

SOMMAIRE

■■■ Réseaux p2

Où va la fonction développement durable ?

Pour l'institut RSE, une nouvelle ère est arrivée : celle de la « valeur de durabilité compétitive ».

« La COP21 est une récompense des efforts des directeurs DD »

Comment les directeurs développement durable se sont-ils saisi de l'événement pour faire bouger leur entreprise? La présidente du C3D, Hélène Valade, nous livre son analyse.

■■■ Dossier p3 à 6

COP21 : cap sur le climat

L'essentiel de la RSE passe en revue les événements à ne pas manquer, les stratégies de grands groupes français, les attentes et les inquiétudes des PME, les démarches à suivre pour faire remonter ses engagements à l'ONU. Il sélectionne aussi les livres à lire pour briller lors de la COP21.

■■■ Analyse p7

Les bienfaits de l'économie circulaire

Une étude du cabinet Correl analyse les nouvelles relations que ce type de projet induit dans les rapports donneurs d'ordre/fournisseurs. Plus prospectif, un rapport de l'Institut de l'économie circulaire décortique les liens entre ce nouveau mode de production et le changement climatique.

■■■ En bref p8

Géraldine Fort, nouvelle déléguée générale de l'ORSE

La loi de vigilance des multinationales examinée par les sénateurs

La performance responsable de plus en plus intégrée par les entreprises

Un fort décalage entre les aspirations et la réalité de la RSE selon les salariés

Connexing reçoit le « Trophée global des entreprises responsables »

Le climat a changé

Par Béatrice Héraud



COP21 Un sigle comme un nom de code qui se multiplie dans les prises de parole des entreprises sur leur stratégie devant la presse mais aussi les investisseurs ou leurs actionnaires... La vingt et unième conférence onusienne sur le climat, puisque c'est bien ce qui se cache derrière ce chiffre et ces lettres, n'est pourtant pas une négociation ouverte aux entreprises. Ou du moins n'était. Car aujourd'hui, aux côtés d'autres acteurs, comme les collectivités locales ou les ONG, elles y ont une place de choix. Pas en tant que négociateurs certes et heureusement, mais leur influence est palpable. Et leur engagement, officiellement requis, en marge du traité qui se négocie entre Etats à travers l'Agenda des solutions, qui recense les contributions climatiques des acteurs non étatiques.

Il suffit de regarder le plan du site du Bourget où se tiendront les deux semaines de négociations entre le 30 novembre et le 11 décembre. La Galerie, espace d'exposition de 10 000 m² dédié aux solutions des entreprises pour le climat, jouxte la zone officielle des négociations entre les 196 Etats-Parties. Une première dans l'histoire des négociations onusiennes sur le climat.

Certaines ONG y verront la mainmise des entreprises sur l'Institution. C'est sans doute ne voir que le côté noir du tableau. Car l'arrivée des entreprises dans cette grande machine qui semblait s'être enlisée depuis des années est aussi le signe que le climat a changé et pas seulement au niveau des températures.

La communauté internationale a besoin des entreprises pour mettre en œuvre les objectifs qu'elle est en devoir d'adopter lors de cette conférence. Les ambitions les plus fortes resteront lettre morte si les acteurs économiques restent en dehors. Nos économies, « shootées » au carbone et aux énergies fossiles, doivent non pas se réformer mais faire leur révolution. Cela ne se fera pas sans l'adhésion des grands groupes qui, par leur force de frappe, doivent emmener le mouvement vers une transition bas carbone. Cela ne se fera pas non plus sans les petites et moyennes entreprises, qui constituent l'écrasante majorité du tissu économique – et social- de chacun de nos pays.

Aujourd'hui, malgré leurs difficultés quotidiennes, des entreprises de toutes tailles, de plus en plus nombreuses, se disent prêtes à relever ce défi. Elles sont des milliers, à travers le monde, à s'engager à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, à s'approvisionner en énergies renouvelables, à lutter contre la déforestation, à s'engager dans des projets d'économie circulaire... Partout, à leur échelle, les entreprises amorcent le changement. Mais il faudra, très vite, changer d'échelle.

C'est aux gouvernements de fixer le cap, aux investisseurs de financer la transition, et aux entreprises de changer leur modèle économique. ■



Où va la **fonction développement durable** ?

Il existe près de 200 directions développement durable (DD et RSE) en France aujourd'hui et près de 10 000 entreprises rapportent sur les sujets relatifs au développement durable. « *Pour elles, le temps de la mission de la conformité est terminée. S'ouvre le temps de la mission de production d'une valeur de durabilité compétitive* », assure l'Institut RSE dans son « rapport prospectif sur l'évolution de la fonction développement durable des entreprises », publié en septembre ⁽¹⁾.

L'approche défensive de la RSE- basée sur la conformité- c'est fini ! Si les différentes réglementations internationales et nationales ont permis de poser un cadre, il faut désormais veiller à ne pas enfermer la RSE dans une « *vision étriquée de la durabilité qui consisterait à une simple « compliance »* ». Place donc à la « *valeur de durabilité compétitive* », selon l'Institut RSE (Irse). De quoi s'agit-il exactement ? « *Il s'agit de cette nouvelle façon attendue de produire en logique de découplage ; d'accessibilité, d'équité et de loyauté (DEAL)* », explique le cabinet de conseil.

L'analyse de l'Institut

Dans ce cadre, quel est l'avenir de la fonction RSE ? Selon l'Irse, elle doit jouer « *un rôle moteur spécifique, qui compte dans la compétitivité et la légitimité du business* ». Comment ?

- les fonctions RSE doivent d'abord permettre

de mieux intégrer la durabilité dans le business model de leurs entreprises.

- 4 conditions sont nécessaires au succès de la mission de durabilité : le lien avec la gouvernance, l'appropriation des enjeux, la prise en compte de la matérialité et la collaboration avec les parties prenantes
- La fonction RSE doit devenir la direction de « la relation à la société » et à produire des services innovants (la « fonction de la performance durable »)..

