



Figure 1

*Projet réalisé par
Luc Empaytaz
Pablo Jurot
Noémi Chuard
Mathilde Perrier*

- **Formation actuelle :** stagiaire commerciale 2015-2016.
- **Entreprise :** Poste CH SA.
- **Responsable :** Madame Rita Aschwanden.
- **Résumé & Buts :** Nous avons comme concept, de fabriquer des vêtements professionnels avec une faible empreinte écologique pour les collaborateurs de la Poste. Nous souhaitons collaborer avec une entreprise suisse qui utilise des matières provenant uniquement d'Europe. Nos objectifs principaux sont de réduire la consommation d'énergie employée pour le transport des matières et de réaliser une première série de chemises postales avec un faible coût environnemental.
- **Catégorie :** planification.

SOMMAIRE

1. Introduction

- ➔ 1.1 Situation initiale
- ➔ 1.2 Nos motivations

2. Développement

- ➔ 2.1 Recherche d'idées
- ➔ 2.2 Définition du projet
- ➔ 2.2 Objectifs
- ➔ 2.3 Faisabilité

3. Planification

- ➔ 3.1 Questionnement
- ➔ 3.2 Plan des étapes

4. Conclusion

Rapport du projet

- ➔ 4.1 Rétrospective
- ➔ 4.2 Prises de conscience
- ➔ 4.3 Perspectives

5. Bibliographie

6. Illustrations

1. Introduction

1.1 Situation initiale

En tant qu'entreprise qui s'investit dans le développement durable, la Poste cherche par plusieurs moyens à réduire son impact environnemental. Elle propose à ses stagiaires de réaliser un projet et de le soumettre à MyClimate. Comme nous sommes une classe de vingt stagiaires travaillant tous pour la même entreprise, mais dans des secteurs différents, tels que PostFinance, PostMail, PostLogistic, ou encore CarPostal, nous bénéficions d'un aperçu global du fonctionnement du Géant Jaune. Cela nous permet de mettre en avant les qualités et points faibles de cette grande entreprise. Ce projet nous offre précisément la possibilité d'améliorer, de corriger un système de travail ou d'instaurer une idée innovante qui contribuerait à l'avancement écologique de la Poste.

Ainsi, par groupe de trois ou quatre élèves, nous avons fait un petit brainstorming afin de partager nos premières idées. Le résultat était assez satisfaisant vu que trois idées pertinentes en sont ressorties. La première concernait l'économie d'eau. Un membre du groupe a proposé d'installer un bouchon mitigeur sur chaque lavabo dans le but de réduire la consommation d'eau. La seconde s'est formée après que deux personnes aient échangé quelques mots au sujet du traitement des réclamations des clients (DSP). En effet, nous avons remarqué que Mathilde traitait les réclamations uniquement par mail et n'imprimait pas plusieurs feuilles pour les distribuer aux différentes équipes de facteurs. Ce système permet une économie de papier assez conséquente. Cependant, l'idée ne venait pas de nous et le système était déjà mis en place dans certaines zones, c'est pourquoi nous nous sommes tournés vers un autre domaine : l'envoi et le transport des tenues postales.

Dans un premier temps, nous nous sommes orientés vers les commandes et le transport des vêtements. Nous avons constaté que l'expédition de ces derniers est souvent suivie d'un retour, car les tailles ne correspondent pas au collaborateur, ceci provoquant des transports inutiles. A ce stade-là, nous voulions comprendre quelle était la cause de ce problème et puis, trouver une solution qui réduise ces retours coûteux et superflus.

Toujours est-il que cette problématique ne suscitait pas suffisamment notre intérêt, car elle aurait très certainement un effet moindre sur les émissions à effet de serre. Ainsi, nous nous sommes réorientés vers une idée plus concrète et efficace : la fabrication des tenues postales.

Suite à un échec avec les bouchons mitigeurs, Pablo est revenu à la charge avec un nouveau concept, récemment mis en place par la prestigieuse marque zurichoise *Freitag* : des vêtements en lin entièrement biodégradables.

