

## QUOI DE NEUF ?

# L'ART ET LA MANIÈRE S'AFFICHE

Un site Internet, des campagnes d'information et de promotion collective, tout est mis en œuvre pour faire connaître l'Alsace signe l'Art et la Manière au plus grand nombre !

### → La campagne d'affichage



Campagne d'affichage en mars-avril : TER Alsace, abribus à Strasbourg, Colmar et Mulhouse. Panneaux 2,40 x 1,60 dans les villes de taille moyenne.

### → L'Art et la Manière au Salon International de l'Agriculture



Présence du 25 février au 5 mars 2006 sur le stand de la Région Alsace. Avec les filières Choucroute, CIVA, COPVIAL, Foie gras, Fruits et Légumes, Sucre, Volaille.

### → L'Art et la Manière et la tournée de la Choucrouterie

L'Alsace signe l'Art et la Manière sera présente jusqu'au 2 Juillet sur tous les spectacles du « Mobylettour 2006 »  
Toutes les dates sur : [www.choucrouterie.com](http://www.choucrouterie.com) ou au 03 88 36 07 28

LE DÉTAIL DE LA CHARTE, LES RÉPONSES À VOS QUESTIONS...  
[www.alsace-art-maniere.com](http://www.alsace-art-maniere.com)

## FAITES PASSER LE MESSAGE !

### → Le site internet



[www.alsace-art-maniere.com](http://www.alsace-art-maniere.com) expose clairement les principes de la charte, présente individuellement les adhérents, répond aux questions des adhérents potentiels et des clients sur la crédibilité de la démarche.

### → Pour les produits alimentaires



La signature "L'Alsace signe l'Art et la Manière" est complétée de la mention "terroir d'origine garanti" pour les produits alimentaires qui garantissent l'origine alsacienne des matières premières utilisées.

### Appel à témoins

Cette lettre d'information est la vôtre. Elle paraîtra deux fois par an, pour informer les adhérents et leurs salariés, acteurs majeurs du projet, de son évolution, de son actualité et de ses retombées. Faites-nous part des changements constatés dans votre entreprise, des anecdotes liées à la démarche...  
Nous en ferons l'écho dans ces colonnes.

Pour nous contacter :  
[alsace-qualite@alsace-qualite.com](mailto:alsace-qualite@alsace-qualite.com)  
Tél. 03 88 19 16 78

AGENCE ORAMI

## LETTRE D'INFORMATION

# L'art et la Manière

numéro 01

PRINTEMPS 2006

## ON A TOUS À Y GAGNER !



Nous avons la chance d'avoir une référence forte et reconnue de tous : notre région, l'Alsace ! C'est par ces propos qu'Adrien Zeller, président de la Région Alsace a lancé, fin 2004, devant un public de chefs d'entreprises régionaux la signature « L'Alsace signe l'Art et la Manière ».  
Votre entreprise fait partie des 30 premiers adhérents... Savez-vous pourquoi et ce que cela signifie ?

### → Des potentialités inexploitées

Dans un contexte économique difficile qui n'a pas épargné la région, tous les secteurs d'activité ressentent le besoin d'un nouvel élan, capable de relancer l'économie. Alsace Qualité, qui accompagne les entreprises de la région depuis 15 ans, a constaté que de nouvelles attentes émergent chez les clients des entreprises comme chez les consommateurs : préservation des savoir-faire, respect de l'éthique, défense du progrès social, respect de l'environnement... attentes qui sont portées par les valeurs du développement durable (voir page 2 notre décryptage). Alsace Qualité a noté

également que bien des entreprises alsaciennes étaient engagées activement dans ces valeurs, sans nécessairement en être conscientes, et donc sans le faire savoir à leurs clients... alors que ces valeurs contribuent à la dynamique de la région.

Fort de ce constat, Alsace Qualité a bâti le projet de rassembler les entreprises autour d'une signature régionale, permettant de valoriser leurs efforts en faveur de la dynamique économique de la région et du développement durable. Ce projet a reçu le plein soutien de la Région Alsace.

### → Un groupement vraiment innovant

Pour adhérer à l'Alsace signe l'Art et la Manière, les entreprises signent une charte en 9 principes, portant sur le savoir-faire, le social, l'économique, l'environnement, la qualité, l'équité. Aucune restriction de taille ou de secteur d'activité n'est imposée pour rejoindre la signature, qui regroupe - on le voit avec les 30 premiers

adhérents - tous ceux pour qui l'attachement au dynamisme de la région compte. Au-delà de cette belle idée, il y a bien sûr les engagements concrets de toutes ces entreprises, dont la vôtre, qui donnent toute la valeur à ce mouvement précurseur en France.

