

Vous venez de trouver une règle mise en ligne par des collectionneurs qui partagent leur passion et leur collection de jeux de société sur Internet depuis 1998.

Imaginez que vous puissiez accéder, jour et nuit, à cette collection, que vous puissiez ouvrir et utiliser tous ces jeux.

Ce rêve est devenu réalité !

Chantal et François ont créé l'Escale à jeux en 2013. Depuis l'été 2022, Isabelle et Raphaël leur ont succédé. Ils vous accueillent à Sologny (Bourgogne du sud), au cœur du Val Lamartinien, entre Mâcon et Cluny, à une heure de Châlon-sur-Saône ou de Lyon, une heure et demi de Roanne ou Dijon, deux heures de Genève, Grenoble ou Annecy et quatre heures de Paris (deux heures en TGV).

L'Escale à jeux est un ludogîte, réunissant un meublé de tourisme ★★★ modulable de 2 à 15 personnes et une ludothèque de plus de 9000 jeux de société.

Au total, 320 m² pour jouer, ripailler et dormir.

**ESCALE À
JEUX**

escaleajeux.fr

09 72 30 41 42

06 24 69 12 99

escaleajeux@gmail.com





neoeco

Le jeu de la nouvelle Economie





neoeco est un jeu éco conçu,

c'est-à-dire qu'il a été pensé et fabriqué

dans le respect de l'environnement.

Il représente le meilleur compromis entre

responsabilité sociétale d'entreprise,

faisabilité technique

et viabilité économique.

Cependant, nous vous invitons à écrire

vos remarques sur le site Internet

www.neoeco.fr

pour nous aider dans notre démarche

d'amélioration continue.



neococo *visé à montrer*

comment le développement durable

s'insère dans la vie d'une entreprise.

Il montre son rôle stratégique

dans un univers ultra concurrentiel.

De façon ludique, chaque joueur est amené

à gérer sa responsabilité d'entreprise

tout en assurant sa survie à court terme...

**Au lancement de la partie, chaque
joueur possède 50.000:**

2 x 10.000

4 x 5000

4 x 2000

2 x 1000

Bon jeu !

RÈGLE DU JEU

CONTENU DE LA BOITE



- Un dé
- Une règle du jeu + livret explicatif
- Un plateau de jeu
- 4 fiches de domaines (une par joueur)
- Un jeu de cartes
- 6 personnages
- 70 pastilles
- 4 jeux de billets de banque



Fiche de domaines



BUT DU JEU

Le gagnant est celui qui, à la fin de la partie, est le plus riche.

La partie se termine dès qu'un joueur a pris en compte l'ensemble des enjeux sur sa carte de domaines. Chacun compte alors son argent et y ajoute **10 000** par pastille posée sur sa carte de domaines.

Celui qui clôt le jeu (c'est-à-dire le premier à finir sa carte de domaines) ajoute l'argent qu'il reste au pot commun, qu'il récupère. Cet argent symbolise le fait qu'il diminue son risque financier et s'assure ainsi un développement plus pérenne.

Pour diminuer le temps de partie, les joueurs peuvent dès le début s'attribuer 3 pastilles chacun ou 50 000 supplémentaires.

Un joueur qui fait faillite est éliminé.



LA PETITE HISTOIRE

Chacun d'entre vous est un chef d'entreprise ! Dans cette concurrence acharnée, le développement durable est un outil pour rester compétitif et gagner le jeu !

A vous de faire les bons choix, en fonction des avancées de vos concurrents, pour devenir le plus riche possible !

Pour cela, chaque joueur possède une carte de domaines, symbolisant son entreprise. Au fil de la partie, il peut investir pour prendre en compte les **18 enjeux** dont elle traite, en y mettant des pastilles.



LANCEMENT DE LA PARTIE

Les personnages sont placés sur la case "Salle des marchés". Chacun lance le dé et le plus haut score commence la partie. Le jeu se déroule ensuite dans le sens des aiguilles d'une montre.

Le lancé de dé détermine l'avancée du joueur. Il peut aller dans le sens qu'il veut mais ne peut rebrousser chemin sans relancer le dé (on ne passe pas deux fois sur la même case en un tour).