Le témoignage du terrain

Pour Fabrice Bonnifet, le directeur développement durable & QSE du Groupe Bouygues, sa principale mission consiste aujourd'hui à « *donner envie aux entités du groupe de faire du business autrement* ». Comment ? « *Nous avons une sorte de fonction de consultants internes sur la durabilité. Et cela marche de mieux en mieux* ». Mais cela ne va pas sans difficulté. « *Il faut*

beaucoup d'humilité quand on va montrer des bonnes pratiques à nos collègues, particulièrement ceux qui sont chaque jour au contact des clients. Ce sont eux aussi qui connaissent le marché. Chez Bouygues, nous réinventons notre business en tentant de changer la roue en roulant ! Nous proposons de plus en plus de produits durables - notamment une bourse d'échange des déchets de chantiers appelée soldating - tout en continuant à proposer des produits plus classiques pour les clients plus conservateurs. La réglementation nous pousse : elle nous impose de recycler 70% des déchets en 2020 et 100% en 2030... Une autre clé de réussite passe par le management : il faut libérer les initiatives, faire participer l'ensemble des collaborateurs au succès de l'entreprise. C'est, je crois, la plus grande difficulté ».

B.H. ■

(1) L'étude complète est disponible sur le site internet de l'Institut RSE www.institutrse.com

« **La COP21 est une récompense** des efforts des directeurs DD »

La présidente du C3D, également directrice développement durable (DDD) de Suez environnement, Hélène Valade, nous livre sa vision de l'influence de la COP21 sur la fonction DDD.



La COP21, toutes les entreprises en parlent mais elle peut sembler éloignée du quotidien des salariés. Comment les directeurs développement durable se sont-ils

saisis de l'événement ?

Beaucoup de directeurs DD se saisissent de l'événement comme une opportunité pour mettre en valeur ce qui a déjà été mis en place dans leur entreprise et pousser le curseur un peu plus loin. Cela a d'ailleurs assez bien fonctionné car l'on voit que les entreprises multiplient les stratégies bas carbone et les engagements concrets comme la tarification interne du carbone. C'est ce que l'on montre dans le Book du C3D qui compile 56 études de cas en France (voir p6). Mais c'est vrai partout dans le monde.

C'est d'ailleurs le sens de l'Agenda des solutions, proposé par les Nations-Unies, qui pousse les entreprises et les négociateurs dans le même sens. Cela a permis de mobiliser les chefs d'entreprises et de faire émerger une nouvelle gouvernance.

Par exemple, les partenariats publics/privés pourraient être plus aisés pour lutter contre le changement climatique.

Cependant, la COP21, en tant que telle, n'est pas mobilisatrice auprès des salariés car elle est bien trop institutionnelle. Nous en avons plutôt profité pour parler simplement du climat et traduire concrètement les conséquences du changement climatique pour l'entreprise, dans les métiers. Et montrer comment, chacun à son échelle, peut modifier son comportement et celui de l'entreprise.

Cet évènement a-t-il permis de mettre la lumière sur la fonction DD et ses enjeux ?

En fait, la COP21 arrive en point d'orgue des actions que les directeurs développement durable développent depuis des années. C'est bien parce que l'on persévère depuis 10 ans, parfois dans des contextes difficiles, pour mettre en place des bilans carbone et autres outils qui ont préparé le terrain, que l'on en est là aujourd'hui !

Longtemps, le climat n'a pas été un enjeu pour l'entreprise. Ou du moins il n'était pas

perçu comme tel par un certain nombre d'entre elles. La COP21 peut donc aussi être vue comme la récompense des efforts que les directeurs développement durable ont fourni pour qu'elles intègrent cette question ! C'est vrai que dans certaines entreprises, cela a aussi permis de rebooster la fonction, en les repositionnant comme les acteurs de la transformation.

Comment garder le souffle COP21 après la conférence ?

Quel que soit le résultat de la COP21, les choses ont déjà changé. C'était très visible à New York, l'an dernier, mais surtout lors de la climate week de cette année. J'ai été contente de voir que les entreprises ne parlaient plus seulement des enjeux mais des solutions qu'elles mettaient en œuvre pour lutter contre le changement climatique. Cela consacre l'évolution de notre fonction. Nous avons une dimension plus stratégique. Notre rôle, c'est aujourd'hui de guider nos patrons pour changer le business model de nos entreprises !

Propos recueillis par Béatrice Héraud ■



Les événements climat à ne pas manquer autour de la COP21

En marge des négociations officielles qui se déroulent sur le site du Bourget et auxquelles seuls les Etats peuvent participer, toute une série d'événements sont destinés ou ouverts aux entreprises. La sélection de L'essentiel de la RSE.

du 30/11
au 11/12

Les négociations officielles de la COP21

Où ? Au Bourget, sur le site du parc des expositions.

Quoi ? Les négociateurs des 196 Parties vont négocier le texte international pour le climat.

Le + : Ceux accrédités dans la « Blue zone » (voir plan) ont plus facilement accès aux négociateurs, journalistes, ONG, syndicats, collectivités ou fédérations professionnelles. Ils peuvent assister aux side events organisés par ces acteurs. Mais les accréditations sont closes.

En savoir plus : www.cop21.gouv.fr/fr



04/12
et 05/12

Le Parlement des entrepreneurs d'avenir

Où ? Au siège de l'Unesco, à Paris.

Quoi ? Organisé par le réseau Entrepreneurs d'avenir avec l'Université de la Terre. 36 débats sur le thème « Changeons tous les climats », sous-entendus les climats « politiques, économiques, sociaux, éducatifs, voire individuels ».

Le + : Une approche pluridisciplinaire de la question climatique.

