

L'ARTISANAT ET LE DEVELOPPEMENT DURABLE

Résultats de l'enquête nationale Décembre 2005

Cette enquête a été réalisée en co-maîtrise d'ouvrage par :

- l'Assemblée permanente des chambres de métiers (APCM)
- le Centre national d'innovation pour le développement durable et l'environnement dans les petites entreprises (CNIDEP)
- Chambre de métiers et de l'artisanat de Meurthe et Moselle

Avec le soutien financier de :

- la Direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales (DCASPL)
- l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME)
- la Délégation générale de l'emploi, de la formation professionnelle – Fonds social européen (DGEFP-FSE)

Avec la collaboration de :

- la Chambre de métiers et de l'artisanat de l'Ain,
- la Chambre de métiers et de l'artisanat d'Eure et Loir
 - la Chambre de métiers et de l'artisanat du Gard,
- la Chambre de métiers et de l'artisanat de la Gironde,
 - la Chambre de métiers et de l'artisanat du Nord,
 - la Chambre de métiers et de l'artisanat de l'Oise,
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat d'Auvergne,
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de Basse-Normandie,
 - la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat du Centre
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat des Pays-de-Loire
 - le Centre de ressources des techniques avancées d'Avignon
 - l'Institut supérieur des métiers

Sommaire



Chambres de Métiers
et de l'Artisanat
Assemblée Permanente



Chambre de Métiers
et de l'Artisanat
Meurthe-et-Moselle



Centre National d'Innovation
pour le Développement durable
et l'Environnement
dans les Petites entreprises



COMMISSION EUROPÉENNE
Fonds social européen



Agence de l'Environnement
et de la Maîtrise de l'Énergie

Sommaire

Introduction

1. Contexte de l'étude

- 1.1. Rappels sur le développement durable
- 1.2. Rappels sur l'artisanat

2. Méthodologie de l'étude

- 2.1. Objectifs de l'étude
- 2.2. Questionnaires d'enquête
- 2.3. Modalités de mise en œuvre de l'enquête
- 2.4. Echantillon des entreprises enquêtées
- 2.5. Echantillon des parties intéressées enquêtées

3. Résultats de l'enquête

3.1. Les artisans et le développement durable

- 3.1.1. Questions relatives à la direction et à la gestion de l'entreprise
- 3.1.2. Questions relatives à la responsabilité sociale de l'entreprise
- 3.1.3. Questions relatives à la responsabilité environnementale de l'entreprise
- 3.1.4. Questions relatives au développement durable, concernant les domaines de non-durabilité
- 3.1.5. Synthèse sur les artisans et le développement durable

3.2. Les parties intéressées de l'artisanat

- 3.2.1. Vision et intégration du développement durable par les parties intéressées
- 3.2.2. Vision et connaissance de l'artisanat par chaque partie intéressée
- 3.2.3. Vision du rôle de l'artisanat dans le développement durable
- 3.2.4. Vision de l'approche que l'artisanat devrait faire du développement durable
- 3.2.5. Partenariats possibles pour l'application du développement durable dans l'artisanat
- 3.2.6. Synthèse de la vision des parties intéressées à propos de l'artisanat et du développement durable

4. Les outils existants

- 4.1. Outils et démarches spécifiques au développement durable
- 4.2. Outils et démarches QSE (Qualité – Sécurité – Environnement)
- 4.3. Outils et démarches de progrès



5. Pistes d'actions

- 5.1. Un mode nouveau de gouvernance pour les élus, les directions des chambres de métiers et de l'artisanat et les organisations professionnelles de l'artisanat.
- 5.2. Principales pistes d'actions ou de réflexion pour les chambres de métiers et de l'artisanat
- 5.3. Partenariats à renforcer ou à développer
- 5.4. Pistes d'actions pour les conseillers des chambres de métiers et de l'artisanat et les organisations professionnelles de l'artisanat

Conclusion

Annexes

► Questionnaires

- Questionnaire entreprises
- Questionnaire parties intéressées

► Résultats de l'enquête auprès des entreprises artisanales *(Se rendre sur ftp://62.160.135.5/dvlptdurable)*

- Sans démarche et par activité
- Sans démarche et par zone géographique
- Sans démarche et par âge
- Sans démarche et par taille

- Avec démarche et par activité
- Avec démarche et par zone géographique
- Avec démarche et par âge
- Avec démarche et par taille

- Avec et sans démarche et par activité

► Résultats enquêtes Parties Intéressées *(Se rendre sur ftp://62.160.135.5/dvlptdurable)*

- Toutes catégories confondues
- Organismes publics
- Collectivités locales
- Chambres de métiers et de l'artisanat et organisations professionnelles
- Fournisseurs
- Clients
- Organismes de formation

► Cas remarquables

ISBN : 2 84438 094 8

Dépot légal : mai 2006

Conception - Maquette : IDEECOM - Impression : EDIP'S

Diffusion : APMC Diffusion - 12 av. Marceau 75008 - Tél. : 01 44 43 10 00 - Fax : 01 47 20 34 48

Courriel : COMM@apcm.fr - Internet : www.apcm.com/diffusion - info@apcm.fr



Assemblée Permanente



Meurthe-et-Moselle

Introduction

Le développement durable s'impose de plus en plus comme un des axes stratégiques majeurs de toute action publique. Dans les relations internationales, c'est un concept qui devient incontournable et tous les secteurs de l'activité humaine s'en sont saisis. La France l'a inscrit dans sa constitution et a conçu une stratégie nationale de développement durable, qu'elle met en oeuvre au travers d'institutions spécifiques et dans le cadre des politiques publiques. Le grand public se trouve sensibilisé par de multiples actions de communication, l'incitant à adopter de bonnes pratiques pour prendre sa part, au niveau local, à l'amélioration d'enjeux globaux comme le réchauffement climatique, l'épuisement des ressources énergétiques ou la protection de la biodiversité. Les grandes entreprises affichent des démarches respectueuses de l'environnement, éthiques et socialement responsables. Elles participent à des actions collectives et s'engagent dans des démarches pour prendre en compte l'indispensable gestion des risques technologiques.

L'artisanat, grâce à un effort de communication important, a su se rendre visible du grand public. Pourtant, sa place dans le jeu des acteurs institutionnels et économiques n'est pas à la mesure de son périmètre. Ses organisations représentatives, chambres de métiers et de l'artisanat et organisations professionnelles, ont pleinement conscience de la nécessité, de l'opportunité et des enjeux que constitue le développement durable pour les entreprises. Si les divers secteurs économiques sont entrés dans des démarches de progrès, par le biais de la gestion des risques, du management ou de la communication, le monde artisanal doit encore progresser dans ce domaine. Pourtant, le réseau consulaire est convaincu que l'artisanat est déjà exemplaire à plus d'un titre, mais que des marges de progrès sont possibles en prenant appui sur cette réalité. Il est donc nécessaire de chercher à connaître la situation réelle des pratiques dans les très petites entreprises pour bâtir une stratégie opérante.

La mise en oeuvre dans les entreprises de démarches de progrès nécessite une prise de conscience individuelle du chef d'entreprise et des approches collectives, afin de créer les effets d'entraînement, éviter les distorsions de concurrence et dégager les ressources nécessaires à l'indispensable accompagnement, en particulier au niveau des ressources humaines. Une telle approche n'est possible que si les outils à la mesure des artisans existent, mais surtout, s'ils peuvent percevoir une telle stratégie comme pertinente et se l'approprier. La prise en compte d'une démarche globale incluant l'économique, le social et l'environnemental par l'entreprise peut donc aboutir à une véritable pérennisation de ce secteur où les valeurs restent locales et humaines.

Après quelques rappels sur le développement durable et l'artisanat, le rapport détaille la méthodologie de l'étude en décrivant notamment l'échantillon des entreprises et des parties intéressées enquêtées. Les résultats de l'enquête sont ensuite présentés et permettent d'évaluer comment les artisans prennent en compte les volets économique, social et environnemental du développement durable. Ils permettent également d'observer les attentes des parties intéressées quant à la mise en application de ce concept par les artisans et leurs organismes représentatifs. Puis, après avoir évalué l'adéquation des outils existants aux besoins et contraintes des artisans, le rapport propose des pistes d'actions pour faciliter l'appropriation et la mise en oeuvre du développement durable dans les entreprises artisanales.

1. Contexte de l'étude

1.1. Rappels sur le développement durable

L'idée de développement durable a été popularisée, à partir de 1987, par le rapport de la Commission mondiale pour l'environnement et le développement présidée par madame Brundtland. Traduit de l'anglais " sustainable development ", ce concept est issu du mouvement initié en 1972 par le rapport du Club de Rome : " Limit to growth ? " (traduit par " Halte à la croissance "). Une succession de grandes conférences a propulsé cette idée de changer la nature de la croissance avant d'en subir des conséquences irréversibles. Il y a eu le Sommet de la Terre à Rio de Janeiro en 1992 qui lança le mouvement des agendas 21 (ou programme d'action pour le 21^{ème} siècle). Les conférences internationales traitant plus ou moins directement de ce thème se sont poursuivies (Conférence du Millénaire à New York en 2000, ...) et le mouvement en faveur d'un développement durable s'est étendu plus qu'il n'a faibli.

La définition usuelle admise du développement durable est celle dite du rapport Brundtland : c'est "un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs".

Cette définition fait émerger le principe de solidarité pour répondre aux besoins de tous, ainsi que les principes de précaution et de participation dans l'utilisation des ressources.

La notion de "besoin" s'applique évidemment à tous mais plus particulièrement aux plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité. L'idée de " précaution " concerne la capacité de la planète à offrir des ressources qui répondent aux besoins actuels et à venir. La "participation" de tous est incontournable, à la fois pour définir les besoins de chacun mais également pour contribuer à l'utilisation rationnelle des ressources.

Le concept de développement durable et son application aux différentes sphères des activités humaines sont encore en élaboration et en discussion. Il n'existe pas de référentiel unique faisant autorité où puiser une information exhaustive et non sujette à polémique.

L'Union Européenne et le développement durable :

L'Union Européenne affiche clairement une stratégie fondée sur le concept de développement durable. Le message fondamental de cette stratégie est qu'"au bout du compte, les facettes économique, sociale et environnementale du développement durable doivent aller de concert et se renforcer mutuellement. (...) Il laisse entrevoir l'image concrète d'une société plus prospère et plus juste, garante d'un environnement plus propre, plus sûr, plus sain, et offrant une meilleure qualité de vie à nous-mêmes, à nos enfants et à nos petits-enfants. (...) Il est crucial de bien appréhender l'importance de ces trois piliers du développement durable et de comprendre les relations qui existent entre eux". Dans ce document exposant la stratégie européenne, l'Union aborde également ce qu'elle appelle les tendances de "non-durabilité" :

- Les changements et l'utilisation des ressources énergétiques ;
- Les menaces pour la santé publique ;
- La pauvreté et l'exclusion sociale ;
- Le vieillissement de la société ;
- La gestion des ressources naturelles ;
- L'utilisation des sols et des transports.

1. Contexte de l'étude

Ces tendances font que nous devons changer nos comportements et nos modes de raisonnement pour ne pas compromettre notre avenir. C'est une approche nouvelle qui ouvre sur la réflexion.

En effet, certains thèmes comme le vieillissement de la population ne sont pas habituellement associés au développement durable. D'autres, auxquels nous aurions pensé spontanément, n'y apparaissent pas, comme la croissance démographique ou l'explosion urbaine. Cette stratégie est donc adaptée aux besoins et aux standards de l'Europe : haut niveau de vie, faible acceptation des risques, démographie moderne et urbaine. Cette adaptation justifie et guide celle qui consistera, ultérieurement, à intégrer et à réécrire la définition d'un développement durable des entreprises artisanales en fonction de leurs propres attentes, exigences et besoins.

Dans les moyens de mise en œuvre de cette stratégie, sont évoqués la promotion de la citoyenneté, dans les entreprises entre autres, le renforcement de l'appropriation de la stratégie et l'amélioration de la coopération avec les acteurs publics et privés à tous les niveaux. L'artisanat a un rôle à jouer dans cette stratégie. Tous les niveaux sont concernés, les artisans et leurs personnels, les organisations intermédiaires, les organismes institutionnels,...

Cette étude vise à mettre en lumière l'appropriation par les artisans des enjeux du développement durable et les possibilités de développer des actions de partenariat et de coopération avec les parties intéressées. Quelques pas dans un vaste champ d'investigations et de projets.

La France et le développement durable :

La France a également adopté une stratégie nationale de développement durable (SNDD) le 3 juin 2003. Cette stratégie met en avant le rôle des entreprises, en particulier, leur engagement dans des démarches volontaires, qui touchent aussi bien leur fonctionnement interne que les produits et les services offerts. Leur participation à cette stratégie passe par une prise de conscience des enjeux et des opportunités. Les clés d'entrée des entreprises dans les démarches de développement durable sont multiples, management interne, gestion des risques, communication, ... La clé d'entrée la plus souvent utilisée, que ce soit dans le privé mais aussi dans le public, est environnementale. Une chaîne de magasin de grande distribution propose, par exemple, une caisse " développement durable ", c'est à dire ne distribuant pas de sac de sortie de caisse. Les actions relatives aux énergies renouvelables ou aux transports sont également souvent mises en avant. Mais la démarche est tronquée si les dimensions économique et sociale ne sont pas intégrées. On voit donc bien qu'il s'agit souvent d'approches partielles et fragiles, qui peuvent même avoir un effet contre-productif.

Or, au-delà des enjeux environnementaux qui sont le plus souvent mis en avant (changement climatique, épuisement des ressources naturelles, biodiversité, ...), le développement durable, dans son acceptation globale, se présente comme un levier du changement et du progrès.

Une démarche de cette nature pourrait donc être l'amorce d'une action collective fructueuse pour l'artisanat. La prise en compte des impacts sociaux et environnementaux dans les entreprises artisanales ne serait-elle le moyen d'y introduire des démarches de progrès dans les procédés techniques et les modes de gestion ?

1. Contexte de l'étude

1.2. Rappels sur l'artisanat

L'artisanat " se reconnaît mieux qu'il se définit " disait le sénateur Courtier, créateur des chambres de métiers. Il s'agit d'un milieu très ouvert et malgré tout d'une grande stabilité. Les créations et les disparitions de métiers comme d'entreprises sont courantes. L'artisanat est centré sur les métiers plus que sur l'organisation d'entreprise.

On parle souvent indifféremment des artisans et des entreprises artisanales tant ces deux réalités distinctes, sont cependant proches. Cela provient d'une part du grand nombre d'entreprise sans salarié (environ 40% sur l'ensemble du territoire), d'autre part de la grande proximité du chef d'entreprise avec son activité. L'effectif moyen des 880 000 entreprises est de 2,7 salariés.

" Est artisanale, l'entreprise immatriculée au répertoire des métiers " nous dit la définition réglementaire. Plus précisément il s'agit d'une entreprise de moins de 10 salariés exerçant une activité indépendante de production, de transformation, de réparation ou de prestation de services figurant sur une liste fixée par décret. Le droit de suite permet de rester inscrit au répertoire des métiers quand l'effectif de l'entreprise dépasse 10 salariés.

Au-delà des réglementations particulières concernant les métiers de la coiffure, des taxis, des ambulanciers, des armuriers, du contrôle technique automobile et du déménagement, la qualification préalable est obligatoire pour les activités qui mettent en jeu la santé et la sécurité des consommateurs (loi du 5 juillet 1996).

La qualification se justifie, activité par activité, par des diplômes professionnels, des titres homologués et la validation de l'expérience professionnelle.

L'idée centrale derrière cette notion d'artisanat est celle de métier manuel, par opposition aux professions libérales d'une part et industrielles ou strictement commerciales d'autre part. Sont exclus de l'artisanat les métiers de l'agriculture, de l'hôtellerie et de la restauration. La plupart des artisans sont aussi commerçants par nature et la qualité d'Artisan est une dénomination protégée comme celle de Maître Artisan.

L'artisanat est constitué de 250 activités réparties en 30 familles et 4 secteurs. Ces quatre secteurs (NAR4) sont le bâtiment (environ 40% des entreprises), les services (31%), la production (17%) et l'alimentation (12%).

Caractéristiques inhérentes à l'artisanat et proches du développement durable :

Les artisans sont des hommes et des femmes qui prennent l'initiative d'exploiter leur savoir-faire professionnel, de façon indépendante, en assumant toutes les responsabilités d'un chef d'entreprise d'une structure de petite taille, sous forme individuelle ou sociétaire. Ils entretiennent des relations personnalisées avec leur clientèle et maintiennent un mode de vie à dimension humaine. Ce sont des professionnels qualifiés, qui développent :

- Tantôt un savoir-faire très technique : mécanique de précision, robotique, électronique, photographie numérique,...
- Tantôt un talent artistique : tailleur de pierre, faïencier, luthier, potier, modéliste,...
- Le plus souvent, ils exercent des activités indispensables à la vie quotidienne : métiers de l'alimentation, du bâtiment et des soins à la personne, garagistes, taxis, ambulances,...

1. Contexte de l'étude

L'entreprise artisanale est une pépinière, un laboratoire où naissent des innovations. Elle exploite des technologies de pointe, utilise des produits et services nouveaux venus de l'extérieur et assure le maintien de savoir-faire locaux et traditionnels qu'elle adapte en permanence à l'évolution de la demande. Elle n'hésite pas, pour cela, à moderniser son mode de gestion et son outil de production et peut s'organiser pour acheter, produire et vendre à partir de groupements. Maître de son métier et de sa gestion, l'artisan apporte à ses clients, entreprises et ménages, des prestations et des produits de qualité, personnalisés, qui le démarquent de l'offre de l'industrie et de la grande distribution.

Par leur maillage du territoire, les artisans contribuent à la répartition équilibrée des activités, de l'emploi et au maintien en tout lieu de services à la population : ils sont présents pour 31 % dans des communes rurales, pour 41 % dans les unités urbaines de moins de 200 000 habitants et pour 28 % dans les communes de plus de 200 000 habitants.

Ils forment l'essentiel du tissu productif et commercial et participent à la vie sociale dans les zones rurales, contribuant à fixer les populations. Ils animent les centres villes et les quartiers sensibles en y offrant des prestations quotidiennes et variées.

Les artisans, garants de traditions et de savoir qu'ils font évoluer, permettent aux villes, aux départements et aux régions de préserver une identité territoriale forte, atout pour leur dynamisme, et notamment pour leur développement touristique.

Les entreprises artisanales facilitent enfin l'insertion professionnelle sous des formes multiples en formant des jeunes de tous niveaux, du CAP au BTS. Elles créent ainsi les conditions d'une relève par l'émergence de nouvelles générations d'entrepreneurs, préparés à la réalité du monde professionnel.

Organisation institutionnelle de l'artisanat

L'artisanat présente une organisation institutionnelle particulière. En effet, porteur d'une politique publique et sous la tutelle du ministère des Petites et Moyennes Entreprises, du Commerce, de l'Artisanat, des Professions Libérales, le réseau consulaire de l'artisanat est dirigé par des représentants élus des artisans. Historiquement, il s'agit d'une construction montante, les structures départementales ayant été mises en place avant la structure nationale. Instituées en 1925 par la loi Courtier, les chambres de métiers et de l'artisanat sont des établissements publics administratifs. Elles sont les organes représentatifs des intérêts généraux de l'artisanat et sont gérées par des artisans élus tous les cinq ans. Les 106 chambres de métiers de France et d'Outre-mer comptent chacune 36 élus.

La chambre de métiers et de l'artisanat assure la représentation de l'artisanat dans son environnement politique, économique et social.

Dans chaque région, la représentation de l'artisanat est assurée par la chambre régionale de métiers et de l'artisanat (CRMA) qui est composée de représentants des chambres de métiers et de l'artisanat départementales.

L'Assemblée permanente des chambres de métiers (APCM), de création plus récente que les chambres départementales, est l'établissement public national fédérateur des 106 Chambres de métiers et de l'artisanat. Elle est le partenaire des organisations professionnelles du secteur et l'interlocuteur des pouvoirs publics nationaux et européens. L'APCM joue un rôle de porte-parole, d'animateur et de conseil, auprès des chambres de métiers, dans leurs différents domaines d'interventions.

Le CNIDEP, Centre National d'Innovation pour le Développement durable et l'Environnement dans les Petites entreprises, est un " pôle d'innovation technologique de l'artisanat " dont la mission est de concevoir des outils et des méthodes pour aider les artisans à améliorer leurs pratiques quotidiennes dans un objectif de développement durable. Il exerce son activité au sein de la Chambre de Métiers et de l'Artisanat de Meurthe-et-Moselle.

Sommaire



Assemblée Permanente



Meurthe-et-Moselle

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

2.1. Objectifs de l'étude

Sur la base du contexte rappelé et détaillé dans le chapitre précédent, le CNIDEP a proposé à l'APCM d'initier l'engagement formel de l'artisanat dans le développement durable par une analyse initiale de la situation. Les objectifs fixés pour cette étude préliminaire à toute action sont les suivants :

- évaluer la situation (l'état d'avancement) des entreprises artisanales en termes de mise en œuvre du développement durable dans leur gestion quotidienne,
- connaître la perception des artisans et les valeurs du développement durable avec lesquelles ils s'identifient,
- identifier les domaines du développement durable qui n'ont pas été suffisamment approfondis par le secteur, et tous ceux qui, pris en compte de manière séparée, méritent d'être mis en relation de manière intégrée,
- mettre en lumière les types de décisions qui, dans la gestion d'une entreprise, nécessitent une approche plus intégrée des trois composantes du développement durable,
- vérifier s'il y a lieu d'avoir une approche spécifique par branche d'activités ou par territoire,
- recenser les outils internes au secteur des métiers qui contribuent déjà, même partiellement, à une démarche de développement durable et les outils externes qui pourraient aider le secteur à faciliter la prise en compte de cette démarche,
- connaître les attentes des parties intéressées afin de déterminer les enjeux significatifs pour l'artisanat.

Cette analyse initiale doit permettre de définir la nature et les grandes caractéristiques des actions et des outils à concevoir par le secteur des métiers, pour aider les entreprises à progresser dans cette démarche. Elle doit également amener à mieux cerner les limites de l'exercice visant à intégrer le concept de développement durable dans le secteur très particulier des très petites entreprises et permettre de communiquer le positionnement de l'artisanat dans ce domaine.

Pour atteindre l'ensemble de ces objectifs, une enquête auprès d'un échantillon d'entreprises et de parties intéressées a été réalisée par le CNIDEP, l'APCM et dix chambres de métiers et de l'artisanat bien répartie sur le territoire métropolitain, à savoir :

- la Chambre de métiers et de l'artisanat de l'Ain
- la Chambre de métiers et de l'artisanat du Gard
- la Chambre de métiers et de l'artisanat de la Gironde
- la Chambre de métiers et de l'artisanat de l'Oise
- la Chambre de métiers et de l'artisanat de Meurthe-et-Moselle
- la Chambre de métiers et de l'artisanat du Nord
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat d'Auvergne
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat de la Basse-Normandie
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat du Centre (en liaison avec la Chambre de métiers et de l'artisanat de l'Eure-et-Loir)
- la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat des Pays de Loire et avec la collaboration du Centre de Ressources des Techniques Avancées (CRTA d'Avignon).

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Un comité de pilotage a ainsi été créé, en associant l'ensemble de ces organisations et les partenaires techniques et financiers de l'étude, à savoir la direction du commerce, de l'artisanat, des services et des professions libérales (DCASPL), le ministère de l'écologie et du développement durable, de l'ADEME, et l'institut supérieur des métiers. Cette étude a également bénéficié d'un soutien financier du fonds social européen.

2.2. Questionnaires d'enquête

Pour réaliser l'enquête auprès des entreprises artisanales et des parties intéressées, deux questionnaires complémentaires ont été conçus.

Le questionnaire aux entreprises

L'ensemble des partenaires est convenu que le questionnaire aux entreprises avait comme objectif principal de connaître les pratiques, les questionnements et les attentes des artisans dans les différents domaines du développement durable.

Les concepteurs se sont attachés à proposer un questionnaire qui puisse s'adresser à toutes les entreprises, quelle que soit l'activité. En outre, afin d'éviter d'avoir un nombre de questions trop important et ne pas s'engager dans un diagnostic, l'utilisation de "marqueurs" a été privilégié. Pour la gestion financière, par exemple, la présence ou non d'un compte de résultat prévisionnel et d'un plan de trésorerie prévisionnel a été choisie comme seule révélatrice de la qualité de la gestion financière de l'entreprise. Le questionnaire a été construit pour orienter les réponses vers des "oui" ou "non" afin d'en faciliter l'exploitation. A la suite de tests, les questions ont été modifiées pour limiter les réponses du type "non concerné", et encore plus "ne sais pas".

Le questionnaire destiné aux artisans est consultable en annexe 1. Après quelques éléments relatifs à l'identification de l'entreprise il balaie les thèmes suivants :

- Direction et gestion : 13 sous-thèmes comprenant au total 18 questions pour le volet économique,
- Responsabilité sociale de l'entreprise : 8 sous-thèmes comprenant au total 14 questions pour le volet social,
- Responsabilité environnementale : 7 sous-thèmes comprenant au total 11 questions pour le volet environnemental,
- Développement durable : 4 sous-thèmes comprenant au total 9 questions destinées à évaluer les attentes des artisans dans ce domaine.

Le questionnaire aux parties intéressées

Il a été bâti sur le même modèle que celui aux entreprises. Les corrélations entre les réponses des artisans et celles de leurs partenaires pourront être riches d'enseignements. Des questions ayant trait aux facteurs de non-durabilité et aux axes de la stratégie européenne de développement durable y ont été incorporées. Des domaines importants du développement durable ont ainsi pu être abordés.

A la différence de celui destiné aux artisans, le questionnaire aux parties intéressées est beaucoup plus ouvert et devait permettre de faire émerger des commentaires et des pistes de travail. Il vise à mieux identifier la manière dont le développement durable est pris en compte par les différents interlocuteurs de l'artisanat, à cerner leur connaissance de l'artisanat et à identifier les domaines du développement durable pour lesquels, de leur point de vue, l'artisanat a un rôle important à jouer. Il tente également de préciser les attentes des parties intéressées vis-à-vis des artisans dans ce domaine.

Le questionnaire relatif aux parties intéressées est consultable en annexe 2.

Sommaire

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

2.3. Modalités de mise en œuvre de l'enquête

L'enquête a été mise en œuvre par les agents des chambres de métiers et de l'artisanat qui ont participé directement à la conception des questionnaires. Trois journées de travail ont été consacrées par l'ensemble des enquêteurs à la validation des questionnaires et à la l'harmonisation de leur utilisation sur le terrain.