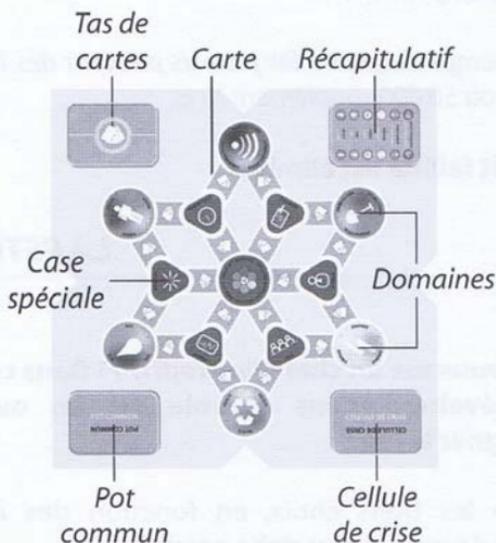
ARCHITECTURE DU PLATEAU

Sur les bords du circuit, vous trouverez l'emplacement des cartes à piocher, une cellule de crise, un pot commun (qui se remplira au fil de la partie, selon les cartes piochées) et un récapitulatif des domaines traités.

Les cases situées les plus à l'extérieur du circuit sont les **cases de domaines**. Elles vous renvoient à votre **carte de domaines**.

Les cases "  " vous imposent de **piocher** la carte sur le dessus du tas (voir plus loin).

La case centrale et les cases triangulaires sont des cases spéciales, détaillées plus loin.





Ce sont elles qui vous permettent d'investir pour prendre en compte les enjeux du développement durable.

Comment ça marche ?

Quand vous tombez sur une de ces cases, vous pouvez prendre en compte un des enjeux du domaine en payant **10 000 à la banque**. Vous posez alors une pastille sur votre **carte de domaines**, dans le domaine concerné. Cette pastille symbolise votre investissement.

*Par exemple, si vous tombez sur la case de domaine " eau ", vous pouvez investir au choix dans la **sensibilisation** de vos salariés, l'**optimisation** de votre réseau d'eau, ou dans un système de **traitement** de vos eaux usées.*

Vous ne pouvez acheter qu'**une pastille à la fois** car la mise en place d'une politique de développement durable demande du temps.

Cependant, vous pouvez décider au tour suivant de ne pas relancer le dé pour **investir de nouveau** (vous ne gagnez alors pas d'argent).

Vous ne pouvez pas poser plus d'une pastille pour chaque enjeu (leur rôle se limite à symboliser votre responsabilité).

A quoi ça sert ?

Le jeu s'articule autour d'un principe simple, que l'on retrouve dans la réalité : si vos concurrents sont meilleurs que vous dans un domaine, vous êtes dans une zone de risque potentiel, ce qui peut vous faire perdre de l'argent.

Par exemple, si tous vos concurrents ont investi dans une gestion plus écologique de l'énergie, vous serez plus dépendants qu'eux des cours du pétrole...

Inversement, vous serez dans une zone de bénéfice potentiel à chaque fois que vous serez meilleur que vos concurrents pour un domaine et pourrez alors gagner de l'argent.

Un autre avantage doit être souligné : le développement durable, s'il est bien mis en place, devient rentable au fil du temps.

Ceci est symbolisé dans ce jeu par le fait qu'à chaque fois que vous allez sur une case de domaine **pour lequel vous avez déjà investi**, vous avez

le **choix entre gagner de l'argent ou investir de nouveau** (sauf si vous êtes déjà au maximum).

Vous gagnez :

- **5000** si vous avez posé une pastille pour le domaine considéré,
- **10 000** si vous en avez posé 2,
- **20 000** si vous en avez posé 3.



LES CASES "CARTES"

Dès qu'un joueur tombe sur l'une de ces cases, il doit **piocher la carte** du dessus et se plier à ce qu'elle indique. Il peut s'agir de bonnes ou de mauvaises nouvelles.

Les cartes avec , , , ,  et  ne concernent que les pastilles **posées pour le domaine en question**.

Si une carte impose de verser une somme "au meilleur", il ne s'agit que de **celui qui a posé le plus de pastilles pour le domaine concerné**.