A ses débuts, cette entreprise proposait uniquement des sacs fabriqués avec des bâches de camion usées. Puis, ayant acquis un certain succès auprès des consommateurs, elle a voulu réaliser ses propres habits en développant une gamme encore inexistante sur le marché.

1.2 Nos motivations

Ces dernières années, notre demande énergétique n'a cessé de s'accroître pour répondre à nos nombreux besoins et au développement des sociétés (industrie, transports, électricité, chauffage, etc.). Cette croissance a pu se produire grâce à l'utilisation de combustibles fossiles, tels que le pétrole et le charbon. Cependant, la combustion de ces derniers amène à une détérioration du climat et à d'autres conséquences néfastes sur notre environnement.

Ainsi, au jour d'aujourd'hui, du fait de sa constante augmentation et son impact considérable sur notre environnement, la consommation d'énergie est devenue une de nos plus grandes préoccupations. Elle cause de nombreuses formes de pollution, dont la pollution atmosphérique qui occasionne une hausse de l'effet de serre. Cette modification engendre un réchauffement climatique qui peut provoquer une fonte partielle des calottes glaciaires augmentant, de cette façon, le niveau des mers.

De plus, de multiples espèces animales sont menacées et exposées à un risque d'extinction. Il existe encore un grand nombre de conséquences non négligeables découlant de notre consommation massive d'énergie.

Etant donné que les énergies non renouvelables s'épuisent et deviennent toujours plus rares, il est nécessaire de changer notre manière de consommer l'énergie. A l'avenir, les combustibles fossiles ne suffiront plus pour subvenir aux besoins de la société.

Ce souci préoccupant et d'actualité est notre principale motivation à nous engager dans ce projet. Nous y voyons une possibilité de remise en question personnelle et un moyen d'agir pour notre environnement, avant qu'il ne soit trop tard.

D'autre part, le fait d'avoir un aperçu global de la gestion d'un projet du début à sa fin ne peut qu'être bénéfique pour nous, car nous souhaitons, tous les trois, intégrer une Haute Ecole de Gestion (HEG). Les divers cours en lien avec l'élaboration d'un projet qui nous ont été donnés durant notre stage, nous ont fortement intéressés et aidés dans notre démarche. La gestion de projet, de manière générale, est un domaine qui passionne chacun d'entre nous.

2. Développement

2.1 Recherches d'idées

Imaginer un projet écologique qui puisse être intégré à l'organisation de la Poste peut paraître assez simple étant donné que c'est une entreprise ouverte d'esprit qui souhaite s'investir à ce niveau-là, néanmoins, nous avons mis passablement de temps à nous orienter et à nous lancer dans la gestion de projet. Comme expliqué plus haut, nous avons tous plusieurs idées pertinentes, mais leur impact sur l'écologie n'était pas assez important. De plus, il était essentiel que notre choix convienne à tout le groupe, afin que chacun y trouve un certain intérêt et soit motivé jusqu'au bout.

Lorsque Pablo a imaginé une collaboration avec la marque *Freitag*, tous les membres du groupe ont été conquis par cette proposition. Créée en 1993, cette société suisse fabrique des sacs et des accessoires, à l'aide de matériaux de récupération, tels que des bâches de camion.

Aujourd'hui, cela fait un an que *Freitag* a lancé sur le marché la F-ABRIC, une production de vêtements fabriqués exclusivement en Europe avec des matières écologiques et biodégradables. Les tissus, composés de chanvre, de lin et de fibres libériennes sont entièrement « compostables ». En effet, ses vêtements se décomposent à 100%, y compris les fils utilisés pour les coutures. Cela ne signifie pas que ces produits vont se détériorer du jour au lendemain dans votre armoire, mais qu'ils ont la capacité de se décomposer s'ils sont déposés sur un tas de compost. L'habit se métamorphose alors en terreau et retourne dans le cycle de la nature. La chaleur et l'humidité du lieu sont indispensables à sa détérioration. Dès lors, si ces facteurs naturels sont réunis, le tissu se désagrège en un laps de temps de trois mois.

