



République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mouhand Oulhadj Bouira

Faculté des Sciences de la Nature de la Vie et Sciences de la Terre

Département des Sciences Biologiques



Réf :/UAMOB/F.SNV.ST/DEP.BIO/2017

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

EN VUE D'OBTENTION DU DIPLOME MASTER

Domaine: SNV

Filière: Sciences Biologiques

Spécialité : Biodiversité et environnement

Présenté par :

Mlle CHEBBI Kenza

Mlle TALEB Saloua

Thème

*Évaluation environnementale d'une entreprise économique et commerciale, approche d'Audit.
Cas de l'hypermarché UNO Bouira*

Soutenu le : 22/09/2018

Devant le jury composé de :

<i>Nom et Prénom</i>	<i>Grade</i>		
Mr. ZOUGGAGHE Fatah	Pr	Univ. de Bouira	Président
Mr. HAMDANI Aziz	MAA	Univ. de Bouira	Encadreur
Mr. TAFER Mourad	MAA	Univ. de Bouira	Examineur

Année universitaire : 2017/2018.

Remerciements

Nous remercions avant tout Allah de nous avoir gardés en bonne santé afin de mener à bien ce projet de fin d'étude.

Notre plus profonde gratitude va bien évidemment à notre encadreur Mr .HAMDANI. A, qui nous a encouragés, soutenu tout au long de l'évolution de ce travail.

Nos sincères reconnaissances vont également à l'ensemble de l'équipe de l'hypermarché UNO pour avoir eu confiance en nous et pour leurs précieux soutiens spécialement pendant la période passé sur terrain

Nous remercions également les membres des jurys pour l'effort qu'ils feront dans le but d'examiner ce modeste travail. Ainsi que le personnel de l'université SNV/ST surtout les enseignants de département Science Biologique.

Nous profitons l'occasion à remercier tous nos enseignants dès la première année primaire jusqu'à la cinquième année universitaire.

Enfin, j'associe à cet hommage nos amis et collègues ; ainsi que nos famille, proches, et à tous ceux qui ont contribué de près ou de loin à la réalisation de ce travail.

T. SALOVA

CH. KENZA

Dédicace

*Je ne peux commencer sans évoquer le nom d'ALLAH le tout puissant
qui ma donné la patience, la santé, le courage et la force tout le long de
ma vie*

Je dédie ce travail à tous ceux qui me sont chers.

Ma famille et

Mes ami(e)s.

CH. KENZA

Dédicace

Je ne peux commencer sans évoquer le nom d'ALLAH le tout puissant qui ma donné la patience, la santé, le courage et la force tout le long de ma vie

Je dédie ce modeste travail :

À la mémoire de ma très chère mère que Dieu le tout puissant l'accueil dans son vaste paradis.

À mon très cher père, qui je ne pourrais rendre le mérite comme il se doit, qu'ALLAH le garde et le bénisse.

À mes chers frères et chères sœurs, et leurs maris

À mon MARI et sa famille

Je le dédie aussi à mon binôme et à tous mes amies et leurs familles.

À tous ceux qui ont contribués à la réalisation de ce travail.

T. SALOUA

The background features three large, overlapping green circles of varying sizes, each with a darker green center and a lighter green outer ring. Two thin green lines intersect at the top left, forming a triangular shape that frames the circles.

Sommaire

Sommaire

Liste des abréviations

Liste des figures

Liste des tableaux

Introduction Générale.....01

Chapitre I : Synthèse Bibliographique.

I. Introduction04

I.1. Généralités04

I.1.1. Environnement04

I.1.2. Caractérisation de la relation environnement de l'entreprise05

I.1.2.1. Impact environnemental05

I.1.2.2. L'aspect environnemental06

I.1.3. Evaluation environnementale06

I.1.3.1. Les opérateurs concernés par l'évaluation environnementale06

I.1.3.2. L'objectif de L'évaluation environnementale.....07

I.1.3.3. Les outils de l'évaluation environnementale.....07

I.1.3.3.1. Les méthodes d'évaluation multi phases07

I.1.3.3.2. Méthodes d'évaluation initiale.....07

I.1.3.3.3. Méthodes de diagnostic08

I.1.4. Le système de management environnemental08

I.1.4.1. Définition de SME09

I.1.4.2. Objectif de SME.....09

I.1.4. 3. Domaine d’application de SME	10
I.1.5. Le développement durable	10
I.1.5.1. Définition de développement durable	11
I.1.5.2. Objectifs du développement durable	11
I.1.5.3. Les enjeux environnementaux du développement durable	12
I.2. L’Algérie et la protection de l’environnement	14
I.2.1. Naissance d’une véritable politique environnementale	15
I.2.1.1. Sur le plan de la politique environnementale	15
I.2.1.2. Sur le plan législatif et réglementaire	16

Chapitre II : Audit Environnemental Des Activités De L’entreprise UNO

Introduction	18
II.1. Les hypermarchés.....	18
II.1.1. Définitions.....	19
II.1.1.1. Les hypermarchés	19
II.1.1.2. La logistique.....	19
II.1.1.3. Fournisseur	20
II.1.1.4. Emballages	20
II.1.2. Organisation logistique globale de la grande distribution	20
II.1.3. Organisation et répartition en magasin	20
II.1.4. Organisme d’accueil	21
II.2. Présentation de la wilaya de Bouira	21
II.3. Présentation de site d’étude	22
II.3.1. Présentation de la filiale NUMIDIS	22

Sommaire

II.3.1.1. Le pole fonctionnel (la direction générale).....	23
II.3.1.2. Pole opérationnel (magasin)	24
II.4. Présentation générale de l'entreprise.....	25
II.4.1. Structure de l'entreprise	26
II.4.2. Organisation de l'hypermarché	27
II.5. Identification des impacts environnementaux de l'entreprise.....	28
II.5.1. Consommation des ressources naturelles	28
II.5.2. Déchets d'exploitation	32
II.5.3. La pollution de l'air	32
II.6. Les points forts d'UNO pour respecter l'environnement	34
II.6.1. Gestion d'énergie	34
II.6.2. Gestion de l'eau	34
II.6.3. Gestion des déchets	34
II.6.3.1. Les déchets non organiques	34
II.6.3.2. Les déchets organiques (alimentaires)	36
II.6.4. La gestion des sacs.....	36
II.6.4.1. Les sacs plastiques de sortie de caisse.....	36
II.6.5. Lutte contre le gaspillage alimentaire	37
II.6.6. L'audit hygiène.....	38

Chapitre III : Discussion des Résultats

Introduction	41
III.1. Le résultat sur la Consommation des ressources naturelles au sein de l'entreprise.....	41

III.1.1. La consommation d'énergie au niveau d'UNO	41
III.1.2. La Consommation de l'eau	41
III.1.3. la Consommation de papiers	41
III.2. Déchets d'exploitation.....	42
III.3. Discussion Sur l'étude comparative entre l'hypermarché UNO et l'hypermarché Carrefour par apport à leurs évaluation environnementale suivi dans les années (2016/2017).....	43
III.4. Proposition de mesures visant la réduction des nuisances générées et l'économie des matières premières, de l'énergie et des ressources en eaux	46
III.4.1. Les opportunités d'améliorations sur la consommation d'énergie.....	46
III.4.2. Les opportunités d'améliorations sur la consommation de l'eau	47
III.4.3. Opportunités d'améliorations sur la consommation de papiers	47
III.4.4. Les opportunités d'améliorations sur la qualité de l'air	47
III.4.5. Les opportunités d'améliorations sur les déchets	48
Conclusion et Perspective	48
Conclusion Générale.....	52

Références bibliographiques

Annexe

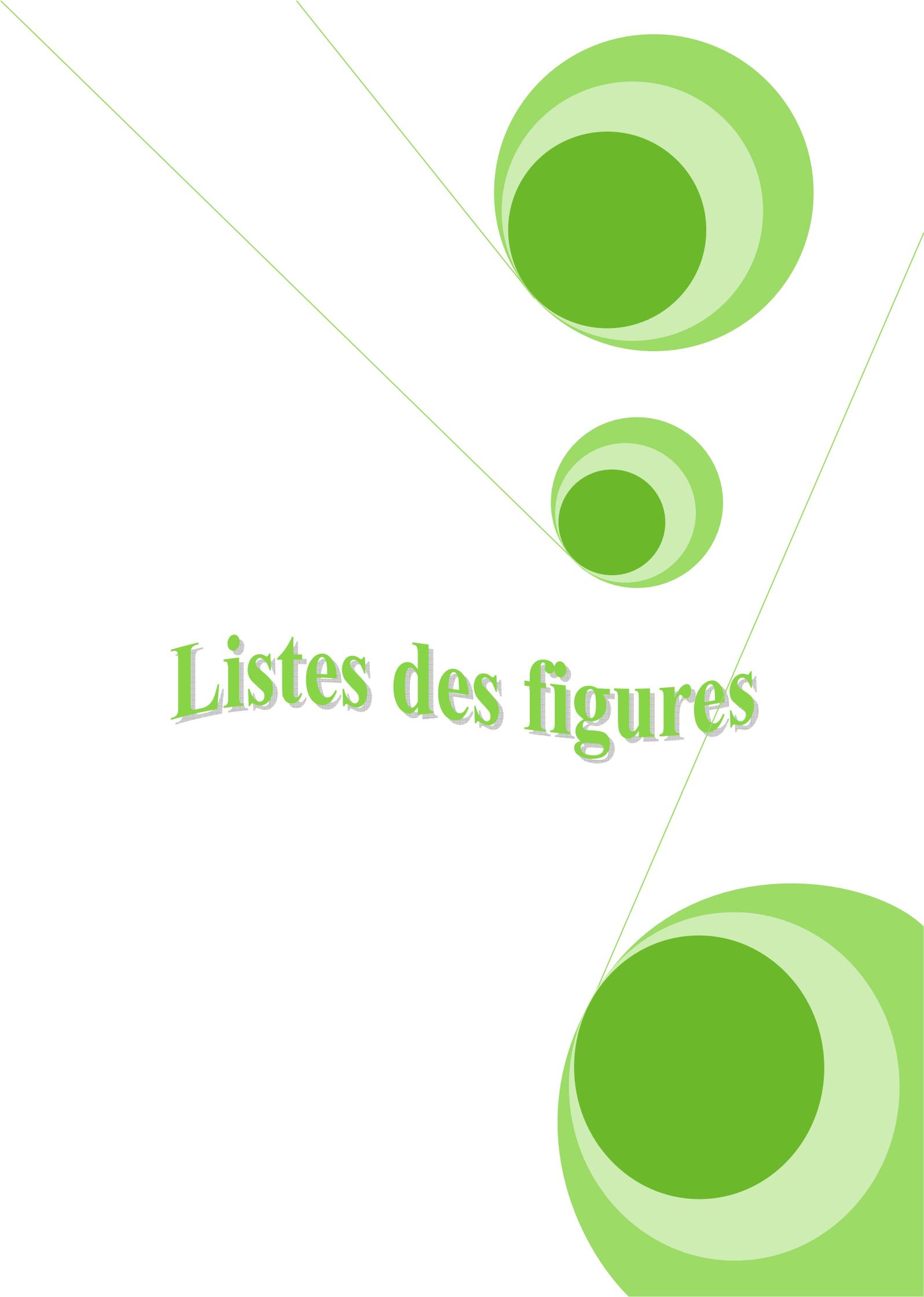
Résumés

The page features a decorative design with three large, overlapping green circles of varying sizes. Each circle is composed of several concentric layers of different shades of green, creating a 3D effect. Thin green lines connect the top-left and bottom-right corners of the page to the centers of the largest circles, forming a triangular frame around the central text.

Liste des abriviatiion

Liste des abréviations

AFNOR :	Association Française De Normalisation.
RSE :	Responsabilité Sociale1 Ou Sociétale De l'Entreprise
DPH :	Droguerie, De Parfumerie Et D'hygiène
PGC:	Produits De Grande Consommation
PFT :	Produits Frais Et Traiteurs
ISO :	l'Organisation Internationale De Normalisation
SME :	Système De Management Environnemental
DD :	Développement Durable
PNAE-DD:	Plan National d'Actions Pour l'Environnement Et Le Développement Durable
FEDEP:	Le Fonds National De l'Environnement Et De Dépollution
BBA :	Bordj Bou Arreridj
RN :	Route National
RH :	Ressources Humaines
PLS :	Produit laitier surgelé.
PP :	Partie prenante
SPA :	Société par action

The page features a decorative design with three large, overlapping green circles of varying sizes. Each circle is composed of several concentric layers of different shades of green, creating a 3D effect. Two thin, light green lines intersect at the top left and extend diagonally across the page, passing behind the circles. The text 'Listes des figures' is centered in a green, serif font with a slight shadow effect.

Listes des figures

Listes des figures

Figure.1 : Facteur d'impacte, effet et impact : illustration en pollution atmosphérique (MARION, 1998).	6
Figure.2 : Exemples de quelques événements marquants de l'histoire de la grande distribution [CARPENTIERE, 2014].	19
Figure.3: Organisation logistique globale de la grande distribution	20
Figure.4: Organisation et répartition en magasin [CARPENTIERE, 2004].	21
Figure.5: La carte géographique de la wilaya de Bouira [ANIREF, 2013]	22
Figure.6: Les différents niveaux hiérarchiques La direction générale de l'entreprise NUMIDIS	24
Figure.7: Localisation géographique de L'hypermarché UNO Bouira (source : Google earth)	25
Figure.8 : UNO hypermarché Bouira vue d'extérieur (Juin, 2018).	26
Figure.9 : Structure de L'entreprise UNO Bouira.	27
Figure.10 : la manière dont organisée la surface de vente de magasin UNO BOUIRA	28
Figure.11 : l'intensité des lampes utilisées a l'intérieure de l'hypermarché (Juin, 2018).	29
Figure.12 : L'éclairage des meubles réfrigérés a l'intérieure de l'hypermarché	29
Figure.13 : Les chambres froides d'UNO (Juin ,2018).	30
Figure.14 : Diagramme circulaire représente la consommation de l'énergie au niveau de l'hypermarché UNO	31
Figure.15 : Diagramme circulaire représente la quantité de déchets de l'hypermarché	32
Figure.16 : Le parking d'UNO avec 695 places. (Juin ,2018).	33
Figure.17 : Le groupe électrogène d'UNO à forte puissance (Juin ,2018).	33
Figure.18 : Récupération de carton et de plastique par l'entreprise TONIC emballage. (Juin ,2018).	35
Figure.19 : Les emballages, les cageots et les palettes des fournisseurs (Juin ,2018).	35
Figure.20 : Le petit et le grand sac réutilisable et recyclable d'UNO	37
Figure.21 : résultats de l'audit hygiène UNO Bouira trimestre 4 pour l'année 2016	39
Figure (22) : Les quantités des déchets générés au niveau de l'hypermarché.	42

The background features a decorative graphic consisting of three green circles of varying sizes, each with a darker green center and a lighter green outer ring. These circles are arranged vertically, with the largest at the top, a medium one in the middle, and the largest at the bottom. Two thin green lines intersect at the top left and extend diagonally across the page, framing the central text.

Listes des Tableaux

Liste des Tableaux

Tableau.1 : Les enjeux environnementaux du développement durable	12
Tableau.2 : Température de réglages des chambres froides	30
Tableau.3 : Résultats de la Consommation de papiers au niveau de l'hypermarché.	41
Tableau.4 : Tableau représente une étude comparative entre l'hypermarché UNO et l'hypermarché Carrefour	43

The background features a decorative graphic consisting of three green circles of varying sizes, each with a darker green center and a lighter green outer ring. These circles are arranged vertically, with the largest at the top and bottom, and a smaller one in the middle. Thin green lines extend from the top-left and top-right corners towards the circles, and another line extends from the top-right corner towards the bottom-right circle.

Introduction

Introduction Générale

La prise en compte de la responsabilité environnementale dans la gestion des entreprises s'est largement développée ces dernières années sous la pression croissante d'un ensemble de groupes économiques et sociaux tels que les organisations environnementales, les autorités locales, nationales et internationales, l'éveil des consciences citoyenne envers l'environnement, les consommateurs, les concurrents, etc. Cette prise de conscience a amené certaines entreprises à introduire la composante environnementale dans leur gestion et à développer une stratégie environnementale. L'entreprise qui a choisi de s'engager sur la voie de la gestion environnementale et qui a développé une stratégie environnementale, sous forme de plusieurs processus (SME....), a besoin de s'assurer que celle-ci est correctement mise en œuvre et est suivie par ses membres de manière à atteindre les objectifs qu'elle s'est définis et in fine à améliorer sa performance environnementale. (MARQUN *et al*, 2001)

Dans l'objectif de montrer l'efficacité et l'importance que peut apporter un outil environnemental au sein d'une entreprise économique, de comprendre le cheminement méthodologique d'une opération de l'analyse environnemental d'une entreprise, nous avons choisi de mener un travail d'évaluation au sein d'une entreprise ayant pour activité principale la commercialisation des produits de large consommation mais aussi d'autres produits à usage domestique. Ce choix est dicté par le fait que l'activité génère et gère d'importantes quantités de déchets. L'entreprise en question est UNO filiale de CEVITAL dont la présentation est développée dans un chapitre qui lui est consacré.