S'il y a des premiers ex aequo, la somme est versée à chacun dans sa totalité.

Par exemple, si la carte impose de payer 3000 au meilleur en "eau" et que deux joueurs ont plus de pastilles que vous pour l'eau, vous verserez 6000 au total. Si vous faites parti des meilleurs, vous ne payez rien.

Certaines cartes peuvent être **gardées** jusqu'à utilisation ou **négoциées** à la "Salle des marchés" (Emprunt, Stratégie et Entente cordiale).

Une fois la carte jouée, elle retourne sous le tas.



LES CASES SPECIALES

Si vous tombez sur l'une de ces cases, l'action qu'elle provoque est **obligatoire**.



Bourse

Tentez votre chance en lançant le dé !

Si vous faites 1, 2 ou 3, vous **versez** 8000, 4000 ou 2000 au pot commun.

Inversement, si vous faites 4, 5 ou 6, vous **gagnez** 5000, 10 000 ou 15 000 de la banque.



Concurrence

Cette case vous permet de **voler une carte** à l'adversaire de votre choix, qui a manqué de rapidité à l'utiliser. Il peut s'agir de carte emprunt non utilisée, stratégie, ou entente cordiale.



Congés

Vous vous reposez !

Vous avez le droit de rester autant que vous le voulez sur cette case et **gagnez 4000 par tour** de congé payé. Vous en repartez quand vous le voulez, en relançant le dé à votre tour.



Crise

Une crise est survenue ! Retournez les cartes jusqu'à tomber sur un "—". **Les moins bons pour le domaine** pioché vont en **cellule de crise**. Si tous les joueurs ont 3 pastilles pour le domaine pioché, continuez de retourner les cartes.

Pour sortir de cellule de crise, il faut :

- Soit miser sur sa chance en faisant **un chiffre pair** (un essai par tour),
- Soit **investir** pour rétablir le dialogue et résoudre le conflit :
 - **Aucune pastille** dans le domaine = payez 12 000 au pot commun
 - **1 pastille** " " = payez 8000 "
 - **2 pastilles** " " = payez 4000 "

Cette dépense ne donne pas droit à une pastille supplémentaire.

Une fois la crise réglée, les joueurs retournent à la "Salle des marchés" et jouent au tour suivant.

Attention : pendant un séjour en cellule de crise, vous êtes exclu du circuit et considéré comme n'existant pas (vous ne pouvez pas gagner ou perdre d'argent, on ne peut pas vous voler pions ou cartes, etc).



Lobbying

Vous pouvez l'utiliser si vous avez posé **au moins 1 pastille dans chaque domaine** sur votre fiche de domaines. Il vous permet d'obliger vos concurrents à progresser dans le domaine de votre choix : ils doivent alors tous s'aligner sur votre niveau.

Pour cela, **ils paient 15 000 par pastille manquante à la banque.**

Par exemple, si vous avez 3 pastilles en communication et que vos concurrents en ont tous une seule, ils devront tous déboursier 30 000 à la banque pour se rajouter 2 pastilles en communication. En fait, le lobbying a rendu votre niveau de responsabilité obligatoire. Cette lourde dépense peut amener vos concurrents à faire faillite.



Procès

Cette case vous permet de **voler une pastille** à l'adversaire de votre choix :

Vous désignez la personne visée et la pastille attaquée sur sa fiche de domaines. Chacun lance le dé jusqu'à ce qu'il y ait un gagnant.

Si l'attaquant gagne, il remporte la pastille visée et la place dans le même domaine sur sa propre fiche de domaines.

Si l'attaqué gagne, il reçoit 6000 de l'attaquant, comme dommages et intérêts.

Attention : on ne peut avoir plus de 3 pastilles par domaine !



Salle des marchés

C'est la **case de départ**. Elle vous permet de **vendre** ou **troquer** des pastilles ou cartes spéciales à vos adversaires si vous en avez besoin.

Si vous ne pouvez pas honorer une dette et que personne ne veut racheter vos biens, vous y posez automatiquement votre personnage et devez revendre des pastilles à la banque, à hauteur de **8000** chacune.