Cette marque maîtrise complètement ses matières premières. En produisant dans ces conditions-là, *Freitag* respecte la terre et consomme moins d'eau, contrairement aux habits en coton. Le dosage de produits chimiques a lui aussi été réduit considérablement. De plus, cette marque assure un quota kilométrique entre les différents lieux de production n'excédant pas 2500 km.



Figure 2

2.2 Définition du projet

« Du Vert chez Jaune » se classe dans la catégorie planification, car de par son ampleur et ses coûts, il nous serait tout simplement impossible de le mettre en place à temps (délai mars 2016). De plus, dernièrement, les tenues postales ont été modifiées et notre projet demanderait un investissement considérable.

Durant notre stage, nous avons pu constater que la Poste s'implique déjà beaucoup au niveau de l'écologie. Après quelques recherches plus ciblées, nous avons trouvé des articles au sujet de son engagement en faveur de la fabrication de vêtements durables.

En effet, en 2015, elle a lancé la campagne « *Une deuxième vie pour les tenues postales* » qui demandait aux collaborateurs et collaboratrices de collecter leurs anciennes tenues de travail. L'article dit aussi qu'en « *l'espace de sept mois, les collaborateurs et les collaboratrices ont collecté environ 20 tonnes d'anciennes tenues postales. Les vêtements sont offerts à la Croix-Rouge et profitent ainsi à des personnes défavorisées. Après une pause hivernale, la campagne entamera sa deuxième saison en avril 2016.* » (Article n°1)

Une partie des anciennes tenues est utilisée pour aider d'autres personnes, tels que les agriculteurs. Le logo des vêtements est retiré, et, si l'habit semble encore en bon état, il est vendu dans un magasin de seconde main où les recettes sont versées pour des projets sociaux en Suisse (ex. don à l'aide suisse aux campagnards). A l'inverse, s'il n'est plus en très bon état, il sera employé comme chiffon ou en tant que matériel isolant.

La Poste a adhéré, en 2012, à « Fair Wear Foundation ». Cette fondation indépendante veille, depuis 1999, à une production de vêtements durables.

Notre projet consiste à planifier une collaboration avec la marque *Freitag* qui débiterait avec la fabrication d'une première série de chemises postales biodégradables. L'idée est d'équiper les collaborateurs et collaboratrices de la Poste avec des vêtements de qualité et écologiques pour rester dans l'état d'esprit de l'entreprise et véhiculer, une fois de plus, une image positive de cette dernière. Nos objectifs principaux sont de réduire la consommation d'énergie employée pour le transport des matières et de réaliser une première série de chemises postales avec un faible coût environnemental.

2.3 Objectifs

Fixer des objectifs reste une des étapes des plus importantes et les plus difficiles. En effet, même si notre travail consiste en une simple planification, et non en une mise en place d'un système, ceci nous demande passablement de temps et de précision. Nos objectifs sont tenus de respecter un certain nombre de règles. En un mot, ils se doivent d'être SMART, c'est-à-dire spécifiques, mesurables, ambitieux, réalisables et temporels.

Premièrement, nous avons comme objectif de trouver une entreprise suisse ouverte à réaliser un partenariat avec le Géant jaune dans un avenir proche. La distance entre les différents lieux de production est un critère très important pour nous, car la diminution de l'énergie dépensée pour le transport des matières fait partie de nos but primordiaux.

Nous souhaitons débiter gentiment ce projet, en proposant, une première collaboration uniquement pour une série de chemises postales. L'idée est de commencer par équiper tous les collaborateurs d'une chemise en lin et en chanvre biodégradable. Une de nos volontés est donc de se servir d'autres matières que le coton, afin d'en réduire son utilisation.