Les artisans ont été choisis par les agents en charge de l'enquête, à raison de 21 par département, en tenant compte, autant que possible, des critères retenus par le comité de pilotage à savoir :

- L'activité (environ 3 entreprises pour chaque activité retenue) :
 - Maçonnerie (bâtiment),
 - Chauffagiste (bâtiment),
 - Boucherie-charcuterie-traiteur (alimentation),
 - Mécanique générale et de précision (production),
 - Menuiserie-ameublement (production),
 - Mécanique-carrosserie automobile (services),
 - Pressing (services).
- La taille de l'entreprise (environ 7 entreprises par tranche d'effectif) :
 - Sans salarié,
 - De 1 à 4 personnes dans l'entreprise,
 - Plus de 5 personnes dans l'entreprise.
- La zone géographique d'implantation de l'entreprise (environ 7 entreprises par zone) :
 - Zone rurale,
 - Zone périurbaine,
 - Zone urbaine.
- L'engagement dans une démarche de progrès (environ 7 entreprises par type d'engagement) :
 - Aucune démarche,
 - Démarche ciblée (centrée sur un domaine : qualité, environnement, hygiène sécurité, export,...),
 - Démarche globale.

Les entreprises choisies devaient être installées depuis plus de cinq ans, afin de garantir une qualité de réponse homogène, reposant sur des entreprises ayant une certaine stabilité et donc un type de fonctionnement bien installé, quelle que soit la personnalité du chef d'entreprise.

Les entreprises ont été approchées selon des méthodes laissées à la discrétion de l'enquêteur. Un modèle de lettre (en annexe) a été proposé. Les enquêteurs, dans le respect des critères, étaient libres dans le choix des entreprises. Des arguments réels pouvaient être avancés :

- Gratuité,
- Confidentialité,
- Choix de l'entreprise pour une enquête nationale sur les démarches de progrès,
- La durée de l'entretien limitée à environ 30 mn et sur le lieu d'activité.

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Au total l'échantillon prévu était d'environ 230 artisans à enquêter. Ceci impliquait que les quotas donnés initialement devaient être respectés pour permettre d'envisager le croisement de 2 critères : par exemple, pour les entreprises situées en milieu rural (1^{er} critère) et ayant plus de 5 salariés (2^{ème} critère), l'échantillon devait être de l'ordre de 25 entreprises.

Les entretiens se sont déroulés pour la grande majorité sur le lieu même d'activité des artisans. Les réponses aux questions posées étaient à caractère binaire (réponse par " oui " ou par " non ") avec la possibilité de commentaires libres. L'administration du questionnaire en face à face et à l'aveugle a été retenue pour éviter de dévoiler trop tôt l'objet final de l'enquête, à savoir le développement durable.

La saisie a été réalisée par les enquêteurs sur le site internet de l'ISM. L'institut supérieur des métiers a mis en ligne un masque de saisie reprenant l'intégralité du questionnaire et permettant au CNIDEP et à l'APCM d'agréger à distance l'ensemble des données et de les rapatrier afin de pouvoir les vérifier et les exploiter.

2.4. Echantillon des entreprises enquêtées

Réaliser une enquête pour connaître les pratiques et les attentes des entreprises artisanales en matière de développement durable représente un travail titanesque au vu des 880 000 entreprises de ce type, réparties en quatre grands secteurs, bâtiment, services, production, alimentaire, eux-mêmes divisées en 250 activités différentes.

Le comité de pilotage n'a pas souhaité que l'enquête soit réalisée sur un échantillon d'entreprises prises complètement au hasard. En effet, l'artisanat n'est pas une population homogène dont on peut sonder les pratiques et en retirer des orientations pour définir une politique et des pistes d'action. L'artisanat est par nature très hétérogène. L'activité est l'élément déterminant dans les pratiques des professionnels. En prenant des métiers précis, représentatifs de l'artisanat et exercés sur tout le territoire, on permet aux enquêteurs à travers la France, de réaliser des entretiens avec des entreprises comparables. Il sera ainsi possible, toutes choses étant égales par ailleurs, de faire ressortir des analyses pour des échantillons restreints.

Le choix du comité de pilotage a donc été de se concentrer sur certaines activités représentatives de chacun des quatre grands secteurs :

- Pour le bâtiment : la maçonnerie (gros œuvre) et l'installation de chauffage (second œuvre),
- Pour les services : la réparation automobile et le nettoyage à sec,
- Pour la production : la mécanique générale et de précision et la menuiserie ameublement,
- Pour l'alimentaire : la boucherie-charcuterie.

Ces activités représentent à elles seules environ 250 000 entreprises, soit 28% de l'artisanat français.

Il va de soi que ce choix, de se concentrer sur quelques activités, ne permet pas une extrapolation des données chiffrées à l'ensemble de l'artisanat. En revanche, la répartition des activités parmi les quatre secteurs et leur représentativité, nous permettront peut-être de faire émerger des tendances propres à certains secteurs ou à l'ensemble de l'artisanat.

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Caractéristiques des entreprises enquêtées :

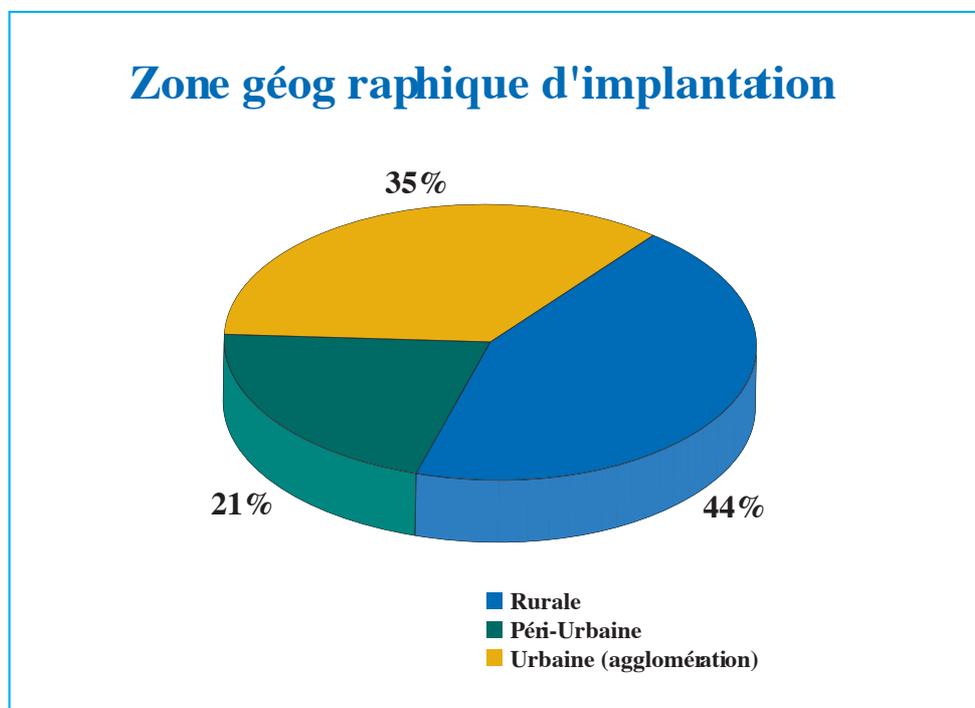
Ce sont au total 226 entreprises, réparties dans 11 départements qui ont été enquêtées et dont voici les caractéristiques :

Le critère d'activité : Le nombre d'entreprises enquêtées par activité est relativement proche du chiffre théorique de 33 prévus au départ :

Activités	Nb. Entr.	
Bâtiment/Maçonnerie	32	14%
Bâtiment/Chauffagiste	27	12%
Services/Mécanique et Carrosserie automobile	37	16%
Services/Pressing	34	15%
Production/Mécanique générale et de précision	32	14%
Production/Menuiserie-Ameublement	33	15%
Alimentation/Boucherie-Charcuterie-Traiteur	31	14%
Total	226	100%

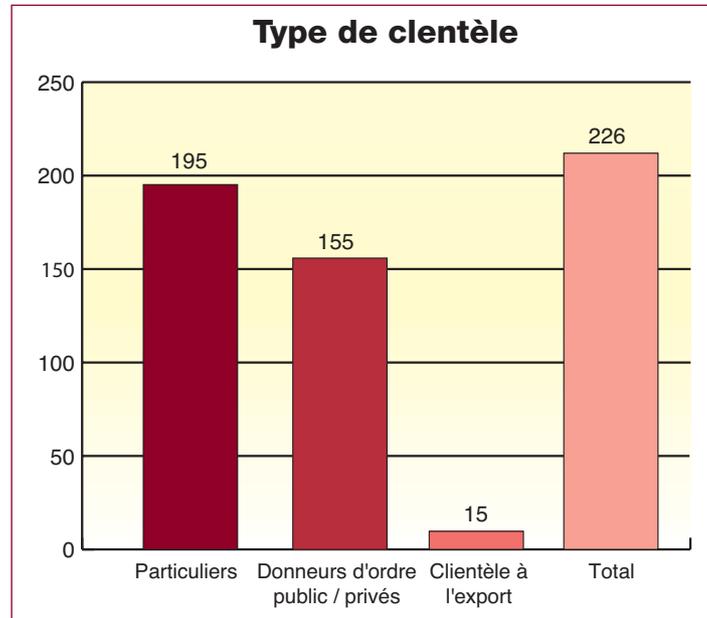
Le critère de la répartition géographique des entreprises s'est avéré délicat à utiliser, notamment quand il s'agissait de trancher entre deux des zones retenues (urbaines et périurbaines).

Ces zones étant effectivement souvent imbriquées, toute analyse avec ce critère devra être réalisée avec prudence.



2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Le critère de type de clientèle : Sur les 226 artisans enquêtés, 86% vendent leurs produits et/ou leurs services à des particuliers et 69% à des donneurs d'ordres publics ou privés. Seuls 7% ont une partie de leur clientèle à l'export.



Quand on détaille par activité, on s'aperçoit que, hormis l'activité pour laquelle la sous-traitance est inhérente au métier, rares sont les entreprises qui travaillent exclusivement avec une clientèle de donneurs d'ordres publics ou privés. Seules 31 entreprises n'ont pas de clientèle de particuliers :

Activités	Nb. Entr. total	Nb. Entr. Clients D.O.
Bâtiment/Maçonnerie	32	1
Bâtiment/Chauffagiste	27	1
Services/Mécanique et Carrosserie automobile	37	2
Services/Pressing	34	0
Production/Mécanique générale et de précision	32	24
Production/Menuiserie-Ameublement	33	3
Alimentation/Boucherie-Charcuterie-Traiteur	31	0
	226	31

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Le tableau suivant donne quelques précisions sur la part de clientèle constituée de particuliers (Part.) et celle représentée par des donneurs d'ordres publics ou privé (D.O.). On note en outre la proportion de clients à l'export :

Activités	Clients Part.	Clients D.O.	Proportion exportation
Bâtiment/Maçonnerie	78%	22%	0%
Bâtiment/Chauffagiste	77%	23%	0%
Services/Mécanique et Carrosserie automobile	80%	20%	1%
Services/Pressing	83%	17%	1%
Production/Mécanique générale et de précision	10%	90%	5%
Production/Menuiserie-Ameublement	75%	25%	1%
Alimentation/Boucherie-Charcuterie-Traiteur	89%	11%	0%

Le critère "démarche" : La prise en compte de ce critère s'est révélée délicate. En effet, bien que le comité de pilotage ait connaissance que moins de 10% des entreprises artisanales sont engagées dans une démarche de progrès, il a choisi d'introduire ce critère dans la sélection des entreprises à enquêter : un tiers d'entreprises sans démarche spécifique, un tiers d'entreprises avec une démarche ciblée et un tiers d'entreprises avec une démarche globale. Le souhait de l'ensemble des partenaires était d'évaluer les différences de pratiques entre les trois catégories d'entreprises et donc, d'avoir un nombre suffisant d'entreprises par catégorie afin d'en tirer des conclusions éventuelles. Or, l'enquête a montré qu'il existait un très grand nombre de démarches et qu'il n'était pas toujours facile de faire la différence entre une démarche globale et une démarche ciblée. Le choix a donc été fait au final, d'exploiter les données obtenues sur le terrain en deux catégories : les entreprises sans démarche spécifique et celles ayant entrepris une démarche de progrès dans un cadre formalisé, quelle que soit son étendue.

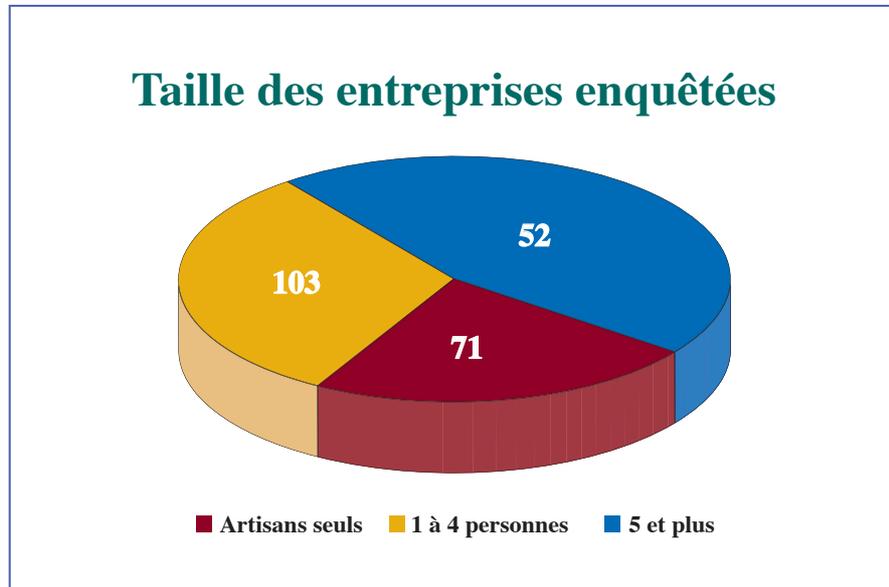
Parmi les 226 entreprises enquêtées, 89 n'étaient engagées dans aucune démarche de progrès, soit 39 %, alors que 137 (61 %) avaient entrepris des actions ciblées ou globales pour faire évoluer leurs pratiques.

Dans le tableau suivant est précisée la répartition du nombre d'entreprises par activité pour les deux situations observées. On note que le nombre de chauffagistes et de pressings enquêtés n'ayant engagé aucune démarche est relativement faible. Il faudra donc être prudent lors de l'exploitation de l'enquête pour ce critère et ces deux métiers.

Activités	Nb. Entr. S.D	%	Nb Ent. A.D	%
Bâtiment/Maçonnerie	16	50%	16	50%
Bâtiment/Chauffagiste	7	26%	20	74%
Alimentation/Boucherie-Charcuterie-Traiteur	13	42%	18	58%
Production/Mécanique générale et de précision	12	38%	20	63%
Production/Menuiserie-Ameublement	22	67%	11	33%
Services/Mécanique et Carrosserie automobile	12	32%	25	68%
Services/Pressing	7	21%	27	79%
Total	89	39%	137	61%

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Le critère taille : Les entreprises enquêtées ont été : pour 23%, des artisans travaillant seuls, pour 31%, des entreprises de 1 à 4 personnes en plus du chef d'entreprise, pour 46%, des entreprises dans lesquelles travaillent au moins 5 personnes.



Le tableau suivant montre le détail de l'effectif des entreprises enquêtées par activité :

Activités	Artisan seul	1 à 4 personnes	5 et plus	Total
Bâtiment/Maçonnerie	8	7	17	32
Bâtiment/Chauffagiste	7	6	14	27
Alimentation/Boucherie-Charcuterie-Traiteur	5	11	15	31
Production/Mécanique générale et de précision	3	10	19	32
Production/Menuiserie-Ameublement	12	8	13	33
Services/Mécanique et Carrosserie automobile	7	12	18	37
Services/Pressing	10	17	7	34
Total	52	71	103	226

Forme juridique des entreprises enquêtées : 41% des entreprises enquêtées sont en entreprises individuelles et 59% en SARL.

Age du chef d'entreprise : Dans les 226 entreprises enquêtées, 31% des chefs d'entreprises avaient moins de 45 ans et 69% plus de 45 ans.

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

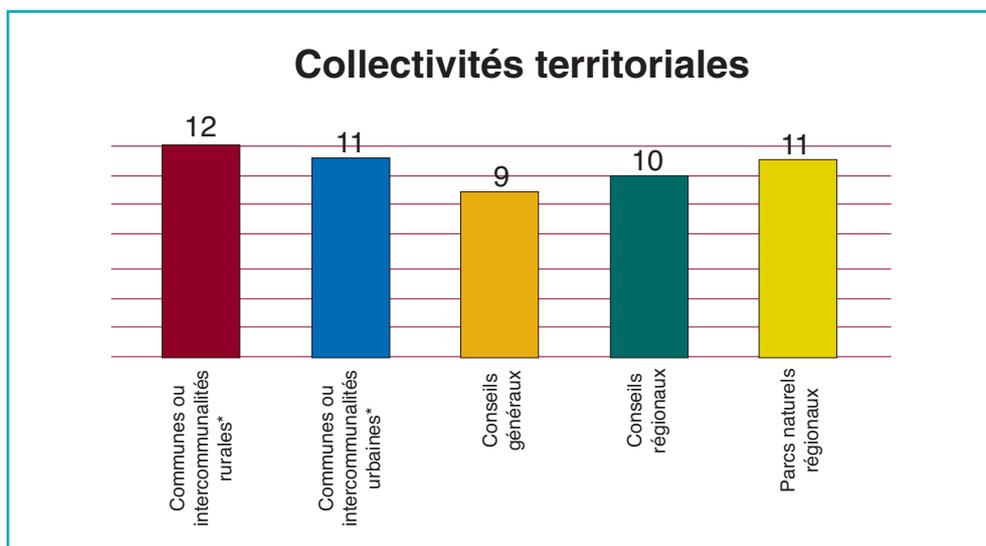
2.5. Echantillon des parties intéressées enquêtées

Les parties intéressées de l'artisanat sont les organisations qui ont une relation formelle ou informelle, avec les artisans. Ces parties intéressées peuvent être en relation directe ou indirecte, dans le court comme dans le long terme, avec les entreprises artisanales ou leurs représentants.

Au total, 169 parties intéressées ont été enquêtées dont 32 au niveau national et 137 au niveau local. Il s'agit uniquement de parties intéressées externes aux entreprises dont la répartition globale est la suivante :

Type de parties intéressées	Nb.	%
Collectivités territoriales	54	32%
Organismes publics	42	25%
Organismes représentatifs de l'Artisanat	17	10%
Fournisseurs	23	14%
Clients	19	11%
Organismes de formation	11	7%
Autre type d'organisme	3	2%
Total observé.	169	100%

Les 54 collectivités territoriales enquêtées se répartissent comme suit :



* intègre les syndicats intercommunaux de traitement des ordures ménagères

2. Objectifs et méthodologie de l'étude

Les 42 organismes publics se répartissent comme suit :

Type de partie intéressée	Nb.
ADEME	9
Agences de l'eau	6
Caisses nationale et régionales d'assurance maladie	9
Délégations régionales Commerce et Artisanat	9
Ministères	6
Autres (<i>Préfecture, DRIRE</i>)	3

Les 17 organismes représentatifs de l'artisanat se répartissent comme suit :

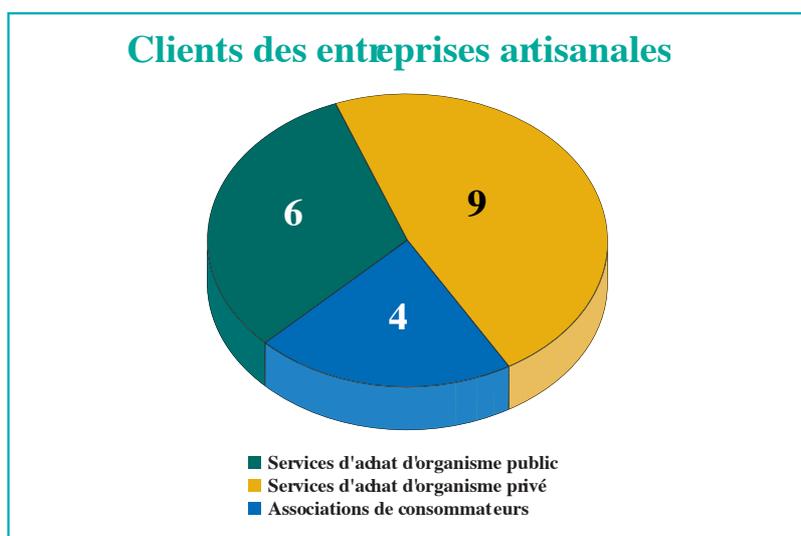
Type de partie intéressée	Nb.
Organisations professionnelles	6
Chambres de métiers et de l'artisanat.	11

Les 23 fournisseurs se répartissent comme suit :

Type de partie intéressée	Nb.
Banques	6
Assurances	3
Centres de gestion agréés	10
Autres *	4

* : Organisme certificateur, collecteurs, marchand de matériaux...)

Les 19 clients se répartissent comme suit :



Les 11 organismes de formation se répartissent comme suit :

Type de partie intéressée	Nb.
Centres de formation des apprentis	8
Autres	3

3. Résultats de l'enquête

3.1. Les artisans et le développement durable

L'exploitation des résultats de l'enquête auprès des entreprises est effectuée de manière à mettre en évidence les différences de pratiques entre les artisans engagés dans une démarche de progrès et ceux qui ne le sont pas. La seconde catégorie d'entreprises fait office de témoin.

Après avoir mis en évidence les différences de pratiques par rapport à ce critère essentiel de la démarche, les résultats seront exploités, pour chacune des deux catégories, en fonction notamment de l'activité.

3.1.1. Questions relatives à la direction et à la gestion de l'entreprise

Les résultats sont présentés en balayant les réponses des artisans aux 13 sous-thèmes du volet "direction et gestion".

Engagement volontaire pour une amélioration continue (1) : Tous les artisans interrogés cherchent à améliorer leur entreprise, qu'ils soient engagés dans une démarche de progrès (96%) ou sans démarche (88%).

Parmi les activités les plus volontaires on trouve dans l'ordre :

- la maçonnerie,
- la mécanique et la carrosserie automobile,
- la menuiserie-ameublement.

En revanche, on constate une différence notable entre les artisans engagés dans une démarche et ceux qui ne le sont pas, quant à leurs souhaits de suivre une approche formalisée pour améliorer leur entreprise :

74% des artisans sans démarche n'en veulent pas, alors qu'ils sont 57% des artisans engagés à la souhaiter ou à la suivre déjà.

Parmi ces derniers, on trouve :

- les artisans de mécanique générale et de précision (80%),
- les mécaniciens et carrossiers automobile (68%),
- les chauffagistes (60%).

3. Résultats de l'enquête

Organisation dans l'entreprise (2) : L'utilisation d'un tableau de bord pour assurer le pilotage de l'entreprise grâce à une série d'indicateurs n'est pas une pratique habituelle pour les entreprises artisanales : seuls 34 % des artisans qui ne s'inscrivent pas dans une démarche progrès et 52 % des artisans engagés dans une démarche, l'utilisent.

Parmi ces derniers, l'utilisent le plus :

- 80 % des entreprises de mécanique générale et de précision,
- 64 % des entreprises de menuiserie-ameublement.

En revanche, le planning d'activité est un outil plus répandu, avec respectivement 52 % des artisans sans démarche et 67 % des autres entreprises.

Parmi l'ensemble des entreprises, les activités qui l'utilisent le moins sont :

- la boucherie-charcuterie (37 %),
- les pressings (39 %),

Toutes les autres activités l'utilisent à plus de 63 %.

Parmi les indicateurs utilisés pour mesurer la performance de l'entreprise :

- Les artisans sans démarche privilégient le chiffre d'affaires à 66%, suivi par le résultat à 44 %,
- Il en est de même pour les entreprises en démarche de progrès avec respectivement 81% pour le chiffre d'affaires et 62 % pour le résultat.

Participation et motivation du personnel (3) : L'intéressement financier du personnel au résultat n'est pas une pratique répandue dans les entreprises artisanales.

Seules 23% des entreprises sans démarche l'ont mis en œuvre.

Même les entreprises engagées dans des démarches de progrès ne sont que 39% à pratiquer ce type d'intéressement du personnel.

Quand on les interroge sur les autres moyens qu'ils utilisent pour motiver leur personnel, ils évoquent essentiellement des primes ponctuelles ou l'aménagement du temps de travail.

Ils ne sont cependant pas beaucoup plus nombreux (46 %) à les avoir institué.

Les entreprises qui pratiquent le plus l'intéressement financier sont des entreprises qui suivent une démarche de progrès et qui travaillent dans le domaine de la menuiserie-ameublement (55 %) et la mécanique générale et de précision (53 %).

Celles qui pratiquent les autres types d'intéressement sont dans une démarche de progrès mais travaillent dans la maçonnerie (56 %).

Gestion financière (4) : Là aussi, les marqueurs choisis pour évaluer la qualité du suivi financier des entreprises ne semblent pas correspondre aux pratiques habituelles des artisans : 37 % des artisans sans démarche et 45 % de ceux engagés dans une démarche de progrès ont des outils de suivi financier.

Les entreprises qui utilisent le plus le compte de résultat prévisionnel sont :

- les entreprises de mécanique générale et de précision (85 %) engagées dans une démarche d'amélioration,
- les entreprises de mécanique et carrosserie automobile (50 %) et de menuiserie-ameublement (50 %), qui n'ont pas de démarche particulière.

3. Résultats de l'enquête

Pour ce qui concerne le plan de trésorerie prévisionnel, qu'ils soient en démarche ou pas, les artisans n'ont pas l'habitude de ce type d'outil : les artisans sans démarche sont 27 % à l'utiliser et ceux en voie de progrès sont 37 %.

Parmi ces dernières, l'utilisent couramment :

- 70 % des entreprises de mécanique générale et de précision,
- 64 % des menuiserie-ameublement.

Pour toutes les autres activités et quel que soit le cas de figure en terme de démarche, l'utilisation de cet outil a été observé dans moins de 38 % des entreprises.

Veille technique et réglementaire (5) : Quand ils ont besoin d'information de nature juridique, technique ou commerciale, les artisans interrogent en priorité leur comptable, leur banque et leur fournisseur :

- Les artisans sans démarche interrogent dans l'ordre : le comptable (83 %), un fournisseur (67 %) et la banque (58 %),
- Les artisans en démarche de progrès interrogent dans l'ordre : le comptable (93 %), la banque (79 %) et un fournisseur (72 %).

Si on observe les résultats au travers du critère d'activité on remarque, quel que soit le niveau d'engagement dans une démarche, peu de différences :

- pour les maçons, et les chauffagistes, l'organisation professionnelle est interrogée après le comptable et le fournisseur ;
- pour les bouchers-charcutiers, l'organisation professionnelle est interrogée après le comptable et la banque.

Respect de la réglementation (6) : Qu'elles soient engagées ou pas dans une démarche d'amélioration, les entreprises enquêtées ont très largement investi dans des mises aux normes d'hygiène, de sécurité ou d'environnement depuis cinq ans : respectivement 86 % et 66 %.

