Co-construire le monde de demain

Quatre grandes entreprises témoignent d'une vision commune de l'engagement

CRÉDIT AGRICOLE S.A. · Rexel · Unilever · VEOLIA

A la rencontre de…

Le groupe Crédit Agricole est le premier financeur de l'économie française et l'un des tout premiers acteurs bancaires en Europe. Grâce à son modèle de banque universelle de proximité - l'association étroite entre ses banques de proximité et les métiers qui leur sont liés – le groupe Crédit Agricole accompagne ses clients dans leurs projets en France et dans le monde : assurance, immobilier, moyens de paiement, gestion d'actifs, crédit-bail et affacturage, crédit à la consommation, banque de financement et d'investissement.

Rexel est un leader mondial de la distribution professionnelle de produits et services dans le domaine des automatismes, de l'expertise technique et de la gestion de l'énergie. Au service de 600 000 clients des secteurs industriels, tertiaires et résidentiels, dans plus de 40 pays, et grâce à sa Fondation pour le progrès énergétique, Rexel travaille au quotidien pour que chacun puisse avoir accès à l'efficacité énergétique, au confort et à la sécurité.

Unilever figure parmi les leaders mondiaux des produits alimentaires, de soin de la personne et d'entretien de la maison. Nos produits sont présents dans 7 foyers sur 10 au niveau mondial et utilisés 2 milliards de fois par jour dans 190 pays. En 2010, nous avons lancé le Plan Unilever pour un Mode de Vie Durable qui vise à doubler notre activité d'ici 2020 tout en divisant par deux notre impact environnemental et en augmentant notre impact social.

Veolia est la référence mondiale de la gestion optimisée des ressources. Présent sur les cinq continents avec plus de 200 000 salariés, le Groupe conçoit et déploie des solutions pour la gestion de l'eau, des déchets et de l'énergie, qui participent au développement durable des villes et des industries. L'entreprise s'engage localement, en interaction avec l'ensemble des acteurs du territoire : citoyens, collectivités locales, tissu économique et industriel, société civile…En 2013, Veolia a servi 94 millions d'habitants en eau potable, 62 millions en assainissement, produit 86 millions de mégawattheures et valorisé 38 millions de tonnes de déchets.

Édito

La création d'un partenariat mondial est au cœur du programme de développement post-2015 des Nations Unies. Dans ce cadre, l'adoption de nouveaux modes de consommation et de production durables est fondamentale : c'est pour cette raison que Convergences a fait de cet axe transverse un des trois piliers du Forum Mondial en 2014.

Les entreprises sont des acteurs incontournables de ce partenariat mondial et ont un rôle essentiel à jouer pour impulser une croissance plus équitable. **A travers cette édition du Forum Convergences, pour la première fois, quatre entreprises - Crédit Agricole S.A., Rexel, Unilever et Veolia - partagent une vision commune de l'engagement, prémices des formes de co-construction à inventer.**

Lors de plusieurs conférences et ateliers de travail au sein du Forum, ces entreprises vont définir les bases d'une réflexion commune au niveau mondial et échangeront sur les opportunités d'élaborer de nouveaux modèles de développement plus inclusifs.

Nous sommes fiers que Crédit Agricole S.A., Rexel, Unilever et Veolia aient répondu à l'appel porté par Convergences, affirmant ainsi la place du secteur privé comme acteur du développement durable.

Jean-Michel Severino,
Président de Convergences

Pourquoi est-il nécessaire que de grandes entreprises internationales développent des nouveaux modèles de création de valeur ?

« des défis majeurs nous poussent à aller plus loin »

Jean-Marie Sander, Président, Crédit Agricole

Au Crédit Agricole, notre responsabilité sociale d'entreprise puise ses racines dans nos origines coopératives et mutualistes. Notre groupe est né grâce à la solidarité, à la responsabilité et à la proximité de quelques-uns, qui ont décidé de s'entraider. Très naturellement donc, soutenir des fondations et des associations qui luttent contre la pauvreté et l'exclusion ou promouvoir l'insertion nous semble une nécessité.

Mais les défis majeurs que représentent le réchauffement climatique et la sécurité alimentaire nous poussent à aller plus loin : en tant que banquiers, nous avons la conviction que nous pouvons agir, en particulier pour élaborer et diffuser des solutions de financement durables.