LE DEVELOPPEMENT DURABLE EN ENTREPRISE

*Les pages suivantes visent à donner
quelques pistes de réflexion
sur le développement durable,
ses thèmes et son insertion
dans le monde de l'entreprise.*

*D'une manière transversale,
vous retrouverez ces sujets
au fil de vos parties.*

*En espérant ouvrir le débat,
nous vous souhaitons bonne lecture !*



INTRODUCTION

On s'accorde généralement à dire que le concept de développement durable a fait son apparition dans le rapport "Brundtland", voilà quelques décennies. On pourra d'ailleurs en tirer l'idée qu'un développement durable permet de : "Subvenir aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs". Plus loin, ce même rapport prônera également la diminution des inégalités Nord-Sud.

Cette notion de développement durable vise in fine à lier les domaines environnementaux et sociaux à l'économie, de façon à limiter l'impact des activités humaines et à assurer de meilleures conditions de vie aux hommes.

Le développement durable s'articule donc autour de trois principaux piliers :

L'environnement

Le social

L'économique

Une mesure "durable" s'inscrit donc dans une logique économique tout en prenant en compte les volets environnementaux et / ou sociaux.

Plus largement, on qualifie souvent de "durable" une mesure visant à rendre plus responsable l'entreprise (d'où le terme de "Responsabilité Sociétale de l'Entreprise").

Il s'agit d'un comportement plus responsable des dirigeants pour mieux anticiper de nouvelles formes de contestations et prendre en compte les nouvelles attentes de leurs parties prenantes, c'est-à-dire de tous les groupes d'individus concernés de près ou de loin par leur activité.

Les frontières de l'entreprise ne se limitent en effet plus aux fournisseurs, employés, clients et autres actionnaires, mais à l'ensemble de la population par l'intermédiaire des ONG et associations de consommateurs, par exemple.

Dans la pratique, certains investissements sont plus lourds que d'autres et donnent des résultats à plus ou moins long terme. Or, l'entreprise vit aujourd'hui dans le court terme. Il appartient donc aux dirigeants de trouver la juste stratégie permettant d'avancer rapidement dans les domaines du développement durable tout en restant compétitif à court terme.

C'est en fait l'enjeu que vous devrez relever dans ce jeu : progresser sur ces thématiques sans faire faillite.



LA PRODUCTION

A - Les produits et services

Vendre des produits implique bien souvent d'avoir des fournisseurs, des ateliers, du transport, des stocks, etc. Autant de points difficiles à gérer, coûteux et polluants. Ainsi, la première question à se poser avant de commencer une activité pourrait être de se demander s'il n'est pas possible de répondre au même besoin par un service.

Le développement de circuits tels qu'Internet permettent aujourd'hui de répondre à une attente par une offre dématérialisée, à impact souvent plus faible. Cependant, il faut garder à l'esprit les impacts générés par les supports : la fabrication d'un ordinateur, par exemple, demande une incroyable quantité de matière et génère de nombreux déchets.

Une autre alternative est de minimiser la matière et de favoriser les matériaux naturels pour la fabrication d'un produit. C'est ce qu'on appelle "l'éco conception". Celle-ci rejoint la stratégie d'entreprise quand le

fabricant décide (ou devient obligé) de récupérer les produits en fin de vie, par exemple. Il consomme alors d'autant moins de matière qu'il pourra en récupérer grâce à une fabrication ingénieuse.

B - La matière première

Elle est la source de bien des activités économiques et voit son importance grandir avec l'émergence des pays du Sud. En parallèle, les législations se font de plus en plus contraignantes et incitent aujourd'hui les entrepreneurs à considérer leur produit sur l'ensemble de leur cycle de vie (de l'extraction à la fin de vie, et donc au recyclage).

En ce sens, l'entrepreneur ingénieux investit dans la recherche et développement pour minimiser la quantité de produits (toxiques ou non) nécessaires à la fabrication, améliorer les taux de réutilisation des composants, etc. Il peut également élaborer un système permettant de suivre ces produits et d'évaluer leur impact de façon à cibler son travail sur les points les plus importants.

