

**Titre :**

**Innovation et partage :  
Vive la RSE !**

**Invités :**

Nicolas Hulot, Président Fondation Nicolas Hulot pour l'Homme et la Nature  
Jean-Paul Berthomé, Président Laboratoires Expanscience  
Marie-Claire Daveu, Directrice du DD et des affaires institutionnelles internationales, Kering  
Gilles Piquet-Pellorce, Directeur Général, Biocoop  
Frédéric Rodriguez, Président, Greenflex  
**Animatrice :** Nathalie Croisé, journaliste  
**Année :** mars 2017  
**Où :** Salon prodirable

**Résumé des interventions :**

Le salon Prodirable fête ses 10 ans, 10 ans de rencontres professionnelles où la RSE, l'innovation environnementale et sociétale mais aussi et surtout le bon sens retrouvent leurs lettres de noblesse.

**La conférence d'ouverture se veut rassembleuse et à l'image des 10 ans du salon : un moment de rassemblement autour de valeurs fortes où profit et engagement ne seraient pas antinomiques. Cette conférence a été surtout l'occasion de mettre en lumière les écarts et les différences profondes de sens donné à la RSE.** Nicolas Hulot donne le ton « Nous sommes nombreux à constituer cette communauté discrète et disparate ». Beaucoup se retrouvent en effet derrière ces valeurs et aspirent à leur donner une réalité à travers leur entreprise.

Le moins que l'on puisse dire c'est que le green, le bio, la RSE ont le vent en poupe et tant mieux !

Biocoop fait plus de 30% de croissance ! Avec un inversement du principe du commerce très intéressant : chez Biocoop le consommateur n'est pas roi, c'est le produit qui l'est ! De manière générale, **le secteur dispose d'une opportunité considérable celle de sa clientèle. Une clientèle prête à s'adapter, à attendre, à donner du sens à son acte d'achat quitte à payer plus cher.** Pour le président de Greenflex, la crise marque simplement le début d'une transition de société. Cette évolution étant freinée voire même non souhaitée, les voyants passent au rouge et la crise perdure. **Aujourd'hui, lorsqu'une entreprise doit évoluer cela se fait sur deux axes : le digital et la RSE.**

Pour Kering très investi dans les domaines du luxe, **la RSE n'est pas forcément un choix mais d'abord d'une exigence éthique pour continuer à faire du business.** Le business model doit être plus éco-efficace. Le luxe est un influenceur extrêmement important, il a un rôle à jouer aussi dans la sensibilisation. Kering a mis en place un compte environnemental, un outil que le Groupe a laissé en open source. Leur objectif d'ici 2025 est de réduire de 40 % leur empreinte environnementale. **La puissance monétaire des grands Groupes, les fonds d'investissement et les écarts de salaire pharaoniques relevés par une personne du public, renvoie la logique capitaliste mondialisée et la RSE dos à dos.**

Pour tous en tout cas, nous avons besoin d'un véritable élan, volontaire et sincère, pour faire bouger les lignes. Aussi, écouter les consommateurs ne suffit plus, aujourd'hui, il faut co-construire avec eux l'avenir.

Le mot de la fin est laissé à Nicolas Hulot « ce siècle nous impose de resynchroniser la science et la conscience. Indice de civilisation : le jour où l'Homme coopère avec la nature. » « Pour moi être écologiste : c'est être radical en humanité ».

**Remarques :**

Le public de la conférence et plus largement du salon est clairement averti. Un public soucieux de la planète pour des raisons différentes d'ailleurs. D'abord pour des opportunités-marchés, pour redorer l'image de l'entreprise, pour répondre à la forte tendance poussée par les consommateurs et aussi pour une belle action de communication : celle qui fait bien alors que, franchement, un peu de vigilance et à nouveau du bon sens ne feraient pas de mal parce que certaines entreprises prêtent le flanc.