En savoir plus :
www.entrepreneursdavenir.com

05/12

Action Day

Où ? Dans la « Blue zone », sur le site du Bourget.

Quoi ? Présentation officielle des engagements climat des entreprises dans le cadre de l'Agenda des solutions (voir p6). We Mean Business travaille avec les organisateurs de la COP21 pour sélectionner les exemples les plus ambitieux.

Le + : Une reconnaissance du rôle des entreprises engagées.

En savoir plus :
<http://climateaction.unfccc.int/>

Comment se repérer sur le site du Bourget ?

3 espaces : la « Blue zone », l'espace officiel des négociateurs où seules les personnes accréditées peuvent circuler, la Galerie destinée aux solutions des entreprises, et les espaces Génération climat de la société civile, ouverts au grand public.

Les espaces
Génération climat
Ouverts au public

La Galerie
Lieu d'exposition
pour les entreprises



Le centre de conférence
Ouvert aux personnes accréditées

du 02/12
au 09/12

La Galerie des solutions

Où ? Sur le site du Bourget.

Quoi ? Sur 10 000 m², un panorama des solutions climat des entreprises. Initiative privée (Reed Expositions) mais dont le programme a été conçu avec le Secrétariat Général de la COP21, la galerie est réservée aux professionnels.

Le + : Une mise en relation facilitée entre les entreprises les plus innovantes, les acheteurs et leaders d'opinion.

En savoir plus : www.lagalerie-cop21.com

06/12

World Climate Summit

Où ? A la Chambre de Commerce de Paris, à Paris.

Quoi ? Un forum organisé par World Climate Ltd et le réseau de collectivités R20 pour marquer la fin de l'initiative Road to Paris. Cette campagne multi-acteurs lancée à la COP de Varsovie (2013) demande des engagements climatiques de haut niveau à ses membres.

Le + : Dialoguer avec des leaders climatiques du monde entier.

En savoir plus : <http://www.wclimate.com>

du 04/12
au 10/12

Solutions COP21

Où ? Au Grand Palais, à Paris.

Quoi ? Une sorte d'exposition universelle des solutions climat des entreprises portée par le Comité 21 avec le Club France Développement durable. Au programme : conférences, débats mais aussi un marché éco-responsable et des ateliers ludo-éducatifs.

Le + : Une vitrine pour sensibiliser et se montrer.

En savoir plus : www.solutionscop21.org

07/12
et 08/12

Caring for Climate Business Forum

Où ? Sur le site du Bourget.

Quoi ? Organisé par le Global Compact, le PNUE et la CCNUCC en coopération avec la présidence française de la COP21. Cycles de conférences le premier jour et revue des engagements le deuxième. Sur invitation.

Le + : L'occasion pour les membres les plus avancés du Global Compact (le programme Caring for Climate) de montrer leurs progrès et d'annoncer de nouveaux engagements.

En savoir plus : www.unglobalcompact.org

07/12
et 08/12

Sustainable Innovation Forum

Où ? Au Stade de France, à Saint Denis.

Quoi ? Organisé par Climate Action et le PNUE. Avec des speakers de haut niveau, on y discutera prix du carbone, villes durables, décarbonisation de l'économie, économie circulaire et management durable.

Le + : Favoriser les connexions et les partenariats multi-acteurs.

En savoir plus : www.cop21paris.org



L'Oréal et Veolia sortent **le grand jeu pour la COP21**

En France, l'Oréal et Veolia sont deux grandes entreprises sur la voie de la transition énergétique. La première, leader mondial de la beauté, travaille sur son approvisionnement et la compensation carbone en interne. La seconde, spécialiste de l'énergie, de l'eau et des déchets, mise sur l'économie circulaire, la captation du méthane et l'instauration d'un prix carbone. Deux stratégies distinctes mais un même objectif. Décryptage.

► **Veolia** : un prix du carbone à 31 € la tonne d'ici 2030

« Mesdames et Messieurs les diplomates, faites-nous un bon accord, et nous vous ferons une bonne économie bas carbone ». C'était le message porté par Antoine Frérot, le PDG de Veolia lors du Business & Climate summit en mai dernier. Pour Veolia, comme pour les autres entreprises dont le cœur de métier est étroitement lié à l'environnement, la COP21 est « une étape décisive pour prendre des décisions mondiales » et elles ont tout intérêt à ce qu'un accord ambitieux y soit signé.

« Aujourd'hui, dépolluer coûte cher alors que ne rien faire du tout ne coûte rien, explique-t-il. Il faut inverser l'équation et mettre en place un système incitatif avec un prix carbone qui devrait tourner autour des 30-40 euros la tonne. L'Union européenne pourrait être pionnière sur ce sujet et avoir un effet d'entraînement sur nos partenaires économiques ». Depuis plusieurs années, la lutte contre le réchauffement climatique est le fer de lance de la stratégie économique de l'entreprise. Veolia s'est engagée à intégrer dans l'analyse économique de chacun de ses projets un prix carbone fixé à 31 euros la tonne de CO₂ d'ici 2030.



A Milwaukee, aux États-Unis, l'usine de traitement des eaux usées de Veolia capte le méthane. Crédit : Veolia

L'économie circulaire, voie d'avenir pour Veolia

L'entreprise s'engage à réduire de 150 millions de tonnes le CO₂ rejeté d'ici 2020 sur ses installations et chez ses clients. En 2014, ce sont 21 millions de tonnes de CO₂ qui ont été évitées ou réduites. L'ambition est donc de faire sept fois mieux.

Pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre, l'entreprise soutient le passage d'une économie linéaire à une économie circulaire, qui a représenté, en 2014, 10% du chiffre d'affaires du groupe. Veolia mise aussi sur la capture et la valorisation du méthane, qui a contribué à 40% de ses émissions ces vingt dernières années. Dans l'une de ses usines de traitement des eaux usées, dans le Milwaukee (États-Unis), Veolia capte le

méthane issu d'une décharge située à proximité et le transforme en électricité pour alimenter le site. Par ailleurs, elle récupère le gaz pour sécher les bactéries contenues dans les eaux usées et ainsi les revendre comme engrais à des agriculteurs. Chaque année, 50 000 tonnes de compost sont ainsi produites.