Dans le présent travail, l'idée et le principe de base duquel nous somme parties est que l'entreprise UNO engage pleinement pour appliquer des actions qui respectent l'environnement.

Dans ce travail, nous allons évaluer et diagnostiquer l'hypermarché UNO à travers des observations et des questions posés auprès de personnel et a travers certain document de l'entreprise.

A cet effet, nous avons adopté un plan méthodologique conventionnel des audits avec des adaptations dictées par la nature de notre rapport qui est un mémoire de fin d'étude. Le plan méthodologique global consiste à suivre les étapes suivantes ; La première étape consiste à décrire l'entreprise et son environnement physique et naturel mais aussi anthropique. Une attention particulière serait portée sur la connaissance parfaite de la nature de l'activité, c'est-à-dire comprendre le fonctionnement de l'entreprise, la typologie des produits commercialisés et les impacts environnementaux effectifs et éventuels de telle activité. Des données quantitatives et qualitatives seront exploitées dans le présent travail, les

Introduction Générale

informations seront obtenues soit directement auprès de l'entreprise en question soit en s'inspirant des autres études menées sur des entreprises qui présentent des affinités avec celle étudiée.

La deuxième étape est un travail d'auditeur qui consiste à évaluer la politique environnementale de l'entreprise et la gestion des impacts générés par l'entreprise. Ce travail est mené en étroite concertation et collaboration des responsables de l'entreprise, ceux-ci qui manifestent une réelle volonté d'instaurer des traditions respectueuses de l'environnement mais aussi rendre plus professionnelle leur activité. Un souhait est exprimé par les responsables pour repérer éventuelles opportunités d'amélioration qui leur rapportent une plus-value financière à travers des mesures que nous leur préposerons, d'autre part se faire une image de marque et aller vers la certification à travers un projet de SME. Ainsi pour structurer ce travail dans le rapport de fin d'étude, il a été question de scinder le mémoire en trois chapitres distincts. Le premier chapitre, sous forme de généralités qu'on a emprunté à travers la documentation bibliographique consultée, est consacré à la présentation d'un certain concept lié à l'environnement, les impacts environnementaux et l'évaluation environnementale, le concept du développement durable. Une attention particulière est accordée à la législation environnementale en Algérie. Le deuxième chapitre, quant à ça, est consacré à la présentation de l'évaluation environnementale de l'entreprise, dans ce chapitre nous donnons une présentation de l'entreprise, son planigramme, les impacts environnementaux liés à l'activité. Le troisième chapitre est réservé à la discussion et le commentaire des résultats obtenus. Dans le même chapitre il est question de proposer des opportunités d'amélioration pouvant apporter des valeurs ajoutées à l'entreprise. Enfin, ce travail est clôturé par une conclusion.



Chapitre I
Synthèse bibliographique

Introduction

Ce chapitre présente les aspects généraux de l'environnement et les principaux concepts rattachés à notre problématique, il est subdivisé en cinq parties. La première partie définit des concepts sur l'environnement. La deuxième partie, présente les caractéristiques de la relation entreprise et environnement, et la troisième partie présente l'évaluation environnementale, son objectif et ces méthodes, la quatrième partie définit le concept de DD et le système de management environnemental. Enfin la dernière partie consacrée à la législation environnementale et la protection de l'environnement en Algérie.

I.1. - Généralités

I.1.1. – Environnement

Est une notion complexe et infinie (**CHASSAGNETTE, 2003**). De nombreuses définitions en existent.

- L'environnement est défini comme un milieu dans lequel un organisme fonctionne, incluant l'air, l'eau, la terre, les ressources naturelles, la flore, la faune, les êtres humains et leurs inter – relations (**CHASSAGNETTE, 2003**).

- La norme française Afnor, X 30-301 en donne la définition suivante :
 - « Environnement : Ensemble, à un moment donné, des agents physiques, chimiques et biologiques et des facteurs sociaux susceptibles d'avoir un effet direct ou indirect, immédiat ou à terme, sur les organismes vivants et les activités humaines ». A nouveau, on note que les activités humaines sont citées en sus des organismes vivants, confirmant cette prééminence du genre humain dans le concept d'environnement. De plus, cette définition ajoute la notion d'effet « à terme », rejoignant en cela la notion centrale du développement durable. Il faut retenir de ces définitions le caractère complexe et infini de l'environnement. En conséquence, une évaluation environnementale qui se veut complète sera nécessairement d'une grande complexité et, par voie de conséquence, souvent sujette à controverse et polémique (**DEBOUCHE, 2010**).

I.1.2. Caractérisation de la relation environnement de l'entreprise.

L'environnement de l'entreprise varie ainsi en fonction de sa branche d'activité, de la localisation géographique, des enjeux humains et des écosystèmes en présence. Par exemple, une installation rejetant un produit chimique biodégradable à courte durée de vie n'aura pas le même impact si celle-ci se trouve éloignée ou bien à proximité d'un cours d'eau dont la faune et la flore sont directement exposées à ses rejets (**BOURREAU, 2012**). L'entreprise est bien au cœur d'un ensemble de relations avec des partenaires qui ne sont plus uniquement des actionnaires mais des acteurs intéressés par ses activités et ses décisions. Les gouvernements, les médias, les consommateurs, la société civile, les investisseurs sont autant de PP auxquelles l'entreprise doit rendre des comptes et en fonction desquelles elle opérationnalise ses réponses stratégiques. La plupart des organisations reconnaissent aujourd'hui la nécessité de manager le plus grand nombre de PP plutôt que de considérer la satisfaction des intérêts de l'actionnaire comme leur unique Responsabilité (**ALBERTINI, 2013**)

I.1.2.1. Impact environnemental

Comme "toute modification sur l'environnement, négative ou bénéfique, résultant totalement ou partiellement des activités, produits ou services d'un organisme" (**PERSONNE, 1998**).

- **Impact** = État de référence après l'effet - État de référence avant l'effet.
- **Effet** = Phénomène observé au niveau de l'élément causal (**PERSONNE, 1998**).

➤ **Facteur d'impact, effet et impact**

Rousseau définit un effet comme le résultat d'une action sur une cible : une substance (a) a un effet potentiel sur une cible, effet qui se réalisera si (a) rencontre la cible. L'impact de (a) sur la cible correspond aux effets observés après la rencontre, en comparant l'état initial et l'état final de la cible. La substance (a) est un facteur d'impact, car connue pour son implication dans l'effet potentiel considéré. La distinction entre effet, impact, et facteur d'impact est également abordée par E. Labouze : "L'effet est un événement qui est la conséquence objective de l'action envisagée. L'impact est la transposition subjective de cet événement sur une échelle de valeur ; il est le résultat d'une comparaison entre deux états, un état de référence et un état qui résulte de l'action envisagée.

❖ **Un exemple plus proche de l'environnement industriel proposé en figure :**

Un rejet industriel de dioxyde de soufre est un facteur d'impact qui, s'il atteint la cible qu'est la population susceptible d'inhaler ce polluant, peut déclencher sur cette population un effet, les maladies pulmonaires, l'impact étant alors l'augmentation du taux des maladies pulmonaires due à la présence du polluant (**PERSONNE, 1998**).

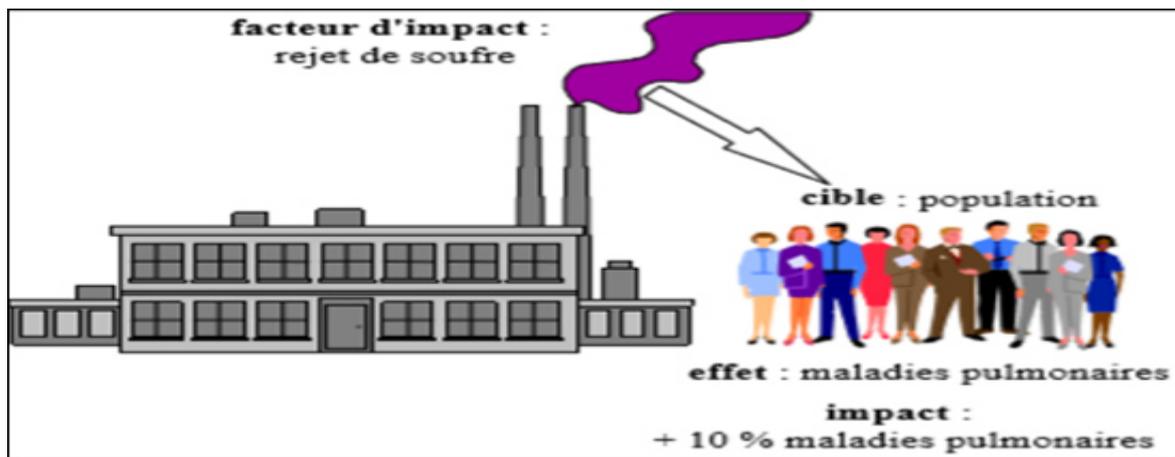


Figure.1 : Facteur d'impact, effet et impact : illustration en pollution atmosphérique (**PERSONNE, 1998**).

I.1.2.2. L'aspect environnemental comme "élément des activités, produits ou services d'un organisme susceptible d'interagir avec l'environnement (un aspect environnemental significatif est un aspect environnemental qui a ou peut avoir un impact environnemental significatif) (**PERSONNE, 1998**).

I.1.3. Evaluation environnementale

L'évaluation environnementale consiste à porter un jugement sur les relations qu'un objet entretient avec son environnement. L'objet en question peut être un produit, un service, une institution, un projet, un site de production, une entreprise, un plan de développement, etc.

(**DEBOUCHE, 2010**).

I.1.3.1. Les opérateurs concernés par l'évaluation environnementale

Tous les opérateurs économiques, sociaux et politiques sont potentiellement concernés par l'évaluation environnementale, du consommateur au producteur et du citoyen aux gouvernements (**DEBOUCHE, 2010**).

I.1.3.2. L'objectif de L'évaluation environnementale

La sensibilité des consommateurs et des citoyens à l'environnement, à sa sauvegarde et à son assainissement, est évidemment plus développée aujourd'hui qu'hier et sans doute moins que demain. Il est donc inévitable de pouvoir évaluer, le plus objectivement possible, les interactions qu'entretiennent avec l'environnement les produits, les services, les installations, etc (DEBOUCHE, 2010).

I.1.3.3. Les outils de l'évaluation environnementale

Il convient évidemment de bien choisir parmi ces outils celui qui convient à l'objet évalué, à l'objectif poursuivi, au public concerné et aux moyens disponibles pour effectuer cette évaluation (DEBOUCHE, 2010).

I.1.3.3.1. Les méthodes d'évaluation multi phases

Permettent à l'entreprise de franchir progressivement les étapes suivantes :

- sensibilisation, identification des contraintes et enjeux environnementaux pour l'entreprise,
- identification des impacts sur l'environnement dus à l'activité de l'entreprise,
- évaluation des impacts sur l'environnement,
- éventuelle proposition de solutions d'amélioration (techniques ou organisationnelles) et mise en œuvre,
- suivi des performances environnementales pour une amélioration continue.

I.1.3.3.2 Méthodes d'évaluation initiale

Les méthodes d'évaluation initiale s'adressent à des entreprises déjà sensibilisées à l'environnement, et qui souhaitent franchir le pas de la mise en œuvre de mesures pratiques. Ces méthodes sont d'un accès moins aisé que les méthodes de diagnostic. Elles ne se présentent pas sous forme de questionnaires, mais proposent une organisation d'évaluation permettant d'aboutir à la construction d'un plan d'action. Les deux exemples de méthodes ici présentés suivent une même structure d'évaluation :

- compréhension du système de production,
- identification des sources de pollution,

- identification des dysfonctionnements,
- élaboration et hiérarchisation de solutions,
- construction d'un plan d'action reprenant les solutions sélectionnées,
- implémentation du plan pour amélioration.

L'objectif visé est l'amélioration des facteurs d'impact de l'entreprise à travers :

- la recherche des dysfonctionnements du système de production.
- l'élaboration de solutions viables au niveau technique, environnemental et financier **(PERSSONE, 1998)**.

I.1.3.3.3. Méthodes de diagnostic

Les méthodes de diagnostic sont les plus simples à utiliser. Elles visent en général des personnes non-expertes et peuvent ainsi être utilisées par un responsable de l'entreprise seul, en autodiagnostic. Elles sont parfois employées par les consultants chargés d'une évaluation complète, pour effectuer un premier contact avec l'entreprise. Ces méthodes s'adressent à des entreprises peu avancées dans la prise en compte de la protection de l'environnement. Les méthodes de diagnostic visent deux objectifs principaux :

- **la sensibilisation**, c'est à dire la prise de conscience des interactions entre l'activité de l'entreprise et l'environnement.
- **la détection approximative des problèmes environnementaux dans l'entreprise**, par un balayage rapide de ses interactions avec l'environnement et de ses pratiques de management **(PERSSONE, 1998)**.

I.1.4. Le système de management environnemental

L'Organisation Internationale de Normalisation (ISO) a été créée en 1947 à Genève et fédère actuellement 143 organismes nationaux de normalisation, à raison d'un organisme par pays, celui étant considéré comme le plus représentatif à l'échelle nationale **(MZOUGHFI et GROLLEAU, 2005)**. Pour améliorer leurs activités quotidiennes, contrôler leurs impacts environnementaux, améliorer leur performance environnementale et financière et obtenir une légitimité sociale. Conscientes de ces opportunités, les entreprises s'engagent de plus en plus

dans des démarches volontaires permettant d'intégrer les préoccupations écologiques dans leurs pratiques quotidiennes. Sur le plan managérial, cette prise en compte se traduit notamment par la mise en place d'un système de management environnemental. Pour atteindre de meilleures performances environnementales, les entreprises se sont tournées vers des dispositifs normatifs dont la famille des normes ISO 14000 est la plus reconnue. Cette dernière permet d'implanter un système de management environnemental (SME) dans une organisation et de procéder à des vérifications pour s'assurer de son bon fonctionnement (RENAUD, 2013).

I.1.4.1. Définition de SME

Le terme « management environnemental » correspond à la mise en place, par une entreprise ou une collectivité, d'une organisation permettant d'identifier et de maîtriser les risques d'impacts d'une activité sur l'environnement. Il s'inscrit dans une perspective de Développement Durable qui ambitionne de placer la dimension environnementale au cœur du fonctionnement de l'entreprise, qu'elle soit industrielle, agricole ou tertiaire. La vulgarisation du concept de Développement Durable auprès des entreprises, dans les pays développés, nécessite, pour être mis en œuvre, de pouvoir disposer d'instruments adaptés à la spécificité de leur mode de fonctionnement (BUTTET, 2009).

I.1.4.2. Objectif de SME

- Protégeant l'environnement par l'élimination ou l'atténuation des impacts environnementaux négatifs;
- limitant l'effet négatif potentiel des conditions environnementales sur l'organisme;
- aidant l'organisme à respecter les obligations de conformité;
- renforçant la performance environnementale;
- maîtrisant ou influençant la manière dont les produits et services de l'organisme sont conçus, fabriqués, distribués, consommés et éliminés en adoptant une perspective de cycle de vie afin d'éviter que des impacts environnementaux ne se reportent involontairement dans d'autres phases du cycle de vie ;
- Réalisant des bénéfices financiers et opérationnels pouvant résulter de la mise en œuvre d'alternatives respectueuses de l'environnement qui renforcent la position de l'organisme sur le marché;
- communiquant des informations environnementales aux parties intéressées pertinentes (ISO 14001, 2015)

I.1.4. 3. Domaine d'application de SME

La présente Norme internationale spécifie les exigences relatives à un système de management environnemental permettant à un organisme de développer et de mettre en œuvre une politique et des objectifs, qui prennent en compte les exigences légales et les autres exigences auxquelles l'organisme a souscrit et les informations relatives aux aspects environnementaux. La présente Norme internationale est applicable à tout organisme qui souhaite :

- a) établir, mettre en œuvre, tenir à jour et améliorer un système de management environnemental,
- b) s'assurer de sa conformité avec sa politique environnementale établie,
- c) démontrer sa conformité à la présente Norme internationale en
 - 1) réalisant une autoévaluation et une auto déclaration, ou
 - 2) recherchant la confirmation de sa conformité par des parties ayant un intérêt pour l'organisme, telles que les clients, ou
 - 3) recherchant la confirmation de son auto déclaration par une partie externe à l'organisme, ou
 - 4) recherchant la certification/enregistrement de son système de management environnemental par un organisme externe (**ISO 14001, 2004**).

