

# L'esprit de solidarité en réponse à l'enjeu planétaire

La propagation de la COVID-19 a épuisé les stocks de blouses d'isolement médical et de désinfectants à base d'éthanol, ce qui a suscité auprès de nombreuses entreprises japonaises un fort désir d'apporter leur aide, les amenant à prendre des mesures pour remédier à cette pénurie. De diverses manières, leurs contributions offrent à la société un répit face aux souffrances que cause la pandémie.

Alors qu'ils traitaient un nombre croissant de patients ce printemps pendant que le nouveau coronavirus proliférait, les professionnels de la santé japonais ont été confrontés à une grave pénurie de blouses d'isolement médical. Cherchant un moyen d'assurer rapidement un approvisionnement régulier au Japon, certaines entreprises issues d'autres industries se sont portées volontaires pour aider à la production.

En apprenant qu'il y avait une pénurie de main-d'œuvre pour la fabrication des blouses, le Groupe ANA, propriétaire de la

principale compagnie aérienne japonaise All Nippon Airways Co., Ltd., a décidé qu'il était temps, suite à la baisse continue des voyages aériens causée par la COVID-19, d'apporter sa contribution dans la mesure du possible, même dans un domaine sans aucun rapport avec l'activité principale de son entreprise.

Outre la couture, le processus de fabrication des blouses comprend de nombreuses autres tâches qui nécessitent un travail humain. Apportant son soutien à Valley LLC., un fabricant de la préfecture de Nara qui produit des blouses

d'isolement médical à commander, et sans rien demander en retour, le groupe ANA s'est occupé de certains des processus de travail de base, tels que la coupe du tissu pour les manches, la couture de rubans et l'inspection des produits. La directrice principale de la planification d'entreprise, MURATA Kanako, déclare : « La production de blouses d'isolement médical doit être parfaitement hygiénique. En tant qu'employés d'une compagnie aérienne, nous nous formons constamment non seulement pour viser la perfection en termes de sécurité et de qualité de



Les activités de couture du Groupe ANA, qui ont eu lieu dans le centre de formation de l'entreprise, se sont déroulées avec les travailleurs maintenant une distance sociale.



Aucun contaminant – pas même une seule mèche de cheveux – n'est acceptable pour les blouses d'isolement médical. Le personnel d'ANA, hautement qualifié dans la gestion exhaustive de la sécurité, est parfaitement adapté à la réalisation de contrôles minutieux.

service, mais aussi pour effectuer un travail d'équipe permettant d'atteindre une telle perfection. J'ai senti que nous avons été en mesure de tirer pleinement parti de notre capacité tout au long de ce défi qu'a été la fabrication de blouses. »

Selon ANA, plus de 1 600 employés se sont portés volontaires pour ce projet. Des personnes occupant divers postes, notamment des pilotes, des personnels navigants et des mécaniciens, ont formé des équipes aidant à la production d'approximativement 50 000 blouses sur une période d'environ six semaines. Les volontaires ont réussi grâce à leur désir d'apporter leur contribution personnelle à la société dans ces conditions difficiles imposées par la pandémie.



Le président de Kikusui Shuzo, M. Haruta, explique que son entreprise a développé Alcohol 77 – son désinfectant à base d'éthanol – par désir de venir en aide à la société.

Kikusui Shuzo est une brasserie établie de longue date dans la préfecture de Kochi qui produit une large gamme d'alcools, allant du saké aux *shochu*, des spiritueux distillés traditionnels japonais.

Un autre produit faisant l'objet d'une pénurie était les désinfectants à base d'éthanol. La réglementation japonaise régissant l'éthanol – un type d'alcool – diffère selon qu'il est utilisé pour la production de boissons alcoolisées ou de désinfectant. Face à une pénurie massive de désinfectants à base d'éthanol, les brasseries de saké ont pris part à la résolution du problème en utilisant leurs abondantes réserves d'éthanol initialement destinées au brassage.

Kikusui Shuzo Co., Ltd., une brasserie respectée forte d'une riche expertise, a été parmi les premières à sortir un produit. Depuis les années 1920, lorsque l'entreprise a mis en place la première installation de stockage réfrigéré au Japon, la philosophie de Kikusui Shuzo a toujours été de relever de nouveaux défis. C'est peut-être cette volonté de s'attaquer à des défis qui a permis à l'entreprise de surmonter de nombreux obstacles, notamment une réglementation qui exigeait l'installation d'une ligne de production dédiée à la fabrication d'éthanol pour désinfectant. Après avoir consulté les autorités pour régler tous les problèmes de réglementation, Kikusui Shuzo a finalement décidé de produire et de vendre du saké ayant la même concentration en alcool que les désinfectants à base d'éthanol. En avril, l'entreprise a commencé à vendre un

nouveau produit appelé « Alcohol 77 », un spiritueux contenant 77 % d'alcool, qui est rapidement devenu viral sur les réseaux sociaux et a apporté une large reconnaissance à l'entreprise pour sa bonne volonté et sa contribution sociale.

L'entreprise Kikusui Shuzo a été inondée de demandes à propos de ce saké et a expédié un total de 100 000 bouteilles sur une période de quatre mois et demi.

À l'origine de la motivation de Kikusui Shuzo à prendre cette initiative se trouve la volonté de l'entreprise de rendre l'immense soutien qu'elle avait reçu lorsque des pluies torrentielles avaient frappé l'ouest du Japon deux ans plus tôt. Le bureau de la brasserie avait alors été inondé d'un mètre d'eau, provoquant l'effondrement de la route à l'extérieur. Six mois se sont écoulés avant que le bureau ne puisse reprendre une activité normale, mais pendant ce temps, l'entreprise a reçu une grande aide émanant de nombreuses sources. Le président de Kikusui Shuzo, HARUTA Kazuki, a dit que c'est la raison pour laquelle il veut à présent assumer un rôle de soutien en tant que fabricant de saké au sein de la société.

« Alors que les gens s'inquiétaient des pénuries d'approvisionnement, nous avons pu les rassurer sur la disponibilité des stocks. Le saké est un élément qui n'est pas indispensable et que la plupart des gens n'hésiteraient pas à supprimer de leur budget, mais je suis heureux que nous ayons pu établir une nouvelle valeur. »

En identifiant ce que chacun peut faire et en apportant leur soutien à la société, les entreprises font preuve de résilience face à la COVID-19. ✨

