

Décisions durables

INNOVATION - TECH - SOCIÉTÉ



5 ANS APRÈS
LA COP21

**JEUNES ET ENTREPRISES
EN PREMIÈRE LIGNE**

ENGIE × FONDATION SOLAR IMPULSE

Et si prendre de la hauteur accélérerait la transition zéro carbone ?

Projet n° 10 : ENGIE, leader de la transition zéro carbone⁽¹⁾, s'associe à la Fondation Solar Impulse pour mettre à profit son expertise et identifier 1 000 solutions plus propres, efficaces et rentables⁽²⁾. Cette alliance permettra d'accélérer la transition zéro carbone pour que la jeune génération vive mieux demain. Retrouvez nos projets collaboratifs sur harmonyproject.engie.com

#ENGIEHarmonyProject



ENGIE

**#Act
With
ENGIE***

L'énergie est notre avenir, économisons-la !

* J'agis avec ENGIE.

(1) engie.com/breves/engie-strategie-impact-positif

(2) solarimpulse.com

ENGIE : SA AU CAPITAL DE 2 435 285 011 € - RCS NANTERRE 542 107 651. © Getty Images, Production Fondation Solar Impulse.



NAFISSA GOUPIL

COP21, 5 ANS APRÈS : LES ENTREPRISES ACCÉLÈRENT

En 2015, lors de la COP21, 195 pays signaient l'Accord de Paris. Un texte qualifié d'historique : le premier accord universel sur le climat, juridiquement contraignant.

À cette occasion, de très nombreuses entreprises ont formalisé des engagements. En 2020, cinq ans plus tard, où en sont-elles ?

Alors que cet Accord bat de l'aile, que la COP25 est un échec, ne sont-elles pas tentées d'en profiter pour s'éclipser ? Eh, bien non, au contraire, elles maintiennent leurs engagements, et même les renforcent, et accélèrent le rythme. Puisque les États sont incapables de réagir, il semble que la politique globale du monde – c'est-à-dire l'avenir – soit désormais prise en charge par les entreprises.

Elles sont soutenues, et poussées, dans cette voie par la jeunesse, qui refuse de baisser les bras, et par les startups, qui les défient sur leur terrain et les challengent dans leurs pratiques et dans leurs modèles économiques.

Ce hors-série a été réalisé avec la collaboration de : Orange, Schneider Electric, Egis, Bouygues Construction, Epson et Engie. Décisions durables a souhaité rendre compte des avancées et des engagements de ces entreprises qui, dans leurs secteurs respectifs, sont confrontées à des défis colossaux, et qui n'ont pas renoncé à les affronter.

L'ensemble des propos, dates, photos, chiffres et données mentionnés dans les pages réservées aux présentations des entreprises nous ont été fournis par ces dernières. Le magazine Décisions Durables décline toute responsabilité quant à leur exactitude.

Hors-série gratuit - Ne peut être vendu
www.decisionsdurables.com

E-mail : info@decisionsdurables.com

Directrice de la publication : Nafissa Goupil
nafissa@decisionsdurables.com

Rédacteur en chef : Antoine Morlighem
antoine.morlighem@decisionsdurables.com

Direction artistique : Céline Pouit

Suivez-nous aussi sur :



facebook.com/decisionsdurables



twitter.com/decisionsdurables



Photo de couverture : Shutterstock©

Décisions durables est édité par Silarjuqa, SAS au capital de 40000 €,
515 380 194 RCS Paris.

21 rue de Fécamp – 75012 Paris

Labellisé Imprim'vert. Imprimé sur papier certifié PEFC, issu de forêts gérées durablement.



C'est juste un vieux téléphone.

Un vieux téléphone au fond d'un tiroir qui ne sert plus à rien.

Mais ça ne veut pas dire qu'on ne peut plus rien en faire.

Un vieux téléphone qui contient de vieux messages, des photos floues et des vidéos mal cadrées. Mais aussi du plastique, un écran et des métaux qui peuvent avoir une seconde vie.

Bref, c'est juste un vieux téléphone. Et si nous réunissons 25 000 vieux modèles comme celui-là, nous pouvons même créer un emploi.

C'est pourquoi depuis 2010, Orange a collecté 8 millions de téléphones et participé à la création de 40 emplois.

Rendez-vous dans nos boutiques pour nous aider à recycler les 100 millions qui se cachent encore dans nos tiroirs.

Nous avons tous de grands pouvoirs.