Si Veolia s'est focalisée sur le méthane, c'est aussi qu'il est facile à capturer et à valoriser. « Autant commencer par le plus simple et avoir des effets à court terme sur le réchauffement climatique », explique Antoine Frérot. En 2014, le captage du méthane a permis de réduire les émissions de l'entreprise de 8 millions de tonnes équivalent CO₂. L'objectif : réussir à capter 60% de ce gaz émis par les centres de stockage de déchets d'ici 2020. Un enjeu important puisque le méthane est considéré comme le deuxième gaz à effet de serre le plus dangereux après le CO₂ (PNUE). Il provoque chaque année la mort prématurée de 150 000 personnes dans le monde et cause des millions de maladies chroniques. Or, au rythme actuel, si rien n'est fait pour diminuer les émissions de méthane, celles-ci pourraient augmenter de 25% d'ici 2030. ■

► **L'Oréal** : - 60% de réduction de ses émissions à horizon 2020

Mise en place de foyers améliorés pour la fabrication du beurre de karité au Burkina Faso, co-culture alliant patchouli à la production de cannelle pour une gestion durable de la forêt indonésienne ou amélioration des pratiques agricoles pour le quinoa en Bolivie... Voici quelques exemples de projets « carbon balanced » imaginés par L'Oréal pour réduire ses émissions carbone par le biais de la compensation.

Engagée dans la lutte contre le changement climatique depuis des années, le spécialiste des cosmétiques a décidé de compenser en interne (in-setting) les émissions de gaz à effet de serre qu'elle ne parvient pas à réduire. En 2015, celles-ci représentent 400 000 tonnes dont 160 000 en scopes 1 et 2 (émissions directes et indirectes liées à la consommation d'énergie) et 240 000 en scope 3 (transport). « Il est normal que le leader de la beauté contribue à lutter pour la beauté de la planète même si notre responsabilité est limitée », souligne Jean-Paul Agon, PDG de L'Oréal. « Nous aurions pu simplement acheter des crédits

carbone (off-setting) mais nous trouvons la démarche d'in-setting plus innovante », précise-t-il.

Un comité d'experts pour superviser les résultats

Cette année, à l'occasion de la COP21, le groupe s'est fixé un nouvel objectif de réduction des émissions. Ambitieux. -60% à l'horizon 2020 sur les scopes 1 et 2 et sur la partie transport aval du scope 3. Entre 2005 et 2015, la firme s'était engagée à réduire ses émissions carbone de moitié. Objectif atteint fin 2014, se réjouit Alexandra Palt, directrice responsabilité sociale et environnementale (RSE) « alors que, dans le même temps, la production a augmenté de 22% ».

Pour valider et évaluer sa stratégie climat, L'Oréal a constitué un comité d'experts internationaux qui se réunira tous les ans afin de superviser la méthodologie et les résultats publiés. « Après avoir hésité », l'économiste Christian de Perthuis, fonda-

teur de la Chaire économie du climat, a accepté de le présider. « Les objectifs sont assez précis même si le challenge va être de les élargir à l'ensemble du scope 3. Cela me plaît de travailler avec une entreprise qui intègre la compensation dans sa chaîne de valeur alors que l'off-setting ne lui aurait pas coûté cher vu le prix du carbone. C'est une démarche plus complexe qui va nous poser des difficultés, notamment pour éviter les doubles comptages. Les projets sont aussi intéressants car ils touchent à la question du développement local ».

Nicolas Hulot, envoyé spécial du Président de la République pour la protection de la planète et dont la Fondation est soutenue par L'Oréal, salue lui aussi le projet de l'entreprise. « Je me projette 20 ans en arrière : j'étais persuadé que le dialogue avec l'ensemble des acteurs de la société, dont les entreprises privées, était indispensable. Que n'ai-je alors pas entendu ! Aujourd'hui je me dis que j'avais raison ».

Concepcion Alvarez ■



Le climat, c'est aussi **l'affaire des PME**

Oubliées des négociations onusiennes sur le climat, les PME qui représentent pourtant l'essentiel du tissu économique, ont tout à gagner à prendre en compte la question climatique. Mais à certaines conditions, avertissent-elles.

S'engager dans une démarche de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre, c'est une opportunité en termes de réduction des coûts, d'innovation, de création d'emplois et d'image. C'était le message martelé lors du premier colloque européen consacré aux PME et climat, le 29 septembre à Paris. Un colloque mêlant fédérations professionnelles, institutions européennes (Commission européenne) et françaises (Ademe) mais aussi élus. Son but : aboutir à des propositions pour la COP21.

« *L'adaptabilité des objectifs et la pédagogie vers les PME et les entreprises artisanales sont l'une des conditions de la réussite de la COP21* », souligne ainsi l'APCMA, l'organisation qui regroupe les chambres de métiers et de l'artisanat en France. De fait, les PME-TPE représentent plus de 21 millions d'entreprises, soit près de 99% des sociétés européennes. Autant dire qu'elles sont cruciales pour mettre en œuvre les objectifs qui seront décidés lors des négociations onusiennes de Paris.

Inversement, « *l'Agenda des solutions [qui regroupe les engagements des acteurs non étatiques sur le climat, NDLR] est une formidable opportunité pour les PME et TPE françaises de montrer que nous apportons des réponses réelles et probantes au changement climatique* », tient à préciser Alain Griset, le président de l'APCMA. Et les perspectives sont importantes pour ceux qui voudront bien les saisir : l'économie circulaire, le développement des circuits courts mais aussi la rénovation des bâtiments (250 millions en Europe) devraient ainsi permettre de développer les marchés et les emplois pour les PME/TPE.

