

## Renouvellement de notre engagement au Pacte Mondial :

Pacte Mondial  
Le 27 juillet 2009

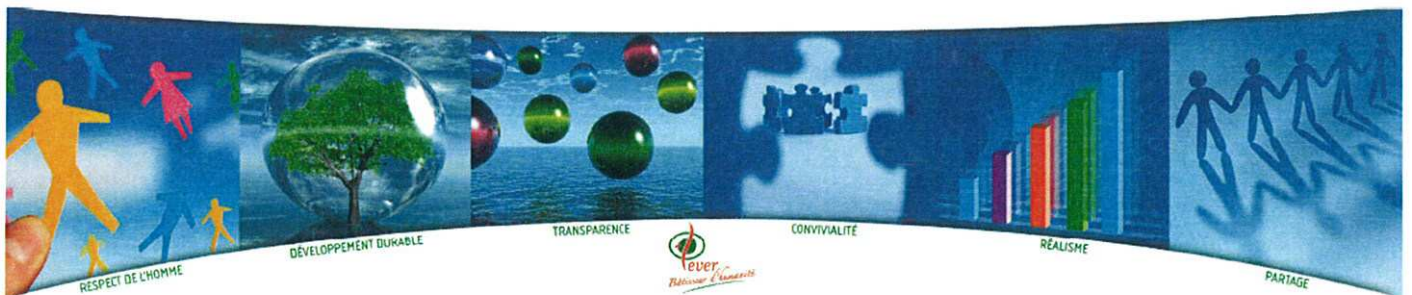
Monsieur le Secrétaire Général,

Développer un groupe économique centré sur l'Homme, la Nature et la Société et capable de créer des richesses, tel est notre fil conducteur.

Si nous avons un devoir de rentabilité, nous avons également un devoir d'éthique :

- nous participons activement à la construction d'une nouvelle société, plus équitable, basée sur la vérité, l'intégrité et la transparence
- Nous contribuons à la protection de la santé et au rééquilibrage écologique de la planète

Toute notre équipe est animée des mêmes valeurs et nous œuvrons ensemble pour atteindre les mêmes objectifs.



Nous voulons ouvrir des voies, tracer de nouveaux chemins qui dessineront un avenir plus humain et plus respectueux de l'équilibre de la planète.

Notre challenge est de bâtir et fabriquer des produits conformes l'immologie « sains pour l'Homme et bon pour la Nature ».

C'est aujourd'hui pour nous, et c'est aussi demain, pour les autres.

Et nous sommes fiers de renouveler notre engagement au Pacte Mondial.

Ludovic Bréant  
Président



Nom du groupe : ever

Adresse : 123, avenue du clavier - 17140 Lagord (La Rochelle)

Responsable développement durable : Anne Delgambe

PDG : Ludovic Bréant



#### **Historique :**

Après avoir créé en 1994, une entreprise spécialisée dans la commercialisation de produits immobiliers de placements et de produits financiers, cotée en bourse, puis vendue en 2001 à une banque, Ludovic Bréant se consacre aujourd'hui au développement d'entreprises à fort potentiel.



#### **Un groupe créé en 2003 :**

Notre groupe a démarré en 2003. Nos activités ont commencé dans le Grand Ouest et nous intervenons à présent dans toute la France. Nos entreprises sont à la fois jeunes et dynamiques.



#### **Composé d'hommes d'action :**

Chaque jour, nous œuvrons à l'étude, à la construction ou à la rénovation de bâtiments, à la fabrication de composants bois ainsi qu'à l'aménagement d'espaces tertiaires, à l'installation de matériel à énergies renouvelables, pour satisfaire et anticiper la demande de nos clients. Nous gérons aussi des hôtels-restaurants et des hôtels et résidences de tourisme.

Les hommes et femmes d'ever font constamment des prouesses tenant compte des besoins de nos clients et anticipant leurs attentes.

Passionnés et dotés d'un réel esprit d'innovation et de services, nos collaborateurs ne comptent ni leur talent, ni leur énergie.