Nous avons tous de grandes responsabilités.

bienvivreledigital.fr

Recyclage des mobiles : traitement des matières non recyclables et récupération des matériaux pouvant être réutilisés. Orange veille à la suppression des données personnelles.
Plus d'infos sur bienvivreledigital.fr

**Vous rapprocher
de l'essentiel**

orange™



SOMMAIRE —

- 06** Des clés pour un monde post-carbone
- 08** Parole à la jeunesse
- 10** ORANGE place l'environnement au cœur de sa stratégie
- 12** SCHNEIDER ELECTRIC Inventer l'énergie des générations futures
- 14** EGIS
« Entrer en résonance et en résilience avec les défis de notre temps »
- 16** BOUYGUES CONSTRUCTION
La RSE : un chantier qui promet !
- 18** EPSON
« L'alliance de l'innovation technologique et de la responsabilité »
- 20** La Galaxie des solutions
- 22** Rose-May Lucotte, de ChangeNOW :
« Un mouvement de fond »

DES CLÉS POUR UN MONDE POST-CARBONE

Alors que l'urgence climatique se fait de plus en plus pressante, et l'inaction politique de plus en plus coupable, nous pourrions (comme nous y inciteraient certains des éléments ci-dessous), sombrer dans le défaitisme. Pourtant, comme vous le verrez au fil de ces pages, la société civile n'attend pas que les grands de ce monde mettent fin à leurs tergiversations. Au premier rang les entreprises qui, depuis la COP21, ont compris qu'elles ne pourront perdurer et prospérer qu'en changeant de paradigme économique. La pression citoyenne se fait de plus en plus forte pour les inciter à transiter. Et la jeunesse de menacer : elle n'hésitera pas à mettre ses talents au service d'un concurrent plus engagé, en phase avec ses convictions et ses valeurs. Plus loin, l'innovation bat son plein, et des milliers de startups inventent chaque jour les nouvelles solutions qui contribueront demain à nous sortir de l'ornière pour nous mener sur la voie de la société post-carbone.

Mais avant d'explorer ces motifs d'espoir, voici quelques clés de lecture et éléments de contexte, pour poser les enjeux.

LES CHIFFRES S'ENTÊTENT

2019

conclut la **décennie la plus chaude** jamais enregistrée

Dans le **TOP3**

des années les plus chaudes depuis 1850, après 2014 et 2018

10 MILLIONS de personnes déplacées

au premier semestre, dont 7 pour cause climatique. Un chiffre qui pourrait être proche de 22 millions en fin d'année

+4° à 5°

hausse de la température d'ici la fin du siècle au rythme actuel

140 MILLIARDS \$

coût des 15 plus grandes catastrophes climatiques de 2019 selon l'ONG Christian Aid

LES EXPERTS VS LA COP25

ANTONIO GUTERRES

Secrétaire général des Nations Unies

« L'espèce humaine est en guerre contre la planète et la planète rend coup pour coup. Le changement climatique n'est plus un problème à long terme, nous sommes confrontés maintenant à une crise climatique. Le point de non-retour n'est plus loin à l'horizon, il est en vue et se rapproche de nous à toute vitesse. »



LES EXPERTS DU PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR L'ENVIRONNEMENT (PNUE)

dans le dernier rapport sur les trajectoires des émissions de gaz à effet de serre



« Des transformations sociétales et économiques majeures doivent avoir lieu au cours de la prochaine décennie pour compenser l'inaction du passé. »

CLÉMENT SÉNÉCHAL

Chargé de campagne climat pour Greenpeace France

« Les faits scientifiques, les attentes de la jeunesse et l'intérêt des peuples ont littéralement été mis à la porte, à l'image de ces représentants de la société civile qui ont été exclus temporairement de la COP25 suite à une action de protestation non-violente : un fait sans précédent qui illustre le divorce entre les décideurs politiques et le monde réel »



LES ACTEURS S'ENGAGENT



UN NOUVEAU MANIFESTE POUR L'ENTREPRISE

PASCAL DEMURGER

Président de la Maif, auteur de « L'entreprise du XXI^e siècle sera politique ou ne sera pas »

« À mon sens, l'entreprise n'est pas légitime pour proposer ou imposer un modèle d'organisation sociale, une vision de la société. Ce n'est ni une démocratie, ni une enceinte légitime pour structurer le monde de demain. En revanche, par son activité, a fortiori si elle est puissante, elle a un impact réel sur le monde. L'entreprise politique telle que je l'entends est celle qui prend conscience de cet impact, qui a la volonté de le réduire, et in fine de le rendre positif. »