Le tableau suivant détaille le pourcentage d'entreprises ayant investi dans la mise aux normes ces cinq dernières années pour les entreprises avec et sans démarche :

Investissement de mise aux normes depuis 5 ans	Sans démarche	Avec démarche
Bâtiment/Maçonnerie	69%	94%
Bâtiment/Chauffagiste	29%	60%
Alimentation/Boucherie-Charcuterie-Traiteur	92%	94%
Production/Mécanique générale et de précision	42%	100%
Production/Menuiserie-Ameublement	68%	64%
Services/Mécanique et Carrosserie automobile	75%	96%
Services/Pressing	71%	85%

3. Résultats de l'enquête

On note que l'engagement dans une démarche de progrès n'a pas eu véritablement d'effet sur les activités de boucherie-charcuterie et de menuiserie-ameublement alors que la différence est très importante pour les activités de mécanique générale et de précision et les chauffagistes.

Pour les autres activités, l'engagement dans une démarche d'amélioration a, sans surprise, un effet stimulant.

Choix des marchés (7) : Quel que soit le niveau d'engagement des entreprises enquêtées, une large majorité d'entre elles a refusé des marchés pour des raisons autres que strictement économiques (autre que le prix proposé ou le plan de charges) : 54% pour les entreprises sans démarche et 48% pour les autres. Quand on demande aux artisans s'ils intègrent des notions environnementales, sociales et de sécurité dans leurs propositions commerciales, ont répondu par la positive 63% des entreprises qui ont une démarche en cours, contre 43% qui n'ont pas engagé de démarche.

Parmi les artisans sans démarche, intègrent le plus souvent ces notions, les activités :

- de maçonnerie (63%),
- d'installation de chauffage (57%),
- de menuiserie ameublement (50%).

Parmi les artisans engagés dans des démarches d'amélioration, intègrent le plus souvent ces notions :

- les deux activités représentatives du bâtiment (80%),
- la boucherie-charcuterie (67%),
- la menuiserie-ameublement (64%),
- les pressings (59%).

Suivi clients et fournisseurs (8) : L'engagement des entreprises enquêtées dans une démarche n'a aucune incidence sur la mise en œuvre d'un fichier client pour suivre les prestations demandées ou effectuées : 58% des artisans sans démarche le font pour 61% des artisans avec démarche. Dans les deux cas, les deux activités qui utilisent le plus cet outil sont la mécanique et carrosserie automobile et la menuiserie-ameublement.

Pour ce qui concerne l'utilisation d'un fichier fournisseur, la différence est nette entre les artisans qui ne suivent pas de démarche (48%) et ceux qui s'y sont engagés (70%).

Pour les premiers, ce fichier fournisseur n'est utilisé fréquemment que par :

- les mécaniciens et carrossiers automobile (75%),
- les menuisiers (59%),
- les bouchers-charcutiers (54%).

Pour les seconds, ce fichier fournisseur est utilisé fréquemment dans plus de 73% des cas, par l'ensemble des activités, à l'exception des chauffagistes.

Rapport avec les clients (9) Hormis les chauffagistes avec 57% de réponses positives, rares sont les artisans sans démarche (31%) qui ont mis en place un système de gestion des retours clients et un service après-vente.

Parmi les artisans en voie de progrès grâce à une démarche, plusieurs activités proposent des réponses. On trouve notamment :

- la mécanique générale et de précision (75%),
- les chauffagistes (65%),
- la mécanique et carrosserie automobile (64%),
- la menuiserie-ameublement (55%).

3. Résultats de l'enquête

La mesure de la satisfaction des clients n'est pas une pratique habituelle pour les artisans sans démarche (46%), hormis pour les bouchers-charcutiers (55%).

Pour les entreprises en voie d'amélioration, cette pratique est un peu plus fréquente (56%).

On retrouve le plus fréquemment :

- les bouchers-charcutiers (67%),
- les entreprises de mécanique générale et de précision (65%),
- les pressings (59%).

On peut cependant s'interroger sur la formalisation de cette mesure.

Politique d'achat fournisseur et production (10) : La consultation de plusieurs fournisseurs pour l'achat de matières et de matériel est une pratique plus développée par les artisans engagés dans des démarches (61%) que chez les artisans sans démarche (49%).

Chez ces derniers, ce sont les entreprises de mécanique générale et de précision qui ont les meilleures pratiques (75%).

Parmi les artisans en démarche, ont l'habitude de solliciter plusieurs fournisseurs :

- d'abord les maçons (94%) et les entreprises de mécanique générale et de précision (85%),
- ensuite les chauffagistes (65%) et la menuiserie-ameublement avec 64%.

Le choix de fournitures avec un label qualité, environnemental ou social n'est pas une pratique suffisamment répandue dans l'artisanat : 48% des artisans sans démarche et 53% des autres artisans indiquent l'avoir.

Pour les entreprises sans démarche, cette habitude se retrouve toutefois chez 71% des chauffagistes et des pressings.

Pour celles qui suivent une démarche, le pourcentage d'entreprises faisant ce choix est de 85% pour les chauffagistes, 67% pour les bouchers-charcutiers et 63% pour les maçons.

Quand on interroge les artisans sur leurs motivations lors de l'achat d'un nouveau produit ou d'une nouvelle technique, les artisans sans démarche privilégient les besoins des clients (65%). Toutes les autres motivations (réponse à une norme, conformité à la réglementation, facilitation du travail des salariés, sécurité des salariés, moins polluant) ne sont évoqués qu'à 43% au plus.

Si on regarde de plus près les motivations des entreprises selon leurs activités, on voit que :

- seuls les mécaniciens et carrossiers automobile et les pressings ne mettent pas les besoins des clients en tête. Les mécaniciens et carrossiers automobile privilégient avant tout la conformité à la réglementation (67%), puis le respect de l'environnement (64%) et la sécurité des salariés (60%).
- Pour les pressings, c'est aussi la conformité à la réglementation qui constitue la première motivation pour 67%, puis les besoins de clients avec 50% de réponses positives.
- Les bouchers-charcutiers quant à eux, se préoccupent de leurs salariés plus que toutes les autres activités, hormis les garages. Après les besoins de la clientèle, leur choix est motivé par la facilitation du travail des salariés (62%) et leur sécurité (55%).

3. Résultats de l'enquête

Pour les artisans engagés dans une démarche de progrès, sans tenir compte des spécificités relatives aux activités, les motivations de choix de produits et de techniques sont :

- d'abord de répondre aux besoins des clients (58%),
- d'être en conformité avec la réglementation (55%),
- d'assurer la sécurité des salariés (53%),
- d'assurer enfin la facilité du travail pour les salariés(51%).

Si on détaille par activité les trois premières motivations pour le choix de produits et de techniques, voici ce qu'on observe :

- Pour la maçonnerie : les besoins des clients (81%), les normes (67%) et faciliter le travail du personnel (60%)
- Pour les chauffagistes : le moins polluant (72%), le moins de risque pour les salariés (65%) et faciliter le travail du personnel (65%)
- Pour la boucherie-charcuterie : les besoins des clients (65%), la sécurité des salariés (61%), la conformité à la réglementation (56%)
- Pour la mécanique générale et de précision : les besoins des clients (75%), faciliter le travail des salariés (70%), la conformité à la réglementation (70%)
- Pour la menuiserie-ameublement : les besoins des clients (91%), la conformité à la réglementation (73%), faciliter le travail des salariés (63,6%)
- Pour la mécanique et la carrosserie automobile : la conformité à la réglementation (63%), la sécurité des salariés (60%), le respect des normes (60%)
- Pour les pressings : la conformité à la réglementation (41%), le respect des normes (33%), la sécurité des salariés (32%)

Il est intéressant de noter que pour les mécaniciens et les carrossiers automobile interrogés, les besoins des clients représentent la dernière motivation dans le choix de produits ou de techniques, que ces entreprises soient engagées dans une démarche (44%) ou pas (33%).

Commercialisation (11) : La commercialisation des produits ou des services tient souvent compte des dépenses d'investissement et de fonctionnement concernant l'hygiène, la sécurité et l'environnement. Parmi les entreprises sans démarche, elles sont 73% à répercuter ces coûts aux clients, contre 84% chez les entreprises engagées dans une démarche d'amélioration.

Quelle que soit la catégorie d'entreprises, cette répercussion se pratique plutôt de manière indirecte, c'est-à-dire qu'elle est incluse dans les charges de l'entreprise. Ce sont sans surprise les maçons qui ont le plus l'habitude de répercuter ces coûts à leurs clients.

Quand on interroge les entreprises sur l'utilisation, auprès de leurs clients, d'arguments relatifs aux qualités environnementales ou sociales (innocuité, produit recyclable,...) de leurs produits ou services, la moitié d'entre elles répondent ne jamais le faire : 53% des artisans sans démarche et des artisans en voie de progrès.

Ce sont les chauffagistes qui conseillent le plus à leurs clients, un produit ou un service pour ses qualités environnementales ou sociales : 57% des entreprises sans démarche et 60% des entreprises engagées.

3. Résultats de l'enquête

Innovation (12) : La moitié des entreprises enquêtées affirme avoir proposé un produit ou un service innovant : 49% chez les artisans sans démarche et 51% chez les artisans en démarche d'amélioration. Concernant le dépôt d'une marque ou d'un brevet, 4% des artisans sans démarche l'ont fait, contre 10% des entreprises en voie de progrès.

Ouverture vers l'extérieur et l'avenir (13) : Une majorité d'artisans réfléchit à l'avenir de son entreprise, c'est-à-dire à l'évolution de son organisation, de ses statuts, à sa transmission ou à sa fermeture : les artisans engagés dans des démarches à 83% et les artisans sans démarche à 63%.

Parmi les entreprises engagées dans une démarche, se préoccupent le plus de leur avenir :

- les activités de maçonnerie (94%),
- la mécanique et carrosserie automobile (92%),
- la mécanique générale et de précision (90%).

Concernant les efforts des artisans pour développer leur clientèle au-delà de la zone de chalandise habituelle, ils ne sont que 33% des artisans sans démarche à répondre par la positive, alors qu'ils sont 53% parmi les entreprises en voie d'amélioration.

Les activités les plus volontaires dans cette catégorie sont :

- mécanique générale et de précision (90%),
- menuiserie et ameublement (73%),
- mécanique et carrosserie automobile (60%).

3.1.2. Questions relatives à la responsabilité sociale de l'entreprise

Les résultats seront présentés en balayant les réponses des artisans aux 8 sous-thèmes du volet "Responsabilité sociale de l'entreprise".

Contribution à la formation initiale (1) : Que les artisans soient engagés ou pas dans une démarche de progrès, ils ont déjà formés des jeunes en apprentissage, ou sont encore en train de le faire : à 74% pour les premiers et 67% pour les seconds.

Pour les artisans sans démarche, les activités qui répondent par la positive sont :

- la mécanique et la carrosserie automobile (92%),
- les chauffagistes (86%),
- la menuiserie-ameublement (73%),
- la maçonnerie (69%).

Pour les artisans en démarche de progrès, les activités qui répondent par la positive sont :

- les chauffagistes (95%),
- la mécanique et carrosserie auto (88%),
- la maçonnerie (88%),
- la menuiserie-ameublement (82%).

Quand on demande aux artisans si c'est une pratique qu'ils envisagent de poursuivre dans les deux prochaines années, le pourcentage de réponses positives est toujours assez important mais sensiblement plus faible que pour la question précédente : à 64% (-10 points) pour les premiers et à 62% (-5 points) pour les seconds. La proportion par activité est proche de celle que l'on a observée pour la précédente question.

3. Résultats de l'enquête

Contribution à la formation continue (2) : En revanche pour ce qui concerne la formation continue de leurs salariés, la différence entre les entreprises engagées dans une démarche d'amélioration et celles qui ne le sont pas, est très importante. Sans tenir compte de l'activité, les premiers sont 85% à faire suivre une formation à leur personnel, alors qu'ils ne sont que 48% pour les seconds.

Parmi les artisans sans démarche, se soucient le plus de la formation de leurs salariés :

- les mécaniciens et carrossiers automobile (88%),
- les chauffagistes (67%),
- les menuisiers-ameublement (64%).

Parmi les artisans en démarche de progrès, toutes les activités ont une démarche volontariste :

- l'activité la plus volontariste est la mécanique et carrosserie automobile (100%),
- la moins engagée sur ce terrain est le nettoyage à sec (63%).

Quand on les interroge sur leur propre formation continue, les réponses des artisans sont différentes : pour les artisans sans démarche, 55% répondent en suivre ; pour les entreprises en voie de progrès, ils sont 81% à le faire.

Un peu moins de la moitié (47%) des conjoints collaborateurs d'entreprises artisanales suit des formations, que l'entreprise soit en démarche ou pas.

Gestion des risques (3) : La grande majorité des artisans enquêtés se pose des questions quand aux risques de leur activité pour eux-mêmes, leurs salariés, leurs clients ou leurs voisins. Ils sont 78 % chez les artisans sans démarche et 87% chez ceux engagés dans une voie de progrès.

Quand on les interroge sur la mise en œuvre de solutions pour limiter ces risques, là aussi, un grande partie des artisans répondent par l'affirmative. Il existe cependant une différence notable entre les artisans sans démarche (65%) et les autres (81%).

A la question relative à la réalisation du document unique d'évaluation des risques professionnels, 56% des artisans sans démarche ayant des salariés répondent par la positive, alors que ceux en voie d'amélioration sont 80%.

Si on étudie la manière dont ils ont réalisé cette évaluation et en particulier s'ils l'ont fait en concertation avec leurs salariés, les artisans sans démarche ne sont que 42% à répondre positivement. Ils sont 75% chez les artisans engagés dans une démarche de progrès.

Quand on rentre plus dans le détail des pratiques de vérification périodique des installations, les réponses varient :

Pour les artisans sans démarche c'est :

- le contrôle des extincteurs qui représente la pratique la plus habituelle (66%),
- le contrôle des machines (40%),
- le contrôle du réseau électrique (37%).

3. Résultats de l'enquête

Pour les artisans en démarche de progrès, l'ordre est le même, ce ne sont que les pourcentages qui changent, à la hausse, à savoir :

- le contrôle des extincteurs (82%),
- le contrôle des machines (69%),
- le contrôle du réseau électrique (58%).

Les pratiques concernant notamment la détention de fiches de sécurité produits, de consignes incendie, de fiches de sécurité machines accessible à tous, varient suivant que les entreprises soient sans démarche ou engagées dans une démarche d'amélioration. Les premières ne sont que 42% à répondre positivement alors qu'elles sont 64% chez les secondes.

Hygiène, sécurité et condition de travail (4) : Une très large majorité des chefs d'entreprises fournit des protections individuelles à leurs salariés : 88% chez les artisans sans démarche et 93% chez ceux en démarche de progrès.

Dans les entreprises qui fournissent des équipements de protection individuelle pour les salariés, les chefs d'entreprises affirment qu'elles sont correctement utilisées et entretenues dans 49% des cas pour les entreprises sans démarche et dans 75% des cas pour les entreprises engagées dans une démarche de progrès.

En revanche, les salariés ne sont pas toujours formés ou informés en matière de sécurité. Dans les entreprises sans démarche, seules 42% font cet effort alors qu'elles sont 67% dans les entreprises en voie d'amélioration.

Transport des salariés (5) : Très rares sont les entreprises qui ont mis en place une action particulière pour le transport de leur personnel pour les trajets domicile-travail : 12% chez les artisans sans démarche et 10% chez ceux engagés dans une action d'amélioration.

Les résultats sont légèrement meilleurs pour les trajets dans le cadre de l'activité puisqu'ils sont 22% des artisans en démarche de progrès à avoir mis en place une action particulière contre 12% chez les artisans sans démarche.

Parties intéressées internes (6) : Tous les artisans interrogés, qu'ils soient en démarche de progrès ou pas, ont pris des dispositions particulières pour se protéger eux-mêmes, leur famille et leurs biens personnels contre d'éventuels risques financiers liés à l'activité.

Le pourcentage de réponses positives est plus important chez les entreprises sans démarche (74%) que chez celles qui sont engagées (67%).

Les artisans qui semblent se préoccuper plus particulièrement des risques financiers personnels, relèvent des activités de :

- artisans sans démarche :
- boucherie-charcuterie (92%),
- mécanique générale et de précision (92%),
- nettoyage à sec (86%).
- artisans en démarche de progrès :
- maçons (94%)
- menuisiers ameublement (91%).

3. Résultats de l'enquête

La fonction de chacun des salariés des entreprises interrogées est définie par une majorité d'entreprises, quelle soit en démarche ou pas.

Les entreprises en démarche de progrès répondent positivement à 83%, les entreprises sans démarche à 63%.

En revanche, les entreprises qui ne sont pas engagées dans une démarche de progrès ne sont que 36% à évaluer régulièrement leurs salariés, alors qu'elles sont 55% chez les autres. On peut s'interroger sur la formalisation réellement faites par les artisans.

Quand on demande aux artisans s'ils sollicitent l'avis de leurs salariés lors de décisions importantes, ils sont une grande majorité à répondre par la négative : 70% des artisans sans démarche et 66% en voie d'amélioration.

Parties intéressées externes (7 et 8) : Tous les artisans interrogés, qu'ils soient en démarche de progrès ou pas, n'expriment pas de véritables exigences environnementales ou sociales vis-à-vis de leurs fournisseurs : les premiers sont 35% à le faire, les seconds ne sont que 25%.

Quand on demande aux artisans si leurs clients ont eu le même type d'exigence à leur rencontre, les résultats sont sensiblement les mêmes, à savoir que les clients n'ont pas véritablement d'exigences : les premiers sont 30% à indiquer des exigences notables de leur clientèle et les seconds ne sont que 24%. Ce sont les clients des activités enquêtées du bâtiment et de la production qui ont les demandes les plus fortes, sans véritablement dépasser 50% des cas.

Les demandes d'aides financières sont une pratique assez répandue dans l'artisanat puisque 51% des entreprises sans démarche et 62% des entreprises en démarche de progrès disent en avoir déjà fait. Il n'existe pas de différence notable entre les activités, sauf pour les chauffagistes, qui sollicitent plus d'aides que les autres activités enquêtées.

3.1.3. Questions relatives à la responsabilité environnementale de l'entreprise

Les résultats seront présentés en balayant les réponses des artisans aux 7 sous-thèmes du volet "Responsabilité environnementale".

Généralités (1) : Qu'ils soient engagés dans une démarche d'amélioration ou pas, les artisans s'interrogent sur l'impact de leur activité sur l'environnement (rejet de polluant, consommation de ressources rares,...) : les premiers à 89%, les seconds à 70%.

Parmi les entreprises sans démarche, hormis les pressings qui sont 71% à s'interroger sur la nécessité d'une déclaration au titre des ICPE (installation classée pour la protection de l'environnement), la majorité des entreprises de cette catégorie (69%) ne s'en préoccupe pas.

La situation est un peu différente pour les artisans en démarche de progrès puisqu'ils sont 56% à s'en préoccuper, notamment chez :

- les pressings (89%),
- les mécaniciens et carrossiers automobile (80%),
- les entreprises de mécanique générale et de précision (75%).

3. Résultats de l'enquête

Quand on creuse pour connaître les raisons qui motivent les artisans pour réaliser des efforts environnementaux on note, quelle que soit la catégorie d'entreprises, que ce ne sont ni les contrôles, ni les opportunités de nouveaux marchés, ni les exigences commerciales de la clientèle qui décident le chef d'entreprise à faire évoluer ses pratiques. Ce sont avant tout sa sensibilité personnelle et une démarche préventive par rapport à la réglementation.

- Pour les artisans sans démarche : la sensibilité du chef d'entreprise a été évoquée à 64% et l'action préventive par rapport à la réglementation à 43%. Toutes les autres raisons sont exprimées à moins de 20%.
- Pour les artisans engagés dans une action d'amélioration : la sensibilité personnelle apparaît à 77% et la mise en œuvre de la réglementation de manière préventive à 64%. Les autres raisons sont exprimées à moins de 33%.

Bonnes pratiques (2) : C'est sans surprise dans le domaine de la gestion des déchets que les artisans expriment le plus de bonnes pratiques, avec en premier lieu le tri des déchets, qui obtient 89% de réponses positives pour les artisans sans démarche et 88% pour ceux en voie de progrès.

En dehors du tri des déchets, le niveau de bonnes pratiques des artisans sans démarche diminue avec, dans l'ordre décroissant :

- la signature de contrat pour l'élimination de déchets (38%),
- la réduction du bruit (33%),
- l'amélioration de la ventilation (31%),
- la diminution de la production de déchets (29%),
- le stockage de produits (28%).

Parmi les activités enquêtées, la protection des ressources en eau ne suscite des bonnes pratiques que chez les mécaniciens et les carrossiers automobiles avec 42% de réponses positives aux deux questions : mise en place d'un système de prétraitement et entretien de ce système.

De même, après le tri des déchets, le niveau de bonnes pratiques des artisans engagés dans une action d'amélioration, diminue avec, dans l'ordre décroissant :

- la signature de contrat pour l'élimination de déchets (61%),
- l'amélioration de la ventilation (44%),
- le stockage de produits (36%),
- la réduction du bruit (34%).

Dans cette catégorie d'entreprises, les efforts consentis pour la protection des ressources en eau concernent non seulement les garages (64%) mais également les bouchers-charcutiers (50%).

Les efforts en matière de diminution de la production de déchets et de mesure du bruit n'arrivent qu'en dernier. Ils sont toutefois 29% des artisans sans démarche et 32% des artisans en voie d'amélioration à mettre en œuvre une réduction à la source des déchets. En revanche, les premiers sont 13% à avoir réalisé une mesure de bruit et les seconds 23%.

3. Résultats de l'enquête

Pratiques à corriger (2bis) : Quand on les interroge sur leurs mauvaises pratiques, rares sont les entreprises qui semblent en avoir ou du moins qui font preuve de transparence : 20% des entreprises sans démarche et 28% des entreprises engagées dans une action d'amélioration.

Parmi les mauvaises pratiques proposées, c'est le brûlage, notamment pour les activités du bâtiment et du bois, qui constitue le plus fort pourcentage, suivi par le mélange déchets industriels spéciaux/ déchets industriels banals (DIS/DIB), pour les garages et les entreprises de mécanique générale et de précision, et la mise à l'égout de déchets liquides, pour les garages à nouveau et les boucheries-charcuteries.

Consommation (3) : Qu'elles soient en démarche de progrès ou pas, les entreprises indiquent assurer une surveillance de leurs consommations : 80% pour les premières et 75% pour les secondes.

Parmi les quatre postes de consommation suivants : eau, électricité, combustible (gaz, fuel, bois,..) et véhicules professionnels, leur attention se porte :

- d'abord sur l'électricité,
 - puis les véhicules professionnels,
 - ensuite les consommations d'eau,
 - et enfin les combustibles,
- et ceci quelle que soit la catégorie d'entreprise.

Pour ce qui concerne la mise en œuvre de mesure pour maîtriser certaines dépenses relatives à la protection de l'environnement, les artisans ont fait des efforts, avant tout pour limiter les dépenses de gestion de déchets, puis les dépenses d'énergie (électricité, combustible,...) et enfin l'utilisation de l'eau.

Plaintes (4) : Parmi les artisans interrogés, seuls 7% semblent avoir fait l'objet de plaintes et essentiellement pour des problèmes de bruit.

Eaux usées (5) : Rares sont les artisans qui se sont interrogés sur la nécessité d'une autorisation de rejet dans le réseau d'assainissement collectif ou dans le milieu naturel. Les entreprises sans démarche sont 9% et celles avec une démarche, représentent uniquement 27%.

Même les activités concernées : boucherie-charcuterie, mécanique générale et de précision, mécanique et carrosserie automobile et nettoyage à sec, ne sont que 15% à s'en préoccuper parmi les artisans sans démarche et 34% parmi les artisans en voie de progrès.

Sols (6) : Rares également sont les entreprises qui ont vérifié les risques de pollution du sol. Parmi l'ensemble des artisans interrogés, ils sont 13% à avoir analysé les risques de pollutions liés à leur activité actuelle et 8% à l'avoir fait, pour l'activité qui avait été exercée précédemment à la leur, dans les mêmes locaux.

Intégration paysagère (7) : Pour les entreprises qui affirment avoir fait des efforts particuliers pour l'aspect extérieur de leurs bâtiments, leur motivation a été essentiellement commerciale pour les artisans sans démarche (47%) et pour les artisans en voie de progrès, le fait de participer à une action collective (63%).

3. Résultats de l'enquête

3.1.4. Questions relatives au développement durable

Les résultats seront présentés en balayant les réponses des artisans aux 4 sous-thèmes du volet "Développement durable".

Connaissance du développement durable (1) : 63% des artisans sans démarche et 66% des entreprises engagées dans une voie de progrès ont déjà entendu parler du développement durable.

Voici les définitions que les artisans donnent à la notion de développement durable :

Définition	Artisans sans démarche	Artisans avec démarche
Pérennité économique	15%	13%
Pérennité économique + prise en compte de l'impact sur l'environnement	46%	48%
Pérennité économique + environnement + prise en compte des besoins des salariés	3%	2%
Pérennité économique + environnement + besoins salariés + besoins des partenaires de l'entreprise	17%	37%

Si tous les artisans engagés dans une démarche de progrès ont proposé une définition, 19% des artisans sans démarche n'ont pas répondu à la question.

On observe cependant que près de la moitié des entreprises enquêtées pense que le développement durable permet d'assurer le développement économique de son entreprise en tenant compte de son impact sur l'environnement : les artisans sans démarche sont 46% à le penser et 48% chez les artisans en voie de progrès.

Seuls 17% des artisans sans démarche semblent connaître la définition du développement durable (du moins celle retenue par le comité de pilotage), contre 37% des entreprises engagées dans une action d'amélioration.

Pratique du développement durable (2) : Quand on demande aux artisans s'ils se préoccupent de l'avenir de leur profession et s'ils réfléchissent à son évolution possible, ils répondent très majoritairement par la positive qu'ils soient en démarche de progrès (89%) ou pas (82%).

Quand on leur demande s'ils agissent déjà pour faire évoluer leur profession, ils sont 62% des artisans sans démarche à le faire et 72% des artisans engagés dans une action formelle d'amélioration.

Pour les deux questions précédentes, les variations par activité sont relativement faibles.

En revanche, les artisans n'agissent pas beaucoup pour le développement de leur commune ou de leur agglomération et ne semblent donc pas très préoccupés par son avenir, qu'ils soient engagés dans une démarche (39%) ou pas (33%). Ils réfléchissent cependant un peu à l'évolution possible de leur commune, puisque 40% des artisans sans démarche et 49% de ceux qui travaillent à l'amélioration de leur entreprise, ont répondu mener cette réflexion.

3. Résultats de l'enquête

Besoins et attentes (3) : Quand on demande aux artisans si l'approche développement durable leur paraît pertinente, 79% des artisans sans démarche répondent positivement et 82% des entreprises en voie d'amélioration.

