

## «Le développement durable est un enjeu stratégique pour les entreprises»

Les entreprises ont un rôle déterminant à jouer en matière de développement durable et les citoyens, de leur côté, sont de plus en plus demandeurs de transparence de leur part. Antoine Mach, co-fondateur de Covalence, société spécialisée dans la notation éthique des entreprises, nous parle de ces enjeux.

TEXTE ANNE WICK

**La Responsabilité Sociale et Environnementale est une démarche de plus en plus présente au sein des entreprises. Quelles sont les illustrations de cette tendance aujourd'hui?**

Il y a une quinzaine d'années, la RSE comprenait deux aspects bien distincts: d'un côté, le respect des réglementations et de l'autre, la philanthropie. Aujourd'hui, ces deux notions sont intégrées et s'exercent à tous les niveaux de l'entreprise: à travers les pratiques mises en œuvre par les Ressources Humaines, les questions environnementales liées à la production, ou encore pour les multinationales, l'attention portée aux conditions de travail chez les sous-traitants. L'importance de la RSE

se reflète également à travers l'émergence d'autres concepts, tel que la «création de valeur partagée», une démarche adoptée par des multinationales comme Nestlé, l'économie sociale et solidaire, ou le modèle de «benefit corporations» né aux USA. L'an dernier, les Nations Unies ont souligné le rôle du secteur privé dans l'atteinte des Objectifs de Développement Durable, un autre signal fort en faveur de la RSE.

**Pour les entreprises, le développement durable devient-il un réel enjeu stratégique?**

De plus en plus. La mise en œuvre d'une démarche RSE permet de s'assurer de la loyauté de ses clients, de motiver ses employés, d'entretenir de

bonnes relations avec les pouvoirs publics, mais aussi de s'ouvrir à de nouveaux marchés avec des produits dotés d'une forte valeur ajoutée. La durabilité des produits et des services prend de plus en plus d'importance, tant pour le consommateur que pour la société au sens large. D'autre part, l'émergence de standards de reporting de développement durable (Global Reporting Initiative, CDP, ISO 26000) et des agences de notation éthique ont confirmé les attentes de la société pour une communication plus transparente des entreprises sur leur impact social et environnemental.

**Qu'observe-t-on en Suisse à ce sujet?**

Les consommateurs suisses

sont assez sensibles à la question de la RSE et du «fair trade». Du côté des entreprises, la culture de prudence et de discrétion caractéristique à notre pays peut parfois être un frein à la communication autour de ces sujets. Migros, par exemple, est pendant longtemps restée très discrète sur ses initiatives en matière de développement durable. D'autres aspects de la culture suisse constituent en revanche des atouts en matière de RSE: le côté pragmatique, sérieux, qui permet de fixer des objectifs crédibles, et la notion de qualité chère aux Helvètes, sont des aspects que l'on retrouve dans de nombreuses initiatives de développement durable menées par les entreprises suisses.

**Quelles sont, selon vous, les autres évolutions à venir dans le domaine de la RSE?**

Notre société est en recherche de sens, et j'ai le sentiment que le consommateur va accorder de plus en plus d'importance à cette notion à travers les produits et les services qui lui seront proposés. Je pense notamment au succès du Fairphone, un Smartphone équitable qui allie innovation sociale et progrès technologique, et qui

est conçu pour durer. Je suis également frappé par le succès grandissant des produits locaux, des produits alimentaires de saison, des filières courtes. Je pense également qu'il est important que la RSE pénètre le débat citoyen.

**A cet égard, comment l'action des citoyens peut-elle influencer les pratiques éthiques des entreprises?**

Nous sommes tous citoyens, consommateurs, mais aussi des investisseurs à travers nos produits d'assurance ou nos caisses de pensions. Nous sommes également des employés, des relais d'informations, des prescripteurs. Toutes ces casquettes nous donnent une influence sur les entreprises. Mais ne soyons pas naïfs pour autant: si nous sommes en quête de sens, nous donnons encore la priorité à nos propres intérêts... Les entreprises qui arriveront à répondre à ce paradoxe entre altruisme et égoïsme et qui concevront des produits attractifs, porteurs de sens, vendus à un prix abordable, auront selon moi du succès.