## 2. Comment cela se traduit-il dans notre stratégie ?

### **Notre mission : bâtisseur d'humanité**

#### *Vocation économique*

- créer des sociétés à fort potentiel de développement sur le plan national ou international dans les domaines de la construction immobilière, l'industrie, l'hôtellerie et les services dans les pays occidentalisés
- Contribuer à la création de nouvelles richesses dans les pays les plus défavorisés

#### *Vocation humaine*

- Créer des emplois et participer à la réindustrialisation en France et apporter du travail aux pays les plus défavorisés

#### *Vocation écologique*

- Contribuer, par nos activités, à la protection de la santé et au rééquilibrage écologique de la planète

#### *Vocation sociétale*

- Contribuer à l'invention en pratique d'un nouveau capitalisme qui serait l'allié des humains

### **Notre ambition : créateur d'éthiques**

#### *Ambition économique*

- Créer de nouveaux métiers en développement durable et devenir leader
- Apporter du travail et des ressources dans les pays les plus défavorisés

#### *Ambition humaine*

- Aider nos collaborateurs à se développer et s'épanouir dans une aventure économique innovante, dans le partage de nos Valeurs

#### *Ambition écologique*

- Devenir des experts écologiques dans nos métiers et rendre nos produits financièrement accessibles au plus grand nombre

#### *Ambition sociétale*

- Développer un groupe économique centré sur l'Homme, la Nature, la Société et capable de créer des richesses

### **Notre stratégie produits :**

#### *Stratégie économique*

- Aux entreprises : nous offrons des produits en développement durable
- Aux collectivités : nous offrons des produits correspondants à l'Agenda 21
- Aux particuliers : nous démocratisons les produits écologiques en les rendant financièrement accessibles

#### *Stratégie humaine*

- Nous offrons des produits qui permettent de remettre l'Homme au cœur du système

#### *Stratégie écologique*

- Nous offrons des produits bons pour nous et excellents pour nos enfants

#### *Stratégie sociétale*

- Avec nos clients, nous traçons de nouveaux chemins qui dessinent un avenir plus humain et plus respectueux de la planète

### 3. Quels sont nos métiers ?

Organisation de nos activités en 3 pôles :

1.



Développe des entreprises spécialisées dans l'investissement immobilier.  
2 sociétés actuellement.

2.



Développe des entreprises spécialisées dans la construction ou la fabrication à partir de bois et dans la rénovation thermique.

Elle est structurée en 3 divisions ;

- evertudes : crée des entreprises spécialisées en R&D immobilière et écologique et des bureaux d'études sur la construction immobilière en bois
- everindustrie : rachète des industries dans les métiers du bois
- everconstruction : crée des entreprises dans le domaine de la construction bois

13 sociétés actuellement.

3.



Développe des entreprises spécialisées en gestion hôtelière ou de résidence.  
2 sociétés actuellement.

## 7. Les entreprises sont invitées à adopter une démarche fondée sur le principe de précaution en matière environnementale :

### 1. Services supports transversaux du Groupe :

#### 1.1. Achats :

La difficulté venait du fait que chaque entreprise passait ses propres commandes, sans avoir le temps d'intégrer des exigences de qualité environnementale.

Depuis six mois, nous avons créé un service achats transversal qui intervient progressivement sur toutes les entreprises du groupe. Véritable porte d'entrée des fournisseurs, le service achats intègre le développement durable au quotidien dans ses activités. Les appels d'offres et les critères de sélection des fournisseurs sont définis selon les critères de prix, de délai, de qualité, de risque et de développement durable.

Un questionnaire est soumis aux fournisseurs concernant leur implication sur ce dernier critère.

La difficulté provient du fait que cela complique la démarche d'achats en ajoutant des contraintes supplémentaires.

Nous y allons donc par phases et objectifs réalisables.

1° phase :

L'approche en matière de développement durable du service achats porte notamment sur l'équipement de matériaux écologiques tels que :

- le bois issu de forêts gérées durablement
- les produits d'entretiens verts
- l'acquisition d'un parc automobile comprenant des véhicules diesel et consommant moins de carburant
- La recherche de solutions pour organiser des réunions sans déplacements, afin de réduire les émissions de gaz à effet de serre
- plantes dépolluantes dans les bureaux du siège social

2° phase :

Etablir une charte « fournisseurs ».

Acheter avec la solution fax to mail pour économiser le papier.

#### 1.2. Marketing et développement durable :

La difficulté est de concevoir des produits marketing qui s'inscrivent dans une démarche écologique ou de développement durable : généralement, le marketing fait du marketing et le développement durable dans son coin, essaie d'insuffler d'autres manières de voir les choses. Les deux généralement ne se rencontrent que peu.

- Nous avons rassemblé ces deux fonctions en une, afin qu'elles se confondent
- L'avantage d'avoir les deux fonctions simultanément est que tous les développements d'entreprises, de produits sont faits dès l'origine, sur les critères du développement durable
- Avant d'être marketing, la responsable est d'abord développement durable et tous ses raisonnements passent par le filtre du développement durable
- Un des grands avantages est que le marketing se positionne d'abord en marketing stratégique et ensuite en développement de produits. Une fois que le positionnement est fait, tous les acteurs du Groupe travaillent à rendre la stratégie opérationnelle et c'est en quelque sorte leur cahier des charges en développement durable.

