



Édouard Pick

PDG de CLINITEX

Interview menée par
Camille GEVAERT, Avocate



Edouard PICK est le PDG de CLINITEX, entreprise de 3.500 salariés spécialisée dans l'entretien de bâtiments professionnels, seule entreprise française B Corp dans le secteur du nettoyage et, en termes d'effectifs, la plus importante d'Europe.

Comment en êtes-vous venus à vous intéresser à la question de la RSE ? Est-ce que vous avez eu un déclic ou cela a toujours été une préoccupation importante pour vous ?

Cela a toujours été dans l'ADN de l'entreprise. Nous avons toujours eu à cœur l'innovation en matière sociale avec une grande considération de nos collaborateurs et un système de management et de rémunération assez différents.

Pour vous, que signifie s'engager dans la RSE ?

C'est l'alignement avec les valeurs de l'entreprise, les valeurs des collaborateurs. J'ai pris conscience qu'en tant que chef d'entreprise j'avais un pouvoir d'action et d'entraînement d'équipe d'où ma volonté de m'engager pleinement dans une démarche RSE.

Quelles sont les actions qui ont été mises en place ?

Sur le plan écologique, nous avons mené une innovation qui s'est traduit par la création d'une gamme de produits de ménage sans chimie et sans contenant, les tenues de travail sont en coton biologique recyclé, dans nos locaux nous avons des panneaux solaires etc... Sur le plan sociétal/social, nous avons par exemple mis en place un mécénat de compétences (sur leur temps de travail, les collaborateurs peuvent aider une association qui leur tient à cœur). Nous pratiquons également une transparence des indicateurs économiques et des salaires.

Selon vous, quel est le plus grand défi en termes de RSE dans votre secteur d'activité ?

La zone d'impact la plus forte pour nous

est la mobilité. C'est un vrai défi pour nous avec les milliers d'interventions chaque mois avec des collaborateurs autonomes dans leur mode de transport. Nous expérimentons (mise à disposition de vélos électriques par exemple) et essayons de trouver des solutions.

Il y a aussi un enjeu vis-à-vis de nos fournisseurs pour nous assurer qu'ils sont alignés avec nos valeurs afin que notre démarche soit la plus cohérente possible.

Vous êtes certifié B-Corp : pouvez-vous nous parler de ce processus de labellisation ?

Le processus a pris environ 18 mois (questionnaire d'auto-évaluation, audit de vérification...). Une équipe de 6 ambassadeurs a été créée pour porter le projet dans l'entreprise avec une

personne à temps plein dédiée à cette mission. La certification vaut pour 3 ans. L'intérêt de B Corp est de s'adapter au business model de l'entreprise et qui assume le côté business.

Que diriez-vous aux chefs d'entreprise hésitant à l'idée de mettre en place une stratégie RSE ?

Il y a d'abord un angle clients : le marché peut se retourner très brutalement et les entreprises qui ont oublié de s'engager dans ces démarches peuvent être « blacklistées »

C'est également un formidable vecteur de recrutement : c'est un gage de sincérité de l'entreprise qui attire les talents.