A la question qui permet de connaître leurs besoins pour mettre en œuvre une démarche de développement durable, ils répondent différemment suivant qu'ils sont engagés dans une démarche ou pas :

Les artisans sans démarche choisissent dans l'ordre :

- l'information (63%),
- le diagnostic et l'accompagnement personnalisé (34%),
- un outil de reconnaissance de type charte ou label (30%)
- la formation vient ensuite (26%)
- la méthodologie (25%).

Les artisans en démarche choisissent dans l'ordre :

- l'information (59%),
- un outil de reconnaissance de type charte ou label (41%),
- le diagnostic et l'accompagnement personnalisé (38%).
- la formation (34%)
- la méthodologie (30%).

Quand on leur demande quel serait l'organisme le mieux placé pour les aider dans ce domaine, ont trouve à nouveau des différences entre :

Les artisans sans démarche qui privilégient :

- leur chambre de métiers et de l'artisanat (78%),
- puis leurs fournisseurs (34%),
- et leur organisation professionnelle (33%).

Les artisans avec une démarche, qui privilégient :

- leur chambre de métiers et de l'artisanat (74%),
- leur organisation professionnelle (54%),
- les autres intervenants possibles arrivant loin derrière avec, au maximum, 22% de réponses positives.

3. Résultats de l'enquête

Ethique (4) : Concernant la manière dont les artisans se perçoivent et les valeurs sur lesquelles reposent leur approche du développement de leur entreprise, voici les 8 affirmations qu'ils estiment le mieux les décrire, parmi les 16 qui leur étaient proposées :

avec	Artisans sans démarche	Artisans démarche
L'artisan a l'amour du travail bien fait	89%	87%
L'artisan privilégie la qualité du service	88%	85%
L'artisan est de bon conseil pour ces clients	79%	82%
L'artisan souhaite être reconnu pour son savoir-faire.	69%	59%
L'artisan veille à transmettre son savoir-faire	57%	63%
L'artisan sait s'adapter aux situations nouvelles	54%	62%
L'artisan a le souci de la santé et de la sécurité de ses clients et de ses salariés	44%	61%
L'artisan s'implante pour durer; il ne délocalise pas	48%	39%
L'artisan connaît l'origine des produits ou des matériaux qu'il utilise	48%	39%
L'artisan est inséré dans le tissu économique et social local	36%	47%
L'artisan ne recherche pas le profit à n'importe quel prix	38%	41%
L'artisan s'épanouit dans son travail et gagne une reconnaissance sociale	33%	26%
L'artisan a une gestion de bon père de famille de ses consommations	29%	25%
L'artisan est un acteur majeur de la durabilité : il ne jette pas, il répare	27%	19%
L'artisan se préoccupe de ses relations de voisinage	25%	17%
L'artisan a des pratiques de coopération et d'entraide	16%	17%

3. Résultats de l'enquête

3.1.5. Synthèse sur les artisans et le développement durable

Après avoir détaillé les résultats pour chacun des volets de l'enquête auprès des artisans, voici la synthèse proposant une photographie des entreprises artisanales et de leur situation en matière de développement durable.

Pour cela, nous n'utiliserons que les résultats de l'enquête auprès des entreprises n'ayant engagé aucune démarche de progrès dans un cadre collectif et structuré. En effet, ces résultats sont représentatifs de la très grande majorité des entreprises artisanales, alors que les pratiques relevées chez les artisans engagés dans une démarche de progrès, ne représentent que quelques pourcents des entreprises artisanales.

Les artisans cherchent-ils à optimiser le développement économique de leur entreprise ?

La plus grande partie des artisans interrogés cherchent à améliorer leur entreprise de manière continue (88%). Ils sont cependant relativement peu nombreux à utiliser les outils indispensables au pilotage général de l'entreprise (34% s'aident d'un tableau de bord) et à la bonne gestion financière de leur entreprise (37% ont recours au compte de résultat prévisionnel et 27% au plan de trésorerie prévisionnel).

Ils ont l'habitude de mesurer la performance de leur entreprise en utilisant un seul indicateur qu'est le chiffre d'affaires (66%). Les autres indicateurs, nécessaires à une évaluation plus fine de la performance de leur entreprise, sont utilisés de manière beaucoup moins fréquente : le résultat (44%), le suivi des impayés (33%) et le niveau d'investissement (27%). L'organisation de leur activité commence à être un peu mieux gérée, avec l'utilisation d'un planning d'activité (52%).

Bien que les entreprises artisanales affirment utiliser de manière assez habituelle un fichier client (58%) pour suivre les prestations demandées ou effectuées, un tiers seulement des artisans (31%) a mis en place un système de gestion des retours clients et un service après-vente. La mesure de la satisfaction des clients n'est pas une pratique encore très répandue pour 46% des artisans. On peut cependant s'interroger sur la formalisation de cette mesure par ceux qui disent la pratiquer. Seulement un tiers des artisans interrogés s'efforce de développer leur clientèle au-delà de la zone de chalandise habituelle (33%).

La moitié des entreprises enquêtées (51%) a répondu avoir proposé un produit ou un service innovant mais elles ne sont que 4% à avoir déposé une marque ou un brevet.

48% des artisans n'utilisent toujours pas de fichier fournisseurs. On peut interpréter le fait que le nombre de leurs fournisseurs n'est pas très important, soit parce qu'il n'existe pas beaucoup de grossistes locaux, soit parce que les artisans travaillent toujours avec les mêmes. Dans la même veine, on note que la consultation de plusieurs fournisseurs pour l'achat de matières et de matériel n'est pas généralisée (49%).

Les demandes d'aides financières sont pratiquées par un artisan sur deux (51%).

Les préoccupations économiques restent, à priori, prioritaires pour les artisans. Mais les artisans ont encore des marges de progrès à faire, en adoptant une démarche plus structurée, plus ouverte sur l'extérieur, que ce soit sur le plan commercial ou de l'innovation, et en mettant en place quelques indicateurs pour mesurer les résultats obtenus. Des améliorations sur ce volet pourraient faciliter les efforts financiers à engager sur les volets sociaux et environnementaux.

3. Résultats de l'enquête

Les artisans se préoccupent-ils du volet social dans le développement de leur entreprise ?

Pour mémoire, 40% des entreprises interrogées (sans démarche) n'avaient pas de salariés, ce qui correspond aux données de la population artisanale totale.

L'intéressement financier au résultat du personnel des entreprises artisanales n'est pas une pratique répandue dans ce secteur (23%). Quand on interroge les artisans sur les autres moyens qu'ils utilisent pour motiver leur personnel, ils évoquent quelques fois des primes exceptionnelles, et le plus souvent, l'aménagement du temps de travail (53%).

La formation continue des salariés ne semble pas être une préoccupation majeure des artisans. Ils sont toutefois 48% d'entre eux à faire suivre des formations à leurs employés. Dans le domaine de la sécurité en particulier, seules 42% des entreprises interrogées forment leurs salariés. Quand on les questionne sur leur propre formation continue, 55% des artisans et 47% des conjoints collaborateurs déclarent en suivre.

La grande majorité des artisans enquêtés (78 %) se pose des questions quand aux risques de leur activité pour eux-mêmes, leurs salariés, leurs clients ou leurs voisins. Quand on les interroge sur la mise en œuvre de solutions pour limiter ces risques, là aussi, une grande partie des artisans répond par l'affirmative (65%). Il faut cependant s'interroger si cette mise en œuvre concerne l'ensemble des sources de risques de leur activité ou seulement les installations les plus dangereuses. Quand on leur demande s'ils ont réalisé leur document unique d'évaluation des risques professionnels, 56% des artisans ayant des salariés déclarent l'avoir fait.

La vérification périodique des installations est une pratique diversement appliquée selon les installations en cause : le contrôle des extincteurs représente la pratique la plus habituelle (66%), suivi par le contrôle des machines (40%) et le contrôle du réseau électrique (37%). Concernant la détention de fiches de sécurité produits, de consignes incendie, de fiches de sécurité machines, accessibles à tous, ils ne sont que 42% à répondre positivement. Par ailleurs, une très large majorité des chefs d'entreprises (88%) dit fournir des protections individuelles à ses salariés et 49% affirment qu'elles sont correctement utilisées et entretenues.

Très rares sont les entreprises (12%) qui ont mis en place une action particulière pour le transport de leur personnel pour les trajets domicile travail. Il en est de même pour les trajets dans le cadre de l'activité (12%).

La fonction de chacun des salariés des entreprises interrogées est définie par une majorité d'entreprises (63%). On peut cependant s'interroger sur la formalisation réellement faite par les artisans. En revanche, les entreprises ne sont que 36% à évaluer régulièrement leurs salariés.

Quand on demande aux artisans s'ils sollicitent l'avis de leurs salariés lors de décisions importantes, ils ne sont que 30% à le faire. Cette concertation est un peu plus importante pour la réalisation du document unique concernant les risques pour 42% des artisans interrogés.

Pour finir, on observe qu'une large majorité des artisans interrogés (76%) a pris des dispositions particulières pour se protéger elle-même, sa famille et ses biens personnels contre d'éventuels risques financiers liés à l'activité.

Les artisans ont d'importantes marges de progrès sur le volet social, progrès qui appuieraient le développement de leur entreprise. Il s'agit d'une part de changements de pratiques et d'investissements, notamment dans le domaine de la sécurité, et d'autre part d'habitudes ou de mentalités qui pourraient évoluer, sans forcément que cela coûte, par une meilleure communication interne, de la formation, de l'intéressement, afin de mieux motiver et impliquer les salariés dans l'activité de l'entreprise.

3. Résultats de l'enquête

Les artisans se préoccupent-ils du volet environnemental dans le développement de leur entreprise ?

Soixante-dix pour-cent des artisans s'interrogent sur l'impact de leur activité sur l'environnement (rejet de polluant, consommation de ressources rares, ...). Ils disent ainsi avoir assez largement investi dans des mises aux normes d'hygiène, de sécurité ou d'environnement ces cinq dernières années (66%). Quand on les interroge pour connaître leurs motivations pour réaliser des efforts environnementaux, on note que ce ne sont ni les contrôles (4%), ni les opportunités de nouveaux marchés (15%), ni les exigences commerciales de la clientèle (20%) qui incitent le chef d'entreprise à faire évoluer ses pratiques. Ils agissent avant tout par sensibilité personnelle (64%) et dans le cadre d'une démarche préventive par rapport à la réglementation (43%).

C'est sans surprise dans le domaine de la gestion des déchets que les artisans expriment le plus de bonnes pratiques, avec 89% de réponses positives en matière de tri des déchets. Le niveau de bonnes pratiques diminue ensuite fortement avec, dans l'ordre décroissant : la signature de contrat pour l'élimination de déchets (38%), la réduction du bruit (33%), l'amélioration de la ventilation (31%), la diminution de la production de déchets (29%) et le stockage de produits (28%). Les mesures de bruit n'arrivent qu'en dernier avec 13% de réponses positives.

Quand on les interroge sur leurs mauvaises pratiques, rares sont les entreprises qui semblent en avoir ou du moins, qui font preuve de transparence (20%). Parmi les artisans interrogés, seuls 7% semblent ainsi avoir fait l'objet de plaintes, essentiellement pour des problèmes de bruit.

Rares sont les artisans (9%) qui se sont interrogés sur la nécessité d'une autorisation de rejet dans le réseau d'assainissement collectif ou dans le milieu naturel. Rares également sont ceux qui ont vérifié les risques de pollution du sol. Parmi l'ensemble des artisans interrogés, ils sont 13% à avoir analysé les risques de pollutions du sol liés à leur activité actuelle et 6% à l'avoir fait pour l'activité exercée précédemment par une autre entreprise dans les mêmes locaux.

Pour les entreprises qui affirment avoir fait des efforts particuliers pour l'aspect extérieur de leurs bâtiments, leur motivation a été essentiellement commerciale (47%).

Le volet environnemental nécessite souvent des dépenses supplémentaires pour les entreprises artisanales, quand celles-ci ne se préoccupent que de l'application de la réglementation. Il sera utile de démontrer que ces dépenses peuvent être réduites quand l'approche est à la fois réfléchie et collective. Par ailleurs, certaines technologies dites "propres" permettent d'optimiser les rendements de production en limitant les pollutions et donc les dépenses afférentes. Enfin, la sensibilité environnementale croissante de la clientèle est une opportunité pour proposer de nouveaux produits et de nouveaux services plus "écologiques", ou tout simplement pour justifier de l'augmentation de certains tarifs.

3. Résultats de l'enquête

Les artisans ont-ils déjà une démarche de développement durable sans le savoir ?

De nombreuses questions de l'enquête permettent d'évaluer si les artisans ont déjà une démarche de développement durable, c'est-à-dire s'ils réfléchissent déjà à leur développement en intégrant les dimensions économique, sociale et environnementale et en tenant compte pour cela, des préoccupations de l'ensemble des parties intéressées.

Seuls 35% des artisans interrogés expriment des exigences environnementales ou sociales vis-à-vis de leurs fournisseurs. Le choix de fournitures avec un label qualité, environnemental ou social n'est toutefois pas une pratique très répandue dans l'artisanat (48%).

Quand on interroge les artisans sur leurs motivations lors de l'achat d'un nouveau produit ou d'une nouvelle technique, les artisans privilégient les besoins des clients (65%). Ils se préoccupent moins d'être conformes à la réglementation (43%), de faciliter le travail de leurs salariés (43%), de limiter les risques (40%), de réduire les impacts sur l'environnement (39%) ou de répondre à une norme (35%).

Quand on demande aux artisans s'ils intègrent des notions environnementales, sociales et de sécurité dans leurs propositions commerciales, seules 43% des entreprises répondent par la positive. Dans la même veine, 47% des entreprises utilisent des arguments relatifs aux qualités environnementales ou sociales (innocuité, produit recyclable,...) de leurs produits ou services, auprès de leurs clients. Il faut toutefois reconnaître que les exigences environnementales ou sociales de leur clientèle sont plutôt faibles, puisque seulement 24% des artisans disent y avoir été confrontés. En revanche, la commercialisation des produits ou des services tient souvent compte des dépenses d'investissement et de fonctionnement concernant l'hygiène, la sécurité et l'environnement. Les entreprises interrogées sont 73% à répercuter ces coûts aux clients.

Les entreprises interrogées indiquent, pour la plupart (75%), assurer une surveillance de leurs consommations. Parmi les quatre postes de consommation suivants : eau, électricité, combustible (gaz, fuel, bois,...) et véhicules professionnels, leur attention se porte d'abord sur l'électricité (51%), puis sur les véhicules professionnels (46%), ensuite sur les consommations d'eau (31%) et enfin sur les combustibles (22%). Concernant la mise en œuvre de mesures pour maîtriser certaines dépenses relatives à la protection de l'environnement, les artisans ont fait des efforts, avant tout pour limiter les dépenses de gestion de déchets (46%), puis les dépenses d'énergie (33%) et enfin l'utilisation de l'eau (19%).

Une majorité d'artisans (67%) contribue à l'insertion des jeunes et à leur formation par l'apprentissage. Quand on demande aux artisans si c'est une pratique qu'ils envisagent de poursuivre dans les deux prochaines années, 62% répondent par la positive. On peut cependant s'interroger sur les motivations des artisans dans ce domaine : leur engagement relève-t-il d'une volonté de transmettre un savoir-faire ou de bénéficier d'une main d'œuvre peu coûteuse. Certainement un peu des deux.

Une majorité d'artisans (63%) réfléchit à l'avenir de son entreprise, c'est-à-dire à l'évolution de son organisation, de ses statuts, à sa transmission ou sa fermeture. Quand on leur demande s'ils se préoccupent de l'avenir de leur profession et s'ils réfléchissent à son évolution possible, ils répondent encore plus majoritairement par la positive (82%) mais sont un peu moins nombreux à agir déjà pour la faire évoluer (62%). En revanche, les artisans n'agissent pas beaucoup pour le développement de leur commune ou de leur agglomération (39%) et ne sont donc pas très préoccupés par l'évolution possible du territoire sur lequel ils sont implantés (40%).

3. Résultats de l'enquête

Parmi l'ensemble des valeurs qui, dans l'artisanat, sont à l'origine de comportements, d'habitudes et de choix, voici celles dans lesquelles ils se reconnaissent le plus :

- L'artisan a l'amour du travail bien fait (89%),
- L'artisan privilégie la qualité du service (88%),
- L'artisan est de bon conseil pour ses clients (79%),
- L'artisan souhaite être reconnu pour son savoir-faire (69%),
- L'artisan veille à transmettre son savoir-faire (57%),
- L'artisan sait s'adapter aux situations nouvelles (54%).

Parmi les valeurs que les artisans partagent, voici celles qui reviennent le moins souvent :

- L'artisan a une gestion de bon père de famille de ses consommations (29%),
- L'artisan est un acteur majeur de la durabilité : il ne jette pas, il répare (27%),
- L'artisan se préoccupe de ses relations de voisinage (25%),
- L'artisan a des pratiques de coopération et d'entraide (16%).

On observe donc que les artisans ont déjà quelques pratiques et des valeurs qui relèvent du développement durable. Cependant, il faut reconnaître que leur mise en application répond avant tout à des préoccupations centrées sur les intérêts particuliers, légitimes, des chefs d'entreprises. Il sera utile de s'appuyer sur ces préoccupations pour aller au-delà et les aider à s'engager dans une véritable démarche de développement durable en tenant compte des préoccupations, tout aussi légitimes, des parties prenantes, internes et externes à l'entreprise. Au final il faudra démontrer que la mise en œuvre des attentes des parties intéressées, dans la limite des capacités humaines, techniques et financières de l'entreprise, contribue à la fois à son développement durable mais également à celui du territoire sur lequel elle est installée.

3. Résultats de l'enquête

Les artisans souhaitent-ils s'engager dans une démarche de développement durable ?

L'enquête fait ressortir que 63% des artisans interrogés ont déjà entendu parler du développement durable. Près de la moitié des entreprises enquêtées (46%) pense que le développement durable, c'est assurer le développement économique de son entreprise en tenant compte de son impact sur l'environnement. Cette approche réductrice est largement partagée par l'ensemble des acteurs économiques et sociaux en France. Seuls, 17% des artisans semblent connaître la définition du développement durable, du moins, celle retenue par le comité de pilotage, à savoir, le développement économique pérenne de l'entreprise, qui tient compte de son impact sur l'environnement, des besoins de ses salariés et plus largement des besoins de l'ensemble de ses partenaires.

Quand on demande aux artisans si cette dernière approche leur paraît pertinente, ils sont 79% à répondre positivement. A la question qui permet de connaître leurs besoins pour mettre en œuvre une telle approche, ils choisissent dans l'ordre : l'information (63%) puis le diagnostic et l'accompagnement personnalisé (34%) et enfin un outil de reconnaissance de type charte ou label (30%). Viennent ensuite la formation (26%) et la méthodologie (25%).

Quand on leur demande quel serait l'organisme le mieux placé pour les aider dans ce domaine, ils privilégient leur chambre de métiers et de l'artisanat (78%), puis leurs fournisseurs (34%) et leur organisation professionnelle (33%). Mais il ne faut pas oublier également l'appui des comptables et des banques. En effet, quand ils ont besoin d'information de nature juridique, technique ou commerciale, les artisans se tournent en priorité vers eux (83% vers leur comptable, 67% vers leurs fournisseurs et 58% vers leur banque).

Il faudra cependant tenir compte du fait que les artisans interrogés semblent plutôt réfractaires à s'engager dans une démarche ayant un cadre formel, pour assurer une amélioration continue de leur entreprise (74%).

Toute expérimentation dans ce domaine pourrait s'appuyer sur le vivier d'entreprises déjà engagées dans des démarches de progrès, qui sont, plus d'une sur deux (55%) à souhaiter suivre une démarche pour assurer une amélioration continue de leur entreprise. En outre, les résultats présentés dans les chapitres précédents, ont montré que ces entreprises avaient quasi systématiquement de meilleures pratiques que les entreprises sans démarche. Il sera donc plus aisé, pour elles, d'aller vers une démarche de développement durable.

[Sommaire](#)

3. Résultats de l'enquête

3.2. Les parties intéressées de l'artisanat

3.2.1. Vision et intégration du développement durable par les parties intéressées

Les résultats sont présentés comme pour la partie " entreprises ", en balayant les réponses des parties intéressées aux 3 sous-thèmes de ce volet.

Le concept de développement durable (1) : le développement durable apparaît comme un concept connu de manière majoritaire (86% des réponses) et pas trop théorique.

Un peu moins d'un tiers des parties intéressées en fait un axe central de sa stratégie : il s'agit essentiellement des collectivités locales (37%) et des clients (30%).

Plus de 50% des parties intéressées ont mis en place des actions en interne et en externe.

	actions internes	actions externes
Organismes publics	33%	74%
Organisations de l'artisanat	47%	65%
Collectivités territoriales	63%	67%
Fournisseurs	39%	65%
Clients	74%	74%
Organismes de formation	43%	29%

Pour le ministère de l'écologie et du développement durable, c'est un enjeu de société, qui doit intégrer la problématique nord-sud et la problématique du "penser global, agir local".

Pour l'ADEME, c'est une notion complexe, interférant avec des politiques très larges, presque un modèle social. Pour certaines délégations ADEME, il est difficile de passer du concept à l'application, pour d'autres, le concept recouvre des notions très concrètes dans ses composantes ; toutes sont d'accord pour ne pas l'aborder en tant que tel dans les entreprises.

Pour la majorité des organisations professionnelles et des chambres de métiers et de l'artisanat, le concept n'est pas théorique et leurs actions s'inscrivent déjà dans le développement durable, même si elles ne l'affichent pas encore en tant que tel.

Ce sont surtout les fournisseurs (39%) et les organismes de formation (36%) qui trouvent le concept très théorique. Cependant les banques sont pratiquement toutes membres des organismes internationaux traitant du sujet, certaines compagnies d'assurance comme la MAAF, en font un axe de souscription, et pour les centres de gestion, cela va être une préoccupation grandissante pour les entreprises.

3. Résultats de l'enquête

Les organismes qui mettent déjà en pratique le concept développement durable (2) :

71% des organismes pensent avoir mis en pratique ce concept à savoir :

- 13% au travers d'un agenda 21, (un tiers des collectivités locales enquêtées),
- 1% en référence au guide SD21000 (une banque),
- environ 1/3 de manière partielle, en associant prioritairement :
 - pour 37% les dimensions économique et environnementale (les collectivités, les organisations de l'artisanat, les clients),
 - pour 30% les dimensions économique et sociale (les organisations de l'artisanat, les fournisseurs et les clients),
 - pour 25% les dimensions sociale et environnementale (les clients),
- environ 33% de manière ponctuelle (toutes les catégories).

La plupart des organismes sont encore au stade de la réflexion, du diagnostic, en démarrant en même temps quelques actions simples pour réduire les consommations d'énergie et les fournitures. L'aspect social commence à être pris en compte comme la souplesse des horaires, l'adaptation des postes de travail, la formation, l'organisation des tâches.

La clef d'entrée reste principalement l'environnement.

La moitié des organismes publics affirme avoir mis en pratique le développement durable :

- pour un quart de manière partielle, en associant deux domaines sur trois, sans dominante précise,
- pour un quart, de manière ponctuelle.

On peut citer l'"ADEME EXEMPLAIRE", où certaines délégations engagent une démarche d'amélioration continue, permettant de faire le point sur les pratiques environnementales et d'initier des axes d'amélioration sur les achats, les consommations, les pratiques quotidiennes.

On peut également citer l'engagement de certains ministères, dans une démarche d'éco responsabilité, ou chaque personne intègre dans ses missions le développement durable, et se mobilise sur les produits du commerce équitable (ministère de l'écologie et du développement durable).

Certains organismes, tels la Caisse nationale d'assurance maladie et des travailleurs salariés (CNAMTS) et le ministère de l'industrie, participent au groupe ISO et à la commission de normalisation AFNOR sur la responsabilité sociale et sociétale, au comité stratégique AFNOR sur la santé et la sécurité au travail.

Les organisations professionnelles et les chambres de métiers et de l'artisanat estiment à 80%, avoir mis en pratique le concept :

- la moitié de manière ponctuelle et l'autre moitié de manière partielle,
 - en associant soit les dimensions économique et sociale, soit les dimensions économique et environnementale.
- Elles abordent généralement le développement durable par le volet environnemental, en proposant aux artisans des guides pratiques pour l'application des réglementations environnementales et sociales et des actions d'accompagnement et de conseil.

Certaines actions n'ont pas un affichage développement durable mais y concourent largement, car elles lient progressivement les trois domaines :

Ainsi la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment (CAPEB) mène des actions sur l'adaptabilité des logements, sur la conservation des savoir-faire, intègre les volets environnement et sécurité dans les parcours qualité (AB5, CIP, Qualibat...).

L'Union de l'artisanat de l'ameublement (UNAMA) promeut les labels AEF (artisan ébéniste de France) et ATF (artisan tapissier de France) qui répondent aux attentes des clients en matière d'authenticité, de produits fabriqués localement, de respect de l'environnement, de conservation et de restauration du patrimoine.

3. Résultats de l'enquête

87% des collectivités ont mis en place une politique de développement durable :

- dont un tiers dans le cadre d'un agenda 21 et la moitié de manière partielle,
- en privilégiant la dimension économique et environnementale.

On peut donner pour exemples, la mise en place d'ateliers d'animation jeunesse en lien avec la protection de l'environnement (chantiers nature), l'élaboration de chartes d'environnement intercommunales, la définition de schémas d'aménagement économique ayant une entrée environnementale, l'embauche de personnel pour les centres de tri et de compostage.

Au niveau des conseils régionaux, l'intégration du développement durable se fait dans les différents domaines de compétences (action économique, transport, éducation...).

Un axe fort apparaît sur les questions d'économie d'énergie et d'énergies renouvelables, ainsi qu'une exigence de la haute qualité environnementale pour la construction de bâtiments publics.

Ce sont les parcs nationaux et régionaux qui arrivent le mieux à intégrer le développement durable, car le concept de parc est bâti à partir de celui du développement durable. Mais la clé d'entrée des actions reste l'environnement (signature de chartes environnementales par les collectivités qui adhèrent aux parcs, mise en place du programme ATEnEE,...).

Plus de la moitié des fournisseurs a mis en place une politique développement durable essentiellement de manière partielle, en associant prioritairement la dimension économique et sociale.

Les banques développent des actions innovantes et expérimentales pour le financement d'investissements écologiques en liaison avec les professions ("maisons écologiques", constructions de maisons à ossature bois, chauffe-eau solaire, gestion des déchets..).

Certaines compagnies d'assurance commencent à intégrer le développement durable dans leurs souscriptions, avec des tarifications préférentielles (pour des entreprises s'engageant dans des démarches qualité, sécurité et environnement). Ainsi, MAAF Assurances vient de lancer une nouvelle offre visant à soutenir les conducteurs qui choisissent de rouler dans une voiture "écologique" et réfléchit pour décliner le concept dans d'autres gammes de produits.