C - Les emballages

Ils se multiplient ces dernières années, principalement pour des raisons de marketing. En effet, le consommateur est plus sensible à un emballage volumineux. Sur ce point, l'éco conception ne fait pas forcément bon ménage avec la rentabilité économique (puisque'elle prône l'optimisation de l'espace et de la matière).

Il convient donc de sensibiliser les consommateurs (qui sont, rappelons-le, des parties prenantes pour l'entreprise) et d'organiser sa communication autour de ces axes. Une telle publicité permet à la fois de prévenir le consommateur, de se différencier de ses concurrents et de gagner en crédibilité par un discours appuyé de mesures concrètes.

D - L'accès à l'eau

Il est très inégal sur la planète. Mais même dans les pays développés, on peut constater une tension hydrographique : l'utilisation de l'eau va croissante et les pollutions de cours et de nappes phréatiques diminuent les réservoirs potables. Ainsi, des régions entières doivent faire face à une diminution de la qualité de l'eau et avec elle, de nombreux écosystèmes sont mis à mal.

Moins d'eau, donc, mais aussi moins de matière première pour certaines professions. C'est pour cette raison que les principes de "pollueur payeur" et de "correction à la source" doivent être respectés. C'est en gérant raisonnablement ses ressources que l'Homme pourra en jouir de façon plus pérenne.

Un agriculteur qui aura investi dans un arrosage "goutte à goutte" pourra par exemple continuer son activité en pleine sécheresse alors que bon nombre de ses concurrents devront limiter leur activité, bien plus dépendante de l'eau à cause d'un arrosage " traditionnel ".

Par ailleurs, le fait de récupérer l'eau et de fonctionner au maximum en circuit fermé conduit à une diminution des coûts de production à terme.

E - Le pétrole

Depuis quelques années, les cours du pétrole flambent. Et la demande ne cesse de croître. Cet enjeu est donc primordial pour les entreprises. Quelques-unes ont déjà formé leurs conducteurs à une conduite plus économe, ou ont changé leur flotte de véhicules pour minimiser les coûts et la pollution atmosphérique.

Mais le pétrole intervient dans la synthèse d'une multitude de composés. La "recherche et développement" doit donc trouver des alternatives à cette source polluante, limitée en quantité et longue à se régénérer.

F - La pollution atmosphérique

Elle est générée par les entreprises et les particuliers. Mais les législations sont bien plus contraignantes pour les usines, qui doivent gérer leurs rejets en fonction de l'état de l'atmosphère. Ainsi, une entreprise a tout intérêt à diminuer la toxicité de ses fumées (en utilisant des produits moins polluants, des filtres plus efficaces, etc) pour maintenir sa production quel que soit l'état de l'air.

Quelques-uns des rejets atmosphériques notables sont par exemple le dioxyde de carbone (CO₂) et le méthane (CH₄), qui aident au réchauffement climatique, ou encore les SO_x et NO_x (dérivés du soufre et de l'azote), qui sont responsables des pluies acides.

Cet exemple montre bien que les portes de l'entreprise se sont ouvertes sur le monde, dans la mesure où les pollutions ne respectent pas les frontières.

Sur le plan économique, le système des " droits à polluer " semble être une des alternatives pouvant mener à un ralentissement progressif des émissions.

G - Les droits à polluer

Issus du protocole de Kyoto, ils visent à minimiser les quantités émises de Gaz à Effet de Serre (GES). Un tel type de marché avait déjà été mis en place dans certaines régions des Etats-Unis pour prévenir des pluies acides. Ces quotas d'émissions, qui se vendent et se rachètent, font un lien direct entre la protection de l'environnement et l'économie.

Là encore, l'entreprise qui aura le mieux anticipé et qui aura pris en compte cet enjeu se voit privilégiée par rapport aux autres, en étant moins soumise aux quotas d'émissions, voire même en étant dans la capacité d'en revendre. L'innovation est donc résolument liée au développement durable puisqu'elle permet de rendre plus efficaces les circuits.

H - La gestion des déchets

Le tri sélectif est aujourd'hui entré dans les mœurs. Mais de nombreuses

activités génèrent encore de grandes quantités de déchets, souvent non triés, et dont le ramassage coûte cher. Ne pas considérer cet enjeu aujourd'hui nous imposera plus tard de bien plus lourdes dépenses pour rétablir le bon état des écosystèmes.

