

## **DOSSIER DE PRESSE - Bruxelles, le 25 septembre 2007** **GET UP ! le mensuel de la gestion durable en entreprise**

### **Développement durable et entreprise : un défi commun**

Lancer un nouveau magazine économique centré sur la gestion durable au sein de l'entreprise voilà bien qui peut apparaître comme un « défi - un peu - fou » à l'heure où le capitalisme financier s'impose aux quatre coins de la planète.

Et pourtant à y bien réfléchir, le magazine **Get Up !** répond à un enjeu important pour chaque décisionnaire qu'il soit privé ou public : comment intégrer la notion de « durabilité » dans la gestion de l'entreprise en transformant le paradigme : « durabilité = contrainte » en « durabilité = opportunité » ?

Aujourd'hui force est de constater que la dimension économique prédomine dans la grande majorité des entreprises au détriment des dimensions sociales, environnementales et sociétales. Les entreprises doivent faire du profit et tout dans leur fonctionnement est assujéti à cette obligation.

Par ailleurs, nombreuses sont les voix, des travailleurs aux consommateurs, des citoyens aux législateurs, des intellectuels aux scientifiques qui n'acceptent plus que les entreprises restent « au balcon » vis-à-vis des enjeux du développement durable.

Face à cette situation difficile voire critique, certains ressassent sans fin des prédictions pessimistes, d'autres appellent à des révolutions des systèmes sociétaux et économiques.

Une autre approche, celle des promoteurs de **Get Up !**, consiste à modifier son point de vue et à « tendre la main » aux dirigeants d'entreprises. Comment aborder le développement durable chez des dirigeants pour qui ce concept n'est pas prioritaire ? Comment favoriser des objectifs durables sur le long terme alors que les enjeux de rentabilité sont souvent sur le court terme ? Comment favoriser des prises de décisions concrètes au-delà des débats intellectuels ? Comment mobiliser des responsables d'entreprises à adopter des comportements novateurs et à entraîner leurs équipes à en faire de même ?

Autant de questions, autant d'enjeux auxquels le magazine **Get Up !** veut répondre.

Pour inciter les entrepreneurs vers des pratiques de gestion plus durables, il faut parler leur langage, comprendre leurs contraintes, analyser leurs besoins et leurs attentes et apporter des réponses pratiques et aisément chiffrables dans un « business plan ».

### **Un projet éditorial clair et mobilisateur**

**Get Up !** Debout, en route, en avant ... C'est bien l'objectif que se donne ce nouveau magazine. « *Certes, répondra le lecteur, mais en avant vers où ?* » « *Tout simplement, répond Pierre Biélande, rédacteur en chef, vers une plus grande solidité économique, un meilleur respect de l'environnement, de l'homme et de la société. Utopie ? On aurait pu le croire il y a quelques années encore. Aujourd'hui, le monde de l'entreprise démontre qu'il y a de l'espace pour progresser sur les différents fronts. Qui plus est, les entreprises qui ont entamé ce*

*chemin se révèlent particulièrement performantes. Hasard ? Que du contraire au vu des études existantes. »*

*« Pour beaucoup de responsables d'entreprise, poursuit Pierre Biélande, y compris dans les PME, la vraie question n'est plus tellement de savoir si on veut sauter le pas et s'inscrire dans un modèle économique plus durable, plus positif, chargé d'un sens allant au-delà des résultats financiers, mais bien de savoir comment sauter ce pas. Ce qui importe est bien de mettre en place une réflexion sur des stratégies globales de durabilité, de réfléchir à la manière de concrétiser de nouvelles responsabilités. Ce qui compte par-dessus tout est de s'approprier les savoir-faire, les pratiques, les idées qui permettent d'avancer pas à pas dans cette direction. C'est aussi de constituer les réseaux qui permettent d'apprendre. Chaque entreprise à son rythme, chacun en fonction de ses spécificités. »*

### **Get Up ! : un véritable outil de travail au service du chef d'entreprise**

Le mensuel **Get Up !** veut être un outil. Un outil de travail pour les décisionnaires belges, privés et publics, en particulier pour les dirigeants de petites et moyennes entreprises.

L'objectif est qu'un maximum de décisionnaires mettent en œuvre de nouvelles pratiques en intégrant « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de « besoins » et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder une plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale impose sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. » (Rapport Brundtland 1987).

En toile de fond du projet s'inscrivent donc des enjeux fondamentaux pour l'avenir de l'Homme sur la planète tels que le réchauffement climatique, la dégradation progressive de l'environnement, la destruction des biotopes, la raréfaction des énergies fossiles et nucléaires, la mondialisation, les transformations sociétales.