Cela permet d'infiltrer dans tous les métiers du Groupe des valeurs du développement durable d'une manière naturelle et opérationnelle.

Le groupe et nos 17 entreprises actuelles ont été pensés sur cette double grille de lecture. La mission du groupe est d'être « bâtisseur d'humanité » c'est-à-dire de développer un groupe centré sur l'Homme, la Nature, la Société et capable de créer des richesses.

La difficulté est de créer un « nouveau marketing », un marketing durable alors que des bases de références n'existent pas encore.

- L'évolution de ce métier s'invente au quotidien, en tenant compte des contraintes de demain, des besoins actuels, de l'éco conception...
- Le groupe a été structuré depuis l'origine sur les principes du développement durable et chaque entreprise ou produit développé fait l'objet d'un travail marketing-développement durable suivant :
  - o comment allons-nous offrir un produit qui corresponde au marché aujourd'hui en portant déjà les germes des besoins émergents de demain ?
  - o comment allons-nous rendre ce nouveau produit vendable et rentable ?
  - o comment tout en étant rentable allons-nous faire quelque chose pour l'Homme ?
  - o comment tout en étant rentable allons-nous faire quelque chose pour la Nature ?
  - o comment tout en étant rentable allons nous apporter quelque chose à la Société ?
- Toutes nos entreprises ont une réponse à toutes ces questions qui sont mises en œuvre progressivement, dans le cadre d'une amélioration permanente pour atteindre les objectifs initiaux.

La difficulté est d'avoir une visibilité sur l'avenir et de préparer nos produits aux besoins de demain.

- Aujourd'hui, respecter les normes ou bien faire son métier ne suffit plus : rester immobile c'est mourir. Scruter l'horizon pour deviner les nouveaux paysages, voilà le « nouveau marketing ».
- L'objectif est de créer de nouveaux produits, de nouveaux métiers, et d'apporter une expérience aux métiers de demain.
- Le marketing a une fonction prospective très importante : aller regarder les enjeux majeurs de demain pour imaginer les évolutions des besoins, les moyens que nous aurons alors à notre disposition et comment dès aujourd'hui commencer à réduire nos pollutions et nos consommations de matières premières afin d'assurer un avenir où le confort sera encore possible ?
- Les critères sont d'aller au-delà des normes, de regarder les grands problèmes de sociétés qui arrivent pour commencer à leur apporter une réponse et une solution par nos activités.

Ce bilan est l'illustration de ce « nouveau marketing ».

### 1.3. Communication

La difficulté réside dans la recherche de méthodes de communication moins polluantes ou nécessitant moins de matières premières.

- Supports de communication en version électronique pour limiter les impressions et l'utilisation de papier.
- Publicité par Internet (sites Internet, campagnes e-mailing...)
- Confection de goodies écologiques. Exemple : stylos en bois.

La difficulté est d'intégrer de l'écologie dans les supports de communication sans que cela nuise à la qualité d'impression.

Nous choisissons uniquement des imprimeurs qui ont le label imprim'vert garantissant que leur traitement des encres est dans une démarche écologique. Nous demandons des papiers certifiés issus de forêts gérées durablement afin de ne pas participer à la déforestation.

## 2. l'auberge everHôtel : Hôtels 2 étoiles et restaurants



La difficulté est de faire construire un hôtel dans une démarche écologique, tout en restant économiquement dans les prix du marché de l'immobilier afin que le loyer soit acceptable par le gestionnaire hôtelier et n'handicape pas sa performance économique.

Comme il était difficile de mettre des objectifs ambitieux dès le départ, nous y allons par phases :

1<sup>o</sup> phase :

- Nous avons construit une première génération d'hôtels avec la climatisation réversible qui permet de réduire la pollution de chauffage et climatisation
- Nous avons opté pour la construction à ossature bois parce que :



- cela permet d'obtenir une qualité architecturale supérieure mais moins chère qu'une construction avec d'autres moyens constructifs. En effet, le bois permet de faire des découpes, des créations décoratives plus facilement

- le bois est un matériau agréable qui ajoute une touche particulièrement sympathique à nos clients

- le bois est naturellement plus isolant qu'un autre mode constructif et permet de faire des économies sur l'exploitation en chauffage

- Nous veillons depuis deux ans à ce que nos bois soient certifiés provenant de forêts bien gérées

- Comme nous dupliquons à l'identique nos hôtels, nous gagnons sur les frais de conception

2<sup>o</sup> phase :

La 2<sup>ème</sup> génération de l'auberge everHôtel :

- a une efficacité énergétique BBC (basse consommation) ce qui signifie que la consommation énergétique est de 50 kWh/an/m<sup>2</sup>

- implante des bâtiments qui tiennent compte de l'orientation du soleil

- construit avec au minimum 6 points HQE

La difficulté est d'avoir un bon bilan carbone en construction.