UN GREEN NEW DEAL

URSULA VON DER LEYEN

Présidente de la Commission européenne

« Je veux que le Green Deal européen devienne la marque de fabrique de l'Europe. Notre engagement, visant à devenir le premier continent neutre en carbone, est au cœur de la nouvelle Commission. »



UN APPEL DE LA JEUNESSE

EXTRAIT DE L'APPEL POUR UN RÉVEIL ÉCOLOGIQUE,

signé par plus de 30 000 étudiants, notamment issus de grandes écoles

« En tant qu'étudiant, je suis conscient que le changement climatique, l'effondrement de la biodiversité et l'épuisement des ressources vont avoir un impact majeur sur chaque aspect de nos vies et que les moyens mis en œuvre pour y faire face ne sont pas à la hauteur. Je déclare donc ici refuser de contribuer par mon travail à l'accélération des crises environnementales et sociales. Au contraire, je souhaite mener une activité professionnelle cohérente avec l'urgence écologique en mettant mon temps et mon énergie au service de projets qui construisent une société soutenable et juste socialement. J'appelle mes futurs employeurs à devenir acteurs d'une transition écologique ambitieuse. »



TECH FOR GOOD

LA TENDANCE QUI MONTE



Face aux problématiques de plus en plus criantes soulevées par le monde de la tech : accessibilité, vie privée, impact social, environnemental... une prise de conscience est à l'œuvre. Le 15 mai 2019, se tenait le deuxième sommet Tech for Good à l'Élysée. Il réunissait 80 dirigeants de grandes

entreprises, startups, associations et acteurs de l'écosystème numérique mondial pour réfléchir à la manière dont l'innovation technologique peut œuvrer au bien commun, sur des thématiques telles que : l'accès à l'éducation, la diversité, le travail, l'inclusion sociale ou la protection de l'environnement. Une manière pour le secteur, de renouer avec ses promesses initiales. On demande à voir.

PAROLE À LA JEUNESSE



LAURA BELLOIS

Fondatrice de l'association *Visages de jeunes*

J'ai commencé à m'engager au sein du Conseil municipal de jeunes de ma ville, Osny. Au lycée, j'ai rejoint le Conseil de la vie lycéenne dont j'ai été la vice-présidente pendant deux ans. C'est là que mon engagement pour le climat s'est concrétisé. En mobilisant chaque élève, nous avons pu lancer de nombreuses initiatives : installation d'un potager pédagogique, de ruches, d'un poulailler, instauration du tri sélectif, du compost...

« LA JEUNESSE AGIT, SA VOIX S'ÉLÈVE »

Des actions locales, simples, qui permettent non seulement de sensibiliser la jeunesse sur de nombreux enjeux, mais qui ont aussi un impact positif à l'échelle du territoire. Ainsi, à partir de ces projets concrets, nous avons travaillé à plus long terme, en mettant l'accent sur l'intergénérationnel, pour engager une conversation réunissant 4 générations de citoyens. Ces deux dernières années, j'ai poursuivi mon engagement au sein du Conseil régional des jeunes d'IDF et j'ai créé en 2019 l'association Visages de jeunes pour mettre en valeur toutes les actions de la jeunesse à l'échelle locale. Il s'agit de sortir des clichés sur la jeunesse, tantôt considérée comme une masse informe de fainéants, tantôt, quand elle se mobilise, accusée de ne rien

comprendre au sujet et priée de laisser « les grands » régler le problème. Or, si les jeunes peuvent parfois sembler absents de la conversation climatique, notamment en niveau politique, ils n'en mènent pas moins des actions au quotidien, au sein de leur territoire, sans rien demander à personne. N'oublions pas que cette jeunesse en quête de sens fera la population active de demain. Si l'on veut éviter une fuite des cerveaux et des compétences, c'est toute la société civile qui doit engager sa transformation. D'autant que, on le voit bien, à l'échelle internationale, l'action politique s'embourbe. La jeunesse agit, sa voix s'élève : il serait temps de commencer l'écouter.