*« Aujourd'hui les exemples convaincants de gestion durable en entreprise se multiplient à grande vitesse. Le rôle de **Get Up !** est en fait très simple, communiquer ces exemples, en expliquer les tenants et les aboutissants, et inciter à leur développement » : affirme Pierre Biélande.*

### **Get Up ! fruit d'une solide association**

Les responsables de l'agence ALTER spécialisée dans l'information et la recherche sur des thèmes sociétaux, et ceux de la société ORENA éditrice de magazines professionnels et économiques avaient peu de chance de se rencontrer un jour et encore moins de collaborer ensemble. C'était sans compter sur deux coups du destin : le premier celui de développer au même moment des projets éditoriaux sensiblement identiques, le second d'être mis en contact par une personne ayant connaissance des deux projets.

Thomas Lemaigre, de l'Agence ALTER « dès le départ, nous avons constaté, qu'outre deux projets presque identiques, nos expertises pouvaient se renforcer ; d'une part l'expérience rédactionnelle avec Alter Business News pour l'agence et d'autre part une excellente connaissance commerciale et de la logistique pour ORENA. »

Les deux structures ont décidé de créer une société coopérative à responsabilité limitée (ECOAscrl) pour financer et gérer ensemble le projet. Deux actionnaires privés ont rejoint le tour de table. Une telle alliance à 50/50 entre une SA et une asbl est une véritable première dans le paysage belge !

Thomas Lemaigre (Agence ALTER) a été nommé Président d'ECOAscrl et Didier Mulders (ORENA), Administrateur Délégué. Dirk Coeckelbergh, expert en fonds éthiques, a accepté la fonction d'Administrateur indépendant.

### **Expertise et expérience au rendez-vous de Get Up !**

La rédaction du magazine peut compter sur une solide équipe de journalistes animée par Pierre Biélande, rédacteur en chef et ancien « patron » de la e.newsletter Alter Business News. Forte de 7.000 abonnés, cette newsletter - qui a cessé de paraître au début de l'année au profit du projet **Get Up !** - était une publication de référence dans le domaine du développement durable.

Pierre Biélande explique le projet journalistique :

*« Face aux nombreux thèmes à aborder, à leur technicité et parfois à leur complexité, nous avons réuni une large équipe de journalistes « pointus » à qui nous demandons un travail en profondeur, scientifiquement exact, intellectuellement irréprochable. L'information que **Get Up !** délivre aux dirigeants d'entreprise doit être pertinente et source de décisions. Pour compléter notre dispositif, nous pouvons compter sur des partenaires tel Vigeo, leader européen en cotations éthiques. Inutile de préciser que l'indépendance rédactionnelle est une des valeurs porteuses du projet. »*

### **Get Up ! par le menu**

Pratiquement, **Get Up !** est un magazine national, publié 9 fois par an en français et en néerlandais. Le tirage sera de 10.000 exemplaires. La diffusion sera assurée dans 2.000 grandes entreprises et 6.000 PME. 2.000 exemplaires seront envoyés vers les milieux académiques, publics et politiques, syndicaux et associatifs.

En fonction des éditions, le magazine comptera de 48 à 72 pages. Le premier numéro compte 56 pages et 7 rubriques : point de vue, actu et techno, analyse, dossiers, métier, projets et outils.

Au menu du numéro 1 de **Get Up !** : entre autres, « architecte industriel : l'émergence de la maîtrise énergétique », « stakeholder management, consulter pour se renforcer », « neutralisez vos émissions de CO2 », « emballer moins et plus écologique ? Possible » « comptabilité durable : la performance globale en point de mire ». « mobilité verte, l'ecodriving ».

**Get Up !** se retrouvera également sur la toile [www.get-up.be](http://www.get-up.be) avec les centaines d'articles publiés dans la e.newsletter Alter Business News, et bientôt avec des infos d'actualité.

### **Get Up ! et l'éthique publicitaire**

**Get Up !**, magazine économique, accueille en priorité des annonceurs présentant des produits, des services, des marques offrant une plus value éthique, environnementale, sociale ou sociétale en cohérence avec la ligne éditoriale présentée plus haut.

Dans cet esprit et afin de prévenir toute ambiguïté, les promoteurs de **Get Up !** s'appuieront sur le Code belge de la publicité écologique et sur la Charte norvégienne du Conseil national de l'éthique.

« *En tout état de cause, ajoute Didier Mulders, Administrateur d'ECOIA, le magazine **Get Up !** refusera des publicités ou des insertions émanant d'entreprises :*

- *ne respectant pas les droits humains,*
- *portant des atteintes graves et répétées à l'environnement,*
- *condamnées pour corruption caractérisée,*
- *appartenant au secteur de l'extraction pétrolière, de l'armement ou du tabac. »*

### **Get Up ! reçoit le soutien de 17 entreprises / partenaires**

Au-delà des aspects éditoriaux, rédactionnels et éthiques, l'aspect financier doit pouvoir assurer la ... durabilité du projet.