Le bois stocke du CO<sub>2</sub> : une construction d'une auberge everHôtel à ossature bois stocke 92 tonnes de CO<sub>2</sub> en moyenne.

Douze auberges everHôtel sont actuellement ouvertes. Cela représente 1 104 tonnes de CO<sub>2</sub> stockés en moyenne.

## 3. rêvalis ever : Hôtels et résidence de tourisme 3 et 4 étoiles



Une des difficultés pour être écolabellisé provient de l'état immobilier de l'hôtel parfois difficilement compatible avec les critères écologiques de l'écolabel.

Nous évitons donc d'acheter des hôtels construits mais nous faisons construire nos nouveaux établissements rêvalis ever, avec de plus en plus de critères HQE : aujourd'hui au minimum 7 points HQE.

Une autre difficulté est de gérer des hôtels dans une démarche écologique respectée au quotidien.

Nous avons opté pour une Certification Ecolabel qui fixe un cadre de règles précises et qui apporte une souplesse quant aux choix de ces règles. Ainsi, nous nous fixons nous-mêmes les propres contraintes que l'on sait pouvoir respecter.

Dans le cadre d'une certification, les acteurs se sentent d'autant plus concernés et motivés pour respecter les engagements demandés.

Une autre difficulté est d'arriver à trouver le temps nécessaire et la volonté de le faire  
Cela a été possible, car un directeur d'établissement très convaincu s'est astreint par conviction personnelle à ce que cela se réalise.

Depuis, l'ensemble des salariés est entré dans la démarche.

Nous avons eu en France, les trois premières Résidences de Tourisme à être certifiées ecolabel européen en juillet 2007. La première est celle du Domaine du Château – 123, avenue du clavier – 17140 LAGORD.

La difficulté réside dans le fait que notre gestion écologique ne soit pas pénalisante économiquement.

Nous avons retenus les points écologiques suivants qui ont en plus l'avantage de nous faire réaliser des économies au quotidien sur les charges d'exploitation :

- Achat de réducteurs pour l'économie d'eau dans les salles de bains et cuisines
- Récupération des eaux de pluie pour l'arrosage du jardin
- Pompe à chaleur pour la piscine
- Parc constitué d'ampoules fluorescentes
- Appareils électroniques classés « classe A »
- Climatisation réversible dans les chambres pour économiser sur l'électricité dépensée



Nous avons opté pour une aire de jeu pour enfants équipée de matériaux écologiques (sol amortissable en bois appelé wood light et en pneus recyclés).

#### 4. La division evertudes : 4 bureaux d'études et 1 cellule R & D



La difficulté, lorsqu'on anticipe sur les normes liées au domaine de la construction, est de comprendre comment on peut utiliser les nouveaux matériaux écologiques. Par ailleurs, pour obtenir des efficacités écologiques, en éco conception il faut trouver des solutions innovantes.

- Nous avons créé une journée obligatoire par mois, de 2004 à 2007, où tous les cadres dirigeants ont travaillé pour trouver des solutions écologiques dans nos bâtiments
- Depuis 4 ans, une équipe au bureau d'études travaille sur ces sujets régulièrement
- Nous avons créé, il y a un an, avec cette équipe, une cellule Recherche & Développement afin de consacrer le maximum de temps à ces recherches

14 points HQE ont déjà été intégrés dans la construction du futur siège social du Groupe qui sera particulièrement innovant :

- Un immeuble de 2000 m<sup>2</sup> de bureaux à énergie passive
- La technique de cogénération sera développée pour consommer moins d'énergie
- La chaudière qui sera installée sera capable de produire du chaud et de l'électricité



- Quotidiennement, nous sommes vigilants à :
  - la veille technique, recherche de nouveaux matériaux et techniques pour construire plus rapidement, réduire les coûts constructifs et simplifier les chantiers
  - privilégier le bois par rapport au plâtre et à la peinture à l'eau
  - préconiser le bois certifié issu de forêts gérées durablement
  - essayer d'éliminer les composants avec COV, en priorité les benzènes et formaldéhydes afin d'améliorer la qualité de l'air intérieur
  - concevoir environ 15 hôtels à ossature bois en apportant à chaque fois des améliorations écologiques

Un autre problème est le surcoût lié aux constructions écologiques.