La mise en place d'un système de tri et la recherche d'éventuels repreneurs permet d'économiser doublement à terme : l'entreprise diminue ses frais de ramassage et vend ses déchets comme une matière première. Cependant, cette pratique n'est pas autorisée pour tout type de déchets...



LES FEMMES ET LES HOMMES

A - Le recrutement et la discrimination

De plus en plus, on voit naître de nouveaux systèmes de recrutement visant à rendre plus objective - et donc plus efficace - la sélection des candidats. Ces mesures, comme les CV anonymes, permettent de donner leur chance au maximum de personnes et de jouir d'un panel plus large de candidats.

L'intérêt est direct pour les entreprises, puisque ces innovations répondent à leur besoin de compétences. Plus, elles doivent veiller à garder leurs nouveaux talents. En ce sens, bon nombre d'entre elles ont créé une charte de non-discrimination ou ont une politique d'égalité hommes-femmes. Mais là encore, les contrôles restent souvent parcimonieux.

Pour être crédible et efficace, l'entreprise doit veiller à suivre ces évolutions, voire même à les exporter chez ses fournisseurs et communiquer honnêtement sur ces thématiques. Ainsi, le temps et l'argent seront investis à bon escient.

B - Les restructurations

Elles ont souvent accompagné les délocalisations. Et bon nombre d'entre elles furent médiatisées. Pour éviter les conflits, l'employeur prévoyant a au préalable mis en place un système de mobilité interne et de formation

continue performant pour maintenir l'employabilité de ses salariés, en interne et en externe.

L'anticipation des plans sociaux est primordiale pour garder sa crédibilité et économiser son temps. Par ailleurs, on note qu'un employeur qui prend soin de ses salariés a moins de difficulté à recruter et à garder ses talents, dans la mesure où il leur offre ce que la concurrence n'est pas à même de donner. Là encore, les thématiques du développement durable se lient à la stratégie long terme de l'entreprise.

C - Le processus décisionnel

Le sens du dialogue a beaucoup évolué : l'entreprise est souvent vue comme a priori suspecte, et doit justifier ses actes. Pour être crédible, il convient donc de prendre en compte les attentes de ses parties prenantes dans le processus décisionnel (syndicats, riverains, ONG, Etat, actionnaires, fournisseurs, etc).

Or, bon nombre d'entreprises restent très opaques sur ces enjeux. Quels types de consultation existe t'il ? Quels contrôles assurent une juste considération des attentes de chacun ? Comment chaque partie peut-elle comprendre le point de vue des autres et exprimer le sien ? Restent souvent des questions sans réponse.

A court terme, il paraît en effet plus simple d'agir unilatéralement. Mais à plus long terme, le fait d'ignorer ses parties prenantes conduit à perdre leur adhésion et à créer un décalage entre leurs attentes et ce qu'on propose.

D - Le dialogue

Il est une condition sine qua non à la mise en place de mesures efficaces. Pour agir au bon endroit et de la bonne façon, l'entrepreneur doit considérer l'ensemble des aspects de son activité, qu'ils soient directs ou indirects.

C'est pour cela que la concertation est primordiale : le transfert d'information entre les différentes parties conduit à une meilleure compréhension des attentes et besoins de chacun. C'est cet échange qui permettra de trouver les axes de progressions qui satisferont le plus grand nombre.

E - Les cultures

La mondialisation de l'économie a conduit à la mondialisation des cultures. La question de la discrimination a donc pris toute son envergure dans le monde de l'entreprise. Et avec elle, celle des cultures : de nombreuses entreprises proposent à leurs salariés leur propre culture, souvent issue des valeurs du dirigeant.

Mais la mixité conduit à élargir les horizons et gagner en objectivité. Ainsi, encourager l'expression des différentes cultures dans une entreprise sensibilise chacun à la vision de l'autre et permet de mieux se comprendre. La mobilité interne, par exemple, est un formidable outil en ce sens qu'elle permet de faire évoluer ses employés et les ouvrir encore plus sur la complexité du monde. Ainsi, l'innovation est mieux acceptée et le changement devient une opportunité pour progresser.

