

Le club
Business
et sens



Isabelle Hennebelle/

COMMENT INVENTER
DES MODÈLES ÉCONOMIQUES
SOLIDAIRES ET PROFITABLES ?

CLIMAT

Transformer la contrainte en innovation

Dans un peu plus d'un an, la COP21, 21^e Conférence des parties de l'ONU, va rassembler à Paris 196 pays pour élaborer un accord mondial sur le climat. « Les entreprises doivent d'urgence prendre leurs responsabilités en diminuant leurs émissions de dioxyde de carbone, rappelle Gilles Berhaut, président du Comité 21, réseau français des acteurs du développement durable, et du Club France Développement durable. Elles doivent saisir cette occasion pour se mobiliser, avec les chercheurs et les pouvoirs publics, afin de généraliser des solutions dans tous les secteurs : énergie, bâtiment, déchets, mobilité, distribution, alimentation. » Car réduire les émissions de gaz à effet de serre « n'affectera pas significativement la croissance », affirme le Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (Giec).

Les contraintes environnementales sont l'occasion de repenser les *business models*. « Chez Suez Environnement, engagé depuis 2006 dans une démarche environnementale datée et chiffrée, nous recourons, par exemple, à l'économie circulaire », explique Hélène Valade, directrice du développement durable du groupe et présidente du C3D, le Collège des directeurs du développement durable. Le 6 novembre, le groupe, via sa filiale Sita, a inauguré « Robin ». Cette usine produit de la « vapeur verte » à partir de déchets de bois pour alimenter 15 industriels de la plateforme chimique de Roussillon (Isère), réduisant de 60 000 tonnes leurs émissions annuelles de CO₂.

Dans la mobilité, Bolloré et son véhicule électrique en auto-partage, Autolib', s'inspire de l'économie de la fonctionnalité. « Nous ne vendons pas nos voitures, mais nous nous rémunérons sur les services à offrir », a rappelé Jacques Mercier, directeur des études de Blue Solutions lors d'une conférence, le 12 novembre, organisée par Entreprises pour l'environnement (EPE) à l'occasion de la sortie de l'étude « Stratégie des entreprises pour le climat : la mobilité ». Depuis décembre 2011, plus de 180 000 personnes ont utilisé Autolib' (5,50 euros la demi-heure). Cela a permis d'« économiser » plus de 6 900 tonnes de CO₂.

Dans l'alimentaire, l'hygiène corporelle, l'entretien de la maison, Unilever est engagé dans son « plan pour un mode de vie durable », qui prévoit, notamment, de réduire de moitié les émissions de gaz à effet de serre de ses produits d'ici à 2020. « Les innovations fourmillent, mais, pour changer d'échelle, les entreprises ont besoin de politiques appropriées qui doivent être décidées lors de la COP21. Le débat sur le prix du carbone est important », relève Claire Tutenuit, déléguée générale d'EPE. D'ici à la COP21, afin de présenter les solutions business et de mettre l'accent sur les propositions à faire aux pouvoirs publics, EPE et le Global Compact France organisent le Business & Climate Summit à Paris, à l'Unesco, les 20 et 21 mai 2015. Il va rassembler de nombreux partenaires comme le World Business Council for Sustainable Development, présidé par Paul Polman (PDG d'Unilever). Parmi les autres initiatives, le Comité 21 et le Club France Développement durable lancent Solutions COP21, un dispositif de valorisation incluant site Web, rencontres mensuelles et une exposition des « solutions et innovations climat » au Grand Palais à Paris et au Bourget en décembre 2015.

Cette première étape de l'engagement des entreprises dans le climat est positive, mais beaucoup reste à faire. Comptons sur les ONG pour rester vigilantes sur ces actions ! ●

BUSINESS ET SENS, WEB TV

En ce mois consacré à l'économie sociale et solidaire, Louis Schweitzer, président du réseau associatif Initiative



France (financement des créateurs/repreneurs d'entreprise), fait le point sur le dispositif de prêt d'honneur « Initiative remarquable », qui finance des projets dans le secteur de l'économie sociale et solidaire. Celui qui est aussi commissaire général à l'investissement et président d'honneur de Renault insiste sur l'importance de l'accompagnement des entrepreneurs dans la durée de vie de l'activité. Pour intensifier son action, Initiative France organise jusqu'au 23 novembre la 7^e édition de la Semaine nationale du parrainage.