Notre équipe essaye de trouver des solutions économiques, notamment dans l'invention de solutions répétitives :

- étudier les industrialisations de la construction pour assurer une qualité de construction, une rapidité, une réduction des coûts de construction et des chantiers propres
- concevoir et étudier des maisons tridimensionnelles à ossature bois pour qu'elles soient fabriquées dans les usines du Groupe avec une efficacité thermique minimale BBC :
- everalis villa : Habitation Légère de Loisirs
- les everiales : maisons individuelles pour particuliers primo- accédants
- everalis home : maisons sociales pour petits collectifs OPHLM
- everalis resort : modules de chambres ou appartements pour l'hôtellerie et les résidences de tourisme

L'objectif est de démocratiser le bois et l'écologie afin de permettre au plus grand nombre d'en profiter. Nous avons ainsi réussi à faire baisser nos coûts constructifs à ossature bois de 1 800 €/m<sup>2</sup> à 1 000 €/m<sup>2</sup>.

## 5. everwood



La difficulté en construction écologique est d'acquérir un savoir-faire opérationnel pour effectuer une bonne mise en œuvre des solutions écologiques.

everwood est une entreprise générale spécialisée en ossature bois écologique. Comme cette entreprise est la première créée dans le Groupe, elle a le plus d'expérience et d'antériorité sur ce sujet. Elle a acquis depuis six ans, le savoir théorique nécessaire et expérimente tous les jours de nouvelles mises en œuvre sur nos chantiers.

Nous avons réalisé notamment, en 2005, notre premier siège social de 500 m<sup>2</sup> en ossature bois, à une époque où cela était exceptionnel, avec une géothermie couplée à un puits canadien, des panneaux photovoltaïques en toiture, des triples vitrages, les toilettes alimentées par les eaux de pluies récupérées, des isolations avec différents composants végétaux pour assurer une bonne qualité de l'air intérieur, des peintures faiblement émissives, des sols parquets...



## 6. les everiales



La difficulté réside dans le fait de vouloir inventer une maison écologique et économiquement accessible pour des primo-accédants.

Nous avons trouvé les points suivants qui permettent de réduire les coûts :

- les coûts d'achat de terrain :

Notre système constructif est adaptable à tous les terrains :

- les plans sont adaptables même aux terrains de petite largeur : longueur de façade à partir de 5,70 m
- le plancher est posé sur plots pour s'adapter à toutes les tentes du sol ou aux sols argileux

-> Cela permet à nos acquéreurs d'acheter des terrains moins chers que d'autres terrains plus faciles à construire.

- les coûts de chauffage dans l'exploitation du bâtiment : efficacité thermique THPE :
  - le plancher est en ossature bois et comprend une isolation renforcée insérée sous le plancher
  - le revêtement est en parquet, ce qui renforce encore plus l'isolation
  - il n'y a pas de pont thermique : la maison ne gaspillera pas d'énergie inutile
- l'amélioration de la qualité de l'air intérieur :
  - la maison respire mieux : le vide sanitaire permet à la maison d'être plus saine car l'air circule mieux
  - Les cloisons sont en bois, les façades sont en bois, les parquets et plafonds sont également : une qualité de l'air intérieur préservée

### 7. everland : scierie, usine de transformation du bois



Une difficulté dans une activité industrielle est de recycler les déchets.

100 % de nos déchets bois sont recyclés pour fabriquer du papier, des panneaux à particules, du mulch

Une difficulté dans une transformation industrielle est d'avoir un bilan carbone positif.  
Nous stockons annuellement 30 000 tonnes de CO<sub>2</sub> dans nos produits.



Une autre difficulté est d'utiliser du bois certifié :

Tous nos bois sont issus de forêts gérées durablement.

Une autre difficulté est de s'approvisionner le plus près possible pour limiter les émissions de gaz à effet de serre dues au transport.

L'usine est située dans le plus grand massif forestier européen, les Landes. Nous travaillons le pin des Landes à proximité. Nous n'avons donc pas de longues distances. Les émissions de gaz à effet de serre sont limitées pour nous approvisionner.

La difficulté est d'offrir des produits de décoration intérieure qui permettent de ne pas polluer l'air intérieur de l'habitat de nos clients.

- 100 % sain pour l'Homme : nous n'utilisons pas de benzènes, de formaldéhydes. Nos bois sont bruts ou recouverts de peintures faiblement émissives.

### 8. afric'ever



La difficulté en Afrique est de développer des constructions possibles en fonction des contraintes économiques, des moyens disponibles, tout en ajoutant une contrainte écologique :

Nous avons résolu ce problème en utilisant des matériaux locaux qui permet de construire en :

- limitant les émissions de gaz à effet de serre dues au transport
- utilisant les ressources naturelles (pierres taillées, bois...)