I.1.5. Le développement durable

Depuis près de quarante ans, nombre d'acteurs se mobilisent pour répondre aux grands enjeux du développement durable en général et de l'environnement en particulier (**HALATA, 2012**). L'intégration du développement durable dans les modes de fonctionnement des entreprises présente des avantages de différentes natures. En effet, outre une meilleure maîtrise de leurs charges, elles peuvent notamment y trouver des éléments positifs en termes d'organisation ou de gestion du personnel (**FÉRONE et al, 2004**).

Atteindre un équilibre entre l'environnement, la société et l'économie s'avère essentiel pour un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs. Le développement durable en tant que finalité repose sur l'équilibre de ces trois piliers. Les attentes sociétales pour le développement durable, la

transparence et la responsabilité ont évolué avec un renforcement législatif et l'accroissement des pressions sur l'environnement dues à la pollution, à l'utilisation inefficace des ressources, à la gestion inappropriée des déchets, au changement climatique, à la dégradation des écosystèmes et à la perte de biodiversité. Cela a conduit les organismes à adopter une approche systématique du management environnemental par la mise en œuvre de systèmes de management environnementaux dans le but de contribuer au pilier environnemental du développement durable (**ISO 14001, 2015**).

La protection de l'environnement naturel constitue de plus en plus une préoccupation importante dans la gestion des entreprises (**DOUHOU-RENAUD, 2009**). Afin de gérer les risques liés au contexte économique, social et environnemental, de défendre l'image et la réputation de l'entreprise auprès des parties prenantes et en réponse à un besoin de légitimation, le monde des affaires a connu l'émergence d'un nouveau concept lié au développement durable, connu sous le nom de Responsabilité Sociale¹ ou Sociétale de l'Entreprise (RSE) et qui signifie la contribution des entreprises aux enjeux du développement durable (**TAOUKIF, 2014**).

I.1.5.1. Définition de développement durable

La définition la plus répandue et la plus officielle du développement durable est la suivante : "un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre les capacités des générations futures à répondre à leurs propres besoins" (**ZACCAÏ, 2002**). Le développement durable est une tentative de créer un modèle de développement qui intègre à la fois l'économie, le progrès social et la protection de l'environnement (**BROCHARD, 2011**).

I.1.5.2. Objectifs du développement durable

La protection de l'environnement dans le cadre du développement durable a pour objectif notamment :

1. de fixer les principes fondamentaux et les règles de gestion de l'environnement ;
2. de promouvoir un développement national durable en améliorant les conditions de vie et en œuvrant à garantir un cadre de vie sain ;
3. de prévenir toute forme de pollution ou de nuisance causée à l'environnement en garantissant la sauvegarde de ses composantes ;
4. de restaurer les milieux endommagés ;

5. de promouvoir l'utilisation écologiquement rationnelle des ressources naturelles disponibles, ainsi que l'usage de technologies plus propres ;
6. de renforcer l'information, la sensibilisation et la participation du public et des différents intervenants aux mesures de protection de l'environnement (J O R A, 2008).

- ❖ **Le principe d'amélioration continue** vise une approche globale de la décision et de la gestion Accompagnée d'indicateurs et de processus d'évaluation. Il préconise aussi l'adhésion à des principes et des valeurs, ainsi que l'engagement de moyens financiers, humains et matériels pour les mettre en œuvre d'une façon continue et permanente. La pratique de ce principe insiste sur la transversalité et la subsidiarité, confiant la décision et l'action à l'échelon le plus approprié (HALATA, 2012).
- ❖ **Le commerce équitable**

Il consiste à garantir un revenu minimum au producteur initial d'un produit et à lui donner des garanties suffisantes pour qu'il puisse se développer à long terme. Le commerce équitable fait l'objet d'une labellisation qui permet aux «consommateurs acteurs» d'identifier et de choisir ces produits de plus en plus disponibles en grandes surfaces (HALATA, 2012).

I.1.5.3. Les enjeux environnementaux du développement durable

Tableau.1 : Les enjeux environnementaux du développement durable (HALATA, 2012).

	Les enjeux environnementaux du développement durable
Les ressources naturelles	En 2002, le bilan global des écosystèmes naturels fait état d'une diminution de 30% des richesses naturelles de la Terre entre 1970 et 1995. Les forêts ont perdu 12% de leur richesse biologique et 30 % des écosystèmes marins en trente ans. Un milliard d'hectares de terres autrefois cultivables ne le sont plus à cause des divers pesticides déversés massivement. Pour rendre compte de ce constat alarmiste, l'organisation écologiste parle d'empreinte écologique, un mode de calcul qui permet de mesurer la part de ressources naturelles utilisée par une population donnée. À l'échelle mondiale, cette exploitation des ressources dépasse de 20% les capacités biologiques de la Terre.

La biodiversité	La biodiversité, c'est la variété des espèces et des écosystèmes sur la Terre. Le développement Économique, la pollution, l'agriculture et la pêche industrielle intensives mettent à mal cette biodiversité naturelle. Un exemple : 20% des espèces de poissons sont menacées de disparition, ce qui pousse les dirigeants à mettre en place de mesures restrictives interdisant la pêche pendant la période de reproduction.
Les déchets	Le développement de la société de consommation dans les pays industrialisés a généré des masses de déchets dont le recyclage et la destruction par incinération posent un problème écologique crucial. Dans les vingt dernières années, la quantité de déchets municipaux par habitant des pays industrialisés a presque triplé. Elle est en moyenne, de 475 kilos par an et par personne mais les chiffres dépassent largement cette quantité surtout dans les pays développés.
L'eau	Au cours des vingt prochaines années, la quantité moyenne d'eau disponible par personne dans le monde est supposée diminuer d'un tiers. Selon la croissance de la population et les décisions politiques, les pénuries d'eau concerneront vers 2050, 7 milliards de personnes dans 60 pays (hypothèse haute) ou 2 milliards dans 48 pays (hypothèse basse).
L'énergie	Les énergies fossiles (pétrole, gaz, charbon) sont, d'une part, vouées à l'épuisement, et d'autre part, elles sont aussi sources d'émissions de gaz à effet de serre. Le recours aux énergies renouvelables est un des moyens de lutte contre la pollution atmosphérique. Le nucléaire, à titre d'exemple, est considéré par certains comme un gage de "développement durable" puisqu'il ne génère pas de gaz à effet de serre, pour d'autres, c'est une énergie qui est par nature dangereuse et polluante à cause des déchets mortels qu'elle produit.
La pollution chimique	L'une des sources les plus importantes de pollution chimique sont les pesticides. En 1945, l'utilisation mondiale était de 60 000 tonnes par an, et 2,5 millions en 1995. Les produits chimiques ont certes permis le développement massif de l'agriculture mais les effets sont très coûteux. La double difficulté est que d'une part, les chercheurs ignorent les effets à moyen et long terme de près de 40 000 molécules mises en circulation et d'autre part, il s'agit souvent de polluants organiques persistants.

Le réchauffement climatique	Pour les scientifiques, le niveau de pollution de gaz à effet de serre généré principalement par la combustion des énergies fossiles est de plus en plus élevé et le climat de la terre se réchauffe de jour en jour. D'ailleurs, une augmentation moyenne de 2° C (prévision basse) à échéance de 2100 serait considérable causant ainsi inondations, désertification, dissémination des maladies, disparitions d'espèces animales, etc. Le protocole de Kyoto ³⁰ sur la réduction des gaz à effet de serre est une des mesures prises pour lutter contre le phénomène mais sa mise en œuvre est difficile.
Les transports	Les transports sont à l'origine de 25% des émissions de dioxyde de carbone dans le monde générées par l'homme. Réduire la circulation automobile est l'un des axes prioritaires de la lutte contre la pollution d'autant plus que L'Union Internationale des Transports Publics prévoit que la population urbaine va augmenter de 27% dans les trente prochaines années.

I.2. L'Algérie et la protection de l'environnement

L'Algérie quant à elle, figure parmi les pays qui ont accordé une importance capitale à l'environnement et elle considère comme un droit constitutionnel. Nous pouvons remarquer aisément que le projet algérien a pris charge la question de l'environnement et les problématiques juridiques posées à travers la promulgation de la loi n° 10/03 portant protection de l'environnement dans le cadre du DD. Ce projet est le fruit de la participation de l'Algérie aux différents fora internationaux tels que le Symposium de Stockholm, le sommet de la terre au Rio de Janeiro qui constitue la pierre angulaire de la vision algérienne concernant la question de l'environnement.

L'Algérie a élaboré une loi-cadre pour l'environnement en 1983, établissant des principes généraux de gestion et de protection de l'environnement. Cependant, son application a été retardée du fait de procédures excessivement longues et de déficiences au niveau de sa conception. Les dispositions juridiques ne permettent pas le contrôle intégré des pollutions et la gestion adéquate des déchets. Elles sont insuffisantes pour protéger le littoral et assurer l'exercice effectif de la puissance publique. Le Code des Eaux, réaménagé en 1996, constitue une base suffisante pour une gestion rationnelle et intégrée des ressources en eaux, mais il est encore peu appliqué. La gestion rationnelle des sols et des ressources biologiques nécessite également une réadaptation de la législation foncière (clarification des droits de propriété) et

du code pastoral (clarification des droits d'usage) (PNAE-DD, 2002). L'Algérie vit une crise écologique : dégradation du cadre de vie, intensification de pollutions diverses, prolifération des déchets urbains et industriels, gestion inadéquate des déchets,... etc. C'est ainsi qu'en absence d'une stratégie cohérente et efficace, la gestion des déchets ménagers n'était pas maîtrisée et ne répondait nullement aux normes universellement admises et ce malgré l'adoption dès 1984 de toute une panoplie de textes juridiques (LAAMECHE, 2016).

L'Algérie est confrontée à de nombreux problèmes liés à la gestion des ressources naturelles, à la lutte contre les pollutions et les nuisances et à la protection et la préservation des patrimoines. Après avoir été longtemps marginalisé, le secteur de l'environnement a connu ces dernières années une transformation en profondeur (PNAE-DD, 2002)

I.2.1. Naissance d'une véritable politique environnementale

Le secteur de l'environnement connaît actuellement des mutations à travers notamment le renforcement du cadre institutionnel et juridique.

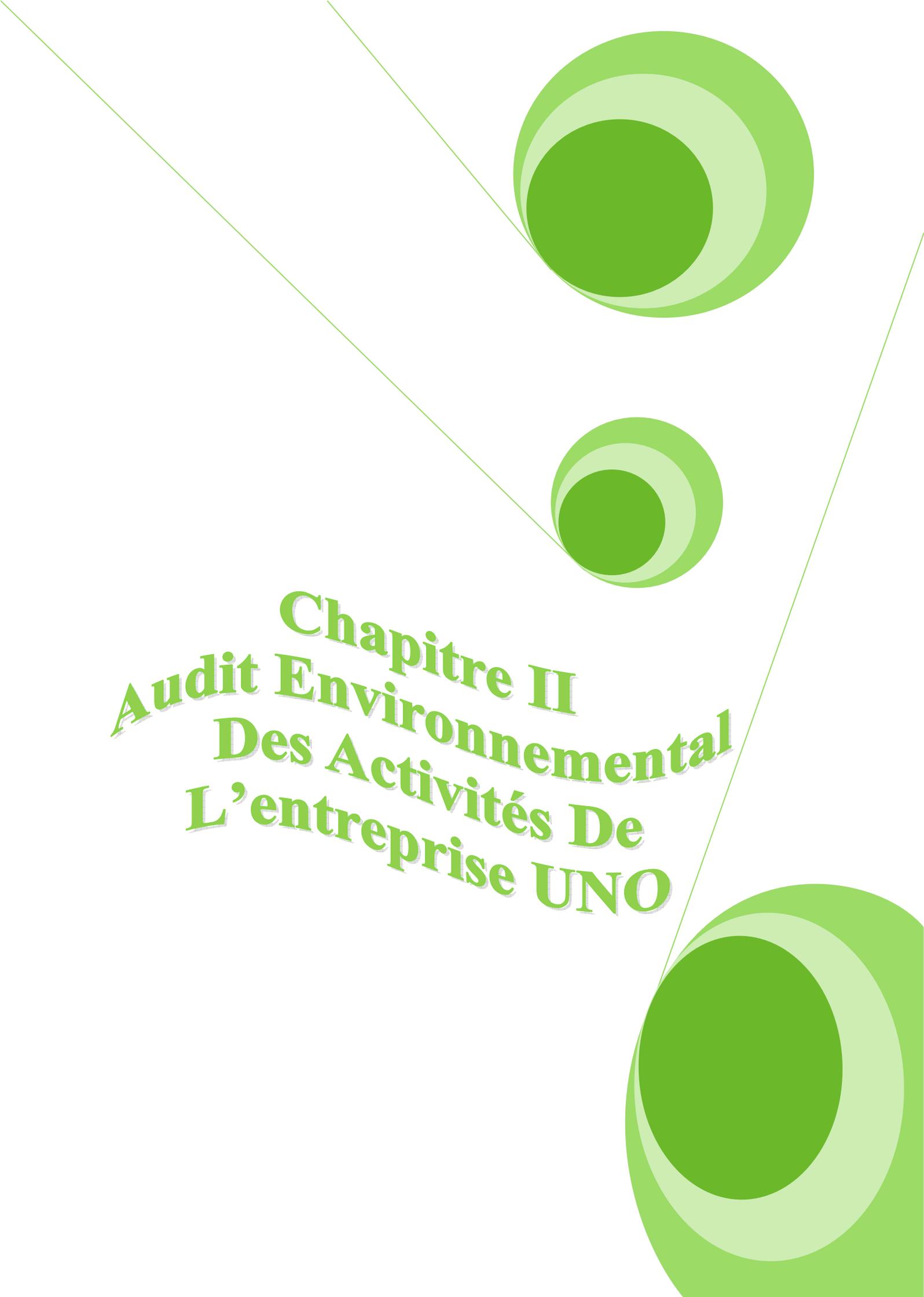
I.2.1.1. Sur le plan de la politique environnementale, le Plan National d'Actions pour l'Environnement et le Développement Durable (PNAE-DD) fixe les différents programmes environnementaux du pays pour 2001-2010.

- ces politiques sont appuyées par le Fonds National de l'Environnement et de Dépollution (FEDEP) alimenté notamment par la nouvelle fiscalité écologique basée sur le principe du pollueur payeur. Le FEDEP intervient pour aider les entreprises industrielles à réduire ou à éliminer leurs pollutions, pour financer les études réalisées par des bureaux d'études nationaux ou étrangers, et pour encourager les projets d'investissements intégrant des technologies propres. D'autres outils financiers ont été mis en place dont le Fonds National pour la protection du Littoral et des Zones côtières, le Fonds de lutte contre la désertification etc (UME, 2010).

I.2.1.2. Sur le plan législatif et réglementaire ;

Plusieurs lois ont été promulguées dont :

- la loi n 01-19 du 12 décembre 2001 relative à la gestion, au contrôle et à l'élimination des déchets ;
- la loi n°04-09 du 14 août 2004 relative à la promotion des énergies renouvelables dans le cadre du développement durable ;
- la loi n°04-20 du 25 Décembre 2004 relative à la prévention des risques majeurs et à la gestion des catastrophes dans le cadre du développement durable (**UME, 2010**).

The background features three large, overlapping green circles of varying sizes, each with a gradient from light to dark green. Two thin green lines intersect at the top left, extending diagonally across the page.

Chapitre II
Audit Environnemental
Des Activités De
L'entreprise UNO

Introduction

Notre étude est effectuée sur le terrain dans une entreprise économique et commerciale UNO, qui situe dans la wilaya de Bouira. L'objectif de notre étude c'est de réaliser une analyse environnementale à travers des questions et des observations sur le site et a travers des documents internes de l'entreprise. Afin d'estimer des impacts environnementaux et de proposer des mesures et des opportunités d'améliorations. Cette étude est réaliser avec plusieurs sorties en compagnie des responsables de l'entreprise sur la totalité de l'hypermarché. On a consacré ce chapitre premièrement pour la description de l'entreprise et son organisation puis identification des impacts environnementaux (consommation d'énergie, de l'eau et papier ...), ensuite on a abordé les actions pratiquer par UNO pour la protection de l'environnement. Par ailleurs, afin de mieux caractériser l'activité de l'entreprise, nous avons jugé plus judicieux de donner un aperçu sur les hypermarchés.