Mais, malgré l'intérêt que suscite le développement durable auprès des consommateurs, ces derniers ne sont pas encore prêts à payer.

La majorité des clients (84%) a mis en place une politique développement durable dont plus de la moitié de manière partielle, et en associant :

- prioritairement la dimension économique et environnementale,
- mais également pour plus de 40% la dimension économique et sociale,
- et pour 30% la dimension sociale et environnementale.

20% des clients oeuvrent dans le cadre d'un agenda 21 : il s'agit essentiellement des services achats des organismes publics. Les services d'achats des organismes privés ont une politique plus axée sur la qualité et l'environnement (ISO 14000 /ISO 9000).

Les associations de consommateurs sont très actives sur le développement durable depuis longtemps. Ainsi la Fédération Léo Lagrange participe au groupe de travail ISO sur la responsabilité sociale. Familles Rurales participe au programme européen EQUAL, axé sur l'articulation " vie familiale et vie au travail " et mène des actions fortes d'information des jeunes ménages, pour une meilleure prise en compte des questions énergétiques pour l'achat ou la rénovation de leur logement.

3. Résultats de l'enquête

L'association Consommation Logement et Cadre de Vie (CLCV) vérifie que les produits "écologiques" soient accessibles à tous les consommateurs en terme de prix, et travaille sur une fiscalité écologique (les produits vertueux doivent être moins chers, via une TVA à taux réduit, des crédits d'impôt, des subventions...).

Plus de la moitié des organismes de formation a mis en place une politique développement durable, de manière ponctuelle.

Les organismes qui envisagent de mettre en pratique le concept de développement durable (3) :

24% des organismes n'ayant pas déjà mis en pratique une politique, envisagent de le faire :

- 7% via un agenda 21,
- 2% en référence au SD21000,
- environ 10% de manière partielle, en associant prioritairement les dimensions économique et environnementale, puis les dimensions économique et sociale (8%) et les dimensions sociale et environnementale (6%),
- 7% de manière ponctuelle.
- Les organismes publics n'ont, en général, pas pu répondre sur la manière dont ils le mettraient en pratique, dans la mesure où bien souvent, il n'existe pas à l'heure actuelle d'orientation officielle.
- 3 organisations de l'artisanat souhaitent le mettre en pratique : approche globale ou partielle, la méthode reste dans bien des cas à définir.
- 9 collectivités territoriales, qui ne sont pas du tout engagées dans le développement durable ou de manière partielle, souhaitent évoluer vers un agenda 21.
- 10 fournisseurs souhaitent le mettre en pratique dont 2 banques, dans le cadre du guide SD21000, les autres de manière partielle.
- 3 clients n'ayant pas encore mis en pratique le feront l'un sous forme d'agenda 21 et les deux autres de manière partielle.
- 4 organismes de formation souhaitent le mettre en pratique dont 1 sous forme d'agenda 21 et les 3 autres de manière partielle, en associant les 3 dimensions.

3.2.2. Vision et connaissance de l'artisanat par chaque partie intéressée

Les résultats sont présentés en balayant les réponses des parties intéressées aux 3 sous-thèmes de ce volet.

- Connaissance de l'artisanat (1) :

De manière générale, les différents organismes connaissent bien l'artisanat (92%), les chambres de métiers (88%), les organisations professionnelles (80%) et les artisans (86%), un peu moins les associations locales de commerçants (seulement 48% des collectivités connaissent les associations locales de commerçants, notamment dans le cadre de montage de dossiers FISAC).

Les organismes publics ont en général peu de relations directes avec les artisans à quelques exceptions. Ils jugent le milieu de l'artisanat comme extrêmement riche mais morcelé, qui a besoin de repères.

Les collectivités territoriales sont surtout en contact avec les artisans du secteur du bâtiment.

A signaler l'initiative d'une communauté de communes qui identifie actuellement des entreprises implantées sur le territoire pour la réalisation d'un site internet. L'objectif : faire le lien entre les entreprises, les acteurs locaux et les particuliers.

3. Résultats de l'enquête

Les clients connaissent essentiellement les artisans (90%), et moins l'artisanat et les organisations professionnelles (58%) et les chambres de métiers (53%).

Les services achats ne connaissent en général que les artisans intervenant pour leur compte et très peu l'artisanat en général.

Seules les associations de consommateurs ont une connaissance très parcellaire et ont peu de relations avec l'artisanat et ses représentants.

Les qualifications données à l'artisan (2) : Les qualifications données à l'artisan, sont, par ordre décroissant :

Qualifications artisan	Nb. cit.	Fréq.
un acteur du développement local	141	83%
un transmetteur de savoir faire	122	72%
un chef d'entreprise	120	71%
un créateur d'emploi	115	68%
un homme de l'art	95	56%
un ouvrier spécialiste	55	33%
un petit patron	43	25%
un créatif	38	22%
un expert	25	15%
un prescripteur	20	12%
autre proposition	6	4%
TOTAL OBS.		123

Pour les organismes publics, les collectivités territoriales, les organisations professionnelles et les chambres de métiers, l'artisan est avant tout un acteur du développement local, (+80%) et un transmetteur de savoir-faire (+70%).

Les collectivités territoriales voient ensuite l'artisan comme un créateur d'emploi (69%) : on voit bien le souci du maintien d'une activité économique, créatrice d'emploi, élément fort de la dynamique de territoire ; elles se montrent moins sensibles au côté "métiers", "homme de l'art" (48%), que les organismes publics (64%).

Pour les chambres de métiers, l'artisan est aussi créateur d'emploi (10 CMA sur 11).

Pour les organisations professionnelles, l'artisan est surtout chef d'entreprise (les 6 organisations professionnelles) et homme de l'art (3 organisations professionnelles).

3. Résultats de l'enquête

Pour les fournisseurs, l'artisan est avant tout créateur d'emploi (96%) et chef d'entreprise à part entière (83%) ; l'artisanat prime en tant qu'entité économique.

L'artisan acteur du développement local (74%) et transmetteur de savoir-faire (70%) vient nettement en deuxième position.

Pour les clients, le côté métier de l'artisan apparaît encore très fortement, même s'ils le voient de plus en plus comme un chef d'entreprise à part entière (68%), participant à la dynamique économique locale (84%).

Pour les organismes de formation, le côté métier apparaît également fortement, apprentissage, transmission des valeurs (86%) et nettement moins le volet économique, chef d'entreprise (79%) et créateur d'emploi (64%).

Le rôle donné à l'artisan, est, par ordre décroissant :

Rôle donné à l'artisan	Nb. cit.	Fréq.
l'artisan est inséré dans le tissu économique et social local	147	87%
l'artisan souhaite être reconnu pour son savoir faire	140	83%
l'artisan veille à transmettre son savoir faire	108	64%
l'artisan est de bon conseil pour ses clients	108	64%
l'artisan s'implante pour durer, il ne délocalise pas	105	62%
l'artisan privilégie la qualité du service	101	60%
l'artisan a l'amour du travail bien fait	90	53%
l'artisan s'épanouit dans son travail et gagne une reconnaissance sociale	73	43%
l'artisan connaît l'origine des produits ou des matériaux qu'il utilise	59	35%
l'artisan sait s'adapter aux situations nouvelles	56	33%
l'artisan ne recherche pas le profit à n'importe quel prix	41	24%
l'artisan a une gestion de bon père de famille de ses consommations	37	22%
l'artisan à des pratiques de coopération et d'entraide	31	18%
l'artisan est un acteur majeur de la durabilité : il ne jette pas, il répare	30	18%
l'artisan a le souci de la santé et de la sécurité de ses clients et de ses salariés	25	15%
l'artisan se préoccupe de ses relations de voisinage	24	14%
autre proposition	4	2%
TOTAL OBS.	169	

Il ressort une image forte de l'artisan en tant qu'acteur du développement local, de lien entre le tissu économique et social, bien implanté sur le territoire et de manière durable en tant que transmetteur de savoir-faire, créateur d'emploi.

Il ressort en deuxième lieu, le besoin très fort de reconnaissance du savoir-faire artisanal.

Il ressort également le fait que l'artisan est bien identifié comme un chef d'entreprise, et comme un homme de l'art (plutôt par les organismes publics), qui a l'amour du travail bien fait et qui privilégie la qualité du service et le conseil.

3. Résultats de l'enquête

Son côté individualiste ressort malgré tout sur le fait que très peu le caractérise comme se préoccupant des relations de voisinage, et comme ayant des pratiques de coopération et d'entraide.

Les commentaires de ces tableaux doivent être interprétés avec précaution : en effet, les qualifications proposées varient d'une profession à l'autre : il est donc difficile d'appliquer les critères de manière homogène aux différentes activités de l'artisanat. Plusieurs parties intéressées nous l'on fait remarquer. Il est intéressant de corrélérer le classement fait par les parties intéressées avec celui fait par les artisans :

	Artisans sans démarche	Parties intéressées
L'artisan a l'amour du travail bien fait.	89%	53%
L'artisan privilégie la qualité du service.	88%	60%
L'artisan est de bon conseil pour ses clients.	79%	64%
L'artisan souhaite être reconnu pour son savoir-faire.	69%	83%
L'artisan veille à transmettre son savoir-faire.	57%	64%
L'artisan sait s'adapter aux situations nouvelles.	54%	33%
L'artisan a le souci de la santé et de la sécurité de ses clients et de ses salariés.	44%	15%
L'artisan s'implante pour durer ; il ne délocalise pas.	48%	62%
L'artisan connaît l'origine des produits ou des matériaux qu'il utilise.	48%	35%
L'artisan est inséré dans le tissu économique et social local.	36%	87%
L'artisan ne recherche pas le profit à n'importe quel prix.	38%	24%
L'artisan s'épanouit dans son travail et gagne une reconnaissance sociale.	33%	43%
L'artisan a une gestion de bon père de famille de ses consommations.	29%	22%
L'artisan est un acteur majeur de la durabilité : il ne jette pas, il répare.	27%	18%
L'artisan se préoccupe de ses relations de voisinage.	25%	14%
L'artisan a des pratiques de coopération et d'entraide.	16%	18%

Pour les artisans l'aspect métier, amour du travail bien fait, qualité du service, conseil priment avant tout, alors que pour les parties intéressées, c'est plutôt le volet insertion dans le tissu économique et social, reconnaissance du savoir-faire artisanal et transmission des savoir-faire, qui sont mis en avant.

Les artisans et les parties intéressées se rejoignent quand ils évoquent la transmission des savoir-faire et le conseil au client, qui viennent en 3ème et 4ème position dans les deux cas.

La relation des parties intéressées avec les artisans (3) : la relation des parties prenantes avec les artisans se situe aussi bien en tant que fournisseur (42%), client (36%), administré (33%), ou partenaire (43%).

Ces différentes facettes de la relation artisan - partie prenante, donnent d'autant plus de force à la représentation qu'en font les partenaires enquêtés.

3. Résultats de l'enquête

La relation des organismes publics avec les artisans est d'abord partenariale (50%), puis d'administré (36%).

Pour les 6 organisations professionnelles, il s'agit de relations partenariales, les artisans étant des adhérents, pour lesquels, sont proposés un service de qualité et un accompagnement.

La relation des artisans avec les chambres de métiers et de l'artisanat est avant tout une relation d'administré et une relation partenariale (10 CMA sur 11), mais également une relation client (8 sur 11) et fournisseur (5 sur 11).

Pour les chambres, il faut offrir à l'artisan en tant que client, une qualité de service pour le conseil et l'accompagnement, qui sous-tend une notion de service public.

La relation des artisans avec les collectivités territoriales est d'abord une relation d'administré (56%) et fournisseur (44%), un peu moins une relation partenariale (21%) et client (19%).

26% des fournisseurs et 26% des clients ont aussi une relation partenariale avec les artisans.

Par exemple, le Crédit Mutuel réalise tout un travail pour l'information et la formation des créateurs d'entreprise, concernant leurs droits et leurs devoirs en matière de financement, les avantages et inconvénients des différentes formules financières, à l'occasion de stages préalables à l'installation. Par exemple, MAAF assurance appuie des chambres de métiers et des organisations professionnelles, pour la création et la diffusion de labels tels qu' "Artisan Confiance".

La relation des organismes de formation avec les artisans est d'abord une relation fournisseur (63%) et une relation partenariale (63%), puis une relation client (54%).

3.2.3. Vision du rôle de l'artisanat dans le développement durable, concernant les domaines de non-durabilité

Les résultats sont présentés en balayant les réponses des parties intéressées aux 8 sous-thèmes de ce volet.

Changement climatique (1) : l'artisanat a un rôle à jouer face aux changements climatiques pour 82% des parties intéressées et dans l'utilisation des ressources énergétiques (95%), aussi bien au niveau de ses pratiques quotidiennes (88%), qu'en tant que prescripteur (87%).

Les réponses sont plus mitigées concernant son côté créatif (oui à 51%) et plus modérées concernant son rôle d'acteur du développement local (62%).

La position de l'ADEME résume celle de l'ensemble des parties intéressées interviewées : tout le monde a un rôle à jouer, mais l'artisan a plus spécifiquement un rôle de prescripteur, essentiellement l'artisan du bâtiment.

L'artisan peut induire un comportement vertueux auprès de ses clients (installation de chauffe-eau solaire, éco construction, construction HQE,..). Il a un rôle également dans ses pratiques quotidiennes par le suivi de ses différentes consommations énergétiques, (utilisation de véhicules, pas de brûlage sur chantier, maintenance de ses appareils, notamment des compresseurs...).

3. Résultats de l'enquête

L'artisan du bâtiment n'est pas actuellement assez mobilisé pour jouer ce rôle de prescripteur, alors qu'il est très présent sur le terrain. Il ne joue pas ce rôle par manque d'information, de marge de manœuvre et parce que sa prescription est forcément biaisée par le gain économique.

S'il veut le jouer, il doit avoir une approche plus globale, pour situer ses interventions par rapport à l'isolation de l'habitat, l'aération, les conditions de chauffage, la ventilation. Il doit pouvoir recommander des techniques traditionnelles pour l'isolation (recours aux volets), être vigilant sur l'approvisionnement en bois (en raison de la disparition de certaines espèces d'arbres).

Pour la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment (CAPEB), l'artisan n'est pas toujours conscient de ce rôle de prescripteur.

Les formations qu'elle organise actuellement dans le cadre de l'ouverture du marché de l'énergie, permettent de sensibiliser les artisans à leur rôle de prescripteur (notamment les plombiers chauffagistes). Des marques telles que Qualisol, distinguent les artisans spécialistes du sujet.

Pour le Conseil national des professions de l'automobile (CNPA), l'artisan de l'automobile a également un rôle à jouer : il peut orienter les clients vers l'achat de véhicules hybrides, l'équipement en pot catalytique, la vente de carburant moins polluant. La prescription reste cependant difficile, car le marché n'existe pas encore vraiment, car il dépend de la volonté des constructeurs et de la capacité des consommateurs à investir. Il faut donc pousser l'artisan dans son rôle de prescripteur sur certains volets favorables au développement durable.

Les banques situent l'artisan comme un acteur majeur, puisqu'il peut agir sur une population diffuse, comme par exemple, dans le cadre de la réhabilitation de maisons individuelles.

Pour l'association Consommation Logement Cadre de Vie (CLCV), les artisans ont des difficultés à prescrire l'équipement pour l'énergie solaire, car les coûts sont encore trop élevés (exemple des artisans référencés Qualisol).

Pour Familles Rurales, le rôle de prescripteur doit se traduire par une communication des artisans au travers de leurs bonnes pratiques. Il faut imaginer une approche de l'artisan prescripteur qui ne soit pas que marketing.

Pour le ministère de l'éducation nationale, les jeunes sont de plus en plus sensibilisés à ces questions : en effet, le changement climatique fait partie des thèmes abordés dans le cursus pédagogique de l'enseignement scolaire. Ils sont donc les plus à même de sensibiliser les artisans.

Concernant l'innovation, la plupart des parties intéressées situent les artisans plus en utilisateurs de technologies ou de produits innovants, conçus par les grands groupes, qu'en véritables concepteurs de produits innovants.

Ce sont les collectivités locales qui voient plus que les autres parties intéressées, les artisans créatifs sur les problèmes que pose le changement climatique (57%).

Pour elles, l'artisan doit s'adapter aux nouvelles techniques et matériaux permettant de mieux lutter contre le changement climatique. Les collectivités estiment que les artisans sont parfois plus réactifs que les grandes entreprises, du fait de leur technicité ; ils ont donc un rôle à jouer.

Les fournisseurs tels que les banques, estiment que l'innovation reste difficile dans l'artisanat. Ainsi, pour le Crédit Mutuel, l'artisan subit les normes plutôt qu'il n'en est acteur.

3. Résultats de l'enquête

Pour les Banques Populaires, les artisans sont confrontés à deux types de difficultés : le coût de la qualification qui leur est demandée par les centres techniques comme le Centre scientifique et technique du bâtiment (CSTB); et le besoin en financement pour développer de nouvelles technologies. En raison du caractère plus risqué du placement, les banques doivent mettre en place un système de garantie, qui augmente le coût de l'innovation.

Pour OSEO BDPME, l'innovation est nécessaire pour l'artisan et conditionne son existence.

Pour l'association Consommation Logement Cadre de Vie (CLCV), le recours à des matériaux ou des technologies nouvelles soulève le problème de qualification des artisans.

Concernant son rôle en tant qu'acteur du développement local, c'est un aspect plus modeste que les autres domaines ; les avis de l'ensemble des parties intéressées sont assez divergents sur ce point.

Santé publique (2) : l'artisanat a un rôle à jouer pour la santé publique (nouvelles habitudes de consommation) pour 82% des parties intéressées, et dans une moindre proportion dans la maîtrise des risques naturels et technologiques (50% à 60%).

Il a un rôle aussi bien dans ses pratiques quotidiennes (91%), qu'en tant que prescripteur (82%).

Les commentaires de la Direction générale de l'urbanisme, de l'habitat et de la construction, résument bien la position des parties intéressées sur cette question de la santé publique : l'artisan a un rôle à jouer mais nettement moindre que par rapport au changement climatique.

Sont essentiellement concernés les artisans de l'alimentaire et du bâtiment. Ainsi, les artisans de l'alimentaire doivent proposer des aliments sains et sûrs. Concernant le volet hygiène sécurité, la sensibilisation viendra même plutôt des jeunes et non l'inverse.

Les artisans du bâtiment doivent veiller à utiliser ou à conseiller des matériaux non toxiques (éviter les moquettes) et écologiques (éviter le PVC). Les atteintes à la santé via les solvants, les peintures et les vernis seront mieux contrôlées dans le cadre de la directive européenne REACH. Cette directive vise à l'enregistrement, l'évaluation et l'autorisation des substances chimiques et concernera aussi bien les producteurs que les utilisateurs avals. Concernant le risque de sécheresse, les bonnes pratiques sont indispensables en matière de construction.

La Confédération générale de l'alimentation en détail (CGAD) effectue tout un travail pour que le rôle de prescripteur des artisans de l'alimentaire soit plus systématique, par exemple, en ce qui concerne la durée et la température de conservation des produits, la composition des aliments (moins de sucre).

Pour les professions de l'automobile (Conseil national des professions de l'automobile et Fédération nationale de l'artisanat de l'automobile), l'artisan a un rôle de conseil auprès de ses clients dans l'entretien de leur véhicule pour limiter la pollution et garantir la sécurité.

Pour les professions du bâtiment (Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment CAPEB), l'artisan a un devoir de conseil auprès de ses clients pour une mise en sécurité minimum de leur logement (réhabilitation de logements vétustes ou anciens, carnet de santé du bâti).

Pour les professions du bois (Union nationale de l'artisanat de l'ameublement UNAMA), l'artisan contribue à la conservation du patrimoine forestier.

Le Conseil régional du Limousin estime que des actions de formation doivent être développées auprès des salariés, qui leur permettent d'aller au-delà de la simple acquisition de compétences professionnelles.

Pour les fournisseurs, les artisans sont capables d'assurer un rôle de prescription dans la mesure où ils le souhaitent vraiment. Mais ce comportement n'est pas encore assez développé.

3. Résultats de l'enquête

Pour les services achats d'organismes publics et privés, il est très important que l'artisan respecte la sécurité du personnel.

Pour les associations de consommateurs, les avis sont divers :

- l'artisan doit être prescripteur auprès des consommateurs par l'exemple qu'il donnera de ses bonnes pratiques (hygiène, environnement). Les repères des consommateurs s'établiront par comparaison et ils iront naturellement vers ceux qui ont de bonnes pratiques.
- l'artisan a un rôle à jouer en étant rigoureux dans le choix de ses produits et de ses fournisseurs de matières premières : en effet, les consommateurs manquent d'information concernant l'origine des produits et sont sensibles aux produits issus du commerce équitable.
- l'artisan ne peut être prescripteur que de produits labellisés.

Pour les organismes de formation, l'artisan contribue à la santé publique par l'application des réglementations : il doit être de bon conseil dans son domaine d'activité.

Pauvreté et exclusion (3) : l'artisanat a un rôle à jouer dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale (80%) et dans une moindre mesure, au niveau de l'équité redistributive, à la protection des handicaps et à l'économie solidaire (57%).

Il a un rôle :

- d'abord en tant que formateur, maître d'apprentissage (89%) : c'est son rôle traditionnel et reconnu,
- ensuite en tant que créateur d'emploi (82%) : cela est de plus en plus prégnant et s'inscrit dans les politiques publiques (20 000 entreprises créées entre 2004 et 2005).
- enfin, en tant que lien entre le tissu économique et social (72%), avec une nuance : l'insertion se traduit plutôt au niveau d'un public de jeunes en échec scolaire, qu'au niveau des adultes en situation d'exclusion.

Ce rôle d'insertion sociale est surtout ressenti pour ce qui concerne le milieu rural.

Certains partenaires attirent l'attention sur le problème de seuil, de taille critique d'entreprise, que posent l'insertion de personnes exclues et la formation d'apprentis.

-Les parties intéressées reconnaissent ce rôle d'insertion d'un public en difficulté mais essentiellement par l'apprentissage :

Ainsi, le ministère de l'éducation nationale souligne le fait que l'artisan a le souci de la transmission des métiers. Il a un rapport plus individualisé avec le jeune en difficulté et les messages passent plus facilement que dans le cadre de cours classiques. Il est donc à même d'insérer un public en difficulté. Pour les collectivités locales, ce rôle de formateur, de transmission de savoir-faire via l'apprentissage, c'est la valeur ajoutée de l'artisan.

Les centres de formation des apprentis (CFA) aident les artisans à prendre des jeunes ayant des handicaps (d'importants moyens financiers sont mis en œuvre dans certains CFA). Beaucoup de jeunes sont en situation sociale difficile et les maîtres d'apprentissage les acceptent tels qu'ils sont.

-Les parties intéressées donnent un rôle plus modéré à l'artisanat en matière de pauvreté et d'exclusion sociale :

En dehors de l'apprentissage, les parties intéressées lui reconnaissent un rôle au niveau de sa proximité avec la population, pour le maintien des commerces surtout dans les communes en milieu rural ou dans des quartiers d'habitat social.

3. Résultats de l'enquête

Cependant, pour les chambres de métiers et les CFA, l'artisan n'a pas ce rôle premier à jouer d'insertion sociale. L'artisanat permet de créer son activité.

Les CFA attirent l'attention sur le fait que la petite taille de l'entreprise ne lui donne pas forcément la capacité de s'adapter aux handicaps physiques, contrairement à des entreprises plus structurées.

Pour certaines compagnies d'assurance, l'artisan a la connaissance de l'environnement socio-économique et peut proposer des équipements adaptés.

Pour les centres de gestion, l'artisanat contribue à la lutte contre l'exclusion sociale mais n'en a pas nécessairement conscience : par exemple, lorsqu'il est installé dans les zones franches, avec l'obligation d'embaucher une personne de la zone pour bénéficier de l'exonération.

- Concernant la création d'emploi, les avis sont divergents :

Les organismes publics estiment que l'artisan n'a pas plus que les autres, un rôle à jouer dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale et que la création d'emploi ne se fait pas en fonction de critères sociaux. Il n'a donc pas forcément un rôle dans l'insertion des personnes exclues.

Pour les collectivités locales, l'artisan joue un rôle important en tant que créateur d'emploi.

Pour les fournisseurs, l'artisan est créateur d'emploi, il peut embaucher des travailleurs handicapés, il a une grande proximité avec ses salariés.

Les clients (100%) considèrent que l'artisan joue ce rôle social d'abord par la création d'emploi. Ils soulèvent cependant le problème des charges sociales liées à l'embauche et le problème de recrutement de personnes qualifiées, surtout si elles sont en difficulté.

- Concernant l'économie solidaire :

Les associations de consommateurs estiment que l'artisan peut participer à l'économie solidaire en choisissant des produits issus du commerce équitable. On peut mentionner les chocolatiers qui communiquent sur leurs approvisionnements en cacao issu du commerce équitable.

Vieillesse de la population (4) : le rôle de l'artisanat sur ce point apparaît moins clairement pour 33% des parties intéressées et fait moins l'unanimité que les précédents.

- Les parties intéressées estiment que les artisans ont d'abord un rôle à jouer dans les nouveaux services de proximité, notamment auprès des personnes âgées (86%).

La CAPEB a réalisé un guide pour aider au maintien des personnes âgées à leur domicile, qui porte sur les adaptations nécessaires à apporter au logement, pour des personnes ayant une mobilité réduite.

La CGAD participe à un groupe de travail sur l'alimentation des personnes âgées dans le cadre du conseil national de l'alimentation. Ce groupe marque la volonté du maintien du commerce de proximité avec un travail sur deux axes : l'adaptation des plats préparés et la construction d'un relationnel entre les commerçants et les personnes âgées.

Pour les fournisseurs, les services de proximité que proposent les artisans sont un atout sur le plan de la durabilité du secteur. Mais il faut que les artisans sachent se positionner sur de nouveaux services.

3. Résultats de l'enquête

Pour les associations de consommateurs, les artisans pourraient se regrouper pour proposer une offre multiservices, développer la livraison à domicile, revenir aux services itinérants en milieu rural dont l'utilité était prouvée.

Pour un peu plus de la moitié des organismes de formation, les artisans ont un rôle à jouer, par exemple dans l'aménagement des bâtiments ou dans des activités de dépannage. Ils le voient surtout comme un prestataire de proximité : la boutique du boucher ou le salon de coiffure sont des lieux importants d'échanges, de communication pour les personnes âgées.

- Toutes les parties intéressées ont évoqué bien sûr le problème qui se pose déjà au niveau de la transmission d'entreprises artisanales.

Ce sont les organisations représentatives de l'artisanat qui se préoccupent actuellement du problème de la transmission et de la reprise d'entreprises artisanales.

- L'artisan apparaît comme un lien dans le tissu économique et social local et comme un acteur du développement local, mais ce rôle reste pour les parties intéressées très limité (75%).