« L'ÉCOLOGIE, C'EST AUSSI RÉINVENTER NOTRE DÉMOCRATIE »



CÔME GIRSCHIG

Représentant de la jeunesse française
au Sommet Climat des Nations Unies
et co-fondateur de JAC – Jeunes
Ambassadeurs pour le Climat

La COP21 a vraiment marqué le début de mon engagement pour la cause climatique, qui s'est rapidement concrétisé dans mes études avec un Master environnement et diplomatie à Sciences Po. Je me suis par la suite impliqué dans des ONG et ai suivi, en tant qu'observateur, les négociations des COP 23 et 24. En 2018, je suis devenu jeune délégué Français pour le climat et j'ai créé l'association Jeunes Ambassadeurs pour le Climat, avant de représenter la jeunesse française au Sommet Climat des Nations Unies en septembre 2019. En suivant ces grands événements internationaux de près, je me suis forgé la conviction que, si certains politiques tentent de faire vraiment bouger les choses, il n'y

aura pas d'avancée majeure et profonde avec la classe politique actuelle aux commandes. C'est pourquoi la société civile, et plus particulièrement la jeunesse, doivent agir, par leur vote ou leur engagement, pour changer de paradigme. On voit que la mobilisation commence à prendre, que l'écologie peut constituer une porte d'entrée dans le désir de politisation qui traverse la jeunesse. Il faut maintenant que cela se concrétise davantage. À l'image du collectif *Pour un réveil écologique* qui a vu, au mois de novembre dernier, 30 000 étudiants et jeunes diplômés appeler leurs futurs employeurs à un réveil écologique. En refusant de mettre leurs talents au service d'entreprises ne tenant pas compte de l'urgence écologique, ils

ont créé un véritable électrochoc. De la même manière, nous pouvons influencer sur les gens qui nous dirigent. Il est encore temps de changer la politique pour que la politique sauve le monde. À ce titre, la Convention citoyenne pour le climat, que je suis en tant que citoyen reporter, me paraît particulièrement ambitieuse et prometteuse. L'écologie, c'est aussi réinventer notre démocratie.



MAXIME BELLEC

Centralien, membre de l'association
Pour un réveil écologique

J'ai fini Centrale en 2016. Jusque-là j'avais un parcours relativement classique et, à l'image de 99 % de ma promo, aucune sensibilité pour les questions de développement durable. Ce n'est qu'à l'issue de mes études et d'un grand voyage à vélo que j'ai pu prendre du recul et que cela a commencé à mûrir en moi. En 2018 j'ai rejoint une petite boîte, Tomorrow, qui développait *electricitymap.org*, un site gratuit et ouvert présentant le

« POUR UNE MEILLEURE FORMATION DES JEUNES À CES ENJEUX »

mix énergétique européen en temps réel. Depuis je suis autoentrepreneur, je fais du conseil en informatique, une activité qui me permet de consacrer une part importante de mon temps (environ 50 %) au monde associatif et à la cause écologique. En tant que citoyens, nous avons une vraie capacité de pression :

- sur les politiques par notre vote,
- sur les industriels par notre consommation,
- sur les entreprises en choisissant un employeur, un client, en phase avec nos convictions, à l'image de l'appel lancé par *Pour un réveil écologique*.

Les changements sociétaux, surtout les plus radicaux, sont d'ordinaire très lents. Mais depuis 2018 et la démission d'Hulot, j'ai l'impression que

quelque chose est en train d'infuser. Nous n'en voyons pas encore les résultats concrets mais la bataille de l'opinion est en passe d'être gagnée. De mon côté, j'aimerais m'engager davantage dans la formation des jeunes. Si j'avais été sensibilisé plus tôt, j'aurais probablement fait d'autres choix d'études et de carrière et gagné beaucoup de temps. J'ai commencé à le faire : en novembre dernier j'ai participé à la formation au climat de tous les élèves de première et deuxième année de CentraleSupélec. Du côté de *Pour un réveil écologique*, nous avons été un peu surpris par le succès de notre appel, mais nous commençons à nous structurer et à explorer de nouvelles voies pour faire bouger les entreprises, notamment sur le recrutement et la formation.



ORANGE PLACE L'ENVIRONNEMENT AU CŒUR DE SA STRATÉGIE

MATTHIEU BELLOIR

directeur de la Responsabilité Sociale d'Entreprise du groupe Orange

Quel chemin Orange a déjà parcouru pour répondre aux défis environnementaux ?

Nous menons de longue date une politique environnementale ambitieuse et structurée. La COP21 a été un point d'étape déterminant pour la formulation d'engagements forts, comme celui de réduire de 50% les émissions de CO₂ par usage client. Un objectif que nous avons atteint en 2018, avec deux ans d'avance. C'est le fruit de notre plan «Green ITN», un programme d'efficacité énergétique qui a évité l'émission de près de 3 millions de tonnes de CO₂, notamment grâce à des solutions d'amélioration de l'empreinte de notre réseau telles que la ventilation naturelle de nos data centers ou le recours à l'énergie renouvelable. Ainsi, sur la zone Afrique et Moyen-Orient, nous comptons plus de 3000 sites solaires et nos trois fermes solaires en Jordanie permettent de couvrir localement plus de 70% de nos besoins. Nous avons également mené des actions fortes sur les bâtiments (35% de réduction des émissions par rapport à 2006) ; nous possédons la 1^{re} flotte européenne d'entreprise en auto-partage (+ de 2500 véhicules), développons le recours aux véhicules électriques ou mobilités douces, et avons fait baisser entre 2006 et 2018 les émissions de ce poste transports de 34%.