II.1. Les hypermarchés

Aujourd'hui, la « Grande Distribution » offre la possibilité d'effectuer les courses hebdomadaires dans des grandes surfaces. Ces dernières proposent aux consommateurs un large choix de produits en libre-service dans les rayons, à des prix bas. Le consommateur dispose ces produits dans son chariot afin de régler le tout lors de son passage en caisse. Ce concept séduit la population depuis les années 50 : la grande distribution a donc su innover aux fils des années afin de répondre aux besoins évolutifs des clients et ainsi les fidéliser (CARPENTIERE, 2014).

Face à l'évolution de la consommation et des comportements d'achat, la grande distribution a dû s'adapter et innover au fil des années pour rester compétitive. Voici quelques exemples d'événements marquants qui ont permis à ce secteur d'évoluer (Féfigure02) (CARPENTIERE, 2014).

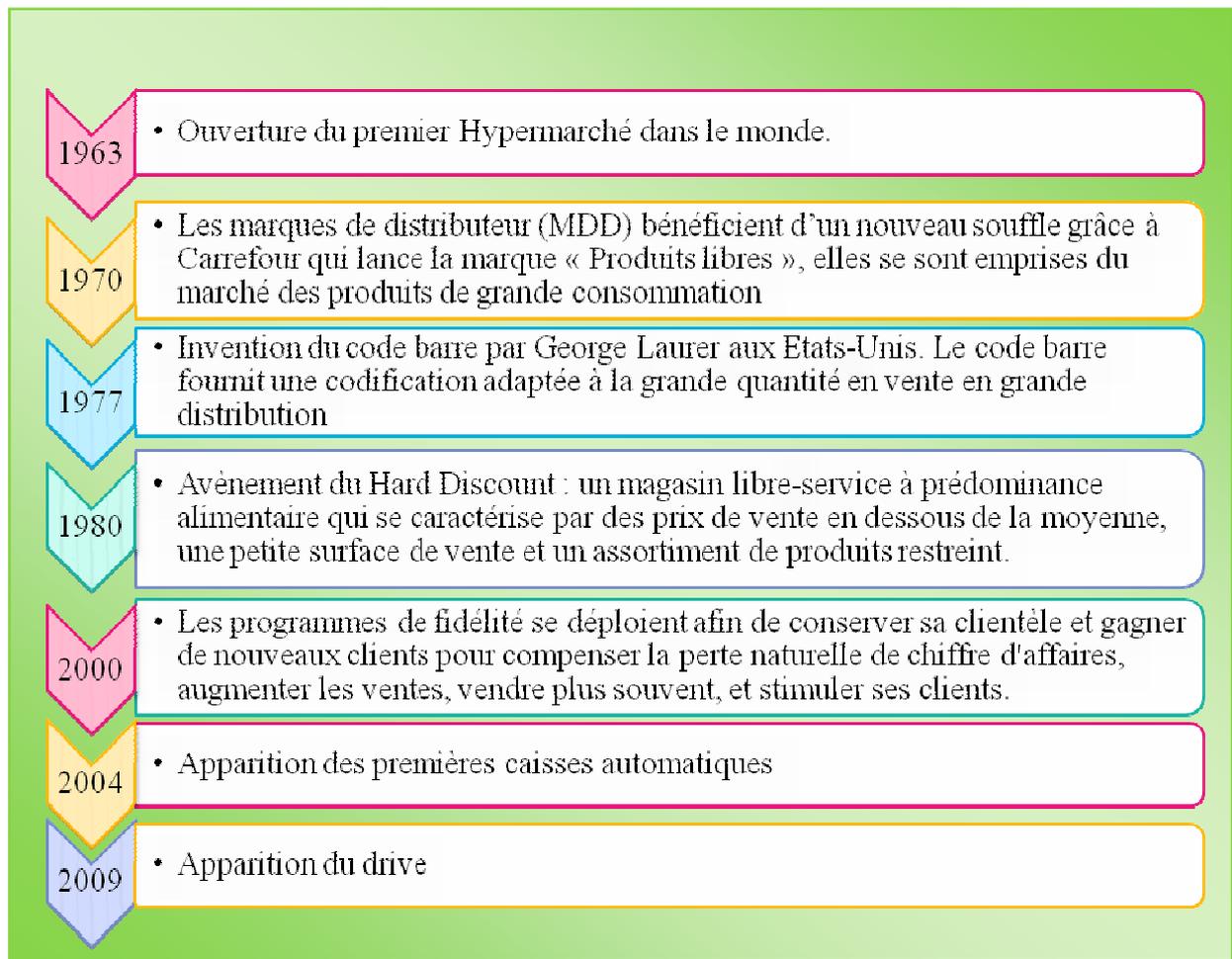


Figure.2 : Exemples de quelques événements marquants de l'histoire de la grande distribution (CARPENTIERE, 2014).

II.1.1. Définitions

II.1.1.1 Les hypermarchés : étant définis comme les « magasins du commerce de détail non spécialisés qui réalisent plus d'un tiers de leur chiffre d'affaires dans la vente de produits alimentaires, et d'une surface de vente égale ou supérieure à 2 500 m² » (SART, 2014).

II.1.1. 2. La logistique : « est la fonction organisant les circuits matières, autrement dit l'art de livrer au moindre cout, le bon produit, le bon endroit, et au bon moment ». La logistique commerciale rassemble toutes les activités mises en œuvre pour gérer, de façon rentable, les flux de produits et de marchandises depuis leur point d'origine jusqu'à le lieu d'utilisation final en fonction des besoins exprimés par le marché (ATMANI, MOKNACHE ,2017).

II.1.1. 3. Fournisseur : Personne ou établissement qui fournit habituellement à un particulier ou à une entreprise certaines marchandises (CARPENTIERE, 2014).

II.1.1.4. Emballages : ont un objectif de marketing : rendre les produits plus visibles dans les rayons des commerçants par leurs taille, leurs couleurs, leurs matières (MEZACHE, 2011).

II.1.2. Organisation logistique globale de la grande distribution

L'organisation logistique de la grande distribution est donc particulièrement étudiée pour répondre à la forte concurrence du marché et à l'obtention de prix bas. Cette organisation a pour but d'optimiser au maximum les flux de marchandises et de prix afin de pousser la chaîne vers une productivité optimale. Ainsi, les magasins ne manquent pas en approvisionnement de marchandise (CARPENTIERE, 2014).

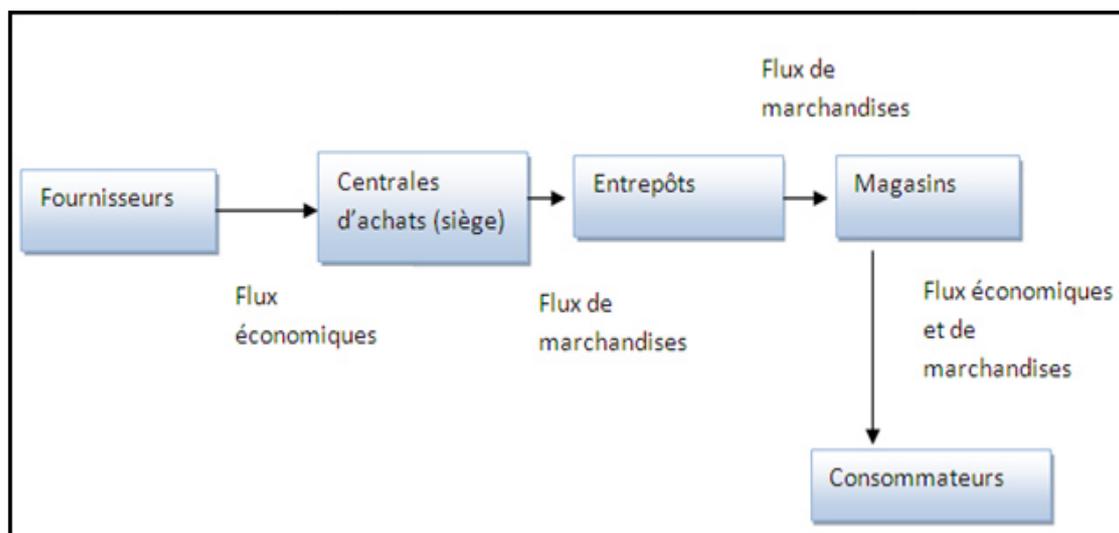


Figure.3: Organisation logistique globale de la grande distribution (CARPENTIERE, 2014).

II.1.3. Organisation et répartition en magasin

L'organisation standard d'un magasin se découpe selon des secteurs d'activités (ex : Droguerie, Parfumerie, Hygiène (DPH), Produits de grande Consommation (PGC), Produits Frais et Traiteurs (PFT), Textile, etc.) et dans chaque secteur se trouve plusieurs rayons. L'organisation du personnel suit également cette démarche : Directeur du magasin > Chef de secteur > Chef de Rayon > Employé (Figure.4).

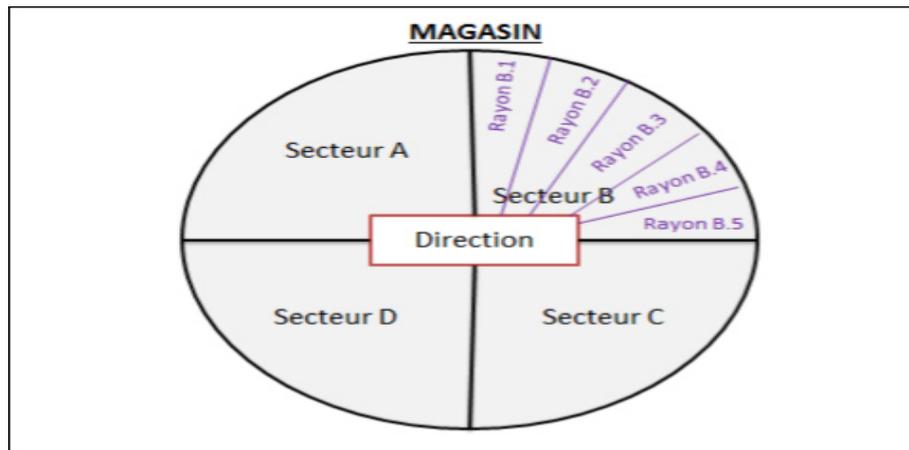


Figure.4: Organisation et répartition en magasin (CARPENTIERE, 2014).

II.1.4. Organisme d'accueil

Dans la présente étude nous nous sommes intéressés à un hypermarché implanté au niveau de la ville de Bouira chef lieu de la wilaya.

II.2. Présentation de la wilaya de Bouira

La wilaya est située dans la partie nord du pays, au sud-est de la capitale. Elle est limitée par les wilayas suivantes :

- La Wilaya de Boumerdes et Tizi Ouzou au Nord.
- La wilaya de M'Sila et Médéa au Sud.
- La Wilaya de Blida et Médéa à l'Ouest.
- La Wilaya de Bejaia et BBA à l'Est.

Le Chef lieu de la wilaya est située à 100 km à l'est de la capitale, Alger. La wilaya s'étend sur une superficie de 4 454 Km².

Population : La population totale de la wilaya est estimée à 740 464 habitants (2011), soit une densité de 166 habitants par Km (ANIREF ,2013).



Figure.5: La carte géographique de la wilaya de Bouira (ANIREF, 2013).

II.3. Présentation de site d'étude

Parmi les créneaux dans lesquels le groupe CEVITAL a investi, on trouve l'entreprise NUMIDIS qui a boosté la grande distribution en Algérie.

II.3.1. Présentation de la filiale NUMIDIS

C'est une SPA avec un capital social est estimé à 10000 000 DZD, la NUMIDIS est la filiale spécialisée dans la grande distribution, créée en janvier 2007, elle comprend aujourd'hui plus de 1500 collaborateurs.

Sa mission est de lancer et développer la grande distribution en Algérie en déployant une chaîne de magasins en différents formats (supermarché, hypermarché et relais).

NUMIDIS à lancer en août 2011 le premier numéro de sa revue interne « Le Numidien » qui évoque les événements les plus importants ayant eu lieu au sein de l'entreprise et ce à travers divers rubriques (Edito, Actualités, Zoom sur, Communauté UNO, Rencontre, News, INFO-High Tech, Sport...etc.).

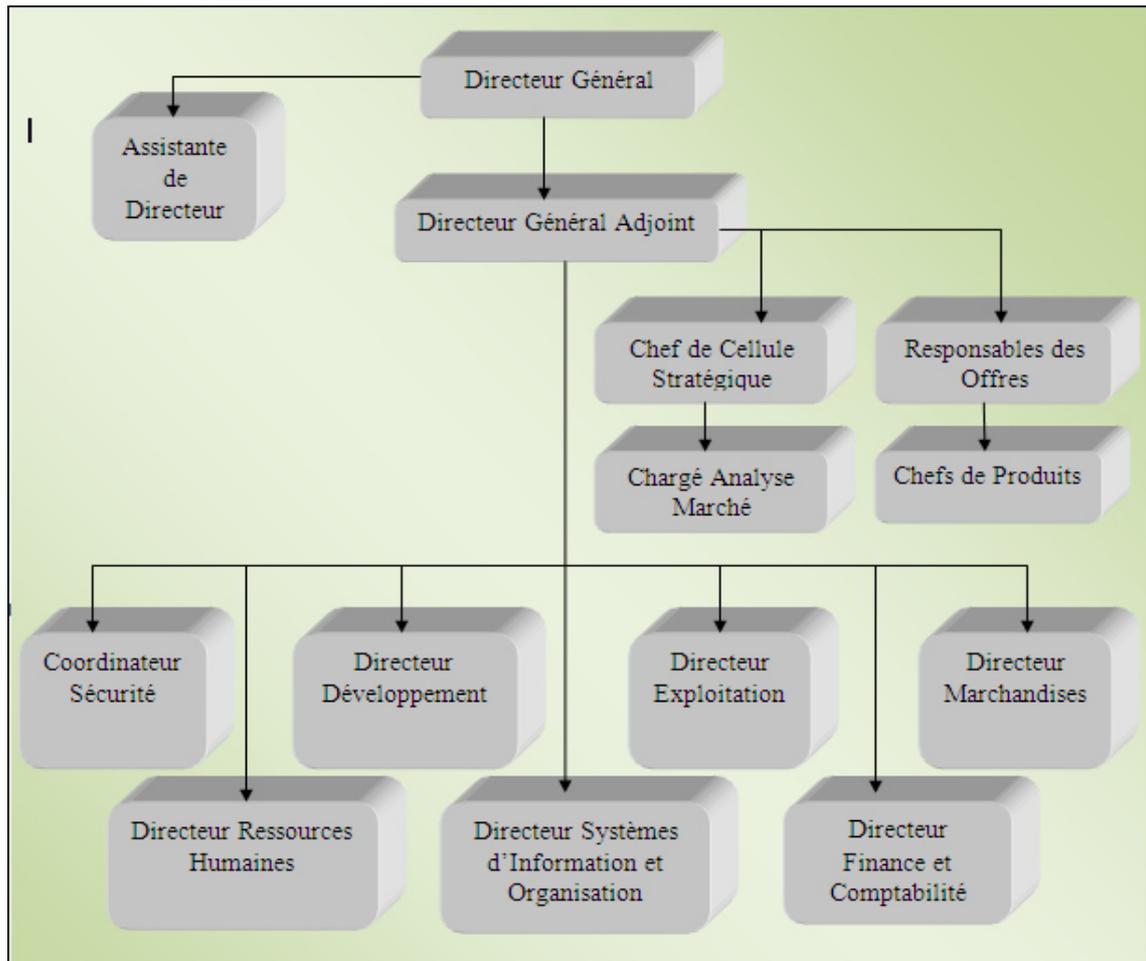
L'entreprise NUMIDIS a pour vision d'être l'acteur principal dans la grande distribution en Algérie, en implantant dans les villes majeures de pays les magasins UNO reconnus comme offrant une excellente qualité de service, un assortiment parfaitement adapté aux clients, ainsi qu'un très bon rapport qualité/prix.

Afin de garantir un bon déroulement de ses activités, NUMIDIS les a réparties sur deux pôles à savoir:

II.3.1.1 le pôle fonctionnel (la direction générale) :

Ce pôle se charge de la définition de la mission de l'entreprise, de la conception de la stratégie permettant de réaliser les objectifs tracés, ainsi que de la création d'une culture d'entreprise en phase avec les valeurs du groupe. Il s'occupe aussi d'assurer la cohésion des diverses structures, et la coordination des actions des collaborateurs afin d'être à la hauteur des attentes de toutes les parties prenantes.

La direction générale de l'entreprise NUMIDIS est organisée en différents niveaux hiérarchiques comme il est présenté le schéma suivant :



Source : Document interne de l'entreprise.