La démarche initiée par nos quatre entreprises, soutenue par Convergences, nous aidera à créer les synergies indispensables pour progresser dans l'efficacité de nos actions.

Le monde vit à crédit écologique, les ressources naturelles se raréfient, tandis que la demande de biens et services ne cesse de progresser. **Ceci nous impose de passer à une production plus sobre et à une consommation plus durable.**

Les métiers de Veolia, fortement ancrés dans les territoires, nous ont appris que des espaces de créativité nouveaux surgissent lorsque diverses parties prenantes agissent de manière concertée afin de bâtir des solutions concrètes. Elles se traduisent par l'émergence de nouveaux modèles : **vers une économie circulaire et efficiente, qui fait plus avec moins et qui sert les hommes sans desservir l'environnement.** Avec Unilever, Rexel et le Crédit Agricole, Veolia souhaite engager une démarche pour **construire des solutions partagées au service des territoires et d'une économie plus responsable.**

Antoine Frérot, PDG, Veolia

« construire des solutions partagées au service des territoires »

« le coût de l'inaction est plus important que le coût de l'action »

Face aux problèmes sociaux, environnementaux et économiques majeurs de ce monde, le coût de l'inaction est plus important que le coût de l'action. Chez Unilever, nous croyons que les entreprises font partie de la solution. Une croissance durable et équitable est le seul modèle acceptable. Mais pour cela, le business doit changer. Nous devons apprendre à travailler ensemble.
Nous avons chacun un rôle à jouer. Chaque entreprise a des activités et des compétences qui lui sont propres. En collaborant avec d'autres entreprises engagées comme nous, nous pouvons bénéficier des compétences, de la portée et des réseaux dont nous manquons pour **développer ensemble des nouveaux business models rentables et durables.**

Paul Polman, PDG, Unilever

« explorer de nouvelles idées créatrices de valeur durable »

Rudy Provoost, PDG, Rexel

Unir nos forces pour réussir... c'est une des valeurs de Rexel, qui place la co-construction au cœur de notre business model. Par notre métier, nous jouons un rôle de catalyseur entre les fabricants, les installateurs et les utilisateurs finaux ; par notre Fondation, nous tissons des liens avec le monde entrepreneurial, associatif et académique.
Ne serait-ce que dans le secteur de l'énergie, nous sommes convaincus que **la co-construction est source d'innovation pour façonner le monde de demain.** De la maison éco-performante à la ville durable, les transformations qui sont en train de s'opérer, et auxquelles nous participons activement, ouvrent les portes de plus grandes économies d'énergie et d'une consommation responsable.
Lors du forum Convergences, en conjuguant les savoir-faire de Rexel, Crédit Agricole, Unilever et Veolia, nul doute que nous pourrons **explorer de nouvelles idées créatrices de valeur durable.**

Quels enjeux pour la grande consommation ?

Quel marketing pour les produits durables ?

Conscient de l'impact environnemental et social de son acte d'achat, le consommateur souhaite de plus en plus se tourner vers des produits durables. **Mais les freins à l'achat semblent encore nombreux :** pouvoir d'achat limité, manque de temps et d'information, scepticisme et sentiment d'impuissance à l'échelle individuelle, etc. Les marques ont sans aucun doute un rôle à jouer pour rendre les produits durables plus attractifs et désirables. **Mais comment mettre le marketing au service de la consommation responsable ?**

« Nous sommes passés du **consommer plus au consommer mieux**. Le plaisir de la consommation se nourrit de ces nouvelles dimensions de contribution intégrées dans les décisions d'achat. »

Elizabeth Pastore-Reiss, Fondatrice, Ethicity, groupe Greenflex

82% des Français considèrent que le possibilité d'agir par sa consommation s'est améliorée au cours des 10 dernières années*.

©Unilever

MAGNUM

100% du cacao des glaces Magnum vendues en France est issu de plantations vérifiées Rainforest Alliance™. Un engagement fort pour des pratiques agricoles plus respectueuses des hommes et de l'environnement, rendu visible par la seule présence de la fameuse grenouille verte sur les emballages, la marque Magnum valorisant avant tout la qualité et le croquant de son délicieux chocolat.