Gestion des ressources naturelles (5) : ce volet rejoint les ressources énergétiques.

L'artisanat a un rôle à jouer dans la gestion des ressources naturelles (énergie et matériaux renouvelables) pour 88% des parties intéressées et dans la protection des écosystèmes (biodiversité, sols, eaux ...), pour 78%.

L'artisan a un rôle essentiellement de prescripteur (maison à ossature bois, équipements peu consommateurs d'énergie, chantiers HQE...), associé à de bonnes pratiques en matière de gestion des déchets, à l'utilisation de matériaux locaux, à une bonne connaissance des évolutions techniques et réglementaires (91%).

Pour les collectivités, l'artisan a un rôle de pérennisation des pratiques du terroir.

La moitié des fournisseurs estime que l'artisan est plus dépendant des ressources existantes qu'acteur dans la gestion de ces ressources naturelles.

Les avis sont plus modérés concernant la conception du cycle des produits ou l'éco-conception (57%). Plus de la moitié des organismes publics estime que l'artisan ne peut pas intervenir sur l'éco-conception ou sur le cycle de vie du produit.

Ainsi, pour la Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires (DIACTex DATAR), l'éco-conception doit être développée dans l'artisanat, qui en est pour le moment très loin. Pour cela, il faut créer un environnement incitatif mixant les organismes publics (institutionnels) et privés (donneurs d'ordres), et encourager les artisans à utiliser les produits locaux.

3. Résultats de l'enquête

Les organisations de l'artisanat, croient elles, à la possibilité des artisans de faire de l'éco-conception (12 sur 17).

Par exemples :

- les ébénistes ont un souci d'économie de la matière première, leur plus-value étant liée au savoir-faire, à la transformation qualitative de l'oeuvre. Leur sensibilité à la conservation du patrimoine est très forte puisqu'ils travaillent essentiellement à partir de matériaux existants. Ils arrêtent la dégradation des oeuvres et les restaurent, sont dépositaires de bois précieux et anciens. Ils participent à la protection de la forêt (pas d'exploitation outrancière, sélection des arbres sur pied, et des essences).
- les artisans de l'automobile commencent à intégrer ces notions au niveau de l'approvisionnement en peintures, solvants et produits de nettoyage moins toxiques, de matériel d'essuyage recyclable.
- les artisans du bâtiment ont avancé sur le sujet de la HQE, avec un volet important sur l'éco-conception (exemples de la pierre sèche qui intéresse les maçons, de la réduction des nuisances sonores, du choix des matériaux).

Le Conseil régional du Limousin résume l'avis de l'ensemble des collectivités : l'artisan se place plutôt en utilisateur de matériaux éco-conçus qu'en tant qu'éco-concepteur. Il doit donc être bien informé pour prescrire des matériaux sains, éco-conçus. Cette information peut se faire dans le cadre d'actions collectives de rencontres avec des fournisseurs de matériaux ou de matières premières (exemple pour la farine bio,...) ".

Les fournisseurs, même s'ils voient, pour la moitié d'entre eux, l'artisan jouer un rôle sur l'éco-conception, estiment qu'il a peu de marge de manoeuvre et que ce domaine reste très limité à certaines professions (filière alimentaire et bois), car il est très coûteux.

La limite de l'exercice réside au niveau de la taille et des moyens des entreprises artisanales et dans le fait que la clientèle n'est pas encore prête à payer.

Les clients sont les plus convaincus sur ce point et plus particulièrement concernant la protection des écosystèmes (74%) et l'éco-conception (63%).

Pour eux, l'action de l'artisan porte essentiellement sur le choix des produits, des machines, des matières.

Organisation des transports (6) : pour 58% des parties intéressées, l'artisanat n'a pas de rôle à jouer dans l'organisation des transports mais dans l'urbanisme et l'aménagement du territoire.

71% lui accorde un rôle en tant qu'acteur du développement local.

Si on s'attache aux pratiques quotidiennes (circuit court au niveau de ses approvisionnements et de ses livraisons), 66% des parties intéressées lui accorde un rôle.

- Concernant son rôle d'acteur du développement local

Pour les organisations de l'artisanat, l'artisan a un rôle en tant qu'acteur du développement local, par exemples :

- dans la création de centrales d'achat (il en existe déjà dans le bâtiment, l'automobile, et d'autres sont en projet chez les ébénistes).
- dans l'utilisation par les artisans du bâtiment d'autres modes de transports ou dans le fait de pratiquer un ramassage collectif avant d'aller sur le chantier.
- dans la mise en place par les taxis, de réseaux de transport public spécifiques (une entreprise de taxi a mis en place une ligne de minibus entre la ville de Creil et l'aéroport de Roissy).

3. Résultats de l'enquête

Pour les fournisseurs et les clients, ce rôle se situe au niveau des pratiques quotidiennes, tout en précisant que sur un plan collectif, cette question des transports relève plus des collectivités locales.

Soixante-dix pour-cent des collectivités affirment que les artisans n'ont pas un rôle à jouer dans l'organisation des transports : ce n'est pas de leur ressort, à l'exception des taxis.

Pour certains parcs naturels, l'artisan joue ce rôle par son choix d'implantation et l'utilisation de produits et de matériaux locaux.

Pour les communes, concernant les pratiques quotidiennes et particulièrement les circuits courts d'approvisionnement, cela dépend de ses possibilités ; mais elles ne lui reconnaissent pas vraiment un pouvoir d'action.

Pour les conseils régionaux et généraux, certaines activités peuvent effectivement avoir un rôle à jouer : les taxis, les artisans du bâtiment.

Pour les associations de consommateurs, l'artisan symbolise cette économie locale qui travaille en circuit court et auquel les consommateurs sont sensibles.

Les organismes de formation voient le rôle de l'artisanat en matière de transport au niveau de ses pratiques, dans l'optimisation de ses livraisons : il a une action de proximité de fait.

- Concernant l'urbanisme et l'aménagement du territoire :

Les organisations de l'artisanat estiment leur intervention au niveau local comme vitale pour tout ce qui concerne l'accès des clients aux magasins, les lieux de stationnement.

Moins de la moitié des organismes publics lui accorde un rôle dans ce domaine :

Quelques exemples ont cependant été donnés concernant plus particulièrement :

- les taxis qui pourraient appuyer une meilleure coordination des modes de transports, publics et privés (taxis navettes),
- les artisans du bâtiment, qui pourraient avoir une bonne gestion de leurs chantiers en réduisant leurs déplacements,
- également dans le choix du véhicule utilisé,
- la gestion collective des déchets.

57% des collectivités voient la place de l'artisanat dans l'aménagement du territoire.

Pour elles, l'aménagement des centres villes et notamment les emplacements pour les livreurs, les aires de stationnement..., doivent s'inspirer des propositions des différents acteurs, dont les artisans.

Les modes d'élaboration des politiques durables (7) : pour 80% des parties intéressées, l'artisanat a un rôle à jouer dans la formation et l'information du public, au développement durable et à la capacité à innover en ce sens, en raison de la maîtrise de ses métiers.

Seulement la moitié des parties intéressées estime que l'artisanat a également un rôle à jouer dans l'élaboration des instruments d'une politique (52%) et essentiellement, au niveau de ses organisations représentatives.

Certains organismes publics constatent leur manque de réflexe d'associer l'artisanat à leur politique.

D'autres évoquent le fait que :

- l'artisanat n'a pas plus un rôle à jouer que les autres acteurs de la société. On ne doit pas faire peser sur l'artisanat toutes les responsabilités. D'autres politiques sont plus prioritaires et méritent des évolutions et une implication forte des artisans et des pouvoirs publics.
- les artisans sont réticents à rentrer dans ce type de politique, étant trop individualistes.

3. Résultats de l'enquête

Les organisations professionnelles reconnaissent que les pouvoirs publics les associent de plus en plus à l'élaboration des textes réglementaires, ce qui permet d'envisager très en amont les actions d'information et d'accompagnement des artisans.

Certaines organisations professionnelles participent à des groupes de travail sur le développement durable au niveau national (participation de la Confédération générale de l'alimentation en détail - CGAD au conseil national de la consommation) ou au niveau européen (participation du Conseil national des professions de l'automobile - CNPA à la réflexion sur CAR21 pilotée par le comité européen du commerce et de la réparation automobile, participation de la Confédération de l'artisanat et des petites entreprises du bâtiment - CAPEB à l'association HQE).

Pour les collectivités, l'artisanat a plutôt un rôle de concertation, de collaboration pour l'élaboration d'une politique de développement durable et cela relève bien sûr, des organisations représentatives de l'artisanat.

Pour les fournisseurs, l'artisanat est un relais. Il est à même d'expliquer et de justifier le concept, mais il doit se l'approprier préalablement.

Le problème du développement durable est que les entreprises voient le retour sur investissements sur le long terme. Aussi, les artisans qui vont s'engager dans ce type de démarche ont une vision à moyen-long terme, notamment dans le cadre de la transmission de leur entreprise ou d'une stratégie de développement.

Les clients pensent que si l'artisanat a un rôle à jouer dans la formation et l'information du public au développement durable, c'est au travers de l'exemple et des bonnes pratiques ; mais ce n'est pas son rôle " d'éduquer ".

L'artisanat a un rôle à jouer dans l'élaboration de pratiques innovantes, car ils sont en contact avec les consommateurs.

Intégration des trois piliers (8) :

- Approche volontaire ou approche réglementaire ?

Pour la majorité des parties intéressées, il faut plutôt privilégier une approche volontaire bien plus valorisante pour l'entreprise et plus durable en termes de résultats (79%).

Mais il faut également donner un minimum de réglementation sur le plan technique pour donner un cadre (53%).

L'approche volontaire implique des éléments incitateurs pour que les artisans s'engagent dans la démarche (prêts bonifiés, garantis d'emprunt, crédits d'impôts, autres incitations fiscales...) et une valorisation de la démarche.

Pour les associations de consommateurs, il faut des indicateurs d'évaluation de la démarche, des incitations fortes, voire des sanctions.

Les fournisseurs rappellent que les clients ne sont pas encore prêts à payer.

- Approche globale ou approche partielle ?

L'approche globale est préférée (60%) à l'approche partielle (36%), mais beaucoup d'organismes restent partagés.

Il ressort nettement la nécessité d'y aller pas à pas, de manière progressive, quelque soit la nature de l'approche, globale ou partielle.

3. Résultats de l'enquête

- Approche normative ?

Concernant l'approche normative, les avis sont extrêmement partagés.

- Ceux qui sont plutôt contre :

Pour 57% des organismes publics, il ne faut pas normaliser la démarche : le développement durable est une démarche de progrès antinomique avec la norme. Une fois l'objectif fixé par la norme atteint, il n'existe plus de perspective de progresser.

Pour 40% qui y sont favorables, la normalisation permet de cadrer et de maîtriser la prise en compte globale des trois piliers. Elle peut permettre de "vendre" le produit développement durable.

Pour 65% des collectivités, l'approche normative n'est pas utile et peut s'apparenter bien souvent au réglementaire.

Seulement 35% des collectivités locale sont favorables à une normalisation de la démarche, à condition qu'elle soit adaptée à l'artisanat ; la normalisation permet aux consommateurs d'avoir une référence dans ce domaine.

- Ceux qui sont plutôt pour :

57% des fournisseurs se montrent plutôt favorables à une norme, car cela traduit la volonté du chef d'entreprise à suivre des processus reconnus, qui s'avèrent très positifs sur le plan de l'ouverture de l'entreprise et qui sont des facteurs clés de pérennité.

63% des clients sont favorables à une norme pour une bonne communication et une lisibilité comparative : certains estiment que cette norme doit être adaptée à l'artisanat avec une obligation de souplesse, d'autres estiment que la norme doit être identique pour tout le monde. Pour les associations de consommateurs, elles ne reconnaissent en général que les démarches normalisées ou certifiées, et ne communiquent auprès des consommateurs que sur cette base.

57% des organismes de formation pensent qu'une normalisation est souhaitable, mais dans un cadre de référence s'adaptant aux spécificités de chaque activité.

A noter que 8 organisations professionnelles et chambres de métiers sont pour la normalisation et 8 sont contre.

3.2.4. Vision de l'approche que l'artisanat devrait faire du développement durable

Les parties intéressées sont d'avis que le développement durable est une affaire à mettre en œuvre de préférence :

73% pour une branche d'activité professionnelle dont :

- organisations de l'artisanat : 88%,
- organismes publiques : 79%,
- fournisseurs : 78%,
- clients : 79%,
- collectivités : 65%,
- organismes de formation : 57%.

3. Résultats de l'enquête

54% pour toutes les entreprises d'un territoire dont :

- organisations de l'artisanat : 52%,
- organismes publiques : 62%,
- collectivités : 54%,
- clients : 53%,
- organismes de formation : 50%,
- fournisseurs : 43%.

38% pour chaque entreprise dont :

- collectivités : 46%,
- organismes de formation : 43%,
- organisations de l'artisanat : 35%,
- clients : 32%,
- fournisseurs : 30%,
- organismes publiques : 14%.

- Les organismes qui privilégient une approche par branche :

Pour les organismes publics, les conseils régionaux et généraux, les fournisseurs :

- l'approche par branche permet de ne pas créer de distorsion de concurrence,
- elle permet une meilleure crédibilité avec des actes concrets et adaptés,
- elle permet d'aller plus loin pour des raisons de cohérence des problèmes rencontrés et des solutions à apporter.
- l'approche territoire est plus facile pour lancer une expérimentation et l'approche filière pour identifier des problématiques communes aux entreprises d'un territoire donné.

- Les organismes qui privilégient une combinaison des deux approches :

Pour les communes, les parcs naturels, les clients, les organismes de formation, il faut prendre en compte soit successivement, soit en même temps, l'ensemble des approches, en fonction des problématiques spécifiques à un territoire ou à une profession.

Cela peut permettre de diminuer la disparité territoriale. Par exemple, pour des métiers comme l'automobile ou le bâtiment, l'angle d'attaque est plutôt l'activité, car ces filières sont très structurées. Par contre dans les métiers de l'alimentaire, une action par territoire pourrait être plus pertinente.

La mise en oeuvre se fait d'abord par quelques entreprises pilotes, sur certains secteurs plus prioritaires que d'autres, puis à l'échelle d'un territoire. La notion de "Pays" semble être une bonne échelle.

Pour la DIACT (ex DATAR), l'approche par territoire permet de travailler sur une approche en boucle courte de production-vente. La priorité est de baisser la densité énergétique dans les bâtiments, les transports et les entreprises, et de travailler sur une approche modifiant les flux consommateurs d'énergie. Concernant l'approche filière, il faut travailler sur une alliance entre les producteurs de déchets qui peuvent être recyclés et les entreprises utilisant ces matériaux recyclés (écosystèmes artisanaux).

L'approche par territoire est plus facile, car les artisans sont intégrés dans le tissu économique local. L'approche sectorielle permet d'aborder de manière plus spécifique la problématique environnementale.

- Concernant l'approche individuelle :

Même si elle n'apparaît pas de manière privilégiée, certains organismes rappellent qu'à la base, le développement durable démarre par une réflexion individuelle au sein des entreprises.

Pour les clients, certains artisans peuvent être moteurs sur ce sujet comme le sont certaines grandes entreprises. Le développement durable est une question de sensibilité personnelle, plus que de taille de l'entreprise.

3. Résultats de l'enquête

3.2.5. Partenariats possibles pour l'application du développement durable dans l'artisanat

Les résultats sont présentés en balayant les réponses des parties intéressées aux 3 sous-thèmes de ce volet.

Développer des actions de concertation et de partenariat avec l'artisanat (1) : 75 % des parties intéressées pensent développer des actions de concertation et de partenariat avec le milieu de l'artisanat.

Les organismes publics pour le moment restent sur des partenariats déjà existants :

- les délégations ADEME et les Agences de l'eau souhaitent poursuivre les opérations collectives traditionnellement menées sur les déchets dangereux,
- les Caisses régionales d'assurance maladie souhaitent poursuivre la réalisation de conventions d'objectifs avec les organisations professionnelles, pour l'évaluation des risques professionnels et l'animation de formations,
- le ministère de l'éducation nationale, souhaite continuer à appuyer des actions menées en partenariat avec des écoles, des CFA et des associations d'artisans, telles que les opérations "écoles ouvertes", "Envie d'Agir", "1000 défis pour ma planète".

A noter que la Direction générale de l'industrie, des technologies de l'information et des postes (DIGITIP) serait prête à associer l'artisanat à l'élaboration d'outils de sensibilisation au développement durable, déclinés du SD 21000.

Certaines délégations régionales au commerce et à l'artisanat soulignent le fait que la superposition des politiques publiques conduit à leur absence de pérennité, ce qui va à l'encontre des principes de développement durable.

Les organisations professionnelles souhaitent majoritairement développer des actions aussi bien avec leurs branches professionnelles qu'avec les chambres de métiers et de l'artisanat.

Les chambres de métiers développent majoritairement des actions avec les professions, et également avec d'autres chambres de métiers.

La majorité des collectivités locales développe ou souhaite développer des actions de concertation et de partenariat avec le milieu de l'artisanat, essentiellement dans le domaine de l'environnement (gestion des déchets, éco-matériaux, HQE, valorisation du patrimoine bâti, promotion des produits du terroir, intégration d'un volet artisanat dans les agendas 21).

La moitié des fournisseurs envisage des actions de concertation aussi bien avec les organisations professionnelles qu'avec les chambres de métiers.

Les banques sont intéressées par des partenariats tels que l'organisation de campagnes d'information des artisans et des particuliers, le développement d'offres de prêts à taux préférentiels pour des investissements écologiques ou pour favoriser la transmission des entreprises artisanales.

Cette position rejoint celle de la Délégation interministérielle à l'aménagement et à la compétitivité des territoires, qui estime que les chambres de métiers doivent travailler avec le secteur bancaire pour créer des modes de financements relais pour les investissements.

Certaines compagnies d'assurance sont prêtes à appuyer tout label professionnel valorisé par les organisations de l'artisanat, et à travailler de manière concertée sur la sécurité.

3. Résultats de l'enquête

Pour les clients peu d'actions partenariales sont actuellement envisagées. Une concertation serait peut-être à bâtir au plan national sur les obstacles à la consommation.

Les attentes des parties prenantes (2) : les parties intéressées ont des attentes ou des exigences vis-à-vis des artisans en tant que :

- fournisseurs ou prestataires (35%), qui portent d'abord sur les domaines environnemental (30%) et économique (29%) puis sur le social (21%) ;
- partenaires (34%), qui portent à égalité sur les trois volets (25%) ;
- administrés (28%), qui portent d'abord sur les domaines environnemental (23%) et social (21%) puis sur le domaine économique (17%) ;
- client (25%), qui portent d'abord sur le domaine économique (21%), puis sur les domaines environnemental (16%) et social (14%).

80% des parties intéressées pensent avoir à l'avenir des exigences, attentes ou besoins spécifiques vis à vis des artisans, qui porteront d'abord sur le domaine environnemental (67%), puis sur le domaine économique (60%) et enfin sur le domaine social (54%).

Les organismes publics ont, dans le cadre d'une relation avec les artisans en tant qu'administré ou partenaire :

- pour presque un tiers, des exigences sociales et environnementales,
- pour moins de 20%, des exigences économiques.

Ils souhaitent, en général, saisir l'opportunité du développement durable pour faciliter l'adaptation des artisans à la réglementation, voire l'anticiper.

Les organisations de l'artisanat ont plutôt des attentes que des exigences vis-à-vis de leurs adhérents sur les trois volets .

Ils attendent, par exemple, que les artisans aient une démarche vers une clientèle moderne, s'ouvrent à de nouveaux marchés, qu'ils aient la volonté de moderniser leur entreprise pour qu'elle soit plus pérenne, qu'ils expriment plus explicitement leurs besoins afin de leur donner satisfaction.

Les collectivités ont des attentes prioritairement environnementales quel que soit le type de relation qu'elles ont avec les artisans, (entre 30% et 45%), puis économiques et sociales (30%).

Les parcs attendent des artisans la prise en compte de l'environnement dans leurs processus de fabrication, dans l'intégration paysagère de leur entreprise, au niveau de l'énergie.

Les communes attendent des artisans :

- en tant que fournisseurs : le respect des clauses de marché,
- en tant que clients et administrés : une bonne gestion des déchets,
- en tant que partenaires : la participation des artisans au dynamisme collectif.

Les conseils régionaux et généraux attendent des artisans :

- en tant que fournisseurs : une réalisation conforme à la demande,
- en tant qu'administrés : la mise en place de bonnes pratiques (environnement, hygiène, amélioration des conditions de travail),
- en tant que partenaires : un développement économique local intégrant l'environnement, le développement de l'emploi, le respect des salariés et des conditions de travail.

87% des collectivités ont pour l'avenir des attentes vis-à-vis des artisans concernant les trois volets.

3. Résultats de l'enquête

Les Parcs marquent une attente particulière vis-à-vis de l'artisan en tant que prescripteur, favorisant l'utilisation des matériaux locaux, des énergies renouvelables, soucieux de la pérennité de son entreprise et de sa transmission.

Les communes montrent une attente particulière vis-à-vis de l'artisan, en tant que partenaire de leurs actions, avec un accent mis sur la prise en compte de l'environnement.

Les conseils régionaux et généraux marquent une attente particulière vis-à-vis de l'artisan en matière d'emploi, d'animation économique du territoire, de développement local.

Les schémas régionaux de développement économique devraient comprendre des mesures concrètes sur les trois piliers du développement durable. Certains conseils régionaux ont manifesté leur souhait d'aider à la préservation des métiers traditionnels.

A l'heure actuelle, 80% des fournisseurs ont des exigences d'ordre économique vis-à-vis des artisans en tant que clients, mais également pour presque la moitié, des exigences sociales (43%).

A l'avenir, un tiers d'entre eux va avoir plus d'exigences en matière environnementale.

A l'heure actuelle, les exigences des clients vis-à-vis des artisans portent sur les trois domaines : économique (63%), social (58%) et environnemental (40%).

A l'avenir, les exigences porteront plus fortement sur l'environnement (63%) et un peu moins sur le social (47%).

Les organismes de formation ont des exigences vis-à-vis des artisans en tant que partenaires sur les volets économique et social (50%) et également sur le volet environnemental (30%).

Les attentes des artisans :

Les artisans expriment vis-à-vis de l'ensemble des parties intéressées, des attentes prioritairement économiques, que ce soit en tant que clients (28%), partenaires (23%), fournisseurs et administrés (20%).

Dans une moindre mesure, ils ont également des attentes sur le plan social en tant que partenaires (14%) et administrés (12%) vis-à-vis des fournisseurs, des organismes de formation et des organisations de l'artisanat.

Les attentes en matière environnementale restent faibles dans tous les cas de figure (7%) et s'adressent essentiellement aux organisations de l'artisanat et aux collectivités (attentes en matière d'outils, de conseil, de dérogations sur le plan réglementaire).

3. Résultats de l'enquête

3.2.6. Synthèse de la vision des parties intéressées à propos de l'artisanat et du développement durable

Vision et intégration du développement durable par les parties intéressées

Le développement durable apparaît comme un concept mobilisateur pour l'ensemble des parties intéressées, puisque la quasi-majorité d'entre elles est déjà engagée ou va s'engager dans des actions en interne et en externe.

Beaucoup de parties intéressées sont encore au stade de la réflexion, du diagnostic pour la mise en place d'une politique de développement durable. Mais elles démarrent en même temps, quelques actions simples et visibles, notamment en matière de réduction des consommations d'énergie et des fournitures.

L'aspect social commence à être pris en compte comme la souplesse des horaires, l'adaptation des postes de travail, la formation, l'organisation des tâches.

Pour la plupart des organismes, les actions externes n'ont pas toujours un affichage développement durable mais y concourent largement : les actions environnement sont souvent la clé d'entrée, liées avec les actions économiques.

Les fournisseurs tels que les banques et les compagnies d'assurance développent des actions innovantes et expérimentales pour le financement ou l'assurance des investissements écologiques.

Les associations de consommateurs sont très actives depuis longtemps, dans certains domaines qui relèvent du développement durable, en participant à des groupes de travail européen ou internationaux, en menant des actions fortes d'information des consommateurs sur les questions énergétiques ou l'achats de produits et de services écologiques.

Vision et connaissance de l'artisanat par les parties intéressées

L'ensemble des parties intéressées connaît bien les organisations représentatives de l'artisanat, chambres de métiers et organisations professionnelles.

Elles sont moins en rapport avec les associations locales de commerçants.

Elles ont, en général, peu de relations directes avec les artisans, sauf avec les artisans du bâtiment dans le cadre d'appels d'offre.

En termes de représentation, l'artisanat est avant tout un acteur du développement local, et un transmetteur de savoir-faire.

Le côté créateur d'emploi de l'artisanat est un aspect important pour les collectivités territoriales et pour les fournisseurs : l'artisanat représente un élément fort de la dynamique de territoire en tant qu'entité économique.

La qualification de chef d'entreprise et d'homme de l'art est plus importante pour les organisations professionnelles et les clients, même s'ils voient de plus en plus l'artisan comme un chef d'entreprise à part entière, participant à la dynamique économique locale.

Le côté métier apparaît également fortement pour les organismes de formation, sous l'angle de l'apprentissage, de la transmission des valeurs.

Alors que pour les artisans l'aspect métier, l'amour du travail bien fait, la qualité du service, le conseil priment avant tout, pour les parties intéressées, c'est plutôt le volet insertion dans le tissu économique et social local, la reconnaissance du savoir-faire artisanal et la transmission des savoir-faire, qui sont mis en avant.

3. Résultats de l'enquête

Les parties intéressées ont, quelles que soient les catégories, des relations avec les artisans, aussi bien en tant que partenaires, que clients, fournisseurs ou administrés, même si cela est dans des proportions différentes d'une catégorie d'acteur à l'autre.

Vision du rôle de l'artisanat dans les domaines de non durabilité

Le changement climatique

L'artisanat a un rôle indéniable dans une utilisation rationnelle des ressources énergétiques : quelle que soit leur activité, tous les artisans peuvent agir au niveau de leurs pratiques quotidiennes, comme tout un chacun.

Par contre, c'est surtout l'artisan du bâtiment qui est identifié comme un des principaux acteurs pour être prescripteur de bonnes pratiques auprès des clients et des consommateurs, l'artisan de l'automobile venant en deuxième position.

Mais l'artisan n'est pas assez mobilisé pour jouer ce rôle, par manque d'information, de marge de manoeuvre et parce que sa prescription est forcément biaisée par le gain économique.

La prescription reste également difficile, car le marché n'existe pas encore vraiment.

Concernant l'innovation, les artisans sont jugés plutôt comme utilisateurs ou diffuseurs de technologies innovantes et moins comme concepteurs.

La santé publique

L'artisan a un rôle à jouer en matière de santé publique, mais nettement moindre par rapport au changement climatique.