Figure.6 : Les différents niveaux hiérarchiques La direction générale de l'entreprise NUMIDIS

II.3.1.2. pole opérationnel (magasin)

Les activités exercées au niveau de ce pole consistent en ce qui suit :

- Réception, Stockage, et vente des marchandises,
- Transformation et vente de produit (PFT) ;
- Accueil et présentation de services aux clients...etc.

Il existe trois différents formats de magasin, à savoir : les hypermarchés « UNO », les supermarchés « UNO CITY », ainsi que les « RELAIS ROUTIERS ».

II.4. Présentation générale de l'entreprise

Inauguré le 13 septembre 2011, UNO BOUIRA est un hypermarché qui s'étend sur une superficie totale de 70 000 m²; dont 16 000 m²; couverts. La surface de vente est de près de 6 000 m².

Disposant d'un parking d'une capacité de 695 places, il est situé à 3 km du centre de ville, il est accessible par la RN5 ainsi que par l'auto route Est-Ouest via le centre de ville de BOUIRA. Cette entreprise a généré plus de 250 emplois directs, présentant ainsi des opportunités de recrutement intéressantes pour diverses catégories d'individus (en terme d'âge, de diplôme obtenu...etc.).



Figure.7 : Localisation géographique de L'hypermarché UNO Bouira (source : Google earth).

En termes de services, UNO BOUIRA travaille 7/7 de 9h à 22h essayant d'offrir une image de la grande distribution moderne comparable à celle existant à l'échelle internationale.

En plus du fait qu'il détienne le monopole du marché de la grande distribution dans la région, il est l'endroit le plus attractif à savoir 2000 personnes le fréquentent quotidiennement en temps normal arrivant jusqu'à 5000 dans les occasions.



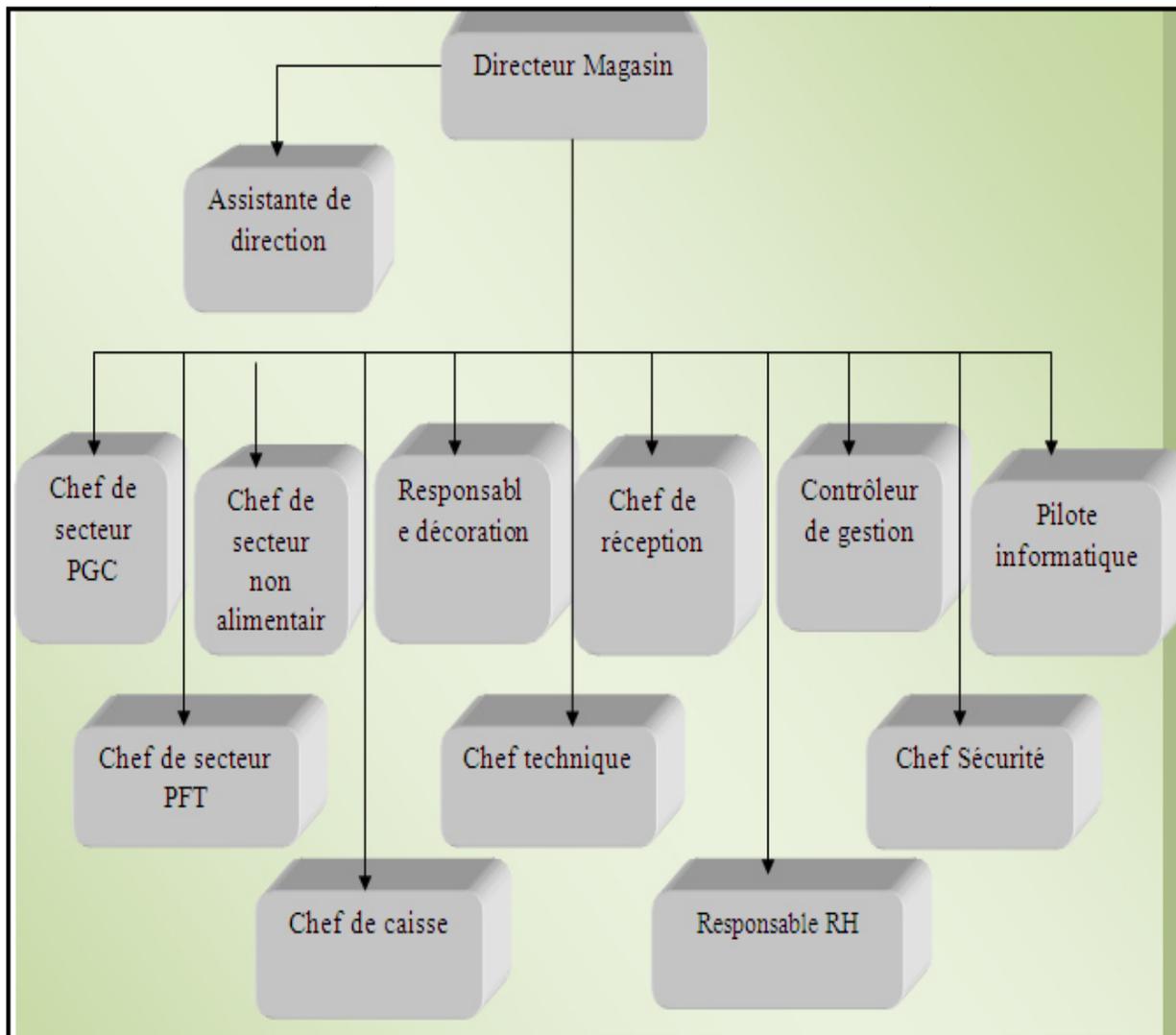
Figure.8 : UNO hypermarché Bouira vue d'extérieur (Juin, 2018).

II.4.1. Structure de l'entreprise

L'entreprise UNO BOUIRA est dotée d'une structure fonctionnelle qui est un modèle de structure établit par HENRI MINITZBERG. Ce qui nous permet de ressortir un certain nombre de spécificités qui caractérisent la communication, le style de management ainsi que au sien de cette organisation et dont on site :

La formalisation des règles de travail.

- La spécialisation du travail
- L'homogénéité de chaque fonction.
- Les relations suivent une ligne hiérarchique bien définie.
- Le contrôle et la coordination des fonctions sont réalisés par la direction générale.



Source : document interne de l'entreprise

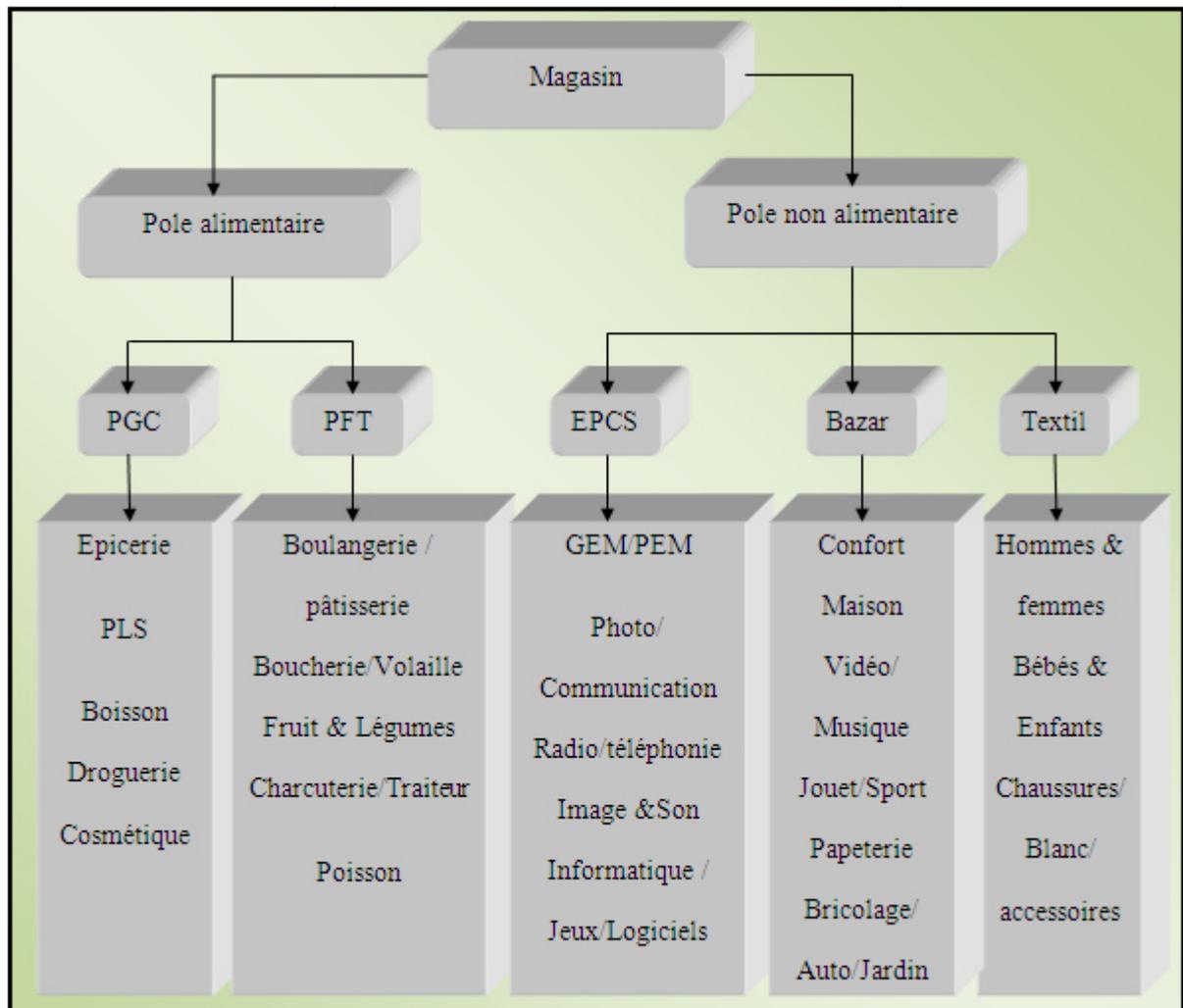
Figure.9 : Organigramme de l'entreprise UNO Bouira.

II.4.2. Organisation de l'hypermarché

L'hypermarché UNO se divise en deux « pole », à savoir :

Le pole alimentaire et le pole non alimentaire. Chaque pole se subdivise en « Secteur » qui à leur tour sont organisés en « Rayon ».

La figure, ci-dessous représente, en détails, la manière dont organisée la surface de vente de magasin UNO BOUIRA :



Source : Document interne de l'entreprise

Figure.10 : la manière dont organisée la surface de vente de magasin UNO BOUIRA

II.5. Identification des impacts environnementaux de l'entreprise

II.5.1. Consommation des ressources naturelles :

➤ La consommation d'énergie au niveau d'UNO

La consommation moyenne d'énergie d'une grande surface à dominante alimentaire dans la production de froid dans les rayons alimentaires. Cette consommation a fortement augmenté :

- Tout d'abord au niveau de l'éclairage, suite à l'implantation massive d'éclairages des meubles réfrigérés, à l'augmentation de l'intensité des lampes utilisées



Figure.11 : l'intensité des lampes utilisées a l'intérieure de l'hypermarché (Juin, 2018).



Figure.12 : L'éclairage des meubles réfrigérés a l'intérieure de l'hypermarché (Juin, 2018).

- Ensuite au niveau de la climatisation au magasin;
- Enfin au niveau des meubles de froids, suite à forte hausse de la consommation de surgelés (0 °C, -30 °C) qu'on note la présence de 15 chambres froides ;

Le tableau 02 contient les réglages des chambres froides de l'hypermarché.

Le tableau. 2 : Températures de réglages de chambres froides de l'hypermarché UNO Bouira.

ENCEINTES REFRIGEREES	TEMPERATURE DE REGLAGES	TEMPERATURE D'alarme
Chambre froide fruits et légumes	Entre 12°et 14°C	18° pendant 30 min
Chambre froide poissons	Entre -1 et +1°C	5° pendant 30 min
Chambre froide viande/abats /pâtisserie fraîche, crème pâtissière	Entre 0°et 2°C	6° pendant 30 min
Toute autre chambre froide	Entre 0°et 4°C	8° pendant 30 min
Meuble réfrigéré poisson	Entre -1° et +1°C	5° pendant 30 min
Meuble réfrigéré pâtisserie fraîche/Viande/Sandwichs/plats froids	Entre 0° et 4°C	6° pendant 30 min
Tout autre meuble réfrigéré	Entre 0° et 4°C	8° pendant 30 min
Chambres froides négatives	Entre -18°C et -15°C	-14° pendant 30 min
Meubles négatifs	Entre -18°C et -15°C	-14° pendant 30 min



Figure.13: Les chambres froides d'UNO (Juin ,2018).

- On note aussi une consommation de l'énergie au niveau des bureaux (08 bureaux) entre la climatisation et les poste de travail par l'utilisation des ordinateurs.
- Aussi l'augmentation de l'amplitude horaire d'ouverture des magasins (8h a 22h) entraînera une augmentation des consommations d'énergie et d'eau.

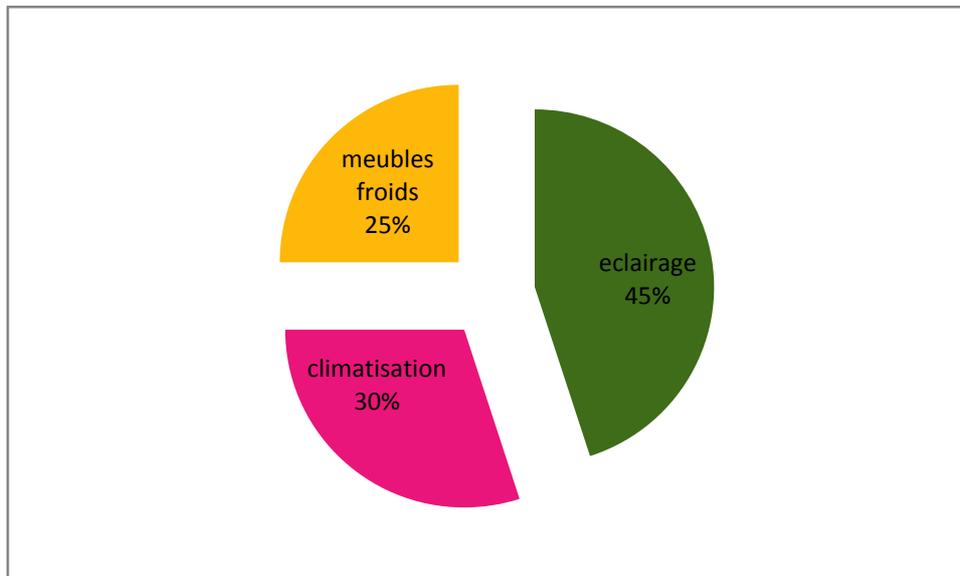


Figure.14 : Diagramme circulaire représente la consommation de l'énergie au niveau de l'hypermarché UNO

➤ **Consommation de l'eau**

Les principaux postes d'utilisation de l'eau au niveau de l'hypermarché sont variés avec la surface et les activités du magasin. Les activités les plus consommatrices sont les laboratoires (boucherie, poissonnerie, boulangerie, pâtisserie, traiteur), le lavage du matériel, le nettoyage des sols, le lavage des mains et les sanitaires du personnel et l'arrosage des plantes.

➤ **Consommation de papiers :**

UNO utilise 2 types de papiers :

- le papier blanc (gain de rames de papier): Les principaux postes d'utilisation de papier blanc sont aux niveaux des bureaux suivants pour l'impression des publicités commerciales et les tickets de caisses: sale managers, ressources humaines, direction, bureau de comptabilité, salle d'archive, économat et la réception.
- Papier hygiénique : dans les sanitaires

II.5.2. Déchets d'exploitation

Les principaux déchets générés par l'exploitation de l'établissement sont les déchets ménagers,

- Déchets papiers et cartons ;
- Déchets organiques ;
- Autres déchets : plastique, cartouches d'encres, Des boites alimentaires en aluminium.