Quels sont les grands axes d'Engage 2025 pour lutter contre le changement climatique ?

Nous sommes convaincus qu'il n'y aura désormais plus de performance économique sans engagement durable et qu'une entreprise sera aussi jugée à l'aune de ses actions pour la société et la planète.

Notre ambition environnementale est à la hauteur de

notre conviction. Nous avons pour objectif d'être net zéro carbone en 2040, avec dix ans d'avance sur l'objectif du secteur. Nous allons poursuivre nos efforts pour optimiser les émissions et consommations de notre réseau et notre implication sera plus marquée en matière d'économie circulaire. C'est la poursuite de l'engagement pris en 2015 pour en intégrer les principes dans nos processus et nos métiers.

Les résultats sont probants :

- près de 15 millions de téléphones mobiles collectés à date,
 - 87% des 5 millions de Livebox produites annuellement sont collectées et recyclées,
 - l'empreinte carbone de la Livebox 5 est de 29% inférieure à la précédente version grâce à un format réduit, l'utilisation de plastiques recyclés et la diminution du nombre de composants,
 - la commercialisation du Fairphone depuis 2017, le premier smartphone responsable.
- Mais il s'agit d'aller encore plus loin.

Quels objectifs vous êtes-vous fixés ?

Nous souhaitons à l'horizon 2025 :

- disposer de 20% d'équipements de seconde main dans nos réseaux,
- atteindre le 0 plastique dans nos emballages produits,
- éco-concevoir 100% de nos produits,
- ou encore collecter 30% des mobiles que nous vendons en Europe.

Au-delà de ces objectifs concrets et chiffrés, c'est une mutation globale que nous suscitons, entraînant avec nous l'ensemble de notre écosystème. À travers la Joint

LIVEBOX 5, DÉBITS DOUBLÉS ET EMPREINTE CARBONE RÉDUITE

La livebox 5 a réduit son empreinte carbone de 29% par rapport à la génération précédente, grâce à :

- une coque 100% en plastique recyclé,
- une fabrication plus légère et plus compacte,
- moins de composants électroniques, ce qui facilite les réparations et le recyclage,
- un nouveau design permettant une ventilation passive, sans ventilateur.



Audit Cooperation (JAC), une structure internationale regroupant 17 acteurs majeurs des télécommunications, nous encourageons nos fournisseurs à adopter les critères d'économie circulaire et de RSE auxquels nos clients et investisseurs sont de plus en plus sensibles. Et nous obtenons des avancées significatives. C'est un mouvement de fond, qui constitue une opportunité pour innover et réinventer tout ou partie de notre business model. Il est indispensable de bien en saisir les enjeux pour garder un temps d'avance.

Et qu'en est-il de l'impact du numérique sur l'environnement ?

Comme le rappelle notre PDG, Stéphane Richard : « *Le numérique est une petite partie du problème et une grande partie de la solution* ». Les études les plus récentes estiment que le numérique représente 3,5% des émissions de CO₂, à l'échelle de la planète. La croissance rapide des usages numériques crée certes des inquiétudes, mais il est possible d'en atténuer l'impact.

1. Quand les opérateurs font des efforts, les émissions peuvent être maîtrisées. Ainsi le dernier rapport de l'Arcep en France montre que l'augmentation des usages et des usagers, n'a pas fait augmenter les émissions du secteur. Elles ont même été stabilisées.

2. Le numérique est un formidable outil pour aider les entreprises à réduire leur empreinte. Par exemple, chez Orange, nous avons installé le siège de nos activités Afrique et Moyen-Orient au Maroc et pour limiter les déplacements, nous avons doté du même service de visioconférence toutes nos filiales de la zone. Dès la première année, près de 25% des voyages devraient être évités.

L'engagement environnemental des entreprises devient-il un enjeu d'attractivité des futures recrues ?

