

## **CEO-Panel “La durabilité: phénomène de mode ou nécessité ?”**

Le panel des CEO panel composé de Eric Dumez (Henkel Benelux), Bernard Deryckere (Alpro), Michel Eeckhout (Delhaize Belgium), Dominique Leroy (Unilever) et Luc Rogge (Colruyt), a débattu sous la conduite de Paul D’Hoore sur le thème de la durabilité. S’agit-il d’un nouveau phénomène de mode ou bel et bien d’une nécessité ?

Tant les distributeurs que les fournisseurs s’accordent sur le fait que la durabilité est une mission indispensable. Tous les membres du panel ont confirmé que leurs entreprises travaillent activement vers des objectifs de durabilité. Il viendra indéniablement un moment où les autorités imposeront des normes sévères, et on aura tout avantage à s’y préparer et à démarrer dès aujourd’hui. Exemple : devenir CO<sub>2</sub>-neutre exigera pour tous un effort de longue durée et durable, mais chaque initiative aide, même les petites mesures !

Une logistique centralisée et optimisée, des camions à deux étages, épargner de l’énergie sur l’éclairage et les espaces réfrigérés, l’utilisation de sources d’énergie alternatives via des turbines à vent et des cellules solaires, des articles concentrés (lessives), la diminution des déchets d’emballage, le soutien de projet sociaux, ... doivent nous mettre sur le chemin vers plus de durabilité tant au niveau de la production que de la commercialisation des produits.

En collaborant davantage entre fabricants et distributeurs, les producteurs entre eux, ou les distributeurs entre eux, le transport peut être davantage optimisé. Si tout le monde semble convaincu que les camions ne doivent pas transporter trop d’air, il faut toutefois constater dans la pratique que les camions ne sont pas toujours bien remplis sur leur trajet de retour. Une meilleure collaboration devrait être réalisable à ce niveau, certainement pour le transport international, où les kilomètres comptent. Pourtant Colruyt préfère – pour des raisons organisationnelles – ne pas voir de camions Delhaize sur le parking de ses centres de distribution. Il existe donc bien des limites !

Optimiser le transport et collaborer entre partenaires commerciaux n’est possible que si l’on garde à tout moment un aperçu parfait sur la logistique. Ceci est notamment possible via l’échange électronique de messages et la synchronisation des données. GS1 Belgium & Luxembourg a donc certainement un rôle important à jouer à ce niveau. La mise en place d’échanges électroniques de messages et surtout l’alignement de master data demandent beaucoup de temps, sont techniquement complexes et exigent un changement de mentalité des entreprises concernées. Les Pays-Bas sont posés en exemple: pourquoi ont-ils deux ans d’avance sur nous en matière de master data ? Aucun CEO ne possède tous les éléments de réponse à cette question. Heureusement il existe quelque chose comme ‘la loi de l’avance freinante et du retard utile’, qui peut représenter un stimulant supplémentaire pour les entreprises belges.