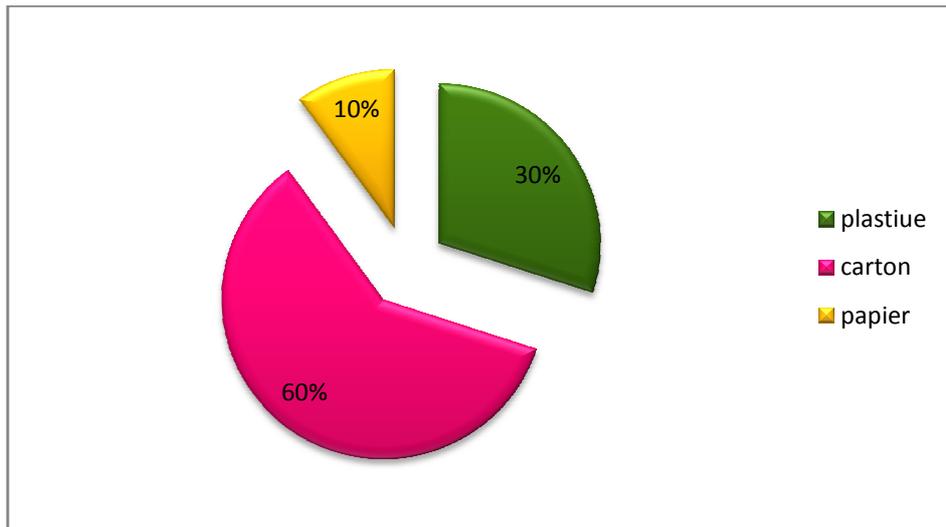


Figure.15 : Diagramme circulaire représente la quantité de déchets de l'hypermarché

II.5.3. La pollution de l'air :

- Les émissions de l'hypermarché sont principalement dues aux émissions des véhicules ainsi que le dioxyde de carbone et les oxydes d'azote issus de la combustion des énergies fossiles pour le chauffage.

❖ Par Le transport :

Le centre est malheureusement accessible en voiture par un parking de 695 places pour les clients et les camions de marchandises, également il est situé à proximité de la route nationale n°05.



Figure.16 : Le parking d'UNO avec 695 places. (Juin ,2018).

❖ **Autres émissions**

- On note que l'entreprise recourt à un groupe électrogène qui fonctionne avec des produits pétroliers d'une grande capacité d'où augmentation de CO2 et des émissions de gaz à effets de serre ; en cas de coupure d'électricité.
- la combustion des énergies fossiles pour le chauffage.



Figure.17 : Le groupe électrogène d'UNO à forte puissance (Juin ,2018).

II.6.. Les points forts d'UNO pour respecter l'environnement

II.6.1. Gestion d'énergie

D'après l'entretien auprès de personnel il n y a pas de contrôle de consommation d'énergie, mais le personnels appliquent les bons gestes d'économie d'énergie.

II.6.2. Gestion de l'eau.

D'après nos visites a UNO il n y a pas de mesures de quantité de l'eau consommée.

A part que l'hypermarché a une gestion pour les eaux usée après qu'il a fait contacte à la station d'épuration ONA Bouira pour le débouchage des regards d'assainissement d'après un bon de commande de 14/03/2018 afin d'éviter le surcharge des réseaux d'assainissement.

II.6.3. Gestion des déchets

Afin de limiter les conséquences de l'activité de ses magasins sur l'environnement, UNO travaille quotidiennement à trier et valoriser ses déchets.

II.6.3.1. Les déchets non organiques

L'hypermarché a systématisé le tri sélectif pour ses déchets par le tri de tous les emballages cartons et plastique ;

Pour la gestion de carton l'hypermarché UNO à signé avec une entreprise TONIC INDUSTRIE emballage à Tipaza et une autre à Bejaia des conventions des récupérations des matières non métalliques recyclables. (Carton, papier et plastique) ;

On site d'après un document interne de UNO qu'en mois de (mars, avril et mais 2018) que le récupérateur à récupérer 9200kg de carton et 459kg de plastique.



Figure.18 : Récupération de carton et de plastique par l'entreprise TONIC emballage.
(Juin ,2018).

Et aussi l'hypermarché invite les fournisseurs à reprendre les emballages, en particulier, les cageots et les palettes pour les réutilisé comme il est présenter dans cette figure :



Figure.19 : Les emballages, les cageots et les palettes des fournisseurs (Juin ,2018).

II.6.3.2. Les déchets organiques (alimentaires) :

➤ **Pour le pain :**

Comme le pain l'hypermarché UNO Bouira a déclaré par le biais d'une décharge avoir remis à un acheteur une quantité de pain en 21/06/2018 pour la valorisation des déchets alimentaire pour l'alimentation animale .cette opération se déroule chaque jours.

➤ **Pour la viande :**

Un traitement de la viande périmé s'effectue chaque matin par un responsable afin de détruire les microorganismes avec des produits chimiques pour protégé l'environnement avoisinants et la biodiversité de les infectés après leurs rejets.

II.6.4. La gestion des sacs

II.6.4.1. Les sacs plastiques de sortie de caisse

UNO à adopté en février 2018 les nouveaux sacs écologiques, recyclable et échangeable a vie et gratuitement dont la matière utilisée est entièrement biodégradable, et ne fournira plus les sacs en plastique, à pour but de préserver l'environnement et de lutte contre la pollution, et diminuer les effets néfastes des sacs en plastique sur l'environnement qui sont :

- La dégradation des paysages ;
- L'incinération des sacs pollue l'air et provoque des maladies pour l'homme ;
- Son enfouissement provoque des inondations et pollue les nappes phréatiques.

Avec leurs caractères :

1. Réutilisable à chaque achat ;
2. Echangeable à vie ;
3. Résistant jusqu'à 100 utilisations;
4. Facilement transportable.

En cas ou le sac détérioré sera récupérer par UNO et remis au fournisseur pour être recyclé, et le client bénéficieras d'un nouveau.

Notamment dans un future proche des sacs complémentaires en papier seront servit pour le textile, l'EPC et la cosmétique,

Avec une compagnie pour sensibiliser les clients sur cette démarche écologique, cette initiative sous le parrainage du ministre de l'environnement et des énergies renouvelables.



Figure.20 : Le petit et le grand sac réutilisable et recyclable d'UNO

II.6.5. Lutte contre le gaspillage alimentaire

En effet, lutte contre le gaspillage alimentaire grâce à plusieurs actions, UNO a mis en œuvre des solutions dans ses magasins :

- Vente de produits à date courte en promotions ;
- Optimisation des commandes et des stocks ;
- Tri optimisé pour les dons aux associations (Ness El Khir...)

Avec ses fournisseurs :

- allongement des dates limites de consommation et des dates de durabilité minimale.

En dernier recours, les produits alimentaires encore consommables mais qui ne peuvent plus être commercialisés sont donnés à des associations de l'aide alimentaire ou bien pour leurs transformation entre rayons en niveau de la boulangerie et aux restaurants.

II.6.6. l'audit hygiène

L'hygiène au travail concerne les éléments de l'environnement dans lesquels les travailleurs vivent : air inhalé, eau et aliments ingurgités, surfaces touchées. Ce sont des sources de contacts toxiques.

Avec l'entretien qu'on fait avec les responsable de UNO et les documents qu'on a peu avoir, l'audit se déroule dans l'établissement sans avertir au préalable le personnel afin d'obtenir les conditions opérationnelles réelles, chaque trimestre (3 mois) par un biologiste qui contrôle plusieurs coins de l'hypermarché :

Les rayons ;

- Le milieu de travail et les équipements ;
- La maitrise du nettoyage et de la désinfection : matériel, produit, plan de nettoyage, rangement (boulangerie poissonnerie...)
- L'hygiène du personnel : la tenue ;
- La lutte contre les nuisibles : dératisation, désinsectisation...
- La réception et le stockage : le contrôle à réception, le stockage et les températures réglementaires.

Leurs mission c'est de mesurer le niveau de conformité de chaque secteur de l'hypermarché puis détecter les non-conformités entre (0%-90% non conforme) et (91% -100% conforme) et les dysfonctionnements d'organisation et mettre en place un plan d'actions pour une amélioration efficace.

Un compte-rendu oral sera réalisé à la fin de l'audit afin d'informer le personnel et la direction des non-conformités à corriger immédiatement.

Puis un rapport écrit sera transmis à chaque chef de rayon par un email. Il permet de quantifier le niveau de conformité de l'hypermarché puisqu'il attribué une note sur 100.

Chapitre II : Audit Environnemental Des Activités De L'entreprise UNO

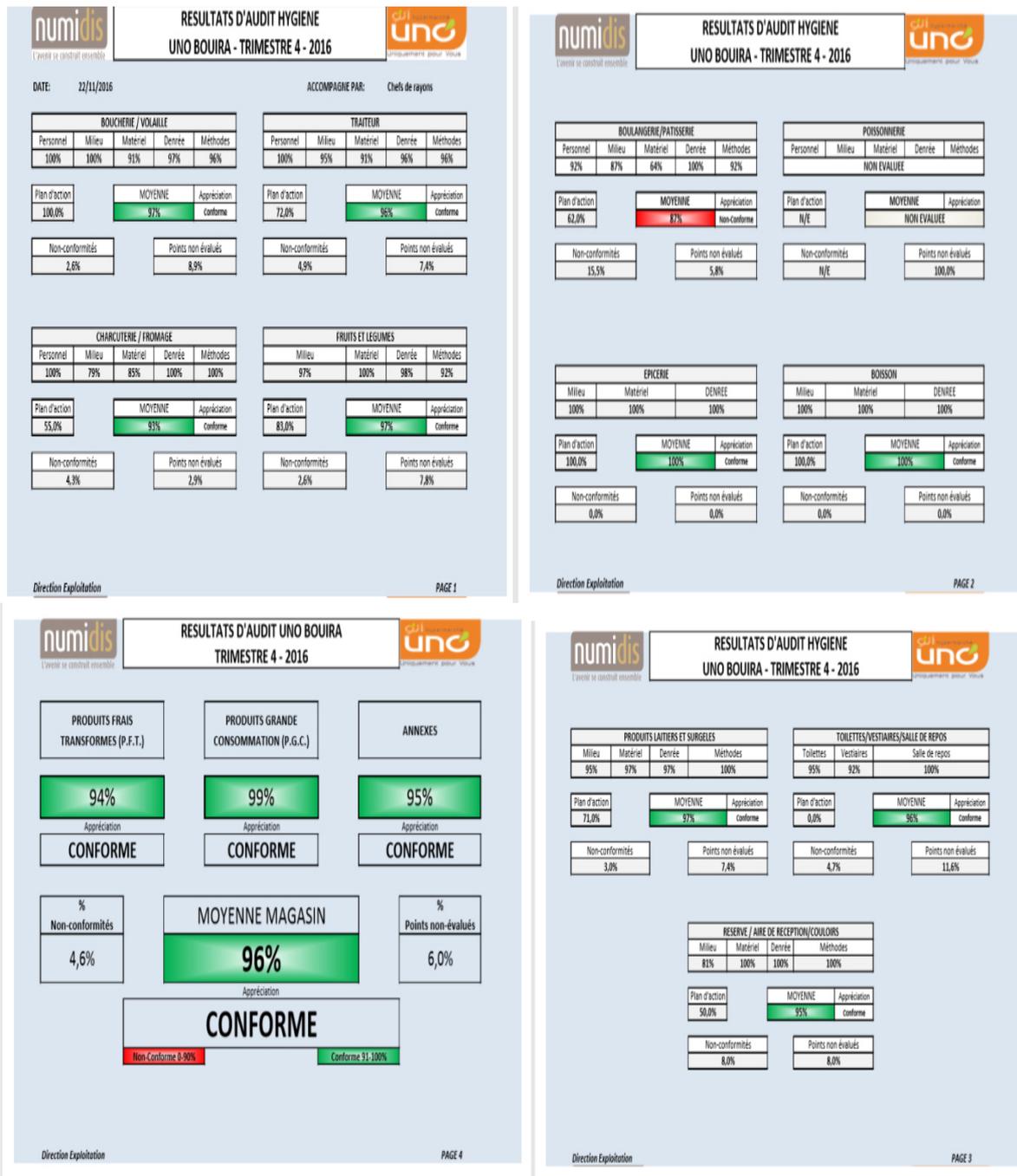


Figure.21 : résultats de l'audit hygiène UNO Bouira trimestre 4 pour l'année 2016 (Juin ,2018).

The background features three large, overlapping green circles of varying sizes, each with a darker green center and a lighter green outer ring. Two thin, light green lines intersect at the top left, forming a large 'V' shape that frames the central text.

***DISCUSSION DES
RESULTATS***

Introduction

Le présent chapitre fait l'objet d'une lecture analytique et interprétative des résultats d'analyse environnementale obtenus à travers le travail du terrain mené au sein de l'entreprise. Cette lecture analytique est appuyée par une étude sous forme d'analogie qui confronte des données relevant d'une entreprise de renom mondial qui 'est Carrefour et nos résultats. L'objectif est de mesurer le degré d'intégration de la question environnementale dans l'entreprise UNO qui est naissante par rapport à carrefour qui possède déjà des traditions à l'égard des question environnementale, la finalité est d'inspirer de cette entreprise d'éventuelles pratiques pouvant apporter une plus value à UNO mais aussi la connaître mieux.

III.1. Le résultat sur la Consommation des ressources naturelles au sein de l'entreprise :

III.1.1. La consommation d'énergie au niveau d'UNO :

D'après les visites effectuées à l'hypermarché, nous avons constaté que la consommation d'énergie n'est pas rationnalisée, les produits alimentaires marquent la consommation la plus forte d'énergie et ceci pour garantir la sécurité aux produits les plus exposées à contamination par la température. .

III.1.2. La Consommation de l'eau :

La consommation de l'eau dans l'hypermarché varie avec la surface et les activités du magasin et d'après nos questions posées aux responsables de l'entreprise, des insuffisances sont constatées au niveau de la gestion de l'eau qui alimente les services de l'entreprise..

III.1.3. la Consommation du papier :

En premier lieu nous nous sommes informés auprès d'UNO que deux types de papiers sont utilisés dans l'activité commerciale, le tableau ci-après résume la nature du papier utilisé et la valeur qualitative de la consommation. :

Types de papiers	Résultats de la consommation
Le papier blanc :	+++
Papier hygiénique	++

Tableau.3 : Résultats de la Consommation de papiers au niveau de l'hypermarché

(+++): Forte consommation en papier.

(++): Moyennement consommation en papier.

Nous constatons que le papier blanc est largement utilisé. Le Papier hygiénique est utilisé en quantité modérée.

III.2. Déchets d'exploitation:

Les déchets générés par l'exploitation de l'établissement sont essentiellement les différents produits utilisés au sein de l'Hypermarchés UNO.

La figure 22 illustre la quantité des déchets générés au niveau de l'hypermarché étudié. De la base au sommet du triangle les quantités sont des faibles à fortes valeurs de déchets générés selon la nature de chaque produit.

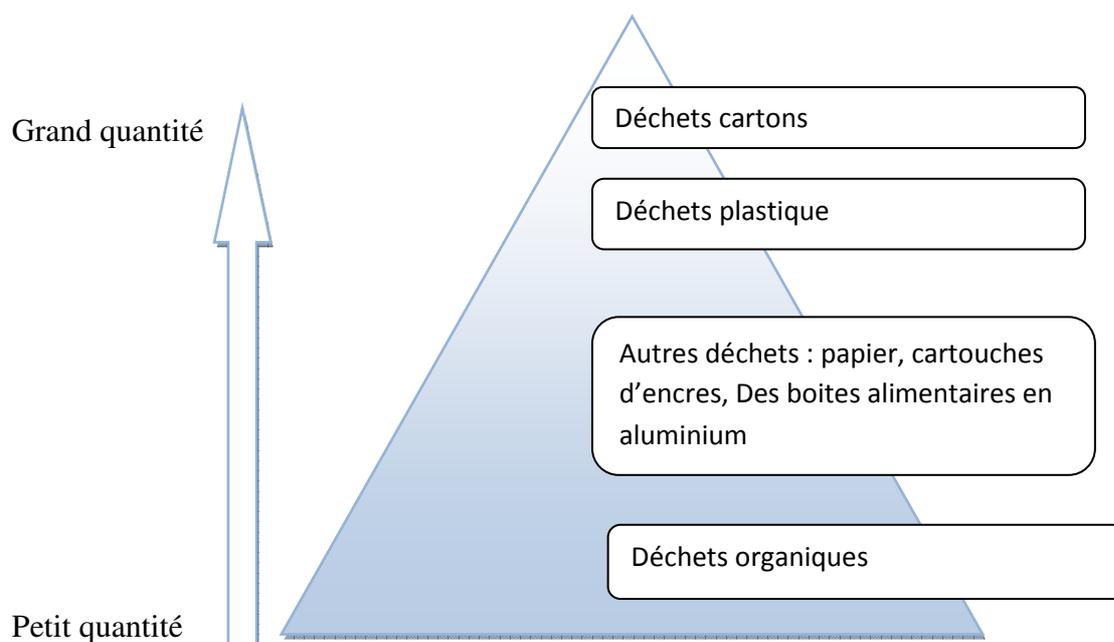


Figure.22 : Les quantités des déchets générés au niveau de l'hypermarché UNO.

III.3. Discussion :

Discussion sur l'étude comparative entre l'hypermarché UNO et l'hypermarché Carrefour par apport à leurs évaluation environnementale suivi dans les années (2016/2017).

Tableau.4 : étude comparative entre l'hypermarché UNO et l'hypermarché Carrefour.