## 8. A apprendre les initiatives pour promouvoir une plus grande responsabilité environnementale

### 1. *révalis ever : Hôtels et résidences de tourisme 3 et 4 étoiles*

La difficulté dans la gestion d'un établissement hôtelier écolabellisé est de faire participer ses clients afin qu'il limite leurs consommations d'énergie, d'eau et de pollution par leur comportement.

- l'écolabel est un jeu qui se joue à deux :

- l'hôtelier a fait un certain nombre d'aménagements écologiques immobiliers
- le client occupant la chambre a un rôle à jouer également, en faisant attention à ses consommations afin de ne pas gaspiller ; couper l'eau quand il se brosse les dents, se rase, se lave les mains ; fermer les fenêtres quand il met le chauffage ou la climatisation...



- nous avons rédigé et installé dans chaque chambre une fiche pédagogique à l'attention des clients. Cette fiche est présentée d'une manière très visuelle afin de résumer le discours, les situations où chaque geste peut être générateur d'économies. En outre, elle présente les résultats d'économie ce qui donne envie de le faire : exemple :

- si vous fermez le robinet quand vous vous lavez les dents, c'est 15 litres d'eau économisés
- si vous fermez le robinet quand vous vous rasez, c'est 18 litres d'eau économisés...
- nous les incitons par le slogan suivant : « ensemble, préservons l'avenir de notre bien être »
- nous organisons au début de chaque semaine de vacances, une réunion d'information avec les clients pour qu'ils pratiquent le tri sélectif de leurs ordures. Nous indiquons comment le réaliser

### 2. *evertudes : les bureaux d'études en immobilier*

La difficulté tient au fait que beaucoup de cahiers des charges de nos clients professionnels de l'immobilier font abstraction de l'écologie.

- Nous proposons des alternatives écologiques à leur cahier des charges écologiques et nous essayons de trouver des arguments économiques pour les inciter à modifier leur cahier des charges

Nous avons réussi avec quelques uns de nos clients puisqu'il nous consultent avant la réalisation du cahier des charges afin qu'on le module écologiquement avec eux.

### 3. *bois for ever*

La difficulté est d'expliquer à nos clients les avantages de choix écologiques dans le bois.

- les commerciaux sont formés à une logique de présentation commerciale didactique où ils enseignent à nos clients l'existence de solutions alternatives et écologiques, leurs bienfaits pour donner du sens à leur acte d'achat de décoration.

- ils expliquent notamment la technologie du traitement des bois THT : le Traitement Haute Température consiste à chauffer le bois entre 190 et 230° en fonction des essences.



#### 4. terre d'ever



La difficulté réside dans le fait qu'une démarche non écologique en immobilier est une démarche qui vend des moyens et tout le monde est habitué à ce raisonnement. Alors que la démarche écologique engage sur un résultat : une véritable éducation est à faire en ce sens auprès des nos clients.

Nos commerciaux ont reçu une formation pédagogique qui leur permet de faire comprendre qu'une efficacité thermique ne se traduit pas par des solutions individuelles d'installation de matériel mais qu'une réflexion globale est nécessaire.

Il faut d'abord faire un bilan thermique afin de mettre en avant les faiblesses et de voir où les efforts devront porter en priorité.

En outre, la démarche est de convaincre les clients potentiels d'aller au-delà des normes actuelles et de prendre de l'avance sur l'avenir.

Nos commerciaux sont fiers de ce rôle de « conseiller » et non de vente à l'arrachée. Nos clients sont très heureux de découvrir une dimension qu'ils ne connaissaient pas et également fiers d'avoir réalisé quelque chose d'efficace.

### 6. L'élimination de la discrimination en matière d'emploi et d'activité :

#### 1. Les fonctions supports du Groupe : service des relations humaines



La difficulté dans les recrutements, pour les personnes concernées sont souvent leur origine ethnique ou culturelle différentes.

- Les recrutements se font sans aucune discrimination. Au contraire, nous avons plusieurs nationalités et un attachement prononcé (prouvé par notre Fondation destinée à l'Afrique) pour la diversité culturelle.

Nous avons plusieurs collaborateurs dont la nationalité et le pays d'origine sont : Syrie, Cameroun, Allemagne, Belgique, Maroc, Cote d'Ivoire, Vietnam, Togo et Algérie.

La difficulté dans une entreprise engagée dans le développement durable est de faire partager ses valeurs.

- Les recrutements se font à compétences égales, sur l'adhésion aux Valeurs du Groupe qui est un critère fondamental en matière de recrutement

- Nous remarquons de plus en plus une tendance inverse : ce n'est plus nous qui sélectionnons nos salariés sur l'adhésion à nos valeurs, ce sont nos salariés qui nous choisissent pour nos valeurs. Ce fut le cas massivement pour l'usine everland lors de son rachat en juin 2008. Tous les salariés (65) avaient le choix entre deux repreneurs. Tous nous ont choisis pour nos valeurs.