### → Savoir-faire, éthique, social, environnement

Tout en respectant les principes fondateurs de la charte, chaque entreprise travaille selon ses moyens : un groupe industriel pourra fournir un effort particulier en matière de limitation des déchets, tandis que les entreprises de service auront plus tendance à favoriser l'appel aux prestataires régionaux. Les artisans, quant

à eux, miseront sur la préservation de leur savoir-faire ou sur la qualité de leurs prestations. Chaque adhérent fait l'objet d'une visite annuelle, qui permet de vérifier le respect des principes de la charte et la progression dans les engagements. Cette démarche, en effet, s'inscrit dans un processus d'amélioration permanente.

### → Un signe de reconnaissance pour une synergie unique

Pour que cet effort s'accompagne d'une vraie lisibilité auprès des clients et des consommateurs toujours plus attentifs au comportement éthique des entreprises, un signe de reconnaissance a été conçu. Il permet aux adhérents :

- de marquer leur différence, en affirmant leur enracinement dans une région réputée pour son sérieux, son savoir-faire, son dynamisme,

- de faire référence par leur engagement à défendre les savoir-faire régionaux et à développer la compétitivité économique de l'Alsace, en appliquant le développement durable,
- de profiter d'une synergie unique avec des acteurs de la signature régionale, issus de tous les secteurs.



## LES ENTREPRISES QUI ONT DÉJÀ SIGNÉ LA CHARTE !

- Alsace Fraicheur (production maraîchère)
- Arts des matières (enduits décoratifs naturels pour sols et murs)
- Association pour le développement et la promotion de la production de l'asperge et des fruits et légumes d'Alsace
- Banque populaire d'Alsace
- Bretzel Burgard SAS (pains et bretzels)
- Caisse Régionale de Crédit Agricole Alsace Vosges
- Cave de Turckheim (vins et crémant d'Alsace)
- Citeasen (agence de communication)
- COOP Alsace
- Coopérative agricole de céréales de Colmar (collecte et approvisionnement agricole)
- COPVIAL (production de viande bovine, porcine et ovine)
- CORA Alsace
- Électricité de Strasbourg
- Ets horticoles Romain
- Graffiti Prospective (agence de communication)
- Gaz de Strasbourg
- ID3 A Sarl (production maraîchère)
- La cave du roi Dagobert (vins et crémant d'Alsace)
- Poterie Alsacienne de Grès Alimentaire (céramique d'art)
- Place des Vosges (agence de communication)
- Rothgerber Sarl (production de fruits et jus de fruits artisanaux)
- SAMAP (brosserie)
- Sarl agricole Vierling "les arômes d'Alsace" (production d'ails, oignons et échalotes)
- Schlotter Boucherie-charcuterie (boucherie-charcuterie artisanale)
- Schweitzer S.A (élevage, viandes et charcuteries)
- Socomenal (quincaillerie pour les professionnels du bois)
- Sodicru (légumes frais et transformés)
- Super U Eschau
- Stoeffler (charcuterie et plats cuisinés alsaciens)
- Entreprise de peinture Schmitt et fils (peintures extérieures et intérieures)

LE DÉTAIL DE LA CHARTE, LES RÉPONSES À VOS QUESTIONS...  
[www.alsace-art-maniere.com](http://www.alsace-art-maniere.com)

## TOUS ACTEURS

## DÉVELOPPEMENT DURABLE

Développement durable, un mot à la mode, tellement utilisé qu'on ne sait plus très bien ce que c'est. Cette rubrique vous propose un décodage.

## → Un peu d'histoire...

C'est à 1968 que remontent les premières interrogations sur le développement de notre planète. Cette année là en effet, est créé le Club de Rome, réunissant un petit groupe d'hommes d'horizons très variés (universitaires, industriels, hauts fonctionnaires...) ; ils souhaitent que la recherche se penche sur le problème de l'évolution du monde pour tenter de cerner les limites de la croissance. Un premier rapport est publié par une équipe de chercheurs, prévoyant un futur catastrophique pour l'humanité si cette dernière continue à ne pas se préoccuper des conséquences de ses activités sur l'environnement.

En 1972, une conférence des Nations Unies se tient à Stockholm sur l'environnement. Elle attire l'attention de l'opinion internationale sur le fait que la protection de l'environnement et la gestion efficace des ressources naturelles sont des questions majeures qui affectent le bien-être des populations et de le développement économique de la planète. Elle donne naissance au Programme des Nations Unies pour l'environnement (PNUÉ).

## → C'est quoi les 3 piliers ?

Aujourd'hui, le développement durable est souvent symbolisé par 3 cercles entrecroisés, qui en représentent les « piliers » c'est-à-dire les objectifs fondamentaux :

- **l'environnement** : intégrer dans l'ensemble des activités humaines la préoccupation du maintien des écosystèmes. Pour une entreprise, ceci implique par exemple des mesures de protection de la qualité de l'environnement, ou encore l'analyse des impacts de l'activité en terme de consommation de ressources, de production de déchets, de rejets de polluants...
- **le social** : satisfaire les besoins humains essentiels et améliorer la qualité de vie, en permettant notamment l'accès de tous à l'emploi, à l'éducation, aux soins. Dans le cas de l'entreprise, il s'agit de prendre en compte les conséquences sociales de son activité à l'interne (employés), mais aussi à l'externe (fournisseurs, clients, communauté locale...)