F - La cohésion

Elle est primordiale pour qui veut faire évoluer son projet. Le développement durable peut être une alternative pour améliorer cette cohésion, en donnant la parole à chacun et en les impliquant dans des projets annexes, porteurs de sens et formateurs. Ainsi, des entreprises encouragent le bénévolat chez leurs employés, créent des fondations, mettent à disposition des boîtes à idées, etc.

Le fait de travailler en accord avec leurs propres valeurs motive les salariés, qui sont plus efficaces et s'attachent à l'entreprise. En parallèle, les conditions de vie s'améliorent grâce aux projets en cours. Un cercle vertueux se met donc peu à peu en place...



A - La transparence et le risque d'image

Ces enjeux ont grandit ces dernières décennies avec la médiatisation, l'avènement d'Internet et les quelques grands scandales, qui ont montré aux investisseurs la valeur de la communication. C'est dans le même temps l'opacité de quelques groupes qui ont conduit le grand public à ne plus croire en la communication des entreprises.

Les parties prenantes attendent donc aujourd'hui d'avoir un maximum d'informations, précises et vérifiables. Pour l'entreprise, cet enjeu grandit avec sa taille et il devient primordial de faire preuve d'honnêteté.

En effet, on constate que loin de condamner les mauvaises pratiques, les parties prenantes saluent la transparence des entreprises communiquant sur leurs points d'amélioration. Le corollaire étant d'engager une démarche d'amélioration continue par la suite.

En opposition, les entreprises qui choisissent de présenter un tableau plus ou moins idyllique de leur situation peuvent perdre leur crédibilité pour l'ensemble de leur discours, quand bien même une large partie serait vraie.

Pour éviter les scandales et devoir gérer des situations de crises, l'entreprise doit donc communiquer en toute transparence sur ses actions, les raisons de ses choix et les impacts qu'elle génère. En parallèle, il convient également de fonder sa démarche sur un principe d'amélioration visant à intégrer au mieux les parties prenantes dans la fixation des objectifs et leurs contrôles, et à limiter les impacts générés.

B - La responsabilité

Elle s'applique aux questions sociales mais aussi à l'environnement : le principe de "pollueur-payeur" suppose que toute action néfaste soit

résorbée. Or, dans bien des cas, ce principe est ignoré. Mais comme pour le travail des enfants, le risque d'image est latent et bien des entreprises ont payé durement leur négligence...

En effet, les Organisations Non Gouvernementales (ONG) se sont professionnalisées au fil des ans et jouissent aujourd'hui de formidables réseaux pour défendre leur cause.

Plus largement, la responsabilité peut être abordée de façon proactive, comme un outil de différenciation en mettant en place des partenariats avec ces ONG, par exemple. Ainsi, le risque d'image diminue et le capital sympathie augmente, tout en oeuvrant pour le bien-être et la protection de l'environnement.

C - Le reporting du développement durable

De plus en plus d'entreprises font le choix du reporting pour communiquer sur leur Responsabilité Sociétale. Au fil du temps, ces rapports se sont même professionnalisés, avec de réels suivis d'indicateurs, des observations de parties prenantes, etc.

Mais si le reporting du développement durable permet de se faire connaître et de légitimer son action, il permet aussi, quand il est bien fait, de porter un regard plus objectif sur son entreprise : il n'est en effet pas rare qu'un dirigeant y découvre tel ou tel aspect de son activité, tel point à améliorer, ou telle situation dont il pourrait tirer parti, etc.

Le reporting permet donc de diminuer son risque d'image, d'augmenter la cohésion en interne, et d'améliorer son efficacité en donnant une vision plus juste de l'activité et de ses impacts.



CONCLUSION

Pour conclure, quelques points méritent d'être précisés :

Premièrement, la question de la spécificité, qui n'est pas abordée dans ce jeu, est primordiale. En effet, un cimentier ne doit pas faire face aux mêmes enjeux qu'un banquier ou qu'un producteur de vêtements. Il convient donc d'analyser l'ensemble de son activité pour y déceler les impacts et les points d'amélioration principaux.