Hypermarché carrefour (2017)		La présente étude(2017)
Gestion de l'énergie	<p>Le % de variation de la consommation d'énergie par m2 de surface de vente par rapport à 2010</p> <p>* TOTAL (2017= 16,3) ; (2016 =15,4) ; + 0,9 point</p> <p>-Consommation d'énergie dans les magasins – électricité, gaz et fuel (en kWh/m2 de surface de vente)</p> <p>Variation TOTAL (2017=529,3) ;(2016= 535,3) :- 1,1 %</p>	Pas de contrôle de consommation de l'énergie.
Gestion de l'eau	<p>Quantité d'eau consommée les Variations en m3 par m2 de surface de vente en (2017= 1,65) (2016=1,67) :-1,2 %</p> <p>m3 (en millions) (2017=18,1) ;(2016= 17,9) + 1,1 %</p>	pas de mesures de quantité de l'eau consommée
Gestion des	<p>Déchets recyclés par types de déchets</p> <p>-Variation Total (en milliers de tonnes) (2017=435,5) (2016=424,4) + 2,6 %</p>	<p>-L'hypermarché a systématisé le tri sélectif pour ses déchets par le tri de tous les emballages cartons et plastique</p> <p>-valorisation des déchets alimentaire</p>

<p>déchets</p>	<p>-Déchets carton/papier (2017=63 %) ;(2016= 65 %)</p> <p>-Déchets alimentaires (2017=13 %) ;(2016= 12 %)</p> <p>Réduire de 50 % d'ici 2025</p> <p>-Déchets organiques (2017=13 %) ; (2016= 13 %)</p> <p>-Autres déchets (plastique, bois, néons, cartouches d'encre, huiles de cuisson, métaux, déchets alimentaires donnés à des associations animalières (2017= 11 %) ; (2016= 10 %</p>	<p>pour l'alimentation animale</p>
<p>Transports</p>	<p>Réduire de 40 % nos émissions de CO2 d'ici 2025 et de 70 % d'ici 2050</p> <p>Les variations (2017= 24,4 %) (2016=24,7 %)</p>	<p>UNO assure une ligne de transport en communs jusqu'à l'hypermarché.</p>
<p>préservation de la biodiversité</p>	<p>s'engage autour de dix points clés cibles pour développer les principes de l'agro écologie dans les Filières Qualité Carrefour et à distribuer des produits biologiques et équitables, pour proposer des références de qualité sur le long terme tout en protégeant la biodiversité.</p>	<p>Un traitement de la viande périmer s'effectue chaque matin par un responsable afin de détruire les microorganismes avec des produits chimiques pour protégé l'environnement avoisinants et la biodiversité de les infectés après leurs rejets.</p> <p>UNO à adopté les nouveaux sacs écologiques, recyclable et échangeable a vie et gratuitement dont la matière utilisée est</p>

		entièrement biodégradable.
Lutter contre le gaspillage alimentaire	« Plan Anti gaspi », Carrefour est engagé à réduire de moitié les déchets alimentaires au niveau de la distribution et fortement mobilisé pour réduire les pertes de produits alimentaires tout au long des chaînes de production et d'approvisionnement	Vente de produits à date courte en promotions ; Optimisation des commandes et des stocks ; Tri optimisé pour les dons aux associations ; allongement des dates limites de consommation et des dates de durabilité minimale avec ces fournisseurs.

D'après le Tableau (04) du présent travail, effectué sur une comparaison entre deux hypermarchés l'un certifié et l'autre en cour de certification. Les résultats de l'hypermarché UNO ne sont pas en plein accord avec ceux de carrefour.

Entre les deux entreprises carrefour et UNO, on remarque qu'il existe des caractéristiques identiques mais aussi beaucoup de disparité. Les raisons sont multiples, notamment le professionnalisme mais aussi la technologie mise en place au niveau de carrefour et qui fait défaut à l'entreprise UNO. A titre d'exemple, la gestion de l'énergie et de l'eau qui s'exprime par des variation très faible entre deux années consécutives, chose qui montre une maîtrise de consommation d'énergie et de ressources hydrique, cette situation qu'on n'a pas constaté au sein de UNO où aucune politique de rationalisation de consommation n'est adoptée.

Cette différence peut s'expliquer par le fait que Carrefour dispose de meilleures techniques et technologies existantes pour la génération du froid, la climatisation, l'éclairage, etc. aussi Il favorise le partage des bonnes pratiques et suit l'évolution des consommations et des coûts correspondants. Et par apport à l'eau Carrefour s'engage à réduire la consommation d'eau de ses magasins en renforçant la mesure et les contrôles, et suit ses consommations et déploie des

plans d'action pour économiser l'eau. Les magasins adoptent progressivement des solutions telles que la récupération des eaux pluviales ou les robinets économiseurs d'eau. Afin de maîtriser au mieux ses consommations et faire face à la raréfaction cruciale de l'eau.

En effet. Les résultats similaires obtenus de la gestion des déchets de l'hypermarché UNO et Carrefour confirment que la politique environnementale interne de l'entreprise UNO est en amélioration positive. Une autre étude comparative de Lutter contre le gaspillage alimentaire montre que les deux hypermarchés ont presque les mêmes objectifs et même visions malgré les différences des méthodes appliquées et plans suivis pour lutter contre le gaspillage alimentaire.

Enfin, Il ressort aussi de cette étude comparative sur la préservation de la biodiversité que l'entreprise commerciale UNO et l'hypermarché carrefour conçoivent les même orientation visant la promotion des aspects liés à la biodiversité. Carrefour s'engage pour atteindre les dix points clés cibles qui sont en étroite relation avec l'écologie (Renforcer la biodiversité ; protéger les pollinisateurs ; réduire ou supprimer les pesticides chimique ; alimentation animale locale ; améliorer la vie du sol ;favoriser l'échange de bonnes pratiques entre producteurs ; soutenir l'innovation et la performance des fournisseur par des conditions de contractualisations spécifiques ; proposer des produits de qualité qui du goût ; diminuer l'utilisation des antibiotiques; respecter le bien être animale) en protégeant la biodiversité.

III.4. Proposition de mesures visant la réduction des nuisances générées et l'économie des matières premières, de l'énergie et des ressources en eaux

III.4.1. Les opportunités d'améliorations de la consommation d'énergie :

Des actions pour réduire la consommation énergétique doit être mise en place afin de réduire les couts d'exploitation et préservé les ressources naturelles ; on propose les opportunités d'améliorations suivantes :

1. Intégrer dans le magasin les derniers équipements moins consommateurs d'énergie comme éclairage et lampes à basse consommation et des meubles froid fermés ;
2. gérer l'énergie de manière optimale et contrôle de l'éclairage,
3. Régulation de la ventilation, du chauffage et de la climatisation,

III.4.2. Les opportunités d'améliorations de la consommation de l'eau :

Des actions doivent être menées pour la réduction de quantité de l'eau consommée et ceci dans l'objectif de préserver les ressources naturelles et réduire les coûts.

Faire un Diagnostic régulier de l'installation et de plomberie pour identifier, réparer et limiter les fuites.

L'entreprise doit adopter des solutions limitant la consommation de l'eau, tels que des robinets économiseurs d'eau, des systèmes permettant de récupérer et recycler les eaux pluviales pour des usages ne nécessitant pas d'eau potable pour par exemple l'arrosage des plantes. Ces solutions peuvent réduire de 10 % la consommation d'un hypermarché.

III.4.3. Opportunités d'améliorations de la consommation de papiers :

Plusieurs actions pour réduire la consommation de papiers, voici quelques exemples des solutions moins consommables de papiers ;

1. Utiliser le papier recyclé permet d'économiser les ressources naturelles et produit moins de déchets ;
2. Utilisation le recto/verso de papier.

III.4.4. Les opportunités d'améliorations de la qualité de l'air :

On note que l'entrepôt de UNO proche de magasin et la présence d'une ligne de transport jusqu'à l'hypermarché dans l'objectif de diminuer les gaz à effets de serre.

Comme la situation de UNO Bouira se situe à proximité de RN5 il est malheureusement accessible par différents moyens de transports ainsi les émissions générées par l'hypermarché cause une augmentation des émissions de gaz à effets de serre pour cela on propose ces solutions suivantes :

Vu que UNO une filiale de CEVITAL et que certains produits (le sucre, huile, margarine ...) viennent de cette entreprise qui se situe à la wilaya de Bejaia vers le magasin et autres fournisseurs de plusieurs wilaya de l'Algérie, une optimisation de la chaîne de logistique et de transport doit être mise en œuvre pour et limiter les parcours et par conséquent la consommation du carburant, le monoxyde de carbone, la logistique consiste à :

1. Revoir les règles de préparation des palettes,

2. Adapter et optimiser la fréquence de livraison,
3. Utiliser des supports afin d'augmenter le remplissage volumique, et assuré que les camions sont pleins.
4. Développer les livraisons directes fournisseurs/magasins lorsque les volumes le permettent.
5. Planter des plantes, des fleurs de petits arbustes autour du parking avec leur caractère décoratif, ils visent surtout à retraiter naturellement l'air du centre ;
6. Un entretien régulier des groupes électrogènes doit être assuré. et d'épurateurs qui devront être régulièrement nettoyés ;
7. Informer les clients sur les impacts de pollution de l'air sur l'environnement et sur la santé humaine ;
8. Les véhicules devraient utiliser de l'essence sans plomb, associée à un pot catalytique, et être révisés régulièrement.

III.4.5. Les opportunités d'améliorations d'émission et de gestion des déchets :

1. UNO doit s'engager pour valoriser ses déchets organiques, les Séparer et les porter au tas de compost qui doit être assuré par un partenaire, les transporter au centre de valorisation les transformer en composte et engrais naturels .
2. Mettre des espaces de recyclages pour les clients pour collecter les piles, ampoules et les petits électroménagers sur la surface de l'hypermarché en partenariat avec les entreprises de recyclage.

Conclusion

D'Après notre étude, nous estimons que les résultats d'analyse obtenus sur l'évaluation environnementale de l'activité de l'hypermarché UNO devraient être pris en compte dans leur plan d'action visant l'intégration du volet environnemental. Les mesures à prendre consiste à :

- Valoriser les bonnes pratiques existantes
- engager dès procédures de corrections de l'aspect qui marquent la non-conformité des pratiques en rapport avec l'environnement.
- Rationaliser la consommation des énergies et ressources ;

- commercialisation des produits respectueux de l'environnement ;
- Préservation de la biodiversité ;
- Réduction des émissions ;
- Information des clients sur l'environnement ;
- Surveillance et enregistrement de la progression du programme environnemental

Au terme des chapitres du présent mémoire et à la lumière des résultats obtenus lors des discussions effectuées nous avons proposé une charte environnementale à destination de l'entreprise UNO, cette charte qui pourrait s'ajouter aux bonnes pratiques existantes mais aussi qui pourrait conduire à une éventuelle mise en place d'un SME qui apportera une image de marque à l'entreprise :

LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

De L'hypermarché UNO Bouira

Améliorer en permanence la vie du plus grand nombre de personnes en leur apportant des solutions pour mieux vivre.

Ceci est partie intégrante du projet d'UNO et c'est en toute cohérence avec ce projet que l'entreprise a défini sa politique de développement durable et en particulier son engagement pour la préservation de notre environnement.

Aussi avec l'appui du comité de direction d'UNO Bouira, je m'inscris dans cette démarche et je m'engage notamment à :

- ✓ **Respecter** la réglementation environnementale existante et faire vivre le système de management environnemental
- ✓ **Prévenir** toute pollution du fait de nos activités
- ✓ **Informier former et communiquer** pour que chaque collaborateur puisse être un acteur de la protection de l'environnement au quotidien.
- ✓ **Engager** les investissements nécessaires afin de continuer à réduire notre consommation énergétique
- ✓ **Réduire et gérer** nos déchets notamment par la mise en œuvre de solutions de valorisation.
- ✓ **améliorer et d'innover** afin d'accroître notre performance environnementale.
- ✓ **Intégrer** notre hypermarché dans son environnement en prenant en particulier de l'engagement concerté au service de nos clients

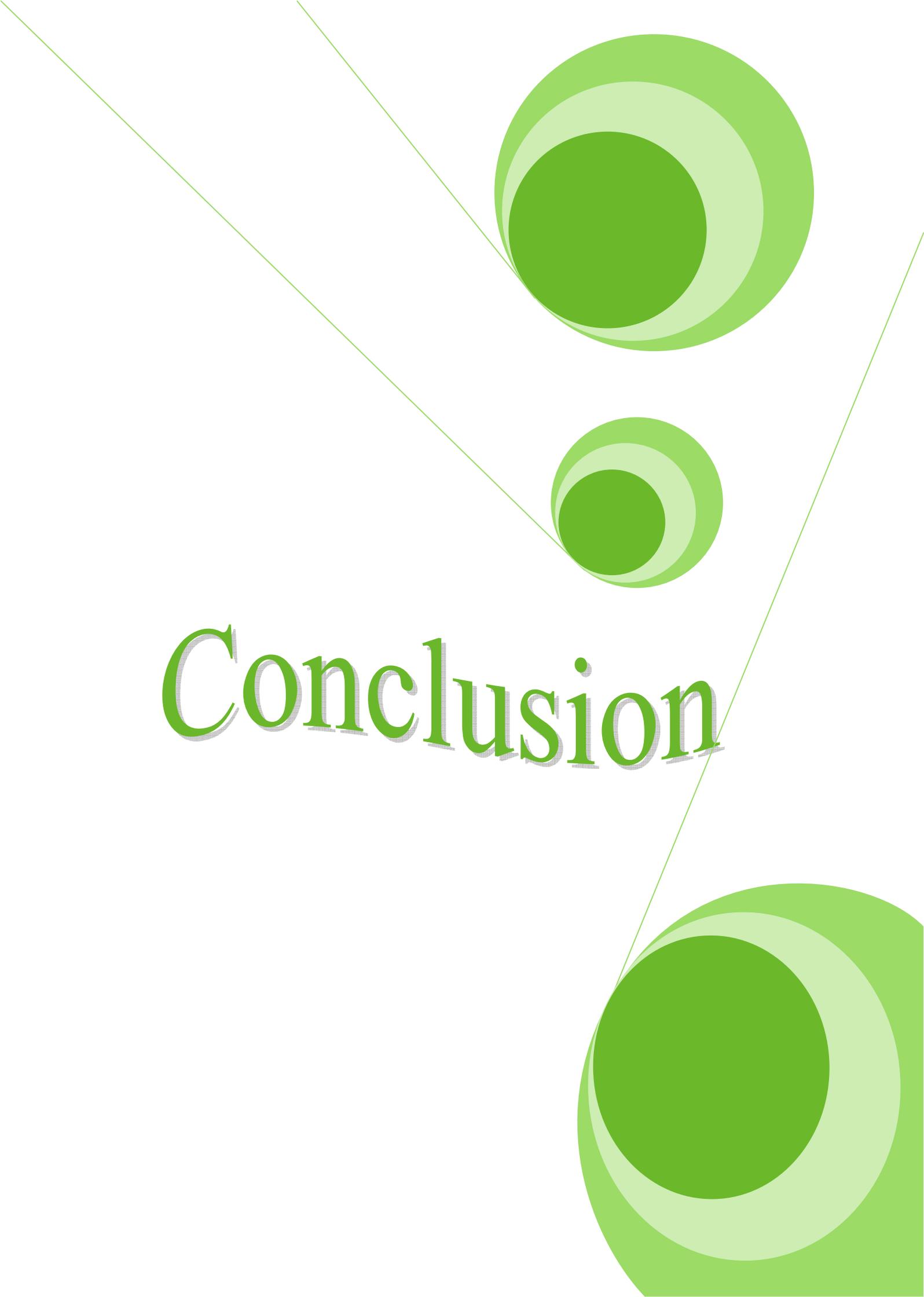
Cette engagement s'applique à l'ensemble de notre hypermarché (surface de vente, réservé bureaux, réception, magasin et station service)

En préservant jour après jour notre environnement l'ensemble des collaborations d'UNO pourront être fier de permettre génération futures de satisfaire leur propre besoins

Fait à BOUIRA le ...

Le directeur d'UNO

Signature :

The background features three large, overlapping green circles of varying sizes, each with a darker green center and a lighter green outer ring. Two thin green lines intersect at the top left, forming a triangular shape that frames the central text.