Sont essentiellement concernés les artisans de l'alimentaire (proposer des aliments sains et non allergogènes) puis les artisans du bâtiment (utiliser ou conseiller des matériaux non toxiques, mise en sécurité minimum des logements).

D'autres professions ont également un rôle à jouer, comme celles de l'automobile (conseil pour un véhicule sûr et peu polluant) et pour les professions du bois (conservation du patrimoine forestier), mais elles sont moins bien repérées comme telles par les parties intéressées.

Ces comportements ne sont pas encore assez développés mais en voie d'amélioration.

En ce qui concerne les pratiques quotidiennes, les parties intéressées, notamment les clients, estiment très important que l'artisan respecte la sécurité du personnel.

La lutte contre l'exclusion et l'insertion sociale

L'artisanat a un rôle à jouer dans la lutte contre la pauvreté et l'exclusion sociale d'abord en tant que formateur, maître d'apprentissage, ensuite en tant que créateur d'emploi.

Ce rôle d'insertion cible plutôt un public de jeunes en échec scolaire, que des adultes en situation d'exclusion.

L'insertion sociale se heurte par ailleurs à un problème de seuil, de taille critique de l'entreprise.

Cependant, les partenaires mettent en exergue que, le rapport plus individualisé qu'a l'artisan avec le jeune en difficulté, lui permet de faire passer plus facilement des messages que dans le cadre d'une pédagogie classique.

Pour les organisations de l'artisanat, l'insertion d'un public en difficulté n'est pas son rôle principal ni un but en soi.

L'artisan joue un rôle important en milieu rural, pour le maintien d'une activité économique.

3. Résultats de l'enquête

Le vieillissement de la population

L'artisanat est déjà confronté à son propre vieillissement ce qui pose le problème crucial de la transmission et reprise d'entreprises artisanales, qui est une priorité des pouvoirs publics et des organisations de l'artisanat.

L'artisanat a également un rôle à jouer auprès des personnes âgées mais il faut qu'il sache se positionner sur des nouveaux services de proximité.

La gestion des ressources naturelles

Les avis sont assez partagés suivant les parties intéressées :

- une première catégorie ne croit pas à l'éco-conception dans l'artisanat et mais plutôt à un artisanat prescripteur de produits éco-conçus par ailleurs.
- une deuxième catégorie croit que l'éco-conception doit être développée dans l'artisanat, en aidant les entreprises à récupérer progressivement leur marge en amont des filières : cela passe par de l'information et des actions collectives.
- une troisième catégorie croit à la possibilité des artisans de faire de l'éco-conception en jouant sur une matière première éco-gérée, mais également au niveau du savoir-faire dans la transformation qualitative des produits et services.

La protection des écosystèmes relèvent plus des bonnes pratiques en matière de gestion des déchets.

Les transports

L'artisanat n'a pas de rôle à jouer dans l'organisation des transports, cela relève plutôt du rôle des collectivités territoriales, à l'exception de deux professions, plus particulièrement concernées :

- les taxis qui pourraient appuyer une meilleure coordination des modes de transports, publics et privés,
- les artisans du bâtiment, qui pourraient avoir une meilleure gestion de leurs chantiers en réduisant leurs déplacements.

Par contre, le rôle de l'artisanat est plus perceptible dans l'urbanisme et l'aménagement du territoire : son intervention au niveau local est vitale pour tout ce qui concerne l'accès des clients aux magasins, les lieux de stationnement, également pour des approvisionnements et des livraisons en circuit court.

L'élaboration des instruments d'une politique de développement durable

Les pouvoirs publics et les collectivités territoriales sont loin d'être unanimes sur le rôle que pourraient jouer l'artisanat et ses organismes représentatifs dans l'élaboration des instruments d'une politique de développement durable ; ils constatent simplement leur manque de réflexe pour les y associer.

Les organisations professionnelles reconnaissent cependant un effort des pouvoirs publics en la matière au cours de ces dernières années, ce qui leur permet d'envisager très en amont des actions d'information et d'accompagnement des artisans.

Concernant l'information et la formation du public au développement durable, l'artisanat est majoritairement identifié comme un relais, à même d'expliquer et de justifier le concept.

Il doit se l'approprier préalablement et sensibiliser les consommateurs par l'exemplarité et les bonnes pratiques ; mais ce n'est pas son rôle "d'éduquer".

Il est reconnu comme ayant la capacité à élaborer des pratiques innovantes, étant en contact avec les consommateurs.

3. Résultats de l'enquête

L'intégration des trois piliers

Même si l'approche volontaire est citée majoritairement, c'est bien souvent une combinaison des deux qui est souhaitée, car il faut donner envie mais aussi donner un cadre, des repères.

Sont recommandés des indicateurs d'évaluation et des incitations fortes, ainsi qu'une valorisation des démarches.

Concernant l'approche globale ou partielle, les positions ne sont pas non plus aussi tranchées : il ne faut pas tronquer la démarche sinon ce n'est plus du développement durable, mais il faut aussi avancer pas à pas.

Pour l'approche normative les opinions sont très divisées :

- ceux qui sont "contre", estiment que le développement durable est une démarche de progrès antinomique avec la norme, et qu'elle peut être assimilée au réglementaire.
- ceux qui sont "pour", estiment que la normalisation permet de cadrer et de maîtriser la prise en compte globale, de "vendre" le produit développement durable mais elle doit être adaptée à l'artisanat.

Pour les organisations de l'artisanat, les organismes publics, les clients et les fournisseurs, les conseils régionaux, le développement durable est à mettre en œuvre de préférence par branche d'activité professionnelle, pour des raisons de cohérence des problèmes rencontrés et des solutions à apporter. Cela permet de ne pas créer de distorsion de concurrence.

Pour les autres, collectivités locales et organismes de formation, la position est moins tranchée : telle ou telle approche est à privilégier, en fonction des problématiques spécifiques à un territoire ou à une profession.

Il ne faut pas oublier qu'à la base, le développement durable démarre par une réflexion individuelle au sein des entreprises.

Vision des parties intéressées sur l'approche que l'artisanat devrait faire du développement durable

Un tiers des parties intéressées a des exigences vis-à-vis des artisans quel que soit le type de relation et leurs exigences couvrent les trois domaines économique, environnemental et social, même si cela est dans des proportions différentes.

La relation avec l'artisan en tant que fournisseur, privilégie des exigences ou attentes environnementales et économiques.

La relation avec l'artisan en tant que client, privilégie des exigences essentiellement économiques, mais c'est là où le moins d'exigences sont exprimées.

La relation l'artisan en tant qu'administré, privilégie des exigences ou attentes environnementales et sociales.

La relation avec l'artisan en tant que partenaire marque des exigences dans les trois domaines, économique, environnemental et social.

Les parties intéressées auront à l'avenir pour 80% d'entre eux, plus d'exigences dans les trois domaines.

Partenariats possibles pour l'application du développement durable dans l'artisanat

La majorité des parties intéressées a déjà un partenariat opérationnel avec les organisations de l'artisanat, notamment chambres de métiers et organisations professionnelles. Un tiers envisage de nouvelles actions, ce qui montre une certaine pérennité de ce partenariat et son bon fonctionnement. Le partenariat avec les clients des entreprises est un peu moins connu du secteur et mériterait d'être mieux développé à l'avenir.

[Sommaire](#)

4. Les outils existants

4.1. Outils et démarches spécifiques au développement durable

Le guide SD 21000, pour le développement durable des entreprises

Le guide SD21000 a été réalisé dans le but d'élaborer des recommandations pour la prise en compte des enjeux de développement durable dans la stratégie et le management des entreprises (de toutes tailles), administrations, organisations diverses... pour le bien de tous.

Le guide SD21000 constitué, à l'origine, en grande partie sur les bases de la norme ISO 9004, a fortement évolué. Ce document se veut donc un guide de bonnes pratiques et non pas la préparation à l'établissement d'une nouvelle norme.

Les valeurs de développement durable ne se limitent pas uniquement aux notions économiques, sociales et environnementales. Le guide SD21000 précise les notions indispensables pour atteindre ces valeurs. Il met en exergue l'ambition des résultats, l'intégration en amont des stratégies et les synergies à mettre en place.

Il se décompose en deux parties :

- La première a pour objectif d'apporter une aide à la réflexion initiale, lors de l'élaboration de la politique et de la stratégie de l'entreprise. Cette partie expose les conséquences les plus probables de ce principe de politique à l'échelle planétaire sur la vie et le fonctionnement des entreprises,
- La deuxième porte sur la mise en œuvre de la démarche et vise à faciliter les choix liés au développement durable en proposant des recommandations hiérarchisées visant à aider l'entreprise à fixer ses objectifs. Elle apporte aussi des éléments plus opérationnels à intégrer dans le management et la mise en œuvre des moyens de l'entreprise pour atteindre ses objectifs.

Pour chacune des entreprises, les enjeux sont différents et varient en fonction de leurs activités et de leurs situations géographiques. Ces enjeux sont déterminés en fonction des réflexions avec les parties intéressées au sens large de l'entreprise et la prise en compte d'enjeux pour les générations futures et de principes comme celui de précaution.

(source AFNOR : <http://www.afnor.fr>)

4. Les outils existants

Guide pour la prise en compte des enjeux du développement durable dans la stratégie et le management des collectivités territoriales (guide X30 022) :

Il s'agit en fait d'une adaptation du référentiel SD21000 au contexte de l'action des collectivités territoriales.

Ce guide vise à aider les collectivités locales à articuler leurs différentes politiques économique, environnementale, sociale, en matière de préservation du patrimoine, de la qualité de l'air, de l'eau, des paysages, d'habitat,...et de les aider à les appréhender de manière intégrée, afin de limiter les impacts négatifs sur le développement durable.

En effet, l'enjeu de ce guide est de favoriser l'interdépendance dans la définition et la mise en œuvre de ces politiques. Ainsi, il est apparu qu'une collectivité ne pouvait plus mener un projet de façon sectorielle et cloisonnée.

Concernant plus particulièrement les entreprises, les collectivités sont amenées, dans le cadre de ce guide, à comprendre les problèmes qu'elles rencontrent pour la mise en œuvre du principe de développement durable, à prendre en compte leurs besoins spécifiques liés à cette démarche et à établir des nouveaux modes de fonctionnement.

L'adaptation du guide SD21000 au contexte des collectivités territoriales, laisse à penser une possible adaptation au contexte de l'artisanat.

La méthode FAR-DD pour prendre en compte le principe de développement durable

Cette méthode est promue par la fédération des associations régionales du mouvement français pour la qualité

Site Internet : <http://www.mfq.asso.fr/>

"Développement durable" et "responsabilité sociétale" sont des mots de plus en plus fréquemment prononcés dans le milieu des dirigeants d'entreprises et depuis déjà quelques années, dans les PME/PMI.

Depuis deux ans, l'Institut Qualité Management, dans le cadre de son groupe de travail "entreprises et développement durable", s'est fixé comme objectif de concevoir une méthode, permettant à tout organisme, de prendre en compte les deux concepts, sans délai et dans ses modes de fonctionnement existants; quel que soit l'état de ses pratiques managériales et opérationnelles.

Ceci en partant du constat que, la prise en compte des principes du développement durable par une entreprise est d'abord un problème d'écoute attentive du marché (dans toutes ses dimensions) et d'intelligence commerciale, et s'appuie sur les pratiques classiques de prise de décision par évaluation des risques et des opportunités.

C'est la finalité de la "méthode FAR/IQM" et de ses premiers outils, soutenus par le ministère de l'Industrie.

Cette méthode demande essentiellement au chef d'entreprise d'examiner son marché avec ses modes habituels et classiques d'analyse (évaluation des risques et des opportunités, forces et faiblesses) et de prise de décision. Les conclusions qu'il en tire, les actions qu'il décide de mettre en route, découlent des pratiques que tout chef d'entreprise applique périodiquement pour actualiser sa politique et ses objectifs.

4. Les outils existants

Du fait de l'impact croissant du développement durable, les vraies nouveautés de la démarche résident dans l'ampleur inhabituelle des évolutions à prendre en compte : tant en ce qui concerne les catégories d'acteurs, que les caractéristiques de leurs exigences et attentes. S'ajoutent également, le nécessaire élargissement du champ d'observation et d'analyse du marché dans le temps et dans l'espace, les dimensions des risques encourus et des opportunités offertes.

Pour être pertinente et conduire au succès et à la performance, la politique de l'entreprise doit désormais répondre à un savant dosage d'exigences économiques, environnementales et sociales et être garante de sa responsabilité sociétale.

Il faut rappeler toutefois que l'exigence première pour l'entreprise est d'assurer sa survie par le maintien durable de sa compétitivité.

Pour la mise en route de cette nouvelle politique, les deux facteurs dominants restent la qualité d'écoute du marché et la capacité d'adaptation de l'entreprise.

A moyen-terme, apparaît le besoin d'une profonde remise en cause de la culture de l'entreprise, de son champ de responsabilité vis-à-vis de la société : les modes de relations de l'entreprise avec les parties intéressées (clients, partenaires, associations, tissu économique local, monde légal et réglementaire, politique...) sont à reconcevoir dans l'intérêt de tous. Puis se fera sentir la remise en cause de certains produits et modes de production, où la capacité d'innovation et de création deviendra un facteur majeur de progrès.

La méthode propose ainsi un guide pour un état des lieux approfondi de l'entreprise et de son marché, avec une première hiérarchisation des problèmes et des actions à entreprendre. Elle propose également, un outil d'évaluation de la progression de l'entreprise dans sa démarche de prise en compte du développement durable, avec deux indicateurs :

- l'indicateur d'écoute du développement durable (écoute du marché),
- l'indicateur d'adaptabilité de l'entreprise aux évolutions.

4.2. Outils et démarches qualité, sécurité et environnement (ciblés sur les PME-PMI)

Guide du MEDEF sur le " développement durable et les PME"

L'objectif de ce guide est de sensibiliser les PME au développement durable et, pour ce faire, dresse le tableau des questions qu'elles doivent se poser avant de s'y engager.

La démarche de développement durable s'appuie sur le principe d'amélioration continue, qui nécessite un management global et à long terme de l'entreprise.

Les règles sont simples :

- Engagement de la direction : le développement durable est un engagement visible du dirigeant exprimé à travers une stratégie claire,
- Satisfaction totale de la clientèle : celle-ci peut faire l'objet de tests réguliers,
- Vision à long terme,
- Travail d'équipe et partenariats avec les employés, les fournisseurs et les clients,
- Participation et satisfaction des employés : diversité des tâches et responsabilisation,
- Formation permanente pour l'ensemble des salariés,
- Suivi des données relatives aux impacts de l'activité,
- Comparaison par rapport à ses principaux concurrents,
- Transparence envers les employés, les fournisseurs et les clients,
- Vérification des améliorations attendues.

Sommaire

4. Les outils existants

Les bonnes pratiques :

- Evaluer régulièrement les besoins en formation de l'ensemble des salariés,
- Savoir reconnaître et récompenser les comportements innovants au sein de son entreprise,
- Exploiter les ressorts de la propriété industrielle grâce au brevet.

Source : Site Internet du MEDEF : http://www.medef.fr/staging/medias/upload/51418_FICHER.pdf

L'approche développement durable dans les chambres de commerce et d'industrie :

Les CCI mènent actuellement des actions de sensibilisation des PME à cette nouvelle approche. Une plaquette d'information a été diffusée en ce sens, mettant en exergue les services proposés par les CCI et les partenariats établis avec le Comité 21 et l'ADEME.

Cette plaquette met en avant les facteurs de réussite pour tendre vers le développement durable :

- s'appuyer sur la conduite de projet,
- élargir le champ des acteurs concernés et intégrer leurs attentes,
- tenir compte de l'influence de ces acteurs pour identifier leurs attentes prioritaires,
- réunir dans un même programme des actions relevant de l'équité sociale, du respect de l'environnement et de la performance économique.

Cela se traduit de manière concrète par :

- Mieux répondre aux nouvelles exigences des clients en matière environnementale et sociale :
- Mettre en place une organisation efficace d'écoute des clients,
- Faire évoluer ses procédés de fabrication, ses produits ou ses services,
- Etablir une relation de confiance.

- Accroître la motivation et l'implication des salariés :

- Réaliser des diagnostics des ressources humaines,
- Prévenir les risques en interne,
- Favoriser une politique sociale.

- Développer les synergies territoriales :

- Nouer des partenariats,
- Faire connaître et reconnaître son activité auprès des acteurs locaux,
- Bénéficier des politiques locales de développement durable.

Source : site Internet de l'ACFCI : www.acfci.cci.fr

Les autres outils à disposition des entreprises

GRI : initiative internationale et multipartite à l'origine des lignes directrices pour l'élaboration des rapports de développement durable par les entreprises.

SA 8000 : standard social garantissant les droits minima des travailleurs et pouvant faire l'objet d'un audit par un organisme indépendant.

AA 1000 : norme permettant de mesurer les performances sociales/sociétales et éthiques d'une entreprise par rapport à des critères objectifs.

4. Les outils existants

ISO 14001, 14004, 14010 et 14030 : normes de management, de performance et d'audit environnemental des organismes.

EMAS : système de management européen de l'environnement.

Les principes de l'OCDE relatifs au gouvernement d'entreprise : un standard minimum établi en 1999 au sein de l'OCDE.

Pacte mondial des Nations Unies : initiative lancée par le Secrétaire Général des Nations Unies, Kofi Annan, qui prévoit le respect par les entreprises de 9 principes (droits de l'Homme, du travail et à l'environnement).

4.3. Outils et démarches de progrès (origine artisanale)

Cycle d'amélioration des performances de l'entreprise artisanale (CAPEA)

Les chambres de métiers et de l'artisanat sont en mesure de proposer une offre de démarche de progrès répondant aux exigences suivantes :

- offrir une possibilité d'accompagnement à l'ensemble des entreprises artisanales,
- avoir une offre en synergie avec celle des organisations professionnelles.

CAPEA a été conçu de façon à ce que toutes les entreprises puissent se l'approprier et a été développé à partir des expériences remarquables du réseau des chambres de métiers et de l'artisanat.

Cette proximité avec la réalité du terrain a permis de développer un dispositif proche de la problématique des chambres, en couvrant un large champ d'intervention allant du diagnostic d'entreprise jusqu'à des accompagnements lourds, associant conseil et formation avec une approche transversale de l'entreprise.

CAPEA est avant tout une démarche de progrès moderne et intégrée de l'entreprise, qui prend en compte l'ensemble des problématiques du développement durable : économiques, sociales, environnementales.

C'est ainsi que le diagnostic prend en compte l'environnement, la sécurité et l'hygiène. Egalement, dans le dernier cycle, à savoir CAPEA Développement, le projet d'entreprise est bâti en prenant en compte des actions en matière environnementale et sociale.

Enfin, il convient de noter que ce nouveau dispositif intègre une technicité moderne de l'entreprise par l'approche processus, le rapprochant en cela de l'ISO 9000 version 2000.

CAPEA est un dispositif flexible pour répondre aux attentes du plus grand nombre :

Il est préconisé que chaque entreprise participe au module de sensibilisation et de diagnostic, CAPEA diagnostic. Ce diagnostic peut éventuellement intervenir également en amont de la sensibilisation, ce qui permet aux chambres de convaincre plus aisément les chefs d'entreprises de s'engager.

A l'issue de CAPEA diagnostic, en fonction des résultats du diagnostic, la chambre de métiers peut proposer à l'entreprise 3 possibilités :

4. Les outils existants

OPTION 1 : CAPEA initiative

Cette option a pour vocation de faire prendre conscience au chef d'entreprise de l'importance de maîtriser les dysfonctionnements et les risques et donc son management, de mettre en œuvre quelques outils simples d'organisation.

La chambre propose à l'entreprise un mini plan d'action à mettre en place, puis une nouvelle évaluation est réalisée après un accompagnement de 2 à 3 _ journées sur un semestre.

OPTION 2 : CAPEA action

L'objectif pour l'entreprise est d'être capable de maîtriser son système de management. Les entreprises de moins de 5 salariés sont le cœur de cible de ce dispositif.

CAPEA action se déroule sur dix jours : 5 jours de formation (+ ou - 1 jour) et 5 jours d'accompagnement individuel (conseil), + ou - 1 jour).

CAPEA action est articulée autour de cinq grandes thématiques :

- Préparer l'avenir,
- Améliorer son organisation,
- Améliorer la gestion de l'entreprise,
- Motiver ses salariés,
- Connaître les exigences légales et normatives.

OPTION 3 : CAPEA développement

Ce dispositif s'adresse aux entreprises déjà structurées ayant un effectif supérieur à 5 salariés, maîtrisant leur système de management ou sortant de la démarche CAPEA action. Il s'inscrit résolument dans le courant actuel du développement durable, puisque qu'il permet de construire son projet d'entreprise en incorporant les dimensions économique, sociale et environnementale.

L'objectif est de permettre à l'entreprise d'aller soit vers une certification, soit de l'accompagner dans la mise en place d'un système de management optimisé, vers l'excellence.

CAPEA développement se déroule sur 24 jours : 12 jours de formation et 12 jours d'accompagnement individuel par un consultant (+/- 3 jours).

Basée sur une approche innovante, CAPEA développement est articulée autour des neuf grandes activités de l'entreprise :

- Le rôle moteur du chef d'entreprise,
- Construire son projet d'entreprise,
- Quel est mon métier ? Qui sont mes clients ?
- Assurer la performance des ressources humaines,
- Permettre à l'entreprise de créer plus de valeur,
- Assurer la fiabilité des processus,
- Rechercher la performance de l'entreprise,
- Mesurer les résultats obtenus,
- Conduire l'entreprise vers l'excellence.

Un module optionnel existe pour les entreprises souhaitant aller vers la certification ISO : formation à l'audit interne selon le référentiel ISO 19011

4. Les outils existants

Système de management environnemental par étape (en projet)

Le référentiel de management environnemental par étape, élaboré par l'ACFCI et AFNOR, a été approuvé par la commission de normalisation X30U "management environnemental", en avril 2005.

Ce document a pour objectif de faciliter l'accès des PME/TPE aux démarches environnementales, en leur proposant une méthodologie progressive et un dispositif de reconnaissance officiel.

Il repose sur trois niveaux de performance successifs, intégrant le principe d'amélioration continue. Chaque niveau est subdivisé en plusieurs étapes présentant les résultats à atteindre par l'organisme, une méthode indicative pour atteindre ces résultats, et des recommandations d'ordre pédagogique.

Chaque niveau peut faire l'objet d'une évaluation par tierce-partie.

Les trois niveaux sont les suivants :

- **Niveau 1** : lancement de la démarche par la direction ; analyse réglementaire préliminaire ; analyse environnementale préliminaire ; plan d'action ; mise en œuvre et suivi du plan d'action ; formalisation de l'engagement et revue de direction.
- **Niveau 2** : Politique environnementale ; exigences légales et autres exigences ; aspects environnementaux significatifs ; objectifs, cibles et programme ; maîtrise opérationnelle ; compétence, formation et sensibilisation ; préparation et réponses aux situations d'urgence ; revue de direction.
- **Niveau 3** : Ressources, rôles et responsabilités et autorité ; maîtrise opérationnelle, communication, surveillance, mesurage et évaluation de la conformité ; et de la non-conformité, actions correctives et actions préventives; documentation et enregistrements; audit interne; revue de direction.

Une expérimentation de ce référentiel va être conduite auprès de PME/TPE volontaires dans 6 régions pilotes à partir de janvier 2006 pour une période de 8 mois environ.

Les retours d'information résultants de ces expérimentations seront intégrés dans le référentiel et des recommandations viendront s'ajouter au texte, si nécessaire.

Ce document est complémentaire au référentiel ISO 14001, dont il reprend toutes les exigences. Il n'est pas destiné à se substituer à la norme internationale. Il peut en revanche faciliter l'accès de certaines PME/TPE à l'ISO14001, en permettant une approche progressive.

Module de sensibilisation des créateurs et repreneurs d'entreprises artisanales à la maîtrise des risques en matière de qualité, sécurité et environnement

Ce module a été réalisé par l'APCM, dans le cadre des travaux du groupe d'experts " développement durable ", avec l'appui des chambres de métiers et de l'artisanat.

L'objectif de ce module est de sensibiliser les futurs chefs d'entreprises à une approche liant l'ensemble des thématiques, qualité, environnement, santé et sécurité.

Il permet l'animation de stages de préparation à l'installation des futurs artisans sur cette thématique, et comprend une série de fiches métiers (plus d'une centaine) donnant les premières recommandations sur les trois volets QSE.

5. Les pistes d'actions

L'enquête réalisée auprès des partenaires souligne l'importance de proposer une approche globale aux entreprises artisanales, mais en même temps, préconise la politique " des petits pas ", avec une démarche progressive, qui va au rythme de l'entreprise.

En fait, il s'agit essentiellement pour les entreprises, mais également pour les chambres de métiers et de l'artisanat, d'apprendre à travailler autrement, d'appréhender la politique et le management d'entreprise autrement.

5-1 Un mode nouveau de gouvernance pour les élus, les directions des chambres de métiers et les organisations professionnelles de l'artisanat

Actuellement, les chambres de métiers et les organisations professionnelles de l'artisanat caractérisent les actions de développement durable essentiellement par des actions dans le domaine de l'environnement, alors qu'elles traitent depuis toujours, le volet économique et dans une moindre mesure, le volet social.

Les actions environnementales ne prennent généralement pas en compte les autres composantes économique et sociale du développement durable. A cet égard, l'agent en charge de l'environnement est, en général, l'agent en charge du développement durable.

Cette clé d'entrée n'est pas propre aux seules chambres de métiers, mais à l'ensemble des organismes publics ou privés qui affichent une politique de développement durable.

Afin d'appréhender tous les volets du développement durable, l'approche de l'entreprise est à envisager par les chambres de métiers et les organisations professionnelles, de manière plus transversale, sans pour cela créer un système complexe, de manière à donner toute la souplesse aux actions de conseil et d'accompagnement prodiguées par les chambres.

Tous les agents économiques, quelle que soit leur spécialité, ont un rôle à jouer pour promouvoir le développement durable auprès des entreprises.

Le sujet implique également une approche progressive pour les entreprises, mais également pour les chambres de métiers et les organisations professionnelles.

L'enjeu du développement durable appelle en premier lieu, un engagement fort des chambres de métiers dans une politique de promotion du développement durable auprès des entreprises artisanales et la mise en oeuvre d'actions crédibles et lisibles, afin que l'artisanat ait toute sa place dans les politiques publiques.

Cet engagement politique de l'ensemble des chambres pourrait se concrétiser au niveau national, par la signature, lors de la prochaine assemblée générale de l'APCM, d'une convention tripartite APCM, ministère de l'écologie et du développement durable et ministère des PME du commerce et de l'artisanat et des professions libérales.

L'appropriation par les élus et les directions des chambres du concept du développement durable pour l'artisanat nécessite que soit organisée au niveau national, toute une communication interne au secteur, qui mette en avant les enjeux pour l'artisanat, illustre son application à partir d'exemples de démarches remarquables d'entreprises et de chambres, et propose les pistes d'actions possibles.