©Ethicity

REUSSIR AVEC UN MARKETING RESPONSABLE

Lancée par Ethicity et David Garbous, soutenue par l'ADEME, l'UDA, Prodimarques, l'Adetem et ScienceCom-Audencia, http://www.reussir-avec-un-marketing-responsable.org/ a pour objectif de convaincre les marketeurs d'intégrer les enjeux de développement durable dans leur offre. Elle réunit des démarches variées d'entreprises qui ont su créer de la valeur avec une offre plus responsable, et partagent leurs clefs de succès.

Comment ancrer les éco-gestes dans les habitudes ?

Face à la nécessité de limiter l'utilisation d'eau et d'énergie et de réduire les déchets, **la consommation va désormais bien au-delà de l'acte d'achat seul pour inclure la phase d'utilisation et de fin de vie du produit.** « Eco-gestes », cycles courts, recyclage, partage, etc., de nouveaux modes de consommation émergent et tendent à modifier les comportements quotidiens des consommateurs pour les rendre vertueux. **Mais comment changer durablement les mentalités et ancrer ces nouveaux gestes dans les habitudes ?**

2/3 des émissions de gaz à effet de serre des produits de grande consommation sont issues de l'utilisation des consommateurs.

(Unilever, 2014)

©Unilever

©DiscoSoupe

DISCOSOUPE

DiscoSoupe est un mouvement citoyen qui organise des événements festifs pour sensibiliser au gaspillage alimentaire. Au programme : récupération de denrées alimentaires non utilisées, préparation et distribution collective de mets en musique pour un moment convivial !

DOVE - REXONA - MONSAVON

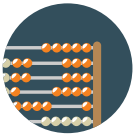
Les déodorants « Compressé » des marques Dove, Rexona et Monsavon sont deux fois plus petits qu'un aérosol classique, pour le même prix et le même nombre d'utilisations. La clé de la réussite de cette innovation : elle réduit de 25% l'empreinte carbone de la catégorie sans modifier l'usage et les bénéfices pour le consommateur. Pas besoin de changer ses habitudes !

35% des Français considèrent que l'usage d'un produit est plus important que le fait de le posséder*.

*(Ethicity, 2014)

Quelles solutions de financement et d'investissement solidaire ?

Quels outils financiers (microcrédit, etc.) pour permettre aux plus précaires de participer au développement économique ?



A l'heure où la crise mondiale laisse bien des personnes à l'écart du développement économique, nombreux sont ceux qui ont recours au **microcrédit.** Utilisé aussi bien dans les pays en développement que par les laissés-pour-compte des régions riches, il consiste en **l'attribution de prêts de faibles montants aux personnes fragiles**. La révolution numérique engendre progressivement d'autres initiatives, comme le *crowdfunding*, qui permet aux internautes de financer des porteurs de projet. Ces systèmes de financement participatif affichent des taux de croissance à 2 voire 3 chiffres. Pourtant, il reste du chemin à parcourir pour couvrir le marché potentiel de la microfinance.

60 000 emplois sont créés chaque année en France grâce au microcrédit. Les chômeurs représentent 70% des bénéficiaires.

(Convergences, 2013)

80 millions de personnes dans le monde ont recours à la microfinance, auprès de l'un des 1700 organismes existants, avec un prêt moyen de 591 $ par emprunteur.

(Mixmarket, 2008)

FONDATION GRAMEEN CREDIT AGRICOLE POUR LA MICROFINANCE

Née à l'initiative de Crédit Agricole S.A. et du Professeur Yunus, Prix Nobel de la Paix 2006, la Fondation Grameen Crédit Agricole soutient le développement des Institutions de Microfinance dans les pays en développement en leur proposant des prêts, des garanties, des investissements en fonds propres et une assistance technique. Elle vise en priorité les pays les plus pauvres, notamment en Afrique subsaharienne, et les institutions à vocation agricole et rurale. En cinq ans d'activité, la Fondation Grameen Crédit Agricole a financé au total 61,5 millions d'euros dans 103 projets.

