

Clear Channel France affiche ses ambitions environnementales

Certifications \ labels \

ISO 9001

ISO 14001

>>>>>>>>>> Tout juste certifié ISO 14001, cet acteur majeur de l'affichage et de la communication extérieure se fixe de nouveaux challenges. Innovation et environnement sont désormais au cœur de sa stratégie.

© Clear Channel France



Les collaborateurs perçoivent chaque jour les apports de la certification ISO 14001 sur leurs conditions de travail.

Day after day, employees can see how ISO 14001 certification has improved their working conditions.

Pendant de nombreuses années, le spécialiste de la communication extérieure a su mobiliser ses équipes pour s'adapter aux exigences environnementales des donneurs d'ordres ou mettre en place, en interne, des actions permettant de limiter l'impact de ses activités. « Il y a environ un an, nous avons posé le constat qu'aussi performantes et innovantes soient ces initiatives, elles restaient ponctuelles », rétrace Alexandre de Palmas, directeur général de Clear Channel France. Ce diagnostic a servi de point de départ à la démarche de certification ISO 14001 du groupe, obtenue cet été. « Il nous a finalement suffi de mettre en place des indicateurs et de nous appuyer sur la boucle vertueuse de l'amélioration continue pour construire un véritable système de management environnemental », explique Alexandre de Palmas. Avant de se lancer, Clear Channel France a toutefois décidé de réaliser un bilan carbone. « Cette première étape a permis de définir précisément les actions

à mettre en place, de les prioriser et donc de mettre en place un système de management plus adapté », souligne le directeur général.

Des initiatives innovantes

Au gré du déploiement de la démarche de certification, de nombreuses actions ont permis de conforter l'engagement de Clear Channel France en faveur de l'environnement. À l'image du nettoyage du mobilier urbain qui s'effectue désormais avec de l'eau pure (eau osmosée débarrassée des impuretés et des éléments minéraux et ioniques), sans ajouts de produits lavants ni détergents. L'eau se trouve directement injectée par des perches télescopiques, qui suppriment l'utilisation potentiellement dangereuse d'échelles. Pour limiter les consommations de carburant, les équipes commerciales et d'entretien ont suivi une formation à l'éco conduite et un challenge maison vient de voir le jour, en vue de

Clear Channel France demonstrates its environmental ambitions

Only recently ISO 14001 certified, this key player in the poster and outdoor communication market has now set itself some new challenges. Innovation and environment are now at the heart of its strategy.

For many years, the outdoor communication specialist has mobilized its employees to adapt to its clients' environmental requirements or to introduce internal initiatives to limit the impact of its activities. "About a year ago, we observed that, although these initiatives were effective and innovative, they remained occasional", said Alexandre de Palmas, Managing Director of Clear Channel France. This served as the starting point for the group's ISO 14001 certification procedure, which was successfully completed this





couronner le meilleur éco conducteur. En parallèle, les tournées ont été revues et optimisées en termes de kilomètres parcourus. « Cette démarche a été très structurante pour notre organisation. Elle a également fortement mobilisé nos collaborateurs qui en perçoivent chaque jour les apports sur leurs conditions de travail. Et enfin, elle est très bien perçue par nos clients. La certification prouve que nous sommes capables de garantir une qualité et une démarche porteuse d'innovations durables sur le long terme. C'est véritablement un élément différenciant pour notre groupe », affirme Alexandre de Palmas.

Loin d'estimer que la certification signe la fin des efforts, le spécialiste de la communication extérieure a déjà d'autres projets en tête : « nous allons notamment vers l'éco conception du mobilier urbain. Nous avons déjà un atelier de rénovation, mais désormais nous allons formaliser nos process de fabrication et travailler avec des sous-traitants capables de répondre à ces exigences », annonce Alexandre de Palmas. Le recyclage des affiches, comme la généralisation de l'utilisation de véhicules propres, font aussi partie des prochaines orientations de Clear Channel France. « Nous partons du principe que rien n'est définitivement acquis, donc nous continuons à mettre l'accent sur l'innovation et la protection de l'environnement, deux facteurs de différenciation complémentaires ». ■

Le nettoyage du mobilier urbain s'effectue avec de l'eau pure sans ajouts de produits.

Street furniture is cleaned with pure water and no added products.



© Clear Channel France



summer. "All we then needed to do was put indicators in place and rely on the virtuous circle of continuing improvement to construct a proper environmental management system", explained Alexandre de Palmas. However, before it started out, Clear Channel France decided to take a carbon inventory. "This first stage enabled us to precisely define the actions that needed to be introduced, prioritize them and thus put a more appropriate management system in place", said the Managing Director.

Innovative initiatives

As the certification procedure was deployed, a wide range of initiatives were introduced to reinforce Clear Channel France's commitment to the environment. One example of this is that street furniture is now cleaned with pure water (osmosis-purified water cleaned of impurities and mineral and ionic compounds), with no added washing or detergent products. The water is directly injected by telescopic poles, which means that potentially dangerous ladders no longer need to be used. To reduce fuel consumption, sales and cleaning employees have been given eco-driving training and an in-house competition has just been introduced to reward the best eco-driver. Alongside this, rounds have been reviewed and optimized in terms of the mileage covered. "The procedure has really helped to structure our organization. It has also greatly motivated our employees, who can see their working conditions

being improved day by day. And finally, it's very well perceived by our clients. Certification proves that we're capable of providing quality and a sustainable innovation approach over the long term, which is something that differentiates the group", said Alexandre de Palmas.

Far from believing that certification is the end of all the hard work, the outdoor communication specialist already has other ideas in mind: "We're looking closely at eco-design for street furniture. We already had a renovation shop, but we're now going to formalize our production processes and work with subcontractors who can meet these requirements", said Alexandre de Palmas. Poster recycling and the widespread use of clean vehicles are also among Clear Channel France's future projects. "We've started with the idea that nothing is sacred, so we'll continue to place the emphasis on innovation and environmental protection, which work together to differentiate us". ■

Repères

Clear Channel France est une filiale de Clear Channel Outdoor, acteur mondial de la communication extérieure présent dans 44 pays (8 000 collaborateurs ; 2,8 milliards de dollars de chiffre d'affaires annuel). Le marché français représente le deuxième après les États-Unis, avec 140 000 faces publicitaires. En 2010, l'entreprise a réalisé un chiffre d'affaires de 253 millions d'euros et emploie plus de 1 000 collaborateurs (commerciaux, gestionnaires et développeurs de patrimoine immobilier, agents d'entretien et de maintenance) à travers une quarantaine de sites en France.

Markers

Clear Channel France is a subsidiary of Clear Channel Outdoor, a worldwide outdoor communication company that operates in 44 countries (8,000 employees; annual sales of 2.8 billion dollars). The French market is the second biggest after the United States, with 140,000 advertising surfaces. In 2010, the company achieved sales of 253 million euros and employs over 1,000 people (sales reps, managers and property asset developers, cleaning and maintenance employees) on forty sites in France.