Dans tout projet, le budget demeure une question qui peut faire basculer la balance du bon comme du mauvais côté. Nous avons déterminé le prix maximum de 120 CHF pour une seule pièce. Effectivement, ce montant peut paraître extrêmement élevé pour une simple chemise de travail, néanmoins nous partons du principe que lorsque deux entreprises entrent en partenariat, des négociations sont faites, et généralement, des offres d'entreprise, en dessous du prix maximum fixé, sont suggérées. De plus, il est préférable d'avoir une marge de manœuvre, surtout lorsqu'il est question des finances.

Avec ce concept, nous avons également le désir de véhiculer, une fois de plus, une image positive de l'établissement dans lequel nous travaillons. La Poste possède déjà ce caractère écologique et cette envie d'améliorer notre façon de consommer de l'énergie. D'une certaine façon, elle pense au futur de ses employés, et surtout, à l'avenir de la planète.

Finalement, fixer des délais apparaît comme une nécessité. Il est impératif d'avoir un certain cadre temporel lorsqu'on réalise un projet. Nos délais correspondent au 11 mars 2016 pour un premier rendu, ainsi qu'au 27 mars 2016 pour le rendu final.

2.4 Faisabilité

Nous avons imaginé quatre possibilités de coopération qui répondent, en partie, à nos objectifs. La première s'inspire de l'entreprise *Freitag*, et constitue la fabrication d'habits en lin et en chanvre. Puis, suite à plusieurs recherches, nous avons découvert d'autres marques qui se tournent vers la production de vêtements écologiques, dont les marques suisses *Mammut* et *Switcher*. Ces entreprises ont recours à du coton biologique, produit de manière bien plus respectueuse de l'environnement que le coton ordinaire, et contenant également moins de produit chimique.

En vue de faire un choix envers un futur partenariat avec une de ces célèbres entreprises, nous avons réalisé un tableau de pondération pour comparer les diverses solutions trouvées et définir la plus adaptée.

Critère	Pondération	Freitag	Mammut	Switcher	Partenaire
---------	-------------	---------	--------	----------	------------

					actuel	
Prix	5 : <25	2 : <65	0 (180.-)	2 (63.-)	4 (30.-)	5 (20.-)
	4 : <35	1 : <80				
	3 : <50	0 : >80				
Matière	2 : Pas de coton 1 : coton bio 0 : coton	2	1	1	0	
Provenance	3 : Europe 2 : >70% Europe 1 : >30% Europe 0 : < 30% Europe	3	0	0	1	
Image de marque	2 : Bonne image écologique 1 : Grande marque connue 0 : autre marque	2	1	0	1	
Utilisation de produits chimiques	1 : très peu de produit chimique 0 : traitement avec des produits chimiques	1	1	1	0	
Total	13	8	5	6	7	

Nous constatons, grâce à ce tableau, que *Freitag* et les tenues actuelles de la Poste ont obtenu le plus de points. Cela signifie qu'elles sont les entreprises les plus appropriées à entrer ou rester en partenariat avec le Géant Jaune pour un projet du domaine du textile. Cependant, nous notons aussi les coûts élevés que demande une production chez *Freitag*. Le prix reste un des critères des plus importants et peut retenir une entreprise comme la Poste qui compte passablement d'employés, à s'engager.

Du côté de *Mammut* et *Switcher*, nous remarquons que le coton biologique n'apporte pas énormément sur le plan écologique puisqu'il est cultivé en Asie et qu'il faut bien évidemment le transporter jusqu'en Europe.

3. Planification

3.1 Questionnement

Quel est le but de notre projet ? Combien de temps nous reste-il pour le réaliser ? Quelles sont les tâches à accomplir et les délais ? Qui pourrait nous aider ? Devons-nous convaincre encore certaines personnes de notre idée ? Qui assume les coûts ?

Nous avons l'intention de planifier une collaboration avec un fabricant suisse de vêtements écologiques et la Poste. Cette association permettrait également de propager une image positive de notre entreprise et lui donnerait la possibilité de se démarquer.