**Pouvez-vous nous présenter l'activité de votre société, Covalence?**

Covalence travaille dans le



*Les entreprises qui arriveront à répondre à ce paradoxe entre altruisme et égoïsme et qui concevront des produits attractifs, porteurs de sens, vendus à un prix abordable, auront selon moi du succès.*

détaillées sur leur réputation ESG. Les investisseurs d'autre part, qu'il s'agisse de banques ou d'assets managers. Mais également les fondations, nombreuses en Suisse, qui ont besoin de cohérence entre la gestion de leur patrimoine et les projets qu'elles soutiennent. La société genevoise de gestion d'actifs Vandaalen & Cie s'est également associée cette année à Covalence pour créer un AMC (Actively Managed Certificate) sur les actions suisses, baptisé «Vandaalen ESG Swiss Equities». L'approche dynamique de notre outil intéresse également les universités, qui nous consultent régulièrement dans le cadre de leurs travaux de recherche sur la corrélation éventuelle entre mesures économiques et mesures éthiques, un sujet qui constitue actuellement un grand champ de recherches.

**Quelle est la place de la finance durable en Suisse?**

Au sens restreint du terme, les fonds durables représentent 4,5 % des fonds de placement en Suisse. Dans un sens plus large, si l'on intègre les mandats de gestion et l'intégration ESG, on estime que la finance durable représente au moins 10% de la finance conventionnelle. C'est un domaine en forte croissance. Les associations Sustainable Finance Geneva, dont j'ai été le co-fondateur en 2008, et Swiss Sustainable Finance à Zurich, font partie des acteurs qui oeuvrent aujourd'hui pour la promotion de la finance durable auprès des investisseurs, mais aussi auprès des écoles et des universités. L'éducation constitue selon moi un véritable défi pour l'avenir de la finance durable.

domaine de l'analyse de la réputation ESG (Environnement Social Gouvernance) et la notation éthique des entreprises. L'originalité de notre positionnement s'appuie sur le recours à un grand nombre de sources d'informations— ONG, syndicats, experts, blogs, médias— pour obtenir une vision très réaliste de la démarche RSE des 3400

entreprises que nous suivons. Notre approche est largement automatisée, ce qui nous permet d'extraire, de classer et d'analyser des milliers d'informations et de données en temps réel, selon 50 critères inspirés du standard GRI. Avec mon associé Marc Rochat nous faisons appel également à la technique du Natural Language Processing

pour traiter les contenus narratifs. C'est un outil de veille puissant, qui évolue au jour le jour et qui nous permet d'étayer une notation éthique très dynamique et réactive.

**Qui fait appel à vos services?**

Les entreprises, d'une part, à qui nous fournissons des rankings et des analyses

**« LE SYSTÈME DE GESTION DE L'ÉNERGIE DE L'AENEC, AVEC SON SUIVI ANNUEL, NOUS APPORTE UN OUTIL SIMPLE, UN FIL ROUGE CLAIR POUR LES OBJECTIFS, LES ACTIONS, LES DÉLAIS. »**

Jean-François Cotting, responsable énergie, Villars Maître Chocolatier SA (FR)



**3600 ENTREPRISES ONT DÉJÀ CHOISI L'AENEC POUR BÉNÉFICIER**

- d'une planification concertée de mesures rentables d'efficacité énergétique afin de réduire leurs coûts
- d'un accompagnement pour répondre aux exigences légales sur l'énergie et le CO<sub>2</sub> et obtenir l'exemption de taxes
- d'une voie simple d'engagement énergétique et climatique.

 **Implemia** Durable, sympathique et favorable aux clients.



Implemia conçoit et construit pour la vie. Avec plaisir.

www.implemia.com