Thomas Lemaigre, Président d'ECOIA confirme :

« *Dès le départ nous avons souhaité associer des entreprises à notre projet, d'une part pour montrer que certaines d'entre elles s'inscrivent déjà dans la démarche durable, d'autre part pour assurer la viabilité du magazine grâce à leur engagement financier. Aujourd'hui **Get Up !** peut compter sur 17 entreprises partenaires. Certaines sont vraiment pionnières en matière de gestion durable, d'autres en sont à leurs premières expériences significatives. Chacune d'entre elles mérite d'être remerciée et félicitée. »*

Les entreprises partenaires sont, par ordre alphabétique : Alpro, Banque Triodos, Cambio, Cap Conseil, Cera, Credal, ECOIES, EXKi, IME Group, IMG/Green Invest, Kadratura, Kauri, Little Gym, Nouvelle Hôtellerie, Sustenuto, Vigeo, Virtual Words.

Quelques autres sont encore en train de les rejoindre.

Ces entreprises sont réunies dans un club d'affaires qui se réunira périodiquement pour échanger des informations et des bonnes pratiques.

### **Pour tout contact :**

contact presse : Eric Mulders : [eric.mulders@get-up.be](mailto:eric.mulders@get-up.be) - 0475/32.89.50.

contact éditorial : Thomas Lemaigre : [thomas.lemaigre@get-up.be](mailto:thomas.lemaigre@get-up.be)

contact rédactionnel : Pierre Biélande : [pierre.bielande@get-up.be](mailto:pierre.bielande@get-up.be)

contact commercial FR : Didier Mulders : [didier.mulders@get-up.be](mailto:didier.mulders@get-up.be)

contact commercial NL Edgard Malschalck : [edgard.malschalck@get-up.be](mailto:edgard.malschalck@get-up.be)

### **Adresse :**

Get Up !

le mensuel de la gestion durable en entreprise

c/o ECOIA scrl

Boulevard Lambermont, 140 à 1030 Bruxelles

## **PRESENTATION des ASSOCIES FONDATEURS DE GET UP !**

### **La société ORENA en quelques mots :**

Créée, il y a plus de 60 ans, la société ORENA publiait à l'origine un journal reprenant les marchés publics et les adjudications dans le secteur des travaux publics et du bâtiment.

Activité toujours d'actualité avec l'hebdomadaire LA CHRONIQUE et son site [www.lachronique.be](http://www.lachronique.be), supports incontournables pour les professionnels du secteur.

Dans les années 60, ORENA lançait un hebdo économique LE MARCHE/DE MARKT. Après plus de 40 ans de bons et loyaux services, cet hebdo a tiré sa révérence le 14 juin dernier. Deux nouveaux magazines lui ont succédé : GASTROMANIA, le Marché des saveurs, un mensuel 100% dédié à la gastronomie ([www.gastromania.be](http://www.gastromania.be)) et **Get Up !** lancé en partenariat avec l'agence ALTER.

**Contact :** Didier Mulders : [d.mulders@orena.be](mailto:d.mulders@orena.be)

### **L'agence ALTER en quelques mots :**

L'agence ALTER est une association organisée autour de deux pôles : le journalisme et la recherche. Créée en 1995, elle emploie une quinzaine de personnes et une vingtaine de collaborateurs indépendants. Au travers de ses publications et de son département de recherche, ALTER soutient l'innovation et œuvre à un renforcement des droits économiques, sociaux, politiques et culturels des générations actuelles et futures. En 2002, l'agence ALTER lançait Alter Business News qui fait place aujourd'hui au mensuel **Get Up !** lancé en partenariat avec la société ORENA.

Il y a 2 semaines, l'édito d'*Alter Echos* faisait le point sur les motivations d'Alter à se lancer dans une telle aventure :

*« Depuis 12 ans, chez ALTER, nous nous battons pour développer un journalisme qui fasse avancer la citoyenneté. Avec la volonté d'avoir un impact sur le monde économique. Pas seulement sur le monde social qui vous est le plus familier.*

*Quand on s'adresse à des décideurs pour parler développement durable au sens large, on tombe parfois sur des convaincus. Pour la plupart, on les trouve dans le non marchand et le secteur public, plus que dans le privé. Mais - paradoxe -, sans l'entreprise, on ne passera jamais d'effets de seuil en termes de développement durable. Alors que le développement durable met directement en cause les piliers sur lesquels s'appuie l'entreprise.*

*Dans le monde économique belge, ils sont de plus en plus nombreux à passer de la conviction à l'action. Mais pas encore assez face à l'ampleur des défis à relever. Le meilleur combat qui reste à mener par les convaincus consiste donc à faire basculer les insensibles, en commençant par les hésitants. Personne ne s'est encore mis à un travail d'information journalistique d'ampleur qui porte sur les problèmes spécifiques des entreprises qui se mettent en mouvement : en cherchant avec elles où sont leurs possibilités d'action compte tenu de leurs contraintes, en les fédérant sans les complexer par des « il n'y a qu'à » ou des condamnations, en les outillant en termes de pratiques et de vision. D'où un projet de communication au sens le plus noble du terme, avec une obsession : se focaliser sur les solutions qui font en sorte que s'élargisse le cercle de ceux qui sont conscients de l'importance des défis et qui veulent concrètement agir ».*

**Contact :** Thomas Lemaigre : [thomas.lemaigre@alter.be](mailto:thomas.lemaigre@alter.be)