5. Les pistes d'actions

En partant d'une approche plus intégrée de l'entreprise, la mise en oeuvre d'une politique de développement durable au sein du réseau des chambres de métiers peut s'appuyer sur :

- Des échanges entre les différentes commissions des élus des chambres de métiers et de l'artisanat et des prises de position communes :

On peut citer comme exemple de sujet commun à la commission formation et à la commission des affaires économique : l'insertion d'un module sur le développement durable, dans le cursus de formation initiale des apprentis ou dans la formation continue des artisans.

On peut également citer comme exemple de sujet commun entre la commission des affaires économique et la commission des affaires régionales et territoriales : l'application du développement durable dans les territoires ruraux ou urbains, par l'encouragement de la création de services de proximité, ou la fabrication de produits éco-conçus et vendus localement.

- Une nouvelle offre de services qui soit plus lisible pour les entreprises :

Les directions des chambres de métiers, souhaitant s'engager dans une politique de développement durable, seront très certainement amenées à réfléchir et à organiser progressivement l'ensemble de leur offre de service, de manière à lui donner cette cohérence exigée par le développement durable.

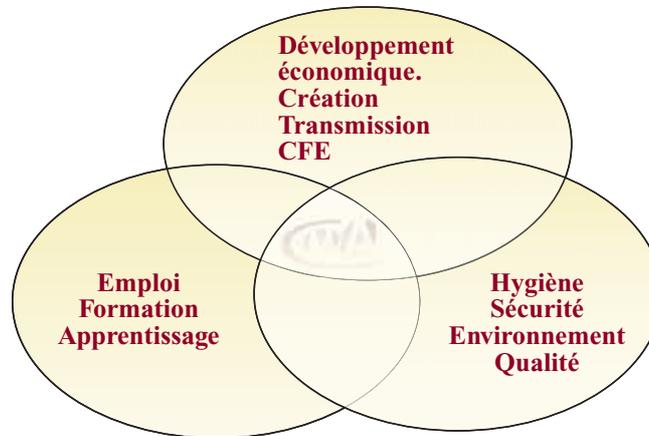
Une offre intégrée pour proposer une démarche intégrée ne veut pas dire un dispositif unique mais des actions convergeant vers le même objectif.

Des travaux sont actuellement engagés par l'APCM avec un groupe de secrétaires généraux sur ce point, qui devront prendre en compte les éléments suivants :

- la nécessité pour les chambres de garder le principe d'une équipe pluridisciplinaire, avec une prise en main du concept de développement durable par tous les agents et non pas seulement, par les agents environnement.
- la nécessité d'avoir une approche pluridisciplinaire en liant des thématiques telles que la mise en conformité environnementale d'une profession et la transmission d'entreprise.
- deux stratégies alternatives en termes de réponse aux sollicitations des entreprises :
 - la première proposant une réponse spécifique à toute demande d'entreprise, quel que soit le domaine,
 - la seconde proposant, en préalable à la réponse spécifique, une analyse globale à partir d'un diagnostic complet de l'entreprise. Cette analyse permettrait de resituer le problème soulevé par l'entreprise dans son ensemble, de déceler d'éventuelles problématiques supplémentaires, de les hiérarchiser, puis de proposer aux artisans les différentes compétences de la chambre.

5. Les pistes d'actions

A titre d'exemple, la chambre de métiers et de l'artisanat de l'Oise travaille à la réorganisation de ses services en trois pôles :



5-2 Les principales pistes d'actions ou de réflexion

Les actions à développer auprès des entreprises artisanales peuvent avoir comme clé d'entrée un des trois domaines, environnemental, social ou économique, et ensuite, très vite être liées aux deux autres domaines, pour se situer dans une logique de développement durable. Elles peuvent également avoir plus directement une clé d'entrée globale, abordant les trois domaines de manière simultanée.

5.2.1. Clés d'entrée thématiques, environnementale, sociale ou économique

- **la maîtrise de l'énergie dans les entreprises artisanales** : il s'agit d'aider les entreprises à réduire leur consommation énergétique au niveau de leurs pratiques quotidiennes.

Ce thème de l'énergie a un lien avec les autres domaines économique et social :

- avec l'économique : des économies financières sont réalisées par l'entreprise grâce à la baisse des consommations (modification des abonnements EDF et GDF, choix de machines moins consommatrices d'énergie, rénovation des locaux pour éviter les déperditions de chaleur, etc.) ;
- avec le social : ces modifications entraînent bien souvent une réorganisation du travail, des tâches, en fonction du nouvel aménagement de l'entreprise, une formation des salariés à l'utilisation des machines, à de bonnes pratiques pour réduire la consommation d'énergie.

Les actions des chambres peuvent s'appuyer sur les travaux menés depuis 2000 par le CNIDEP avec plusieurs professions de l'artisanat et sur l'étude sur la maîtrise de l'énergie dans les TPE, pilotée par la CAPEB en partenariat avec l'APCM, la société Alphéïs et l'ADEME, qui vient d'être achevée.

5. Les pistes d'actions

L'ensemble de ces travaux permet de proposer aux chambres de métiers, des recommandations à la fois méthodologiques pour le montage d'opérations sur la maîtrise de l'énergie, et des références techniques pour le conseil aux entreprises artisanales.

Ainsi, une action " maîtrise de l'énergie dans les TPE " peut s'intégrer de manière privilégiée, dans une opération territoriale déjà existante du type OPATB (opération programmée d'amélioration thermique et énergétique des bâtiments), OPAH (opération programmée d'amélioration de l'habitat), ORAC (opération de restructuration du commerce et de l'artisanat) FISAC (Fonds d'intervention pour la sauvegarde de l'artisanat et du commerce). Dans l'analyse qui sera faite de la maîtrise de l'énergie dans les entreprises, il faudra bien sûr, inclure la problématique des transports et plus largement, procéder par une approche globale dans la logique du développement durable.

Une action est également à mener auprès des artisans prescripteurs, afin de les sensibiliser à leur rôle de conseil auprès des clients et leur proposer un argumentaire. Ce volet prescripteur concerne essentiellement les artisans du bâtiment (à mener en partenariat avec les professions du bâtiment) et de l'automobile,(à mener en partenariat avec les professions de l'automobile).

- l'éco-conception : il s'agit de sensibiliser et d'aider les artisans à utiliser des matières premières éco-gérée (bois, farine, par exemple), mais également à adapter leur savoir-faire pour la transformation qualitative des produits et des services.

L'éco-conception doit permettre aux artisans de travailler dans un cycle d'achat-production- vente en boucle courte et de récupérer progressivement sur le plan économique, de la marge sur la vente de leurs produits, en se situant plus en amont des filières professionnelles.

La réflexion doit également prendre en compte la réparation et la maintenance des produits, et ne doit pas se limiter aux seules modalités de début et de fin de vie du produit. La promotion de l'éco-conception dans l'artisanat nécessite de s'appuyer sur des références et des techniques simplifiées, afin qu'elle puisse s'appliquer à l'artisanat. Ceci justifie l'élaboration d'un guide pour initier les artisans à l'éco-conception, en liaison avec le ministère de l'écologie et du développement durable, l'ADEME et les pôles d'innovation intéressés (Centre de ressources des techniques avancées d'Avignon).

- la gestion des déchets et des eaux usées pour la protection des écosystèmes : il s'agit de poursuivre les efforts déjà entrepris par les chambres de métiers avec les organisations professionnelles, en partenariat avec les collectivités territoriales, l'ADEME et les Agences de l'eau, pour informer les entreprises de la réglementation environnementale.

Ces efforts environnementaux intègrent déjà un volet économique, avec la recherche d'une réduction des coûts par la mise en place d'une démarche collective, la mise en concurrence des prestataires, la refacturation des dépenses à la clientèle et la mise en valeur des artisans qui s'engagent auprès de leur clientèle et du grand public.

Ces efforts devraient être complétés par un volet social.

Le volet social de ce type d'action pourrait comprendre, notamment, l'adaptation des savoir-faire des salariés aux nouvelles exigences, et le développement des relations avec les collectivités locales, pour faire connaître les efforts des professionnels et solliciter leur soutien.

- l'éco-construction et la haute qualité environnementale : il s'agit d'être partenaire des organisations professionnelles pour informer et former des artisans, afin qu'ils soient qualifiés, pour répondre à la demande croissante des maîtres d'ouvrage et des maîtres d'oeuvre. On peut prendre pour exemple, le pôle de compétences HQE qui se met en place dans le Nord-Pas-de-Calais.

5. Les pistes d'actions

Le problème réside dans l'identification des entreprises compétentes et de l'existence d'un marché.

L'éco-construction touche aux trois domaines du développement durable :

- l'environnemental, car elle vise notamment la maîtrise des consommations énergétiques, la gestion des déchets et de l'eau,
- le social : elle implique des artisans formés, et vise la qualité de vie,
- l'économique : elle implique l'existence d'une demande, d'un marché et pour les artisans, d'avoir les équipements adaptés.

Sur ce sujet, les chambres peuvent agir sur différents axes :

- en identifiant le marché par une entrée territoire (les parcs naturels régionaux, les OPAH), ou par une entrée sectorielle (secteurs de la conservation du patrimoine et de la rénovation) ;
- en identifiant et promouvant les artisans positionnés (Qualisol, éco-construction) ;
- en recensant les aides disponibles pour les investissements, et les types d'investissement éligibles ;
- en se rapprochant des organismes qui existent (comité de liaison des énergies renouvelables, Ademe, conseils régionaux,...) ;
- en sensibilisant les artisans aux intérêts de la démarche (ce qui suppose de créer un argumentaire sur la qualité du travail et l'image des métiers, sur la rentabilité économique d'une approche durable de la construction et de la rénovation) ;
- en mettant en relation les artisans labellisés avec les clients, pour vendre des produits ou des prestations innovantes (ex : chaudière basse consommation, isolation écologique) ;
- en se rapprochant des organisations professionnelles pour organiser la formation des artisans (ce qui suppose la rédaction d'un cahier des charges des besoins en formation, le recensement des organismes de formation, l'organisation de formations délocalisées en région).

- une sensibilisation et une formation des apprentis aux principes du développement durable : il s'agit de créer un module spécifique au sein des programmes de formation initiale des apprentis, en liaison avec les professeurs des CFA et avec les conseils régionaux. La réflexion peut utilement prendre en compte le cédérom ECOMET réalisée par le CNIDEP et l'Agence régionale de l'environnement de Lorraine. Ce cédérom propose une formation inter-active sur la gestion des déchets de différentes professions du bâtiment et de l'automobile.

L'organisation d'une journée sur ce thème, avec les directeurs de CFA, peut être un premier point de départ.

- une meilleure maîtrise des risques professionnels, pour mieux garantir la sécurité du personnel : il s'agit d'amplifier les actions démarrées par certaines chambres de métiers pour informer les entreprises sur les risques en matière de sécurité (code du travail) et les aider à prendre les mesures nécessaires pour s'y conformer. Egalement, il s'agit de leur apporter un appui dans la rédaction du document d'évaluation des risques.

- la proposition d'une offre adaptée aux personnes âgées ou aux personnes en difficultés : il s'agit de lancer une réflexion, en liaison avec les organisations professionnelles, sur l'opportunité et les modalités pour la création d'une offre multiservices en milieu rural, pour l'adaptation des logements, pour l'adaptation des produits (exemple plats préparés), la construction d'un relationnel spécifique avec ce public. Cette réflexion peut s'appuyer sur l'identification d'actions exemplaires en la matière. Cette stratégie axée sur le social a, bien sûr, un impact en terme économique, puisque les artisans se positionnent sur un marché qui va être de plus en plus porteur, en raison du nombre croissant de personnes âgées.

5. Les pistes d'actions

- **l'établissement d'une traçabilité des produits et des services des entreprises artisanales :** la traçabilité permet d'attester l'origine des matières premières, les modalités de fabrication, de conservation et de vente de leurs produits. C'est l'attente majeure des consommateurs, qui porte notamment sur l'origine des produits.

La traçabilité cible tout particulièrement les artisans de l'alimentaire, dont un certain nombre s'est engagé dans des démarches de type label ou attestation de spécificité.

Un travail est à engager avec les organisations professionnelles, pour :

- procéder à une identification des actions menées en filière courte plus particulièrement dans l'alimentaire, la sous-traitance, le bois.
- étudier les actions complémentaires à proposer, pour que ces opérations en filières courtes s'inscrivent véritablement dans le développement durable (avec la prise en compte de l'environnement).

5.2.2. Clé d'entrée globale dans les trois domaines économique, social et environnemental

- **Conforter le rôle des artisans pour la sensibilisation des clients et des consommateurs aux bonnes pratiques du développement durable.**

Les attentes des pouvoirs publics sont très fortes sur ce point. Il ne s'agit pas d'organiser une formation spécifique des artisans au concept mais, dans le cadre d'une opération déjà existante, d'insérer une sensibilisation des artisans à ce volet prescription, conseil aux clients, en matière de développement durable. Il s'agit de réaliser une série de fiches à destination des artisans, afin de leur donner les éléments pour conseiller leurs clients sur de bonnes pratiques (les artisans de l'alimentaire, du bâtiment, du bois et de l'ameublement pourraient être la cible prioritaire).

- **Faire mieux prendre en compte l'artisanat dans l'élaboration des agendas 21 locaux.** Les agendas 21 locaux seront nombreux à l'avenir à se mettre en place. Il s'agit, sur ce point, de bien connaître le positionnement des chambres au niveau de leur territoire et les attentes des parties intéressées et d'identifier les outils nécessaires pour établir un diagnostic. Une étude pourrait être envisagée sur ce sujet.

- **Proposer aux entreprises artisanales une approche globale développement durable.**

C'est à partir du dispositif CAPEA vraisemblablement, que pourront être construits les éléments d'une démarche intégrée de développement durable. Le dispositif CAPEA, tel qu'il est conçu aujourd'hui, permet d'accompagner les entreprises artisanales dans la mise en place d'une démarche de progrès, et intègre également un volet environnemental et social dans ses différents modules. Les volets "parties intéressées" et "hygiène sécurité" doivent cependant être renforcés.

Par ailleurs, l'APCM a mis au point en 2005, en liaison avec les organisations professionnelles, un logiciel sur les ressources humaines, qui est diffusé pour le moment de manière expérimentale aux chambres.

5. Les pistes d'actions

- Valoriser les démarches développement durable.

Cette valorisation peut se traduire à deux niveaux :

1^{er} niveau, en promouvant les démarches remarquables des entreprises artisanales.

Actuellement, les démarches remarquables sont valorisées dans le cadre de concours, de prix, qui sont essentiellement consacrés à :

- la performance environnementale (Prix décerné par le ministère de l'écologie et du développement durable pour le meilleur produit et la meilleure entreprise, les éco-trophées des parcs naturels régionaux),
- la performance économique (Prix de la dynamique artisanale avec les Banques Populaires),
- la performance en matière d'innovation (Prix Artinov des chambres de métiers et de l'artisanat).

Il semble prématuré d'initier un nouveau prix consacré au développement durable.

Les actions de promotion peuvent consister à :

- repérer les actions remarquables des entreprises et les faire connaître au travers des sites Internet du ministère de l'écologie et du développement durable, de l'APCM, du CNIDEP, de l'Institut supérieur des métiers et des chambres,
- réaliser une plaquette de communication à partir des témoignages des entreprises,
- organiser un événementiel lors de la semaine du développement durable.

2^{ème} niveau, en valorisant les démarches engagées dans le cadre d'actions collectives.

Plusieurs actions visent actuellement à la valorisation des démarches engagées par les entreprises artisanales :

- l'expérimentation "1, 2, 3 environnement", pilotée par l'ACFCI et l'AFNOR, qui propose aux entreprises une certification en plusieurs étapes de leur système de management, à partir du référentiel X30U. (voir le descriptif dans le chapitre 4 du rapport d'étude).
- Le nouvel accord-cadre APCM /ADEME, dont un des axes vise une marque unique, pour la reconnaissance des efforts engagés par les entreprises artisanales en matière d'environnement.
- Une étude engagée par le CNIDEP sur les marques collectives dans le domaine de l'environnement, dans le cadre d'une commande passée par l'ADEME.
- Une réflexion en cours pour la valorisation des démarches engagées par les entreprises, dans le cadre du dispositif CAPEA.
- Le souhait émis par les artisans dans le cadre de la présente étude, d'une reconnaissance de la démarche de développement durable.

Le sujet d'une reconnaissance des démarches engagées amène à se poser plusieurs questions :

- Quel est le véritable intérêt pour les entreprises artisanales ?
- Faut-il avoir pour objectif l'ISO 14001 ou l'ISO 9001, qui seules sont reconnues par les clients donneurs d'ordre, et mettre en place des outils d'accompagnement spécifiques ?
- Les sous-marques ont-elles un intérêt ?
- Comment faut-il communiquer auprès des consommateurs, l'ISO a-t-elle un sens pour eux ? Les sous-marques ont-elles un sens pour eux ?
- Faut-il partir de CAPEA en élargissant au développement durable pour plus de lisibilité ?
- Faut-il partir sur une reconnaissance d'une approche environnementale ou d'une approche développement durable ?

Une réflexion spécifique doit être engagée dans le cadre d'un groupe mixte, chambres de métiers et organisations professionnelles, qui devra se baser sur les résultats de l'étude menée par le CNIDEP, et tenir compte des orientations données par le président de l'APCM et la présidente de l'ADEME.

[Sommaire](#)

5. Les pistes d'actions

5-3 Les partenariats à renforcer ou à développer

Ces partenariats doivent permettre que ces actions s'inscrivent dans cette nouvelle notion de parties intéressées introduite par le développement durable.

Le partenariat avec les organisations professionnelles

73 % des parties intéressées sont d'avis que le développement durable est une affaire à mettre en œuvre de préférence pour une branche d'activité professionnelle. Cela confirme combien le partenariat chambres de métiers et organisations professionnelles, déjà bien engagé dans le domaine de l'environnement, doit être renforcé, pour progresser vers le développement durable.

Par ailleurs, les organisations professionnelles enquêtées ont souhaité majoritairement développer des actions, aussi bien avec leurs branches professionnelles qu'avec les chambres.

Les actions dans le domaine de l'environnement pourraient être élargies dans ce contexte, aux autres domaines du développement durable.

Le partenariat avec les collectivités territoriales

54 % des parties intéressées sont d'avis que le développement durable est une affaire à mettre en œuvre de préférence pour toutes les entreprises d'un territoire.

L'approche territoriale permet de mettre en cohérence la politique de la collectivité avec les professionnels de son territoire.

Les actions à mettre en œuvre couvrent un champ très large, qui nécessitent une réflexion en amont, sur l'établissement de passerelles entre les différents dispositifs existants : dispositifs dans le domaine de l'environnement, où commencent à se créer des partenariats très concrets (accès des artisans aux déchèteries publiques, maîtrise de l'énergie, réduction des nuisances telles que le bruit) et dispositifs de dynamisation de quartiers en centre-ville, en zones franches urbaines, de revitalisation du milieu rural.

L'approche en boucle courte d'achat-production-vente citée par la DIACT, ne peut être expérimentée qu'en liaison avec les collectivités et plus particulièrement avec les parcs naturels régionaux, qui promeuvent les produits fabriqués localement (exemple du projet de référentiel du parc naturel régional de l'Avesnois, pour informer le public des compétences locales en matière de développement durable). Une réflexion pourrait également être engagée sur une éventuelle alliance entre producteurs de déchets qui peuvent être recyclés, et entreprises utilisant ces matériaux recyclés (écosystèmes artisanaux).

Le partenariat avec les banques et les compagnies d'assurances

L'environnement des entreprises doit également faire l'objet d'une réflexion avec les partenaires financiers, de manière à ce qu'ils facilitent la progression des entreprises dans la démarche.

Ainsi, l'exemple des produits financiers proposés par la banque populaire d'Alsace pourrait servir de base à la réflexion. Il s'agit de prêts à taux préférentiels (les Prevoir) pour des investissements écologiques qui concernent aussi bien les entreprises que les particuliers.

La réflexion porterait sur l'articulation du rôle de chaque partenaire banques, organisations professionnelles et chambres pour structurer le marché : la banque en proposant des prêts à des taux préférentiels et garantis, les organisations professionnelles et les chambres de métiers, en ayant un rôle de sensibilisation et de formation des artisans prescripteurs à la problématique du développement durable.

5. Les pistes d'actions

Pour la SIAGI, des produits financiers sont à construire de manière tripartite : SIAGI, chambres consulaires, banques, à partir des démarches labellisées envisagées.

Pour la Société Générale, l'action devrait se centrer sur une prise de conscience du sujet par le public, avec des actions de sensibilisation des différents acteurs. La Société Générale pourrait être partenaire pour organiser une campagne d'information des artisans et des particuliers.

Pour les compagnies d'assurance, le marché n'existe pas encore vraiment autour de cette problématique. La réflexion peut cependant s'amorcer autour d'une gestion de bases de connaissances HQE.

La réflexion peut également prendre appui sur des chartes, où les partenaires s'engagent dans un appui mutuel de leurs actions, pour promouvoir le développement durable auprès des artisans (exemple de la charte qui vient d'être signée entre Azur Assurance et la Chambre régionale de métiers et de l'artisanat du Centre).

MAAF Assurances est prête à appuyer tout label professionnel valorisé par les organisations professionnelles ou par les chambres de métiers.

Le partenariat avec les associations de consommateurs

Le thème rend incontournable des échanges avec les associations de consommateurs.

Le but est de mieux faire connaître les démarches engagées par les entreprises et voir dans quelle mesure, les associations acceptent de relayer l'information sur ces démarches auprès des consommateurs.

Le débat se situe essentiellement sur le fait de faire reconnaître par les associations de consommateurs, les démarches des artisans qui ne sont pas certifiées par des organismes tiers.

Il apparaît nécessaire dans un premier temps, de travailler sur le plan national sur ces éléments de reconnaissance ainsi que sur les obstacles à la consommation (exemple sur l'énergie solaire).

5-4 Pistes d'actions pour les conseillers des chambres de métiers et de l'artisanat et les organisations professionnelles

Le premier outil facilitant la transversalité entre les services et une offre de service cohérente, est le pré-diagnostic d'entreprise, dont la grille pourrait être la même pour l'ensemble des agents économiques intervenant auprès des entreprises. Cela permettrait d'aborder de manière synthétique, l'ensemble de sujets économiques, environnementaux et sociaux. L'outil de diagnostic proposé dans le dispositif CAPEA semble parfaitement convenir à cette première analyse globale de l'entreprise, que pourrait utiliser l'ensemble des agents des chambres.

Cela suppose une formation de tous les agents et éventuellement des responsables de services économiques, à ce diagnostic. Il est ici indispensable de rappeler qu'il n'existe pas de lien automatique entre l'outil de diagnostic par lui-même et l'ensemble du module " CAPEA diagnostic ". Il est d'ores et déjà tout à fait envisageable d'utiliser l'outil diagnostic issu du dispositif CAPEA, sans être obligé de s'engager sur la totalité du dispositif, ni même sur l'un de ses modules.

Le deuxième outil serait l'établissement par les chambres, d'une offre de services en cohérence avec une approche de développement durable, c'est à dire, proposant des services pour l'ensemble des domaines économique, social et environnemental, avec la possibilité pour les entreprises de bénéficier des différentes actions proposées.

Conclusion

L'enquête nationale réalisée par vingt agents de chambres de métiers et de l'artisanat, répartis dans onze départements, offre une première photographie de la situation de l'artisanat français en matière de développement durable.

Grâce à 226 entretiens auprès d'artisans choisis parmi sept activités, représentant 28% de l'artisanat français, l'enquête permet de mettre en évidence, les points forts de ce secteur, et les domaines où les marges de progrès sont encore importantes. La visite de 169 organismes représentant les "parties intéressées" de l'artisanat, collectivités, pouvoirs publics, clients, fournisseurs, centres de formation et organisations de l'artisanat, montre l'importance de ce secteur à leurs yeux, et les attentes qu'ils peuvent en avoir, du point de vue du développement durable.

En lançant cette enquête, les partenaires reconnaissent que de nombreuses caractéristiques inhérentes à l'artisanat relevaient déjà du développement durable : entreprises à taille humaine, relations personnalisées avec la clientèle, maintien de savoir-faire locaux et traditionnels, maillage des territoires ruraux, animation des centres-villes et des quartiers sensibles, et insertion professionnelle des jeunes et des chômeurs. Les résultats de l'enquête montrent qu'aujourd'hui, il existe encore des marges de progrès, pour que les artisans gèrent leur entreprise et leur développement, en tenant compte des aspects économiques, environnementaux et sociaux de manière intégrée. Contrairement à ce que l'on aurait pu croire, ce n'est pas le volet environnement qui nécessite le plus d'effort. Les trois volets méritent autant d'attention les uns que les autres, même le volet économique dont on aurait pu imaginer, a priori, qu'il serait le mieux maîtrisé. L'effort devra également porter sur la prise en compte des attentes des parties prenantes par les artisans. En effet, la mise en œuvre de ces attentes, dans la limite des capacités de l'entreprise, devrait contribuer à la fois au développement durable de l'entreprise artisanale, mais également à celui du territoire sur lequel elle est installée.

Le développement durable apparaît pour les parties intéressées comme un concept mobilisateur. Elles connaissent plutôt bien l'artisanat et notamment ses organisations représentatives. Elles estiment que ce secteur a un rôle indéniable à jouer dans l'utilisation rationnelle de l'énergie et dans une moindre mesure, dans le domaine de la santé publique, notamment en termes de prescription. Les métiers du bâtiment, de l'alimentaire et de l'automobile seraient ainsi attendus, pour contribuer aux politiques mises en œuvre dans ces deux domaines. Les parties intéressées reconnaissent cependant leur manque de réflexe pour associer les représentants de l'artisanat dans l'élaboration des instruments d'une politique de développement durable. Toute action collective dans ce domaine auprès des artisans devrait, selon elles, s'envisager d'abord par branche d'activité puis par territoire.

Au-delà des effets de mode, le concept de développement durable est perçu comme une opportunité pour l'artisanat. Le réseau consulaire cherche donc à développer des actions en interne et en partenariat, pour mobiliser des ressources et accompagner les entreprises artisanales dans leur développement. Il ressort de l'ensemble des pistes d'actions possibles, que le développement durable peut être le fil conducteur d'une nouvelle offre de service tout aussi diversifiée qu'aujourd'hui, mais convergeant vers cet objectif commun. Cette nouvelle offre de service, qui serait proposée par le réseau des chambres, reste à construire.

Le développement durable est un enjeu qui nous concerne tous. Il pourrait être le déclencheur du changement pour permettre à l'ensemble des acteurs, APCM, réseau des chambres de métiers et de l'artisanat, organisations professionnelles, entreprises artisanales, de répondre aux évolutions de l'environnement, dans toutes ses composantes, naturelles, économiques et sociales.

[Sommaire](#)