Des coups de pouce indispensables

Pour autant, le changement ne se fera pas tout seul. Les PME déclarent souvent avoir des difficultés à trouver les bonnes informations, les bons interlocuteurs et les financements. De nombreux programmes

d'aides européens (Feder, plan Juncker) ou français (Ademe) existent pourtant pour les entreprises qui investissent dans des techniques bas carbone. Encore faut-il en avoir connaissance. Et avoir les moyens de fournir les éléments demandés, soulignent les patrons de PME. Autre élément à ne négliger sous aucun prétexte : la formation. Et là, ce n'est pas tant l'offre qui manque que l'implication des entreprises, regrette l'Ademe qui a déployé près de 170 plateformes techniques de formation en France, sous-utilisées.

Les PME demandent aussi plus de souplesse en termes de réglementation, « *souvent faites pour les grands groupes mais appliquées sans distinctions de taille* », dénonce Alain Griset. « *Sans quoi elles ne pourront pas prendre la part qui est la leur dans la lutte contre le changement climatique et au contraire perdront en compétitivité* », renchérit Gunilla Almgren, la présidente de l'UEAPME, la fédération européenne des PME. ■

« La COP21 est **déconnectée de la réalité des PME** »

Entretien avec Marc Jacouton, président du Club PME et Climat du Global Compact France lancé le 3 septembre, et directeur relations extérieures et développement durable de CEPOVETT, un fabricant de vêtements professionnels.



Le Global Compact France lance son club PME et Climat. Pourquoi ?

Les PME sont importantes au sein du réseau français : sur les 1 200 entreprises signataires, 800 sont des petites et moyennes entreprises ! Il nous paraissait donc important, d'une part, de permettre de pousser le sujet climat auprès des PME et, d'autre part, de faire entendre leur voix à l'occasion de la COP21 car elles risquent d'être oubliées au profit des grands groupes. Or les PME sont la voix du terrain et des territoires. Elles sont aussi les fournisseurs de ces grands groupes. Et elles ont des actions à mettre en valeur. Elles ne peuvent pas rester simples observatrices de cet événement.

Que représente la COP21 pour les PME ?

Du point de vue des petites entreprises, la COP21 est un événement institutionnel qui ne leur est pas destiné. D'autant que cela se passe à Paris, loin des territoires où opèrent bon nombre de PME. C'est un événement déconnecté de leur réalité, de leur quotidien. Mais il doit justement servir de prétexte pour y faire entrer la question climatique. Notre objectif est de décentraliser cet événement

et de l'instrumentaliser pour mettre les gens en action, bien au-delà des 15 jours de négociations officielles.

Comment les PME prennent-elles en compte la question climatique ?

Le climat y est rarement traité en tant que tel. Il est plus traité dans une perspective globale de développement durable/RSE et s'inscrit dans une logique de compétitivité de l'entreprise. Plus encore que dans les grands groupes, il faut que l'entreprise y gagne économiquement.

Quelles sont les difficultés auxquelles elles sont confrontées ?

Ce sont les mêmes que pour la RSE en général. Dans les PME, les budgets qui y sont alloués sont très faibles. Il faut donc chercher à mutualiser les ressources, les moyens humains et le temps. Aujourd'hui, une PME ne peut pas faire l'impasse sur ces sujets en raison d'un manque de moyens. Investir dans la RSE et le climat, c'est une façon de se différencier, de créer de la valeur, de réduire ses coûts et de mobiliser ses collaborateurs !

L'objectif du club PME et Climat est donc d'aider les entreprises à surmonter ces

difficultés et de faire un travail de pédagogie. Une plateforme en ligne et des rencontres vont permettre aux membres d'échanger sur les bonnes pratiques mises en œuvre dans des entreprises de leur taille, de leur secteur ou d'un secteur d'activité complémentaire. Car les PME sont souvent seules sur leur territoire pour agir sur le climat.

Quelles sont ces bonnes pratiques ?

Lors du lancement du club, nous avons parlé de co-construction, de co-production, du fait aussi de faire financer les investissements dans les technologies ou process bas carbone par le client car il en tire une valeur ajoutée. Chez CEPOVETT par exemple, nos clients nous aident à payer la replantation d'arbres dans le cadre de notre compensation carbone. L'autre clé, c'est l'implication du dirigeant. Elle est absolument nécessaire pour donner l'impulsion et garder la dynamique.

Le club PME et Climat compte combien d'entreprises aujourd'hui ?

Nous sommes 9 entreprises fondatrices. Notre objectif est d'être 21 début 2016 et d'avoir 1000 solutions en stock à partager ! ■

Plus d'info sur www.pmeclimat.globalcompact-france.org/

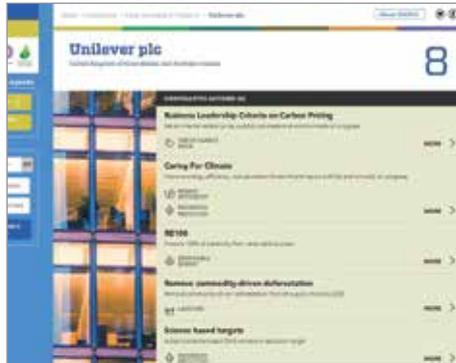


Plateforme NAZCA : mettre en valeur vos engagements

Pour atteindre l'objectif d'un réchauffement limité à 2°C, le seul traité international conclu par les Etats ne suffira pas. C'est la conviction de la CCNUCC et de la France qui poussent l'Alliance de Paris pour le climat. Une initiative qui intègre dans ses piliers fondateurs l'Agenda des solutions. Celui-ci doit mobiliser l'action et les engagements des acteurs non étatiques dont les entreprises en faveur du climat. Ces engagements sont recensés sur un portail internet appelé NAZCA. Mode d'emploi.