Nous avons bien conscience que ces sujets prennent de plus en plus d'importance, notamment auprès des jeunes générations. Nous avons d'ailleurs été l'une des premières entreprises à répondre à l'appel du manifeste étudiant *Pour un réveil écologique*. Nos réponses sont en ligne. Il faut écouter ces talents de demain, comprendre leur point de vue, savoir leur montrer comment nous tâchons de répondre à leurs préoccupations sociétales et environnementales. Chez Orange, nous le faisons en toute transparence, car nous croyons dans ce que nous faisons et dans la pertinence de notre action.

D'ailleurs, pour notre reporting *Climate Change 2019*, nous avons obtenu un A du CDP¹ et figurons ainsi parmi les organisations leaders dans la limitation de leur impact climatique.

Notre responsabilité s'étend aussi à nos salariés et nos clients, pour les inciter à adopter des gestes éco-responsables, comme le recyclage des mobiles.

Comme nous le disons dans notre discours de marque : Nous avons tous de grands pouvoirs – nous avons tous de grandes responsabilités !

1- Organisation internationale à but non lucratif qui encourage les investisseurs, les entreprises et les villes à prendre des mesures afin de construire une économie réellement durable, en mesurant et comprenant leur impact sur l'environnement.

SCHNEIDER ELECTRIC INVENTER L'ÉNERGIE DES GÉNÉRATIONS FUTURES

Schneider Electric s'appuie sur une culture de l'innovation et du partenariat pour proposer à ses clients des solutions au service de la transition énergétique et numérique afin de fournir une énergie propre, sûre et fiable. Une philosophie dans laquelle le Groupe entraîne l'ensemble de son écosystème et de ses parties prenantes. Avec une conviction : un futur zéro carbone, en ligne avec l'objectif des 1,5°, est possible. Les innovations à venir seront clés.

En tant que leader mondial de la gestion de l'électricité et des automatismes, Schneider Electric est au cœur des enjeux liés à la transition énergétique. À l'occasion de la COP25, l'entreprise a réaffirmé son ambition d'être un modèle dans la lutte contre le changement climatique. Un engagement qui s'incarne dans les objectifs énoncés par le Groupe à l'occasion de la Climate Week, en septembre dernier, dans le cadre de l'initiative «*Business Ambition for 1,5° - Our only future*» :

- tracer, avec ses fournisseurs, la trajectoire vers une supply chain zéro carbone d'ici 2050,
- arriver à zéro émissions directes et réduire de 35% celles du scope 3 d'ici 2030 (par rapport à 2017),
- atteindre la neutralité carbone de ses opérations en compensant les émissions restantes en 2025 au plus tard,
- atteindre d'ici 2025 – soit cinq ans en avance – son objectif de neutralité carbone fixé à la COP21 au sein de son écosystème étendu, en permettant à ses clients de réaliser des économies de CO₂ supérieures à sa propre empreinte carbone.

Pour mesurer ces avancées, Schneider Electric a mis en place en 2018 un nouvel indicateur pour quantifier les économies de CO₂ réalisées par ses clients. Cette année, c'est plus de 80 millions de tonnes d'émission équivalent CO₂ qui ont ainsi été évitées.

Le Groupe en se définissant comme le plus intégré des groupes mondiaux et la plus locale des entreprises globales travaille à une stratégie de proximité en étant par exemple industriel partout tout en construisant une offre technologique globale et partout numérique afin de relever les défis du développement durable.

Stratégie globale

Dans un souci d'intégrer les enjeux du développement durable de manière complète, collaborative et transverse, Schneider Electric déploie des produits et des solutions pour permettre à ses clients d'allier performance économique et développement durable, tels que :

- EcoStruxure™, une architecture et plateforme unique

pour améliorer l'efficacité et la gestion de l'énergie de ses clients ;

- le programme Green Premium™, dont l'ambition est d'apporter plus de valeur ajoutée environnementale en collant au plus près des spécificités de chaque segment de marché ;
- EcoDesign Way™, qui permet de penser chaque nouvelle offre sous l'angle de la circularité ;
- Energy & Sustainability Services, des partenariats pour accompagner ses clients sur leur stratégie carbone, dans plus de 100 pays.

Mais l'enjeu n'est pas qu'énergétique. C'est pourquoi Schneider Electric s'engage aussi pour une transition plus juste, notamment en termes de parité et de formation.

