



Tenons compte d'une crise qui va tout changer !

Le coronavirus est un révélateur de la fragilité de nos modes de vie et de la portée destructrice de notre impact sur l'environnement écrivent Serge Papin et Jean-Pierre Riche. Les gagnants de demain seront les entreprises qui comprendront que cette crise a irrémédiablement changé la donne.



Alors que nos concitoyens traversent des épreuves difficiles dues à cette pandémie, nous devons revenir à l'essentiel. Définissons une véritable « raison d'être » de l'entreprise, qui doit s'inscrire dans le bien commun et l'intérêt général, les collaborateurs y trouveront leur « raison d'y être » et les clients leur « raison d'y venir ».

Le 20 novembre 2019, nous concluons la Conférence ENR entreprises à Bercy en constatant l'accélération des entreprises dans la lutte contre le changement climatique en lien avec leurs clients, leurs employés et leurs investisseurs. Le 11 décembre 2019 à Madrid pendant la COP25, 500 entreprises certifiées B Corp annonçaient leur objectif d'atteindre zéro émission carbone en 2030, alors que 177 autres, représentant l'équivalent des émissions de la France, s'engageaient de leur côté au même objectif pour 2050 sur la base du Science Based Target (SBTi). Que change la pandémie à la lutte contre le réchauffement climatique ?

Les émissions de gaz à effet de serre ont baissé de 25 % en Chine sur quatre semaines entre février et mars, et les experts du climat prédisent une baisse de 5,5 % des émissions mondiales sur l'année 2020. Pour les entreprises à l'arrêt comme pour celles qui continuent en télétravail, la chute actuelle des émissions directes et indirectes est évidente. C'est le premier effet carbone. Prenons la baisse subie des émissions de l'année 2020 comme notre record à battre pour les prochaines années.

[Visualiser l'article](#)

Ce coronavirus est un révélateur de la fragilité de nos modes de vie et de la portée destructrice de notre impact sur l'environnement. Les dirigeants et collaborateurs des entreprises en prennent individuellement conscience via l'impact de la crise sanitaire et du confinement sur leurs familles, leurs amis et leurs collègues. Les conséquences économiques sur la survie de certains business, et la rentabilité de tous, mettent en lumière l'influence de nos équilibres écologiques sur les performances économiques des sociétés. Il y a déjà, là, matière pour chaque équipe de direction à déclencher des plans d'action pour protéger son entreprise et ses proches en diminuant son impact sur la nature comme en se préparant à d'autres crises futures.

Mais nous sommes convaincus que les gagnants de demain seront les entreprises qui comprendront que cette crise a irrémédiablement changé la donne. Non seulement nous avons franchi un Rubicon dans la digitalisation du commerce, du travail et de la communication, mais aussi dans la perception par toutes les parties prenantes de l'urgence climatique. L'Oréal s'était fixé, en octobre 2019, de jouer un rôle d'exemple en réduisant de 100 % les émissions directes de ses sites administratifs, industriels et de recherche dès 2025. Ce type d'initiative d'accélération, par rapport aux objectifs fixés par les Etats, devra rentrer dans les priorités des agendas des managers pour les prochains mois.

Les entreprises représentent les deux tiers de la consommation énergétique mondiale. Si elles s'engagent à réduire considérablement leur consommation d'énergie fossile et à se décarboner progressivement, c'est un immense pas en avant pour la planète et l'humanité. Cette crise doit être saisie comme une opportunité pour changer radicalement nos habitudes.

Imitons par exemple l'initiative du Club des entrepreneurs pour le climat, qui rassemble, depuis fin 2019, un groupe d'entrepreneurs français à la tête d'entreprises telles que Savencia, Yves Rocher, Voyageurs du Monde, LSDH, Tissages de Charlieu, Biscuiterie de l'Abbaye, Vivlio, Bel, Triballat Noyal qui s'engagent à travailler ensemble pour décarboner la totalité de leur consommation énergétique, et à inspirer par l'exemple les autres entreprises.

Nous devons adopter une posture humble et apprendre de nos erreurs pour construire le monde de demain. Nous avons un besoin urgent de construire de nouveaux récits pour nos sociétés en faisant appel à notre intelligence et notre énergie collective. Voici tout l'enjeu du monde de demain.

Serge Papin est ex-président de Système U, Jean-Pierre Riche est directeur général d'**Orygeen**.

Serge Papin et Jean-Pierre Riche

Réagir face à une crise. Agir pour préparer l'après.

Chaque jour, la rédaction des Echos répond à votre besoin d'une information fiable et vous aide à prendre les meilleures décisions.

Conservez une vision globale de la situation, en France et dans le monde. Décodez les conséquences de la crise sur l'économie, les entreprises et les marchés. Eclaircissez votre réflexion avec des points de vue, des idées et des contributions de tous horizons.

Reprenez un temps d'avance avec Les Echos. Abonnez-vous dès maintenant !