GRAMEEN CRÉDIT AGRICOLE
Microfinance Foundation

©Babyloan

BABYLOAN

Babyloan est le premier site européen de microcrédits solidaires. Cette plateforme de crowdfunding propose aux internautes, désirant donner du sens à leur épargne, de soutenir par le prêt des micro-entrepreneurs en recherche de financement. Cette nouvelle forme de solidarité par le crowdfunding permet à ces micro-entrepreneurs de sortir de la précarité grâce au fruit de leur travail. Babyloan est soutenu par plusieurs entreprises dont le Crédit Agricole.

Comment permettre à l'épargnant de donner un sens à son investissement ?

Sensibles à la possibilité de choisir les bénéficiaires de leurs placements, les épargnants se regroupent pour sélectionner et financer des projets. **L'engouement pour les prêts entre particuliers témoigne de ces nouvelles pratiques d'investissement**. Par ailleurs, **les réseaux bancaires proposent d'autres solutions, comme l'épargne partagée, l'investissement solidaire et les fonds éthiques**, pour financer des projets d'intérêt général.

6,02 milliards d'euros étaient placés sur des comptes d'épargne solidaire au 31 décembre 2013.

(Finansol, 2013)

1,1 million de personnes ont bénéficié de la finance solidaire dans les pays en développement en 2013.

(Finansol, 2013)

805 millions d'euros d'encours pour les fonds à forte utilité sociale (fonds solidaires, de partage, d'entrepreneuriat social et d'aide au développement).

(Amundi, fin 2013)

lumo

L'éco-investissement à la portée de tous

LUMO

Lumo est une plateforme d'éco-investissement dans des projets d'énergies renouvelables, en partenariat avec des collectivités locales. Dès 25€, les internautes peuvent investir sur le long-terme dans le projet de leur choix et percevoir des intérêts de 3 à 5%.

©Livelihoods

LIVELIHOODS

Crédit Agricole S.A. est partenaire de ce fonds dont les entreprises partenaires achètent des parts dans la SICAV pour financer des projets en lien avec le climat et reçoivent des crédits carbone en retour. 130 millions d'arbres ont été plantés dans le monde en trois ans grâce au fonds Livelihoods.

Comment l'innovation peut-elle encourager une consommation responsable et durable de l'énergie et de l'eau ?

Répondre au défi climatique et préserver les ressources naturelles, tout en contribuant au progrès économique et social - tels sont les enjeux de notre développement d'ici 2030. Etats, entreprises, citoyens, nous sommes tous conscients de la **nécessité de faire évoluer les modes de consommation de l'énergie et de l'eau**. Par la co-construction, nous pouvons concevoir des solutions innovantes, éco-performantes et faciles d'utilisation par tous. Des initiatives aussi bien techniques, d'ingénierie sociale ou financière sont ainsi en train d'émerger afin d'utiliser nos ressources différemment. Poursuivons dans cette voie et encourageons une consommation responsable de l'énergie et de l'eau.

Proposer une gestion intelligente des ressources

20 à 30% de l'énergie consommée dans les marchés matures pourrait être économisée. *(AIE)*

80% de l'augmentation des besoins en énergie de la planète viendra des villes d'ici 2030. *(LSE)*

©Fotolia

ELECTR'OD

Aujourd'hui les déchets deviennent gaz et électricité, la chaleur des eaux usées alimente les réseaux de chauffage urbains... Une fois consommé, chaque bien aboutit à des sous-produits qui peuvent être réutilisés, instaurant un cycle verteux et éco-responsable d'économie circulaire. A Plessis-Gassot, en Ile-de-France, Veolia a ainsi conçu l'installation de traitement des déchets non recyclables qui produit le plus d'énergie renouvelable à partir de biogaz en France. Electr'od permet à la fois la production d'électricité (l'équivalent par an de la consommation de 41 000 foyers) et d'énergie thermique alimentant un réseau de chaleur, avec une baisse de la facture chauffage de 90%.

ENERGEASY CONNECT

Nous entrons dans l'Energie 3.0, un monde où les innovations technologiques donnent au consommateur final les moyens de maîtriser l'énergie qu'il consomme. Dans cette optique, Rexel a conçu un contrôleur d'habitat, « Energeasy Connect », qui permet à l'utilisateur de piloter sa maison, et de ne consommer que l'énergie dont il a besoin tout en lui facilitant la vie au quotidien : les réglages de la température, de l'éclairage, de n'importe quel appareil ménager dans la maison peuvent se faire pièce par pièce, heure par heure. Parallèlement, il permet à l'installateur d'assurer plus facilement la maintenance des équipements connectés et d'optimiser les coûts d'entretien.