Conclusion

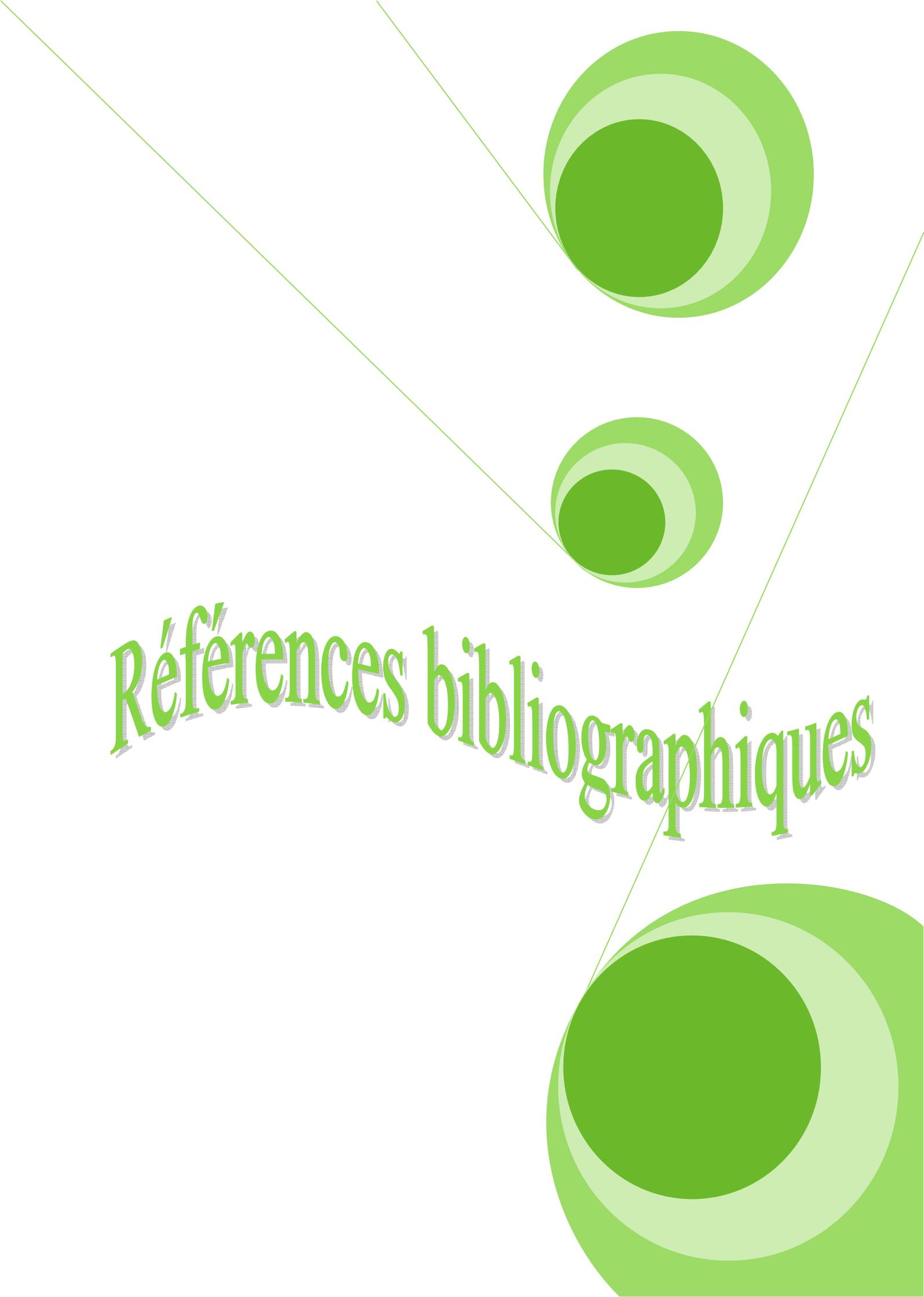
Conclusion

En Algérie, la question environnementale avait commencé à émerger lorsque la situation écologique était sérieusement menacée. La croissance économique enregistrée en Algérie depuis les deux dernières décennies a aggravé la situation environnementale (**DJEMACI, 2012**). Le contexte de la gestion de l'environnement représente aujourd'hui un enjeu stratégique pour les entreprises, qui cherchent désormais à prendre en compte les impacts environnementaux de leurs stratégies économiques. L'environnement apparaît comme une préoccupation collective qui doit être intégrée aux activités productives. Néanmoins, depuis quelques années, il tend à apparaître davantage comme une source d'opportunités économiques que comme une contrainte à laquelle les entreprises doivent se soumettre (**HAMHAMI, SMAHI 2012**).

Les deux dernières décennies ont marqué l'avènement et l'évolution des approches d'évaluation environnementale d'autant que le protocole de Rio 1992 ratifié par plusieurs pays du monde dont l'Algérie a incarné une nouvelle perception des questions environnementales. Les nouvelles approches conçues notamment les audits et les SME ne cessent de montrer leurs efficacités pour les entreprises qui s'engagent dans les politiques environnementales en se faisant une image de marque par des certifications ISO qui renforcent leur crédibilité et leur notoriété sur les marchés des services.

L'exemple étudié, en est une très bonne illustration d'une entreprise algérienne qui instaure les prémices d'une tradition environnementale qui se conforme progressivement avec les valeurs universelles. Bien que des insuffisances aient été identifiées dans le présent exemple étudié, nous estimons que les bonnes pratiques existantes sont valorisables, d'autre part, les opportunités d'amélioration repérées devraient ajouter une valeur aux pratiques existantes mais aussi une valeur ajoutée à l'entreprise une fois des corrections est apporté. Décliner cette étude en un projet de SME reste notre souhait, nous estimons que l'entreprise UNO possède les qualités et les moyens requis pour en faire une des meilleures entreprises de services de commerce qui rivaliserait les entreprises de renom mondiales

Au terme de ce mémoire, nous dirions que l'Analyse environnementale, le respect de l'environnement, le développement durable, la prévention de la pollution et l'amélioration continue sont des termes que les entreprises et les administrations ne peuvent plus se permettre d'ignorer aujourd'hui. Les catastrophes écologiques majeurs des 20 dernières années ont montré la gravité des impacts d'un développement mal maîtrisé sur le milieu naturel et humain, et la préservation de l'environnement est devenu un sujet particulièrement sensible (**MEZACHE, 2011**).

The image features a decorative background with three green circles of varying sizes, each composed of concentric rings of different shades of green. These circles are connected by thin green lines that form a triangular shape. The text 'Références bibliographiques' is written in a green, serif font, following the curve of the lines.

Références bibliographiques

Références bibliographiques

1. **ATMANI C et MOKNACHE E. (2017).** « La politique de distribution au sein d'une entreprise », sciences commerciales, université Abderrahmane mira de Bejaia, p84.
2. **ALBERTINI E. (2013).** « le management et la mesure de la performance environnementale », sciences de gestion, université Paris 1.p348.
3. **ANIREF (2013)** « Agence Nationale d'Intermédiation et de Régulation Foncière, Rubrique Monographie Wilaya.
4. **BOURREAU L (2012).** « Contribution de la dimension conformité règlementaire à la mesure de la performance des systèmes de management environnemental: Proposition d'un outil de mesure», Ecole Nationale Supérieure des Mines, Paris, p393.
5. **BROCHARD L (2011).** « le développement durable: enjeux de définition et de mesurabilité», université du Québec à Montréal, p103.
6. **BUTTET A (2009).** « Entreprises et Société : les grands débats contemporains», Sciences Economiques, Université Lyon 2.p80.
7. **CARPENTIER C (2014).** «Processus de déploiement d'un référentiel qualité en grande distribution : création de la méthodologie r.o.m.a. », Master Qualité et Performance dans les Organisations ,35p.
8. **CHASSAGNETTE N (2003).** «Méthode d'audit environnemental sur quatre Installations Classées Pour l'Environnement (ICPE) dont la puissance est supérieure à 20 MWth ». Lyon, p62.
9. **DJEMACI B (2012).** « La gestion des déchets municipaux en Algérie: Analyse prospective et éléments d'efficacité. Sciences de l'environnement». Université de Rouen, p393.
10. **DEBOUCHE G (2010).** « L'évaluation environnementale, pour qui, pourquoi, comment ? .Agro-Bio Tech – ULg », p10.
11. **DOUHOU-RENAUD A (2009).** « le système de managements environnemental comme moyens de contrôle de la déclinaison et de l'émergence des stratégies environnementales », science de gestion,Universit' de poitiere ,p604.
12. **FÉRONE G, DEBAS. D et GENIN. A (2004).** « Ce que développement durable veut dire » .p29.
13. **JORA (2008)** journal officiel de la république algérienne n °588 chaoual 1429 8 octobre.
14. **HALATA L (2012).** «Impact de la certification environnementale ISO 14001 sur la performance environnementale d'une entreprise algérienne : cas de l'Entreprise Nationale des Industries de l'Électroménager (ENIEM) », Management des entreprises, université mouloud Mammeri de Tizi-Ouzou, p295.

Références bibliographiques

15. **HAMHAMI A et SMAHI A (2012)**. «La responsabilité environnementale des entreprises industrielles centrée sur les principes du développement durable »
16. **HELENE S (2014)**. «concurrence et stratégie dans la grande distribution».
17. **LAAMECHE S (2016)**. « Création d'une entreprise de Tri et de Recyclage de Plastique et d'Aluminium à Tlemcen », génie industriel, Université de Tlemcen, p122.
18. **MARQUET S (2001)**. «le contrôle de gestion environnementale d'une entreprise», Belgique, p38.
19. **MEZACHE H (2011)**. « la gestion de l'environnement dans l'entreprise», p 15.
20. **MZOUGHİ N et GROLLEAU G (2005)**. «La norme ISO 14001 : un moyen de protection de l'environnement ou une arme concurrentielle ? », Economie et Sociologie appliquées à l'Agriculture, Université de Bourgogne, p23.
21. **PNAE-DD 2002**. « Plan National d'Actions pour l'Environnement et le Développement Durable, p140.
22. **PERSONNE M (1998)**. «Contribution à la méthodologie d'intégration de l'environnement dans les PMEPMI: Évaluation des performances environnementales. Sciences de l'environnement ». INSA de Lyon; Ecole Nationale Supérieure des Mines de Saint-Etienne, p296.
23. **RENAUD R (2013)**. « A quoi sert l'audit environnemental. Université de Bourgogne, Montréal, Canada, p25.
24. **SART (2014)**. « concurrence et stratégie dans la grande distribution ».
25. **TAOUKIF F (2014)**. «Analyse perceptuelle des déterminants de l'engagement sociétal des entreprises marocaines labellisées RSE: de la performance au développement durable - cas du Maroc. Gestion et management, Université de Toulon, p295.
26. **UEE 2010** - Ubifrance et les Missions Economiques.
27. **ZACCAÏ E (2002)**. « Le développement durable. Dynamique et constitution d'un projet, Peter Lang, Berne-Bruxelles».

Les Normes :

28. Association française de normalisation (AFNOR) système de management environnemental : exigence et lignes directrices pour son utilisation, Décembre 2004.
29. Organisation internationale de normalisation ISO, Octobre 2015.

The background features a decorative graphic consisting of three green circles of varying sizes, each with a darker green center and a lighter green outer ring. These circles are arranged vertically, with the largest at the top, a medium one in the middle, and the largest at the bottom. Two thin green lines intersect at the top left, forming a triangular shape that frames the circles.

Les annexes

Annexes

Annexe .1 :

Bon de commande de débouchage des regards d'assainissement (Prestataire ONA/BOUIRA)

Date : 14/03/2018

Bon de Commande N°: 029/03-2018

Numidis / SPA Société Par Action Au capital de 10 000 000 000 DA Siège Social: Zone d'activité, Dar el Beida - Lot du N° 21 au N° 30 - Alger. Tel: 213 98 89 00	Prestataire ONA/BOUIRA	Lieu de livraison BOUIRA Magasin: UNO HYPERMARCHÉ Route nationale n°5 Dras El Kheiris - Bouira Contact: cherifa.messoud@cevitel.com
---	---	---

N°	Désignation	Nbre	Prix Unitaire	Montant HT	TVA
01	debouchage des regard d'assainissement	5,5	5 500,00	30 250,00	19%
02					19%
03					19%
04					
05					
06					
07					
08					
09					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					
21					

Total HT	30 250,00
T.V.A	5 747,50
Montant TTC	35 997,50

Mode de règlement: CHEQUE

Arrêter la présent bon de commande à la somme de: Trente cinq mille neuf cent quatre-vingt dix sept Dinars Algerien et Cinquante Centimes

Directeur Magasin

NUMIDIS SPA
CAPITAL DE 10 000 000 000DA
RC N° 07 B 0976086-01/27
N° Article 27 065 415 343
NIS: 000716 097 605 646

Annexes

Annexe.2 :

Bon de commande de récupération de carton /plastique.

DATE : 10/06/2018

DÉCHARGE

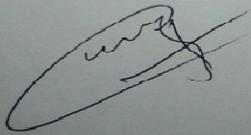
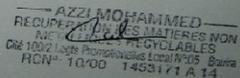
JE SOUSSIGNE MONSIEUR MAACHE Djamel RESPONSABLE SECURITE DE L'HYPER
MARCHE UNO BOUIRA CERTIFIE AVOIR reçu de la part de Mr AZZI Mohamed la somme
de 18 380.00da

MONSIEUR : AZZI Mohamed EN QUALITE DE CLIENT.

OBJET REMIS : mois mars/avril/mai 2018 =

9200 kg X 1 DA Cartons.
459 kg X 20 DA Plastique.

Nom du chauffeur : AZZI Mohamed
Immatriculation véhicule :
N° pièce IDEN : PC/

<u>CDG/</u> 	<u>SECURITE /</u> 	<u>PRENEUR/</u> 
--	--	---

— AZZI MOHAMMED —
RECUPERATION DES MATIERES NON
RECYCLABLES
CNE 100/2 Logis Promosociétés Lot 14/05 Barne
RCN° 10/00 1453171 A 14

Annexe.4 :

Exemple de programme environnemental [Source : ADEME, 1999, p.34.]

Objectif	Diminution de la consommation énergétique.
Cible	Réduire de X% par an lors des trois prochaines années.
Programme	Programme d'efficacité énergétique.
Action	Analyse de la situation énergétique. Remplacement des équipements énergivores désuets. Acquisition d'équipements d'éclairage efficace.
Echéancier	Année 1 : analyse de la situation des politiques d'approvisionnement. Année 2 : remplacement de 50% des équipements identifiés et adoption d'une politique d'achat. Année 3 : remplacement de 50% des équipements identifiés restants et vérification de la nouvelle politique d'achat.
Responsable	Monsieur Y : responsable du projet en efficacité énergétique
Budget Vert	x DA pour l'analyse, y DA pour les investissements, avec un retour de z DA prévu des la énième année.

Résumé :

Dans le présent travail, une étude préliminaire faite sur l'évaluation environnementale d'une entreprise commerciale est réalisée sur l'hypermarché UNO de Bouira, suivie par une approche d'audit. La détermination de l'évaluation d'impacte de ces activités sur l'environnement nous a permis de connaitre leurs objectifs environnementaux en cour des années suivante. Les gestions suivis par les personnels de l'hypermarché révèlent que ce dernier possède des capacités énormes par ces engagements d'intérêt environnemental. Cette étude montre que l'hypermarché UNO malgré que n'est pas certifié, et ne possèdent n'est un SME n'est une politique environnementale au sein de l'entreprise elle intéresse à la préservation de la biodiversité et l'environnement par l'application de quelque principes du développement durable.

Mot clés : Evaluation environnementale; audit; SME; Politique environnementale ; développement durable

Abstract :

In this work, a preliminary study done on the environmental assessment of a commercial enterprise is carried out on the UNO hypermarket of Bouira, followed by an audit approach. The determination of the impact assessment of these activities on the environment allowed us to know their environmental objectives in the following years. The management of the hypermarket staff reveals that the hypermarket has enormous capacity for these environmental commitments. This study shows that the UNO hypermarket despite that it is not certified, and does not own is an EMS is an environmental policy within the company it interests in the preservation of biodiversity and the environment by the application of some principles of sustainable development.

Keys words: Environmental assessment; audit; environmental management system; Environmental policy; Sustainable development

ملخص

في هذا العمل يتم إجراء دراسة أولية أجريت على التقييم البيئي لمركز تجاري أونو بالبويرة ، بمتابعة منهج التدقيق لقد سمح بتحديد تقييم و تأثير هذه الأنشطة على البيئة في السنوات الموالية . توضح إدارة موظفي المركز التجاري بان لديه مؤهلات هائلة على الالتزام بحماية البيئة ، توضح هذه الدراسة رغم أن اونو غير مؤهلة و ليس لها سياسة بيئية و ليس لها نظام المناجمنت ، يهتم بحماية التنوع البيئي بتطبيق بعض مبادئ التنمية المستدامة

الكلمات المفتاحية:

التقييم البيئي ، التدقيق ، نظام المناجمنت ، السياسة البيئية ، التنمية المستدامة