La juste transition

Le Groupe a mis en place une politique stricte d'égalité entre les sexes, que ce soit en termes de salaire ou de représentation des femmes en position de leadership :

CHIFFRES CLÉS

236 491
(à Q3 2019)

personnes formées aux métiers de l'énergie depuis 2015. Ce chiffre sera d'1 million en 2025

7,08/10
(à Q3 2019)

résultat du Schneider Sustainability Impact

92%
(à Q3 2019)

des effectifs travaillent dans des pays déployant le plan d'équité salariale

+1 300

systèmes d'électrification autonome et micro-réseaux solaires installés depuis 2015

LE SCHNEIDER SUSTAINABILITY IMPACT: EN ROUTE VERS LES ODD

Les Objectifs Développement Durable des Nations Unies constituent une grille d'action pour les entreprises. Avec le Schneider Sustainability Impact, Schneider Electric peut mesurer comment il contribue aux 17 objectifs fondamentaux.

<https://youtu.be/SLzruxva1o0>



21,6% des leaders sont des femmes, avec un objectif de 30% dès 2020. À cette date, le Groupe peut assurer que partout dans le monde l'équité salariale H/F sera déployée. Schneider Electric met aussi l'accent sur la formation, avec des programmes dédiés aux jeunes en insertion professionnelle mais aussi aux populations défavorisées en RDC, en Inde ou encore au Vietnam afin que chacun puisse profiter des bénéfices économiques et sociaux de la transition à l'œuvre. « Notre objectif est de créer un écosystème qui favorisera un développement durable du secteur énergétique, grâce

à des professionnels formés et des solutions propres, simples, que chacun puisse utiliser. Les résultats sur le terrain sont très encourageants. Chaque vie changée est une victoire. Nous aurons ainsi formé 1 million de personnes avant 2025 », se félicite Gilles Vermot Desroches, Directeur Développement Durable de Schneider Electric. La juste transition c'est aussi toutes les actions menées par le Groupe pour réduire la précarité énergétique de 10% d'Européens et trouver les solutions d'accès à l'électricité de plus d'un milliard d'habitants de la planète qui en sont encore dépourvus, en Afrique et Asie.



QUESTIONS À GILLES VERMOT DESROCHES

GILLES VERMOT DESROCHES

Directeur Développement Durable

La COP21 a-t-elle été un moment important dans la stratégie de transition de Schneider Electric ?

Si nous n'avons pas attendu la COP21 pour agir, celle-ci a marqué un coup d'accélérateur avec notamment nos 10 engagements pour atteindre la neutralité carbone dans les 15 ans.

Le blocage politique constaté à la COP25 appelle-t-il encore davantage à une action forte des entreprises ?

Cette COP a certes été un échec, mais il est tout autant indéniable qu'une dynamique est enclenchée :

- le Green Deal Européen trace un chemin vers la neutralité carbone,
- les entreprises agissent aujourd'hui et maintenant, en témoignent les 177, dont Schneider Electric, qui sont dans le scénario SBTi 1,5° depuis la Climate Week,

- les innovations pour construire l'agenda des solutions accélèrent d'une forme incrémentale à une forme exponentielle de mobilisation,
- les ONG, villes et entreprises intensifient leur dialogue pour créer une coalition de progrès.

Au-delà des objectifs climatiques vous insistez sur les enjeux sociétaux. Ce sont les deux faces d'une même pièce ?

Oui, la transition ne pourra véritablement s'opérer que si elle est juste. C'est d'ailleurs tout le sens des Objectifs Développement Durable des Nations Unies.

Peut-on encore espérer quelque chose de la COP26 ?

Elle sera très importante, car c'est à cette occasion que les pays devront relever leurs engagements. Espérons que les efforts accrus des entreprises, le Green Deal Européen, la qualité de la diplomatie britannique ainsi que le choc des attermolements de cette COP25 permettront l'avancée significative indispensable que nous attendons tous.

EGIS

« ENTRER EN RÉSONANCE ET EN RÉSILIENCE AVEC LES DÉFIS DE NOTRE TEMPS »



MARTINE JAUROYON

Directrice Transformation métiers et RSE, membre du Comité Exécutif du groupe Egis

La COP21 a-t-elle été un déclic pour Egis ?

En tant que concepteur, prescripteur et exploitant dans le domaine des infrastructures de transport et des bâtiments, Egis influe sur la réalisation de dizaines de milliards d'euros de travaux et sur l'exploitation d'équipements empruntés par des millions de citoyens à travers le monde. Cela nous confère une responsabilité sociétale particulière. La COP21 a marqué une prise de conscience. Non pas tant sur les enjeux, déjà bien assimilés, mais sur la nécessité de changer de braquet.

Comment s'est-elle matérialisée ?

Début 2018, nous avons lancé notre démarche « Trajectoire 1,5° by Egis », qui poursuit un double objectif :

- le développement d'une offre d'ingénierie et d'exploitation bas carbone au service de nos clients et des territoires,
- la maîtrise de notre empreinte écologique interne.