■ A quoi sert la plateforme NAZCA ?

NAZCA (pour Zone des Acteurs Non-étatiques pour l'Action pour le Climat) centralise et simplifie l'information sur les engagements climat des villes, des régions, des entreprises et des investisseurs. Elle est disponible sur le site <http://climateaction.unfccc.int>. S'inscrire sur la plateforme, consultable par tous, le grand public comme les négociateurs, permet de donner de la visibilité aux engagements des entreprises sur le climat et d'évaluer leurs ambitions, à un niveau mondial. C'est aussi sur cette plateforme que vont être sélectionnées les initiatives coopératives les plus marquantes et les plus sérieuses qui sont remontées sur une autre plateforme baptisée LPAA (pour Plan d'Actions Lima-Paris, autre nom de l'Agenda des solutions) et triées par grands engagements (résilience, efficacité énergétique, énergies renouvelables, etc.). Cette sélection est effectuée par un panel de haut niveau - des représentants de la CCNUCC, de la France, du Pérou (hôtes des deux dernières COP) et de l'Assemblée générale des Nations Unies - sur une demi-douzaine de critères.



■ A qui s'adresse-t-elle ?

A toutes les entreprises et pas seulement les grandes. Les organisateurs de la COP21 souhaitent aussi valoriser les initiatives des PME. Elles bénéficient donc d'un traitement adapté, qui leur permet de ne pas remplir des documents aussi précis que ceux des grandes entreprises.

■ Quelles sont les démarches à effectuer ?

NAZCA fédère des bases de données existantes (CDP, Global compact, The Climate group, etc.) ainsi que les initiatives dites

coopératives comme We Mean Business par exemple. Elle sélectionne seulement quelques engagements clés : cible de baisse d'émissions, d'efficacité énergétique, de production d'énergies renouvelables, etc. Des cibles ambitieuses, quantifiables et datées.

Si vous souhaitez vous engager au titre de votre seule entreprise ou mettre à jour des engagements vis-à-vis de la dernière campagne du CDP par exemple, il faut s'inscrire sur la plateforme via l'organisme qui convient à votre structure : plutôt CDP pour les grandes entreprises et Global Compact pour les PME. Puis fournir les informations demandées par l'organisme. Pour les engagements collectifs (dits « initiatives coopératives ») il faut activer le lien avec le descriptif de l'initiative sur la plateforme mais aussi contacter directement le secrétariat de celle-ci et suivre la procédure. Après un court délai de transmission et d'enregistrement, vos engagements apparaîtront sur la plateforme.

■ Qui contacter ?

Frédéric Willemart, chargé de l'engagement du secteur privé dans l'équipe de négociation COP21 : frederic.willemart@cop21.gouv.fr

Les livres à lire pour briller pendant la COP21

Pour être incollable sur la COP21



Climat : 30 questions pour comprendre la conférence de Paris

De Pascal Canfin et Peter Staime, éditions Les Petits Matins, mai 2015.

En moins de 200 pages, les auteurs -qui suivent les négociations et y participent de l'intérieur-, livrent avec clarté les clés pour comprendre les enjeux géopolitiques, économiques et financiers de cette grand-messe. Indispensable.

Pour avoir une vision à 360°



Pourquoi attendre ? Innover pour le climat

Par la Fabrique écologique, sous la direction de Géraud Guibert, éditions Rue de l'échiquier, octobre 2015.

La fondation pluraliste et transpartisane livre ici le fruit des réflexions menées par ses groupes de travail pour lutter contre les dérèglements climatiques. On y traite de l'économie collaborative, du développement des PME écologiques, de la rénovation énergétique des logements ou de la mise à disposition de l'épargne sur le climat. Avec les

contributions de personnalités politiques, citoyennes ou du monde de l'entreprise.

Pour se benchmarker



Book climat C3D

Ouvrage collectif, à base des déclarations d'entreprises, en ligne sur www.cddd.fr.

56 entreprises de toutes tailles, membres du collège des directeurs développement durable (C3D) ont accepté de livrer leur stratégie climat et de décrire leur action phare. Il en ressort des fiches pédagogiques claires qui permettent de comprendre les enjeux des entreprises, de comparer les actions et de partager les bonnes pratiques.

Pour comprendre et agir



Changement climatique : comprendre et agir

Guide du Medef à retrouver en ligne sur www.medef.com

Un guide fort pratique pour comprendre grâce à des fiches aussi courtes que pédagogiques et quelques schémas, les enjeux du changement climatique pour les entreprises et les bonnes démarches à effectuer pour lancer son plan d'attaque.

Pour réfléchir sur le rôle de l'entreprise



L'entreprise au défi du climat

Frédéric Baule, Xavier Becquey et Cécile Renouard, Les éditions de l'atelier, octobre 2015.

Une réflexion passionnante sur le double rôle des entreprises, à la fois partie du problème climatique mais aussi de la solution, nourrie d'exemples concrets, particulièrement dans le domaine de l'énergie. Et de quoi se questionner sur son propre rôle au sein de ces entreprises.

Pour questionner le lien entre climat et capitalisme



Le climat va-t-il changer le capitalisme ? La grande mutation du XXIe siècle

Sous la direction de Jacques Mistral, éditions Eyrolles, juin 2015.

De Jean Tirole à Michel Rocard, une dizaine d'experts nous éclairent sur les choix économiques fondamentaux qui nous sont proposés face à la menace du changement climatique mais aussi sur les enjeux politiques qui en découlent.



Les bienfaits de **l'économie circulaire**

Le concept d'économie circulaire fait son chemin. Comme nous l'avons rapporté dans le N°109 de L'essentiel de la RSE qui lui était consacré, de nombreuses entreprises se tournent vers ce nouveau modèle. Et de plus en plus d'études sont publiées pour en démontrer les bienfaits. Nous en avons sélectionné deux.