Donner accès au plus grand nombre aux services d'eau et à l'efficacité énergétique

10 à 25% des Européens sont confrontés à la précarité énergétique.

(EPEE)

98% des eaux usées de la ville de Durban sont recyclées pour couvrir les besoins des industriels, afin de réserver la ressource en eau en priorité à la population.

(Veolia)

DES SOLUTIONS POUR L'ACCES AUX SERVICES DE L'EAU

Depuis le début des OMD*, Veolia a contribué à apporter l'accès à l'eau à plus de 4,5 millions de personnes dans le monde. En France, pour les ménages en difficulté, EAU POUR TOUS est un dispositif global de solidarité adaptable aux besoins de chaque collectivité : des solutions d'urgence (échéanciers de paiement, abandon de créances, chèques eau), des solutions d'assistance pour aider à maîtriser durablement budget et consommation, des solutions d'alerte en cas de surconsommation. Pour faciliter le lien avec les usagers en situation de précarité, Veolia a participé à la création d'un réseau de 60 PIMMS (Point Information Médiation Multi Services), au côté de grands opérateurs de services (EDF, SNCF, La Poste, etc.).

*Objectifs du Millénaire pour le développement

DES ENTREPRENEURS SOCIAUX ENGAGES POUR LE PROGRES ENERGETIQUE

La Fondation Rexel est engagée pour le progrès énergétique. Elle a ainsi créé une plateforme de soutien aux entrepreneurs sociaux luttant contre la précarité énergétique. Celle-ci mobilise différents acteurs de l'écosystème de l'efficacité énergétique (fournisseurs, ONG, grandes écoles) ainsi que les équipes Rexel France pour accompagner 9 entrepreneurs sociaux dans leur projet. Soleni est l'une des associations soutenues par la plateforme. Ce service aide les ménages en situation de précarité à améliorer l'efficacité énergétique de leur foyer. Il est assuré par des conseillers en parcours d'insertion professionnelle, qui développent ainsi leur employabilité.

©Photothèque VEOLIA - Stéphane Lavoué

Retrouvez-nous au Forum Mondial Convergences

LUNDI 8 SEPTEMBRE 2014 - 9h30 à 11h
Grand Auditorium du Palais Brongniart

Conférence - Appropriation des nouveaux objectifs du développement :
Comment impliquer tous les acteurs dans l'agenda post-2015 ?

MARDI 9 SEPTEMBRE 2014 - 11h30 à 13h
Salle des Engrenages du Palais Brongniart

Conférence – Enjeux de la co-construction : Exemples de partenariats réussis.

LUNDI 8 SEPTEMBRE 2014 – 11h30 à 13h
Salle des Engrenages du Palais Brongniart

Atelier - Vers une consommation responsable : Comment rendre accessibles les produits et services durables ?

MARDI 9 SEPTEMBRE 2014 – 14h30 à 16h
Salle Napoléon du Palais Brongniart

Atelier – Développement durable et compétitivité : De l'expérimentation à la mise en œuvre.

Découvrez le programme détaillé et les intervenants sur le site du Forum Mondial : www.convergences.org

weave air
Innover pour une économie légère®

Ce livret a été réalisé gracieusement par weave AIR, en tant que partenaire ami de Convergences. Les équipes de weave AIR co-animeront les ateliers ci-dessus avec des méthodes de créativité inspirées de la pensée design.

Cabinet de conseil en stratégie, innovation et développement durable, weave AIR aide les entreprises à croître de façon responsable et les territoires à se développer durablement.
Sa démarche d'innovation accélérée, l'AIR Lab, s'appuie sur la pensée design, l'innovation ouverte et participative, le prototypage rapide pour explorer les scénarios les plus pertinents pour l'entreprise et ses parties prenantes, les traduire en opportunités et inventer de nouveaux business models créateurs de valeur.

Septembre 2014 - Crédits photos : Shutterstock, Fotolia, Crédit agricole, Rexel, Unilever, Veolia