Deuxièmement, le développement durable doit être vu de façon proactive pour pouvoir se lier à la stratégie. En effet, s'il est perçu comme une nouvelle contrainte, il y a fort à parier que les mesures mises en place se limiteront à de la simple communication, politique qui ne fonctionnera vraisemblablement qu'un temps et reviendra chère.

Troisièmement, la sensibilisation des parties prenantes est un facteur primordial pour qui veut faire progresser son entreprise : qu'il s'agisse de ses fournisseurs, de ses salariés ou de ses clients, il convient d'expliquer les problématiques environnementales, sociales et économiques pour que chacun soit en mesure de comprendre la complexité de l'enjeu et de s'approprier la problématique.

Quatrièmement, la donnée économique doit être mise en avant dans la communication : bon nombre d'entreprises ne parlent de développement durable que par le biais de l'environnement ou du social. Mais elles n'ont aucune légitimité à en parler si elles ne font pas de lien entre mesures durables et rentabilité économique.

C'est en ce sens que le développement durable doit se lier à la stratégie : il faut pouvoir déterminer, pour chaque mesure responsable, les tenants et les aboutissants économiques pour l'entreprise et l'ensemble de ses parties prenantes.

Enfin, nous tenons à souligner que les propos tenus ici n'engagent que nous et que les problématiques abordées sont loin d'être exhaustives. Ce livret ne vise en effet qu'à transmettre notre vision de ce que pourrait être une nouvelle façon de percevoir l'activité économique, plus humaine et respectueuse de l'environnement : nous pensons qu'il est légitime pour une entreprise de chercher à maximiser son profit et sommes convaincus que le développement durable est une alternative à l'activité économique telle qu'on la connaît aujourd'hui.

Ce jeu vise donc à montrer qu'il est possible - et même judicieux - de suivre une ligne plus responsable, satisfaisant à la fois les attentes de l'entreprise, de ses parties prenantes et préservant l'environnement. Loin de vouloir donner un "mode d'emploi" universel, qui serait selon nous la première des erreurs, il nous est apparu intéressant de chercher à ouvrir la réflexion sur ces sujets et de leur trouver une véritable place dans la logique économique.



Bon jeu !

RESUMÉ DE LA RÈGLE

DOMAINES

GAGNEZ :

1 Pastille	2 Pastilles	3 Pastilles
5000	10 000	20 000

OU : Achetez une pastille 10 000

- Vous pouvez rester sur la case pour investir au tour suivant.
- Vous ne pouvez acheter plus de 3 pastilles par domaine.

SALLE DES MARCHES

C'est la case de départ.

En y plaçant automatiquement votre pion, vendez ce que vous voulez si vous ne pouvez pas honorer une dette. Si vous ne trouvez pas preneur, la banque rachète les pastilles 8000 chacune.

CARTES

Les cartes bonnes et mauvaises nouvelles (+ -) ne concernent que le domaine signalé par son pictogramme en haut à gauche.

CONCURRENCE

Prenez une carte à quelqu'un (stratégie, emprunt non utilisé, entente cordiale).

LOBBYING

Si vous avez au moins une pastille dans chaque domaine, forcez vos concurrents à rejoindre votre niveau pour le domaine de votre choix. Ils doivent alors payer 15 000 par pastille manquante à la banque. Ils se rajoutent les pastilles achetées sur leur fiche de domaines.

CONGES

Gagnez 4000 par tour de congé payé. Vous pouvez rester autant que désiré.

CRISE

Retournez les cartes jusqu'à tomber sur une mauvaise nouvelle (-). Tous les moins bons dans le domaine vont en cellule de crise. Pour en sortir, ils devront faire un chiffre pair, ou payer autant de fois 4000 qu'ils ont de pastilles non posées pour le domaine concerné.

PROCES

Faites une bataille de dé avec l'adversaire de votre choix pour lui voler une pastille. Si vous gagnez la bataille, vous remportez la pastille. Si vous perdez, vous lui versez 6000 de dommages et intérêts.

BOURSE

Lancez le dé :

1	2	3	4	5	6
-8 000	-4 000	-2 000	+5 000	+10 000	+15 000

A VERSER AU POT COMIN

GAIN