► Une modification des rapports entre **donneurs d'ordre et fournisseurs**

Le programme Peak, un observatoire des relations collaboratives, a mandaté le cabinet Correl pour étudier sur le terrain l'influence de projets d'économie circulaire sur les rapports de force entre donneurs d'ordre et fournisseurs⁽¹⁾. Edifiant.

Avec l'économie circulaire naît une nouvelle forme de relation, dite collaborative, entre les donneurs d'ordre et les fournisseurs. Elle se caractérise par un engagement à long terme, un partage des risques, la création commune de connaissances, la transparence, le partage des ressources et le partage de la valeur. « *L'économie circulaire nourrit la confiance*, analyse Fabienne Grebert, du cabinet Correl. *On peut même se demander si la relation donneur d'ordre-fournisseur a encore du sens alors que, dans ce type de démarche, le premier devient fournisseur de matières de l'autre !* »

« *La relation que nous entretenons avec le groupe Renault est la même que celle que nous aurions pu avoir avec une PME: très franche et très directe* », assure David Ravet, responsable développement chez MTB. Une relation qui n'a rien d'évident

quand l'on sait que cette entreprise spécialisée dans le recyclage et la valorisation des déchets industriels n'emploie « que » 120 personnes. Et que jusqu'à présent MTB fonctionnait surtout à l'export, avec peu de visibilité auprès des grands groupes. L'astuce ? Depuis 2011, les deux sociétés collaborent dans des projets d'économie circulaire pour valoriser le cuivre, les moteurs ou les boîtes de vitesses issus des véhicules en fin de vie. Ces projets, « *axés sur l'innovation et le partage, fonctionnant comme des partenariats et où les intérêts sont communs* », ont tout changé. Pour David Ravet, « *c'est du gagnant-gagnant* ».

Éliminer les rapports de domination

L'histoire s'est répétée dans une relation triangulaire avec la SNCF, dans le cadre du projet ValTex. Les trois entreprises collaborent pour transformer les mousses, textiles issus des véhicules et des trains et autres uniformes, en de nouveaux produits, comme des isolants acoustiques. « *Nous avons tissé une relations très étroite, de confiance, entre nous. Nous partageons nos connaissances mais aussi les risques*

liés au lancement d'un nouveau produit sur le marché », assure Toni Gallone, responsable industriel chez Renault Environnement.

A la SNCF, les projets d'économie circulaire ont permis « *une ouverture de l'entreprise vers l'extérieur et une prise de conscience sur les matières* », estime de son côté Cyrille Blard, responsable industrialisation des produits de dépose. « *On sort de notre cocon pour construire un autre dialogue avec le fournisseur. Cela nous demande de nous adapter* », précise-t-il. De fait, dans ce projet, l'engagement porte sur des quantités précises. Et sur une durée plus longue : dix ans, contre cinq ans maximum habituellement.

Ce nouveau type de relation est observé dans les autres entreprises étudiées par le cabinet. Qui conclut : « *L'instauration de boucles matières fermées ou ouvertes crée une interdépendance entre les acteurs économiques et participe à l'élimination de rapports de domination entre acteurs* ».

Concepcion Alvarez ■

(1) 29 entretiens semi-directifs menés pendant plusieurs mois auprès d'entreprises et d'organisations publiques engagées dans des projets d'économie circulaire.

► Une trajectoire clé pour une **économie bas-carbone**

Comment l'économie circulaire peut-elle contribuer à atténuer le réchauffement climatique? C'est l'objet de l'étude réalisée par l'Institut de l'économie circulaire et l'équipe d'EY Cleantech & Sustainability⁽¹⁾. Revue des points saillants.

Quel lien entre changement climatique et économie circulaire ?

Le découplage absolu de notre consommation de matières premières avec l'activité économique constitue l'une des clés de la lutte contre le dérèglement climatique. Pour cela, l'économie circulaire a de nombreux atouts. Par exemple, le recyclage et la réduction des déchets permettent de réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) dues à la combustion (CO₂) ou à la décomposition (méthane). Elle permet aussi de rendre la transition bas-carbone « désirable », en créant de nombreux emplois (environ 2 millions en Europe selon plusieurs études).

Quels sont les gains espérés ?

L'économie circulaire permet à l'entreprise de faire des gains substantiels sur ses émissions de GES : on peut observer des réductions allant jusqu'à 34% par rapport à un système de production linéaire.

A l'échelle d'un pays, cela compte. Selon le Club de Rome, la mise en œuvre d'une combinaison de l'économie circulaire et de l'économie de la fonctionnalité réduirait les émissions de CO₂ de la Suède de 70% et augmenterait le nombre d'emplois de 4%. Une étude similaire est menée en France en partenariat avec l'Institut de l'économie circulaire et sera bientôt présentée.

Au niveau mondial, l'énergie économisée grâce aux activités de réparation (remanufacturing) serait équivalente à la production d'électricité de 8 centrales nucléaires ou à l'énergie fournie par 10,7 millions de barils de pétrole. Elle permettrait d'économiser un volume de matières premières qui pourrait être contenu dans 155 000 wagons

d'un train de 3 000 km (étude du Fraunhofer Institute de Stuttgart) !

Comment intégrer l'économie circulaire dans la lutte contre le changement climatique ?

L'étude met en avant 10 pistes, en voici 4, particulièrement novatrices :

- Créer une prime à la tonne de CO₂ évitée.
- Inscrire les approches en cycle de vie dans les politiques nationales et la commande publique.
- Promouvoir des plateformes de coopération entre pays développés et en développement.
- Employer l'approche consommation, plus juste, en complément de l'approche territoriale pour les accords de réduction des émissions de GES.

