

COUSIN SURGERY

Une démarche RSE portée par le terrain et l'innovation

Écoresponsabilité, bien-être des salariés, innovation durable... **Chez Cousin Surgery, la RSE n'est pas qu'un mot à la mode.**

Portée à la fois par la direction et les équipes, la démarche s'enracine dans la culture de l'entreprise. **Éléonore Hoffmann**, ingénieur recherche et développement, revient sur cette dynamique initiée pas à pas, en lien avec les réalités du secteur du dispositif médical.



Snitem Info : Qu'est-ce qui a motivé Cousin Surgery à s'engager dans une démarche RSE ?

Éléonore Hoffmann : Chez Cousin Surgery, la volonté de faire mieux a toujours existé, même si le terme RSE n'était pas encore formalisé. C'est la direction qui, la première, a impulsé une dynamique plus globale. Notre secteur vise à sauver des vies. Mais comment prétendre prendre soin des patients si l'on ne se soucie pas aussi de notre planète et de ceux qui travaillent au quotidien pour produire ces dispositifs médicaux ? Cette conviction s'est peu à peu diffusée dans toute l'entreprise, jusqu'à devenir un vrai moteur collectif.

S.I. : Comment cette démarche s'est-elle structurée ?

E.H. : Tout a commencé par de petits gestes concrets : supprimer les gobelets jetables, privilégier les tasses réutilisables, mettre en place le tri des déchets à la cantine ou encore, généraliser l'usage de la e-notice pour nos produits, réduisant considérablement l'usage de papier. Ces premiers pas ont permis d'ancrer une conscience écologique dans nos pratiques quotidiennes. Puis, il y a deux ou trois ans, nous avons structuré un groupe RSE composé de collaborateurs de services différents. Cette diversité d'approches enrichit nos réflexions et favorise une appropriation collective du sujet.

S.I. : Quels sont les axes prioritaires aujourd'hui ?

E.H. : Nous nous sommes appuyés sur les ODD (objectifs de développement durable) définis par les Nations unies pour mieux définir notre feuille de route. Nos principaux engagements portent sur la santé et le bien-être, l'innovation et les infrastructures responsables, la lutte contre le changement climatique, l'égalité femmes-hommes et la consommation responsable. Cela nous aide à mieux cadrer nos initiatives et à les rendre lisibles, en interne comme à l'externe.

S.I. : Quelles actions concrètes avez-vous mises en place ?

E.H. : Sur le plan énergétique, nous avons repensé la gestion de nos salles blanches, très consommatrices d'électricité en raison du renouvellement constant de l'air. Désormais, elles sont mises en veille la nuit, ce qui permet de réduire notre consommation. Nous avons aussi amorcé une réflexion sur l'éco-conception de nos produits : intégrer des critères environnementaux dès la phase de développement, c'est aussi une manière de favoriser l'innovation. Enfin, nous envoyons désormais nos produits dans des boîtes fabriquées à partir de carton recyclé, sans encre et sans pelliculage, ce qui nous permet d'économiser 48 % de l'impact carbone de ces boîtes.

S.I. : Travaillez-vous avec des partenaires pour porter ces projets ?

E.H. : Oui, nous ne voulons pas avancer seuls. Nous collaborons avec des partenaires comme EuraMaterials, qui nous accompagne sur la recherche de financements, Euro-Pharmat ou From The Bloc, pour recueillir les retours du terrain et ajuster nos actions, en particulier sur la conception de dispositifs éco-conçus ou le développement de solutions plus durables. Le Snitem joue également un rôle important : en facilitant les échanges entre entreprises du secteur, il permet un partage d'expériences précieuses.

S.I. : Comment impliquez-vous les collaborateurs dans cette démarche ?

E.H. : L'un des leviers les plus efficaces, c'est la co-construction. Certaines idées viennent directement des équipes : par exemple, la création d'un jardin sur le site, l'organisation de séances de sport sur le temps de pause ou encore, des ateliers collectifs pour repeindre et aménager certains espaces de vie. Ces projets renforcent la cohésion, donnent du sens et créent des liens entre des services qui n'ont pas forcément l'habitude de collaborer. Résultat : les salariés s'approprient les enjeux RSE de manière naturelle.

S.I. : Quels effets observez-vous à l'échelle de l'entreprise ?

E.H. : Cette dynamique a profondément modifié notre manière de fonctionner. Aujourd'hui, l'achat local ou « Made in France » est devenu un réflexe, que ce soit pour l'achat de nouvelles machines, de composants ou de consommables, le choix de prestataires, voire même la livraison de paniers de légumes pour les employés. Nous préférons payer un peu plus pour faire appel à des fournisseurs de proximité, ce qui renforce les circuits courts et la réactivité. C'est aussi un élément qui compte lors des recrutements : les jeunes diplômés, en particulier, sont attentifs à ces engagements. Sur le plan opérationnel, certaines actions ont aussi généré des économies : par exemple, nous recyclons nos papiers de brouillon pour caler nos produits dans les cartons d'expédition ou nous regroupons nos envois pour limiter le transport.

S.I. : La RSE peut-elle être un levier de performance et d'innovation ?

E.H. : Sans aucun doute. Ce n'est pas une contrainte, mais une formidable opportunité. L'éco-conception, par exemple, pousse à repenser entièrement les produits, à interroger les matériaux, les procédés, l'emballage... Cela stimule l'innovation. Nous allons prochainement installer un système de géothermie pour réduire notre dépendance énergétique. Nous mettons aussi en place des analyses de cycle de vie (ACV) sur certains produits,

ce qui nous oblige à adopter une vision plus globale et donc, à améliorer la performance environnementale. Par ailleurs, nous avons lancé un projet ambitieux autour du nettoyage et de la stérilisation en CO₂ supercritique, une technologie émergente, plus respectueuse de l'environnement.

S.I. : Quel message souhaitez-vous faire passer aux entreprises du DM encore hésitantes ?

E.H. : Il ne faut pas attendre d'avoir une stratégie parfaite pour se lancer. Ce qui compte, c'est d'y aller étape par étape, en impliquant ceux qui sont motivés. Il y aura forcément des résistances, mais si l'on commence par des actions simples, concrètes et réalistes, cela finit par faire bouger les lignes. C'est aussi un moyen d'anticiper les exigences à venir, on le voit déjà dans les appels d'offres. Et surtout, ne restons pas isolés : c'est en échangeant entre entreprises, en mutualisant les bonnes idées que nous pourrons aller plus loin et construire une dynamique collective.



Aujourd'hui, l'achat local ou "Made in France" est devenu un réflexe, que ce soit pour l'achat de nouvelles machines, de composants ou de consommables.