Nos valeurs sont :



Une autre difficulté est d'obtenir, dans des univers professionnels très masculins (immobilier, hôtellerie, industrie), une bonne parité entre hommes et femmes :

- Globalement :
  - 55% hommes et 45% de femmes
- De niveau cadres :
  - 23 % de femmes à des postes stratégiques niveau Groupe dont
    - 62 % dans les postes de direction en transversalité
    - Les postes de direction opérationnels sont à 100 % masculins.
      - Mais nous avons par exemple une femme architecte, une femme conducteur de travaux, une femme gestionnaire service travaux, une femme à la tête d'un de nos bureaux d'études, trois femmes menuisiers.
      - Les autres postes féminins sont des assistantes administratives

Une autre difficulté est de proposer des emplois adaptés à des personnes handicapées :

Nous avons 3 personnes handicapées dont un cadre supérieur.

Une autre difficulté est d'arriver à promouvoir des personnes en situation de détresse sociale :

- Nous avons rencontré deux personnes que nous avons intégrées au sein de notre Groupe :
  - un SDF en homme d'entretien
  - Un Rmiste en employé polyvalent hôtel
- Nous avons par ailleurs sur le chantier de l'Ecole de Tréméloire engagé pour une durée de 350 heures, en collaboration avec la Mission Insertion Emploi de Saint-Brieuc, un homme de 37 ans.

La difficulté réside aussi dans le fait de ne pas faire de discrimination en fonction de l'âge :

Notre groupe étant très jeune et nos recrutements très rapides, nous attachons d'abord de l'importance à l'Homme.

La pyramide des âges pour nos cadres reflète notre volonté d'engager des jeunes qui ont envie de s'investir :

- l'âge moyen est de 42 ans :
  - 3 de moins de 30 ans
  - 14 entre 30 et 40 ans
  - 18 entre 40 et 50 ans
  - 4 de + de 50 ans
- Stagiaires en 2008 : 10.

La difficulté réside aussi dans le fait que nous sommes situés dans un endroit très agréable (La Rochelle) mais qui n'est pas une « grande ville », ce qui n'attire pas en masse des candidats.

Pour résoudre ce problème nous sommes dans une démarche de télétravail. Nous avons 2 cadres supérieurs qui travaillent chez eux et viennent au siège social régulièrement.

## 2. foncière ever : foncière qui achète des immeubles pour les louer

La difficulté vient du fait qu'une foncière privée recherche habituellement des locataires qui sont stables, financièrement solvables, et qui ne dégradent pas leur bien. De ce fait, les locations « à risques » et sociales sont écartées.

Afin de participer à l'effort social par l'immobilier et apporter une réponse à la détresse sociale du logement, nous avons dédié un immeuble entier à une population soit en situation problématique aux points de vue humain, social et/ou économique.

La foncière possède un immeuble à Champigny sur Marne, avec 45 studios équipés de kitchenette et salle de bains et toilettes privées, dont l'occupation est entièrement réservée à des urgences sociales.

## 3. afric'ever : promoteur constructeur immobilier en Afrique

La difficulté est de ne pas limiter notre développement dans les pays développés et de faire profiter des pays en voie de développement de notre savoir-faire.

Nous sommes promoteurs en Afrique et essayons, par nos activités, d'apporter du travail à des africains. Nous leur apportons donc également des ressources pour subvenir à leurs besoins.

## **10. Les entreprises sont invitées à agir contre la corruption sous toutes ses formes y compris l'extorsion de fonds et les pots de vin :**

### 1. afric'ever

La difficulté réside dans le fait de réussir des opérations sans céder à la facilité.

Nous avons tenté des opérations en Afrique que nous n'avons pas réalisées par respect de cet engagement qui participe de nos convictions personnelles fortes.

Nous n'avons pas un développement important, et même très lent, justement parce que nous respectons cet engagement.

## **Créer de la valeur pour ses parties prenantes :**

### 1. Pour les salariés :

#### 1. 1. Fondation evergroup

La difficulté a été de créer la Fondation et de trouver des partenaires efficaces sur place.

Nous avons résolu ces problèmes en nous appuyant sur une association africaine qui existe depuis 20 ans et qui a des résultats éducatifs et humains performants.

Nous avons créé une Fondation afin que nos résultats puissent servir à aider d'autres personnes. Ainsi, par son travail, chaque salarié du groupe participe à aider des familles à se nourrir et à avoir un avenir. Nous avons choisi l'Afrique, et les enfants.

