanterre Cedex
Tél : 01 41 20 16 00 - Fax : 01 41 20 16 09
- **AFNOR** : Agence Française de Normalisation (voir le SD 21 000, document faisant le point entre les enjeux du développement durable et l'entreprise, ses choix stratégiques, son management).
<http://www.afnor.org/>
11 rue Francis de Pressensé
93571 La Plaine Saint-Denis Cedex
Tél : 01 41 62 80 00 - Fax : 01 49 17 90 00
- **AGEFIPH** : Association de gestion des fonds pour l'insertion professionnelle des handicapés.
<http://www.agefiph.fr/>
192 av Aristide Briand
92226 Bagneux cedex
Tél. : 08 11 37 38 39 - Fax : 01 46 11 00 71
- **Agora 21** : Le site francophone du développement durable
<http://www.agora21.org/>
- **APF** : Association des Paralysés de France. Délégation du Val d'Oise.
<http://dd95.blogs.apf.asso.fr/>
Tél : 01 30 10 60 60
- **Arene** : Agence régionale de l'environnement et des nouvelles énergies.
<http://www.areneidf.org/>
- **Chambre de commerce et d'industrie** :
Versailles - Val d'Oise - Yvelines
<http://www.versailles.cci.fr/>
Délégation Val d'Oise - Tél : 01 30 75 35 95
Délégation Yvelines - Tél : 01 30 84 78 78
- **Chambre de Métiers et de l'artisanat du Val d'Oise**
<http://www.cma95.fr/>
Permanence au Parc naturel régional du Vexin français : 01 34 48 66 24
siège : 01 34 35 80 00
- **Chambre de Métiers et de l'artisanat des Yvelines**
<http://www.cm-yvelines.fr/>
Tél : 01 39 43 43 43



- **CIEAU** : Centre d'Information sur l'Eau
<http://www.cieau.com/>

- **CNIDEP** : Centre National d'Innovation pour le Développement durable et l'Environnement dans les Petites Entreprises.
<http://www.cnidep.com/>
Maison des Métiers
4 rue de la Vologne
54524 LAXOU Cedex
Tél : 03 83 95 60 88 - Fax : 03 83 95 60 30

- **CNISAM** : Centre national d'innovation, santé, autonomie et métier.
<http://www.cnisam.fr/>
Tél : 05 55 79 45 02

- **DDT** : Direction départementale des Territoires du Val d'Oise, bureau «Accessibilité et Contrôle de la Qualité de la construction»
<http://www.val-d-oise.equipement.gouv.fr/>
5 avenue Bernard Hirsch BP 60158
95022 Cergy-Pontoise Cedex
Tél : 01 34 25 25 00

- **Diren Ile-de-France**
<http://www.ile-de-france.ecologie.gouv.fr/>

- **Eco-emballages**
<http://www.ecoemballages.fr/>

- **Eco labels**
<http://www.ecolabels.fr/>

- **Espace Info Energie de Cergy-Pontoise**
13 Boulevard de l'Hautil
95092 Cergy-Pontoise cedex
Téléphone : 01 30 32 97 21
Mail : info-energie@valdoise.fr

- **Espace Info Energie de Chanteloup les Vignes**
Energies solidaires
Parc des vignes
<http://www.energies-solidaires.org/>
Rue Panhard-Levassor
78570 Chanteloup les vignes
Téléphone : 01 39 70 23 06
Mail : contact@energies-solidaires.org

- **Institut national de recherche et de sécurité pour la prévention des accidents et des maladies professionnelles.**
<http://www.inrs.fr/>
Tél : 01 40 44 30 00

- **Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement.**
<http://www.developpement-durable.gouv.fr/>

- **Ministère du Travail, de l'Emploi et de la Santé.**
<http://www.travail-emploi-sante.gouv.fr/>





Sources

- **Commerce,**
Le guide de l'énergie et du développement durable, Editialis.
50 pages
- **ECOBILAN,**
Evaluation des impacts environnementaux des sacs de caisse Carrefour, Analyse du cycle de vie de sacs de caisse en plastiques, papiers et matériaux biodégradable.
Février 2004, 119 pages.
- **Fondation Nicolas Hulot Pour la Nature et l'Homme,**
Le petit livre pour la Terre.
Mars 2006, 128 pages.
- **Syndicat de l'éclairage, ADEME**
Eclairage des commerces, Bien éclairer pour mieux vendre.
Décembre 2003, 12 pages.

- Sitographie

- **ADEME :**
Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie.
<http://www.ademe.fr/>
- **Agora 21 :**
Le site francophone du développement durable.
<http://www.agora21.org/>
- **Appellation V Commerce Vert.**
<http://www.guiderecoresponsable.com/>
- **Consoglobe,**
Consommer mieux, vivre mieux.
<http://www.consoglobe.com/>
- **IFEN :**
Institut Français de l'Environnement.
<http://www.ifen.fr/>
- **Légifrance**
<http://www.legifrance.gouv.fr/>
- **Ministère de l'Ecologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement.**
<http://www.developpement-durable.gouv.fr/>

Guide du développement durable dans les commerces - Mai 2011

Informations légales

Imprimeur

Editeur : Parc naturel régional du Vexin français, Maison du Parc, 95450
Théméricourt

Représentant légal : Jean Pichery

Directeur de la publication : Marie-Agnès Lanthier

Rédaction conception : service commerce CCI Essonne (Arnaud Noulin),
Parc naturel régional du Vexin français, pôle développement économi-
que et social (Patrick Gueit)

Mise en page : Nicolas Lebrun

Crédits photographiques : CG 91, Fotolia, M. Penpeny, P. Lhomel, PNR
Vexin français.

Toute reproduction même partielle des textes et des photos est interdite.





Ce guide a également été réalisé en collaboration avec :



L'Agence de l'eau Seine Normandie



L'Association des Paralysés de France



La plate-forme pour le commerce équitable



Chambre de commerce et d'industrie
Versailles-Val d'Oise Yvelines

Guide disponible sur demande par mail à
economie@pnr-vexin-francais.fr