

L'opportunité de la contrainte

Clikeco, spécialiste mulhousien de la gestion des déchets, propose des solutions de traitement adaptées aux besoins des petites et moyennes entreprises. Stéphane Saidani et Steve Jecko, les co-gérants, réinterprètent la complexité de la législation pour transformer les résidus en « ressources profitables permettant de créer un capital financier, image et social pour tous les producteurs. »



Stéphane Saidani et Steve Jecko, co-gérants de Clikeco, assistent les entreprises dans leur traitement des déchets sans nuire à leur compétitivité. (Photo DNA - Sébastien Bozon)

■ Rompre définitivement avec cette notion de contrainte inlassablement accolée à la tâche de traitement des déchets d'entreprises: l'idée est simple, voire enfantine, mais fallait-il encore l'appliquer dans ce domaine où la législation est plus contraignante que conciliante.

«Valoriser la démarche de traitement des résidus»

Stéphane Saidani, lui, y a pensé. Ce Mulhousien de 36 ans a développé un concept innovant le positionnant, selon les termes de son associé Steve Jecko, «en précurseur et non en suiveur».

En 2004, il lance, dans le Haut-Rhin, Clikeco, première

entreprise française spécialisée dans la gestion des déchets industriels en petites quantités à se développer via Internet (lire ci-dessous). «Lorsque j'étais technicien de l'environnement dans un grand groupe spécialisé, j'ai constaté l'absence d'outils de tri et de collecte adaptés à la production en petit volume des TPE et PME, se rappelle Stéphane Saidani. J'ai donc décidé de valoriser la démarche de traitement des résidus auprès de ces entrepreneurs»

L'ensemble du processus est entièrement pris en charge par Clikeco. Des Neobox, boîtes de tri et de conditionnement ergonomiques dont les capacités varient de 30 à 900 litres, sont installées directement au poste de travail

du salarié, ce qui limite les manutentions.

«Nos techniciens évacuent régulièrement les déchets. Cela diminue considérablement les coûts des entreprises qui autrefois stockaient leurs déchets en gros volume avant de se décider à contacter une agence spécialisée», explique Stéphane Saidani. Les déchets sont redirigés par la suite vers des centres de traitement agréés.

Leur unique concurrent ?

«Le manque d'information»

Fort de leur succès haut-rhinois - l'équipe collabore actuellement avec 350 entreprises - les deux amis d'enfance développent actuelle-

ment une vingtaine de franchises Clikeco dans tout l'Hexagone, leur spécialisation auprès des TPE et PME leur confortant une certaine suprématie dans ce domaine.

«Notre seul concurrent reste le manque d'information. La réglementation est complexe et un artisan, par exemple, ne réalise pas que des solutions clés en main existent pour l'élimination de ses déchets. Clikeco se charge de tout, ce qui laisse le temps à l'entrepreneur de se focaliser sur la santé de sa société», assure Stéphane Saidani.

Inès Lazibi

Renseignements et contact auprès de Clikeco, situé au 4 rue Daniel-Schoen à Mulhouse, au 0 800 800 926 ou sur hautrhin@clikeco.com ou sur www.clikeco.com

Des services Klik' en main

■ Les co-gérants de Clikeco le soulignent avec force: le recours à la démarche TRI2.0, une gestion administrative globale et réglementaire via Internet de leur contrat, est un moyen de créer du lien social entre les différents acteurs qui interviennent dans ce processus mais aussi et surtout de redorer l'image de l'entreprise.

«La démarche TRI2.0 est un modèle unique de tri intelligent qui crée du lien. Nous avons surtout développé le concept Web dans l'esprit des réseaux sociaux actuels, ex-

plique Stéphane Saidani, co-gérant de Clikeco. Clients, collaborateurs, fournisseurs peuvent échanger en toute transparence sur ce site.»

Cet aspect «social» dans la gestion des déchets industriels est spécifique à cette société mulhousienne, la première en France à avoir investi la toile pour développer ses activités dans ce domaine. Clikeco permet à ses clients l'accès en ligne (www.clikeco.com) de tous les documents relatifs à l'élimination de leurs déchets

vers des centres de traitement agréés. Ils peuvent même éditer des bilans et des statistiques concernant la gestion de leurs déchets sur des périodes déterminées.

Se dédouaner des mauvaises pratiques

Au-delà de la praticité du site Internet, cette démarche écoresponsable est un excellent outil de communication interne et externe sur l'image de la société. «Nous apportons, grâce à nos prestations, une crédibilité nouvelle aux TPE et PME. Elles peuvent ain-

si se dédouaner des mauvaises pratiques qui s'opèrent peut-être dans divers marchés concurrentiels», assure Stéphane Saidani.

A l'ère du greenwashing («Verdissement d'image»), une entreprise a tout intérêt à mener une démarche volontariste de marketing durable. En remplaçant l'éthique et la morale au centre de sa politique, elle approche une nouvelle clientèle. «Et renforce, sur du long terme, son capital», conclut Steve Jecko, co-gérant. I.L.