Le projet doit être rendu le 27 mars à MyClimate, c'est pourquoi nous nous sommes réunis le 23 février 2016, afin d'avancer le projet et de répartir les dernières étapes à rédiger.

Freitag est notre principal soutien, car nous souhaitons nous en inspirer pour notre concept. De plus, Madame Di Marco et Madame Crausaz nous ont également aidé à nous rediriger vers une idée plus concrète, et nous ont transmis les bases de la gestion de projet avec certains outils d'analyses utiles.

Au sein du groupe, nous sommes convaincus que notre projet puisse aboutir un jour. Certes, cela demande un large investissement pour la Poste, toutefois, en démarrant sûrement avec une chemise écologique, les risques de pertes ou d'autres déceptions sont moins élevés. Par la suite, cette association pourrait prendre une plus grande tournure en élargissant cette production écologique à l'ensemble des pièces vestimentaires postales.

Les coûts seraient évidemment à la charge de la Poste et la mise en place du projet s'exécuterait sous les conseils de *Freitag*, entreprise avec qui nous souhaitons réellement collaborer.

3.2 Plan des étapes

Lorsque nous décidons de planifier un projet de cette grandeur, il est indispensable de se fixer un certain nombre de tâches avec des délais à respecter, afin d'éviter de se retrouver avec un concept non terminé ou bâclé.

Partant du principe que chacun réaliserait une partie du projet de son côté, nous avons établi un tableau contenant les étapes les plus importantes à l'élaboration. Le tableau se présente comme ci-dessous :

Quoi ?	Délai ?
--------	---------

<p>La recherche individuelle d'idées</p> <p>➔ Important que chacun se pose la question suivante : « Qu'est-ce-que je pourrais améliorer dans mon entreprise ou dans mon quotidien professionnel qui me permettrait d'économiser de l'énergie ? »</p>	<p>01.12.2015</p>
<p>Choix du Projet</p> <p>➔ Chacun doit être motivé.</p>	<p>15.12.2015</p>
<p>Définition du projet</p> <p>➔ Description courte et claire de notre projet.</p> <p>➔ Mentionner la catégorie, car suivant la catégorie le projet évolue et est construit de manière différente.</p>	<p>12.01.2016</p>
<p>Définir les principaux objectifs</p> <p>➔ Etant donné que nous travaillons tous dans des lieux différents, nous avons décidé de déléguer les tâches, afin que chacun puisse avancer de son côté.</p>	<p>22.01.2016</p>
<p>Se renseigner sur la Poste CH SA et l'écologie</p> <p>➔ Il faut s'informer sur les précédentes actions en faveur de l'écologie réalisées par la Poste. Cette entreprise est connue pour son état d'esprit ouvert et son souhait de s'investir en faveur de l'environnement.</p>	<p>22.01.2016</p>
<p>Prendre contact avec Freitag, Switchers ou Mammut</p> <p>➔ Possibilité de prendre contact avec une des industries qui nous intéresse, afin d'avoir un complément d'informations.</p>	<p>03.02.2016</p>
<p>Mesurer la faisabilité</p> <p>➔ « Est-ce-que notre idée aurait réellement des chances d'être mis en place à l'avenir ? »</p>	<p>03.02.2016</p>
<p>Estimer les coûts</p> <p>➔ Les questions d'argent posent souvent problèmes, il est donc très important de se faire une idée des coûts en estimant un budget.</p> <p>➔ Toutefois, calculer des coûts exactes reste très difficile si nous ne possédons pas suffisamment d'informations.</p>	<p>03.02.2016</p>
<p>Fixer des délais pour chaque étape</p>	