En 1987, la Commission Mondiale sur l'Environnement et le développement publie le Rapport Brundtland qui définit la notion de développement durable :

« un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs ».

*"Nous n'héritons pas de la Terre de nos ancêtres, nous l'empruntons à nos enfants."*

Saint-Exupéry

Les recommandations de la Commission conduisent à l'organisation, en 1992 à Rio de Janeiro, du Sommet de la Terre (encore appelé Conférence des Nations Unies sur l'Environnement ou CNUED), qui consacre le terme de développement durable et le fait passer dans le grand public. Le sommet de Rio marque également le début des programmes visant à assurer une meilleure gestion des ressources de la planète. Les 164 nations présentes à Rio rédigent chacune un « Agenda 21 » des mesures pour améliorer l'équilibre de la planète et faire du 21<sup>ème</sup> siècle le siècle du développement durable.

- **l'économique** : améliorer l'efficacité économique en optimisant l'utilisation des ressources naturelles, financières et humaines ; pour une entreprise, il s'agit bien sûr de sa performance financière, mais aussi de sa capacité à contribuer au développement économique de sa zone d'implantation.

En résumé, le développement durable considère que pour être possible à long terme, le développement doit être équilibré, c'est à dire économiquement efficace, socialement équitable et respectueux de l'environnement.

Au fil de nos numéros, nous décrypterons pour vous le développement durable et ses applications.

Pour aller plus loin :  
[www.ecologie.gouv.fr](http://www.ecologie.gouv.fr),  
 rubrique « développement durable »  
[www.agora.org](http://www.agora.org)  
 site francophone du développement durable



## BOÎTE À IDÉES

Vous faites peut-être du développement durable, sans le savoir.

Cette rubrique présente des exemples tout simples, à encourager, à adapter à votre activité professionnelle...

- Chez Thierry Schweitzer, on a relancé l'élevage traditionnel de porc sur paille, plus respectueux de l'environnement et de l'animal.
- La cave vinicole de Turckheim prend en charge la totalité de la complémentaire santé de ses employés.
- La broserie SAMAP valorise le savoir-faire industriel et le sérieux de l'Alsace auprès de ses clients internationaux, ce qui lui permet de maintenir des sites de production dans la région.
- Chez Alsace Fraîcheur, des personnes handicapées sont intégrées aux équipes de saisonniers lors de la période de récolte.
- Art des matières utilise pour ses décors des matières naturelles : chaux, argile, terre... Seulement 3 litres de solvants sont utilisés par an !
- Chez Bretzels Burgard, l'eau de l'usine est chauffée avec les calories récupérées à partir du système de réfrigération des produits.
- A la ferme fruitière Rothgerber, on étudie l'utilisation du bois de pommiers de la ferme pour produire de l'électricité.
- A l'agence de communication Graffiti, afin de moins polluer, le personnel utilise des vélos d'entreprise pour se déplacer en ville.
- Coop Alsace soutient les artistes de la région financièrement et en leur ouvrant ses locaux.
- Les Ets horticoles Romain produisent des géraniums certifiés, et participent ainsi au maintien d'un savoir-faire régional historique.
- Electricité de Strasbourg propose des solutions à ses clients les plus modestes pour diminuer leur consommation d'énergie et ainsi réduire leurs factures.
- La cave du Roi Dagobert a mis en place pour ses adhérents un contrat collectif d'assurance grêle.
- La Poterie Alsacienne de Grès Alimentaire a choisi d'utiliser exclusivement de l'argile locale pour la fabrication des poteries ; ce choix permet d'assurer un emploi supplémentaire.

## L'ART ET LA MANIÈRE AU QUOTIDIEN

Artisan ou groupe industriel, activité de production ou de services, les adhérents de l'Alsace signe l'Art et la Manière partagent des engagements en faveur de l'environnement, de leurs salariés et de leurs produits. Nous avons demandé à deux de ces entreprises alsaciennes des exemples concrets...



**Stoeffler, charcutier et traiteur**, produit dans son usine d'Obernai des spécialités alsaciennes, vendues en grandes surfaces dans toute la France et l'étranger. Rencontre avec Michel Mauperin, son directeur industriel.