Nous construisons un puits dans un village, puis nous construisons une ferme école qui accueillera des enfants la semaine, les nourrira, leur apprendra un métier et leur permettra de vivre plus tard avec des bases solides.

Notre première réalisation se situe à Ouagadougou. Notre souhait est de développer d'autres fermes écoles dans d'autres villages.



## 1.2. Formation en développement personnel

Développement personnel psychologique offert par l'entreprise. Un soir toutes les deux semaines, les collaborateurs qui le souhaitent participent à des ateliers interpersonnels.

La difficulté était de trouver quelque chose qui pouvait concerner les personnes sans entrer dans leur vie privée. Nous avons axé le développement sur le comportement au travail afin d'aider les personnes à éviter les conflits. Une vingtaine de personnes, répartis en deux groupes, y assistent régulièrement.

## 2. A nos clients et parties prenantes externes :

### 2.1. everHôtel : Chaîne d'hôtels 2\* et restaurants

La difficulté pour les petites collectivités locales est d'avoir des hôtels et restaurants de chaîne qui dynamisent leur économie touristique locale.

Nous avons résolu ce problème en choisissant de nous implanter dans les zones rurales, principalement dans les villes entre 8 000 et 15 000 habitants, où rares sont les chaînes qui s'y installent.

Nous participons ainsi à la création de cinq emplois locaux par site, et au développement touristique local par notre restaurant et notre établissement hôtelier.

Nous avons créé au total 60 emplois dans 12 lieux différents.

La difficulté pour les franchisés en hôtellerie est d'obtenir les prêts immobiliers pour devenir propriétaires de leur hôtel.

Nous permettons à des personnes de réaliser leur rêve de devenir hôtelier car nous avons trouvé des investisseurs, et ils sont locataires. Le droit d'entrée étant ainsi considérablement réduit, ils peuvent réaliser leur rêve, avec des moyens financiers moindres. 12 franchisés ont ainsi pu accéder à leur rêve.

De plus en plus de personnes ont des moyens très limités pour leurs déplacements et sont contraints de choisir un prix.

« La dernière étoile est gratuite ».

Nous permettons à nos clients de nos hôtels de monter une marche sociale. Ainsi, nos clients peuvent profiter, tout en respectant leur budget, d'une étoile de plus.

Pour une catégorie 2 étoiles +, le prix est à partir de 39 € la nuit.

### 2. 2. terre d'ever : rénovation thermique, vente appareils spécialisés dans les énergies renouvelables, isolation par l'extérieur, production d'énergie

Nos clients ont une vue partielle de leurs besoins, ils nous appellent pour remplacer leur chaudière pour faire des économies.

Or, c'est en faisant un état thermique global que l'on peut trouver des solutions qui ont un intérêt. Nous accompagnons et conseillons nos clients particuliers et professionnels. Nous développons une relation de confiance avec eux. Nous refusons les rendez vous « one shot » c'est-à-dire un rendez-vous une signature. Nous formons nos commerciaux à être des pédagogues qui vont expliquer aux clients que le résultat (l'efficacité thermique) est plus important que la vente de produits (remplacer le chauffage, acheter de jolies fenêtres...).

### 2.3. afric'ever : constructeur immobilier en Afrique

La difficulté est de savoir faire travailler les populations locales et de ne pas céder à la facilité des importations.

Nous apportons notre savoir-faire, nous transmettons nos connaissances.

Nous apportons un respect de la qualité, des délais et des budgets.

Nous construisons avec un maximum de produits locaux afin de faire travailler le plus de monde possible directement et indirectement sur nos chantiers.

Nous construisons 500 maisons au Burkina Faso.

### 2. 4. bois for ever : fournisseur et poseur de menuiseries en bois, parquet, bardages, lambris, terrasse...

La difficulté provient du fait que beaucoup de bois sont généralement utilisés sans certificat prouvant que les bois sont issus de forêts bien gérées et que leur utilisation ne favorise pas la déforestation au Brésil notamment.

Nous nous sommes engagés auprès de PEFC pour utiliser des bois certifiés.

87 % de nos chantiers sont réalisés en bois issus de forêts gérées durablement.

La difficulté provient du fait que les bois sont souvent traités par des produits chimiques qui participent à dégrader la qualité de l'air.

Nous proposons à nos clients un traitement des bois THT. Les bois THT ne subissent pas de traitement chimique. Ils sont uniquement passés dans une étuve à très haute température ce qui permet au bois de rester plus stable. Il vieillit plutôt bien même s'il grise avec le temps mais c'est inévitable, même avec du bois exotique.

Le THT est généralement de l'épicéa (issu des forêts françaises) et est beaucoup moins cher que l'IPE par exemple (bois exotique).

62 % de nos ventes de terrasses et bardages sont THT.