Béatrice Héraud ■

(1) L'étude (77 pages) est à télécharger sur www.institut-economie-circulaire.fr/



Géraldine Fort, nouvelle déléguée générale de l'ORSE

Géraldine Fort a été nommée fin septembre déléguée générale de l'ORSE (Observatoire de la Responsabilité Sociétale des Entreprises). Elle succède à François Fatoux qui était à ce poste depuis la création de l'observatoire en 2000. A 49 ans, Géraldine Fort, a cumulé plusieurs casquettes. Titulaire du MBA Diversité Dialogue Management, diplômée de l'Institut Pratique de Journalisme, elle a d'abord débuté sa carrière dans la presse. Elle a ensuite intégré la direction de la communication de la Compagnie Générale des Eaux en 1991 puis celle de Vivendi Environnement en 2002. En 2009, elle est nommée directeur communication France de Veolia. Depuis 2014, elle effectuait une mission RSE à la direction du développement durable d'EDF. Géraldine Fort prendra ses fonctions le 2 novembre. ■



Le devoir de vigilance des multinationales au Sénat

La proposition de loi (PPL) sur le devoir de vigilance des multinationales revient devant les parlementaires français. Après son adoption en première lecture le 30 mars dernier par les députés, le texte sera examiné par les sénateurs le 21 octobre. Une « victoire » pour Amnesty International, qui travaille sur cette PPL depuis plus de 3 ans, tant l'opposition de certaines entreprises et des organisations patronales comme l'Afep et le Medef reste forte. Selon le texte, les sociétés multinationales de plus de 5 000 salariés en France - 10 000 dans le monde - devront renseigner dans un plan « *les mesures de vigilance raisonnable qui permettront d'identifier et de prévenir [notamment] la réalisation de risques d'atteintes aux droits de l'Homme et aux libertés fondamentales* ». La responsabilité civile des multinationales pourrait être engagée par des victimes ou des associations devant un juge français en cas de défaut de plan ou de manquement à sa mise en œuvre effective. ■



La performance responsable de plus en plus intégrée par les entreprises

Selon la 8^e édition du baromètre Capitalcom sur la performance responsable, qui évalue la communication publique 2014 du CAC40 (documents de références, rapports d'activité et de développement durable, sites internet, etc.), 3 tendances se dégagent. D'abord la rémunération variable des managers indexée sur les critères environnementaux et/ou sociaux se généralise : 23 sociétés l'ont adoptée. Ensuite, les objectifs chiffrés extra-financiers se multiplient. En 2014, COP21 oblige, la moitié de ces objectifs portait sur la lutte contre le changement climatique. Mais la part de ceux liés au business responsable, comme les offres éco-conçues, la certification des fournisseurs, etc.- a doublé entre 2011 et 2014. Enfin le dialogue entre les parties prenantes s'organise : 1 société sur 2 a mis en place une structure pour mieux dialoguer avec elles. ■

Un fort décalage entre les aspirations et la réalité de la RSE selon les salariés

73% des salariés considèrent que la RSE améliore la performance globale de l'entreprise. Pourtant, seuls 43 % d'entre eux estiment qu'une place importante lui est accordée dans leur entreprise. Un décalage mis en évidence par l'enquête réalisée en avril/mai dernier par Viavoice pour Mindded, Ekodev et Des Enjeux et Des Hommes. Certes, le phénomène n'est pas nouveau. Mais il montre « *que les salariés plaident pour un alignement entre les intérêts de l'entreprise et l'intérêt général. Ils attendent une RSE qui soit un vrai projet d'entreprise, pas une action correctrice, ou un artifice de communication* », juge le président de Viavoice. Il témoigne en tous cas d'un manque de maturité des démarches et/ou le manque de communication interne. De fait, près de 60% des salariés se disent « mal informés » sur la politique RSE de l'entreprise. Un manque de (bonne) communication préjudiciable pour l'entreprise. 6% des salariés disent être impliqués dans les actions RSE de leur entreprise alors que 85% d'entre eux souhaiteraient l'être s'ils étaient mieux informés. Et si possible par une information directe et humaine (leur n+1 et des réunions d'information), plutôt que par l'intranet, newsletters ou les journaux, canaux les plus souvent utilisés. Autre donnée importante de l'étude : les conditions de travail sont jugées prioritaires (42%) par les salariés, loin devant les questions de droits de l'Homme (22%) ou d'environnement (13%). ■



Connexing reçoit le « Trophée global des entreprises responsables »

Spécialiste de la téléphonie d'entreprise « verte et astucieuse », Connexing a reçu, le 5 octobre, le « Trophée global de la RSE Axa/L'Expansion ». Celui-ci récompense une politique de RSE qui associe tout le personnel aux dimensions environnementales et sociales de l'activité. Cette entreprise de 25 salariés basée près de Nantes réalise 7 millions de chiffre d'affaires avec le reconditionnement des téléphones. Cela permet d'éviter l'équivalent de 500 tonnes d'émissions de CO2 par an. ■

novethic



L'essentiel de la RSE est une publication trimestrielle de Novethic.
Rédactrice en chef : Béatrice Héraud (beatrice.heraud@novethic.fr).
Rédaction : Concepcion Alvarez et Béatrice Héraud. **Directrice de la publication** : Anne-Catherine Husson-Traore, DG de Novethic. **Contact rédaction** : editorial@novethic.fr

Exclusivement sur abonnement

4 numéros/an :
300€ HT + TVA 20% soit 360€ TTC

Pour toute demande d'abonnement :
abonnements@novethic.fr

L'essentiel de la RSE est imprimée sur papier recyclé à 60% et 40% d'origine FSC avec des encres végétales.
 Copyright Novethic. La reproduction du contenu de la revue est interdite pour tous pays, tous supports, tous procédés, sauf autorisation expresse de l'éditeur.
 Lettre éditée par Novethic - ISSN 2101-5252 - SASU au capital de 1 668 260 euros - RCS Paris B 437 499 296 - 56 rue de Lille 75007 Paris