**Art et Manière** : Industrie et développement durable, est-ce bien compatible ?

**AM** : En grande distribution l'emballage est aussi un argument de vente. Quelle est votre marge de manœuvre ?

**Michel Mauperin** : Bien sûr, c'est même un souci permanent !

Par exemple, pour pouvoir continuer à défendre la spécificité alsacienne de nos recettes, nous nous sommes engagés dans la protection des savoir-faire. 15 jeunes apprentis viennent d'être formés aux métiers de la boucherie charcuterie, avec à la clé un certificat de formation professionnelle et un emploi chez Stoeffler.

Dans un autre domaine, on a cherché à résoudre le problème du mélange crème et fromage blanc qui sert à la fabrication de nos tartes flambées et qui était conditionné en seaux de 15 kg par notre fournisseur. Aujourd'hui, il nous livre en containers inox réutilisables de 1000 litres. On évite ainsi chaque année, l'usage de 87500 seaux qui étaient auparavant destinés à la déchetterie.

**MM** : Nous nous sommes fixés pour objectif la réduction du niveau d'emballage de nos produits et nous avons intégré cette contrainte à notre politique marketing. Les clients sont mûrs pour comprendre ces gestes.

**AM** : La charte l'Art et la Manière impose une amélioration permanente des engagements de l'entreprise. Sur quoi pouvez-vous progresser ?

**MM** : Deux exemples : du côté de notre processus de production, nous voulons réduire de 15% nos déchets et nos eaux usées. Du côté des consommateurs, nous prenons en compte leur santé et nous nous fixons pour objectif de réduire de 20% le taux de sel présent dans nos produits !

*"...nous voulons réduire de 15% nos déchets et nos eaux usées."*



**Entreprise de peinture Schmitt & fils**

Michel Schmitt est le gérant d'une entreprise de peintures intérieures et extérieures de Sainte Croix en Plaine, existant depuis près de 60 ans. Nous avons voulu comprendre pourquoi il a engagé son entreprise dans l'Art et la Manière.

**Art et Manière** : Que peut apporter l'Art et la Manière à votre activité artisanale ?

**AM** : Et que faites-vous en faveur du respect de l'environnement ?

**Michel Schmitt** : J'ai adhéré à cette charte car je me reconnais pleinement dans ses valeurs de qualité du service, de respect du personnel et de l'environnement. Les clients sont de plus en plus exigeants, il faut les rassurer sur tout, et dans un environnement où il a un choix énorme, je pense que cette signature lui donne des garanties de loyauté des relations commerciales.

**MS** : C'est un point sur lequel on peut encore progresser : on a pour projet d'installer des bacs de décantation à solvants pour nettoyer nos outils, des bacs de récupération des boues ainsi qu'une mini plate-forme de collecte des déchets.

**AM** : Pouvez-vous nous expliquer ce que signifie "qualité du service" dans votre entreprise ?

**AM** : Concernant votre personnel, sur quoi portent vos efforts ?

**MS** : Très concrètement, je signe avec chaque client un engagement écrit à respecter un délai de livraison des travaux de peinture. A la fin de chaque chantier, je fais une réception de travaux avec le client, et je lui remets un questionnaire pour évaluer sa satisfaction, et continuer à nous améliorer.

**MS** : L'entreprise compte 5 salariés et tous participent à des formations pour améliorer la sécurité sur les chantiers. Récemment, ils ont suivi une formation sur le montage d'échafaudages et une autre sur les risques électriques. C'est indispensable de les aider à progresser dans leur métier. Et pour les fidéliser à l'entreprise et les faire participer à son développement, nous avons mis en place un plan d'épargne salariale.

*"...des formations pour améliorer la sécurité sur les chantiers."*

LES MOTS  
clés  
de la charte  
(extrait)

## MAINTENIR L'EMPLOI EN ALSACE

Les adhérents à l'Alsace signe l'Art et la Manière font référence auprès du grand public comme des autres entreprises clients ou fournisseurs, en marquant leur engagement à défendre les savoir-faire et les emplois régionaux, et à développer la compétitivité économique de l'Alsace.

## VALORISER LES ATOUTS DE L'ALSACE

L'Alsace possède une très forte identité et de nombreux atouts : c'est une terre aux multiples savoir-faire et aux activités très diversifiées (agriculture, tourisme, industrie, artisanat, services...) avec une main-d'œuvre de grande qualité, réputée pour son sérieux. C'est une région industrielle où pourtant le respect de la nature est très fort. L'Art et la Manière agit pour faire émerger ces atouts et les valoriser dans un monde qui s'ouvre et qui bouge.

## RESPECTER L'ENVIRONNEMENT

Economies d'énergie, réduction de la consommation d'eau, utilisation du vélo ou de voitures moins polluantes, impression sur papier recyclé, réduction des emballages perdus au profit d'emballages réutilisables, diminution des traitements phytosanitaires, traitement et valorisation des déchets... l'Art et la Manière accompagne les entreprises adhérentes dans leurs initiatives en faveur de l'environnement.