<p>→ Important d'être encadré et d'avoir certaines contraintes temporelles pour ne pas prendre du retard et se retrouver avec une simple ébauche.</p> <p>Remarque : Dès le début, quelques ajouts ou modifications ont suivis.</p>	23.02.2016
<p>Satisfaction & prises de conscience personnelle</p> <p>→ Discussion entre les membres du groupe pour connaître l'avis et le sentiment de chacun au sujet du projet réalisé.</p> <p>→ « Est-ce-que nous avons l'impression d'avoir appris quelque chose ? Est-ce-que nous avons pris conscience qu'il était temps de modifier nos habitudes en matière de consommation d'énergie ? etc. »</p> <p>Remarque : Chacun à rédiger son petit texte, puis mise en commun.</p>	29.02.2016
<p>Rédaction</p> <p>→ Il est nécessaire, lorsque nous établissons un projet, de rédiger un dossier expliquant notre démarche du début à sa fin.</p>	Avancement au fur et à mesure. 10.03.2016
<p>Choix du titre & logo</p> <p>→ Importance de l'image de notre nouvelle marque de chemise.</p>	10.03.2016
Premier rendu à Madame Di Marco	11.03.2016
Rendu final à MyClimate	27.03.2016

4. Conclusion

4.1 Rétrospective

Concrètement, nous avons rempli en grande partie nos objectifs. Nous avons réussi à nous mettre d'accord sur une entreprise qui fabrique des vêtements biologiques dans une autre matière que le coton. Toutefois, le prix de ces tissus reste très élevé ce qui peut déclencher une certaine réticence à s'engager.

En réalité, à ce jour, nous avons connaissance d'une seule marque qui répond entièrement à nos attentes d'un point de vue écologique. En effet, nous avons été, dès le début, conquis par les caractéristiques de la chaîne de production *Freitag*. Vu que leur concept F-ABRIC est

totallement nouveau et vient tout juste d'être mis sur le marché, il est normal que les coûts soient actuellement inabordables. Nous restons tout de même persuadés que la production biodégradable proposée par *Freitag* va rapidement se propager et être adoptée par d'autres entreprises. Dès lors, la productivité augmentera, ainsi que les ventes et les prix baisseront, ce qui rendra ce type d'article plus accessible au grand public.

4.2 Prises de conscience

Grâce à ce projet, nous avons découvert qu'il existe d'autres méthodes de production dans le domaine du textile qui sont bien plus en accord avec notre environnement. Nous nous sommes rendus compte que la plupart de nos habits en coton viennent de loin (Bangladesh, Chine, Inde, etc.) et que les personnes qui travaillent dans ces pays d'Asie reçoivent à peine un salaire vital. De plus, les conditions de travail dans ces industries sont tout simplement intolérables.

En effet, nous sommes au courant des conditions de fabrication de nos vêtements et des conditions de vie des personnes qui y travaillent. Cependant, nous avons tendance à fermer les yeux à ce sujet, et cela ne nous retient pas dans nos achats compulsifs.

Par conséquent, nous espérons que suite à cette gestion de projet, nous allons modifier certaines de nos habitudes en matières de consommation d'énergie.

4.3 Perspectives

Dans quelque années, d'autres marques de vêtements vont très certainement se mettre à produire de manière plus écologique, car il devient nécessaire de s'engager sérieusement en faveur de notre environnement. A ce moment-là, ce type d'article se développera et sera accessible aux diverses entreprises. Nous pourrions entrer en partenariat avec la société *Freitag*, comme planifié.

5. Bibliographie

- Article n°1, Une deuxième vie pour les tenues postales, <http://pww.post.ch/home/node/id/114551/f>
- <http://journalduCpersonnel.poste.ch/fr/dialogue/sondage-du-mois/l-approvisionnement-durable-un-must-de-tout-grand-groupe-280124>



Untitled.pdf

-
- www.post.ch

- www.freitag.ch
- www.mammut.ch
- www.switcher.ch
- <http://www.fairwear.org/>

6. Illustrations

Figure n°1, Logo choisi pour représenté notre projet « Du Vert chez Jaune », réalisé par Noémi, février 2016

Figure n°2, essaie Logo « Du Vert chez Jaune », réalisé par Pablo, février 2016



Figure n°3, photo jeans, décomposé <http://www.freitag.ch/fabric/compost>