Un engagement renforcé en 2019 par notre plan Vision 2025, qui inscrit la lutte contre le réchauffement climatique comme une priorité première et transversale de notre stratégie de développement ciblée sur les transports/mobilité du futur et la ville durable. C'est au sein de ces projets que nous avons le plus fort levier d'action. Notre large gamme d'expertises nous permet d'aborder ces défis avec la rigueur scientifique qui caractérise nos ingénieurs.

Pouvez-vous nous donner quelques exemples ?

Le premier défi est de définir, le plus en amont possible, l'impact énergétique et carbone des variables techniques d'un projet pour réaliser les meilleurs choix



SEABOOST : BIOMIMÉTISME, GÉNIE ÉCOLOGIQUE ET IMPRESSION 3D AU SERVICE DES ÉCOSYSTÈMES MARINS

Seaboost, filiale du groupe Egis, et la startup XtreeE ont associé leurs compétences uniques en ingénierie écologique et en impression 3D béton grande échelle pour concevoir, fabriquer et immerger les premiers récifs artificiels de nouvelle génération. À la clé : une complexité architecturale poreuse extrêmement sophistiquée qui contribue à la restauration d'habitats marins dégradés en offrant des habitats de substitution aux différentes espèces pour proliférer.

en matière de construction et d'exploitation, dans une démarche d'éco-conception. À titre d'exemple :

- dans le domaine routier, nous avons développé Variways®, un éco comparateur de variantes de tracés permettant d'évaluer l'impact carbone global d'une infrastructure routière ;
- dans le bâtiment, nous avons recours aux outils numériques de prédiction et de simulation, mais nous agissons également à d'autres niveaux, comme le choix du système constructif ou de matériaux tel le bois.

Par ailleurs, nous nous attachons à explorer de nouveaux modèles d'affaires. Nous nous devons d'être pro-actifs.



QUARTIER BRUNESEAU: OBJECTIF ZÉRO CARBONE!

Cet espace restait l'une des plus grandes friches du Sud de Paris. D'ici cinq à six ans, il deviendra le premier quartier décarboné de France. Composé de onze bâtiments pour un total de 100 000 m², le nouveau quartier Bruneseau cible la mixité sociale et fonctionnelle grâce à des immeubles conçus comme des villages verticaux alliant résidences seniors, étudiants, logements sociaux, commerces et bureaux. Deux tiers des éléments structurels sont prévus en bois, l'empreinte carbone sera divisée par cinq par rapport à la moyenne parisienne et les énergies renouvelables couvriront 65% des besoins.

L'innovation est clé : en 2019, nous avons consacré près de 11 M€ de R&D sur les sujets climat&biodiversité.

Qu'en est-il de votre fonctionnement interne ?

Nous avons défini un plan d'action pour atteindre la neutralité carbone en 2050. Depuis 2012, nous suivons l'évolution de nos émissions dues aux déplacements, à la consommation énergétique de nos bâtiments mais aussi au stockage de nos données. La consolidation est réalisée à ce jour sur nos filiales ayant leur siège en France: Egis a émis en 2018 environ 12000 teq. CO₂, soit en moyenne 3 teqCO₂/an/collaborateur. Ce chiffre s'améliore d'année en année, et nous étendons progressivement nos actions à l'ensemble de nos sites internationaux.

Et demain ?

Les entreprises ont un rôle clé à jouer. Au-delà de maîtriser l'empreinte écologique de leurs activités, elles doivent revisiter en profondeur leurs modèles d'affaires pour assimiler les nouvelles logiques économiques qui préfigurent la société post-carbone. Pour assurer sa durabilité, l'entreprise doit entrer en résonance et en résilience avec les grands enjeux de son temps. Le défi est de taille, les transformations à opérer, lourdes, la pression des impératifs économiques court-terme, forte. Mais toutes ces transformations à l'œuvre sont aussi une formidable opportunité pour créer durablement de la valeur et favoriser l'investissement de nos collaborateurs.



CYCLE UP: UN CAS CONCRET D'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Les matériaux représentent 56% de l'impact carbone d'un bâtiment et 70% de la production de déchets en France. Pour améliorer ce ratio, Egis et Icade ont créé Cycle Up, une place de marché innovante, qui organise la rencontre de l'offre et de la demande en matériaux de réemploi, en mettant en relation les acteurs de la filière. À la clé, pour ce Bon Coin de la matière :

- des économies de matières premières et de déchets,
- la relocalisation de l'approvisionnement en matériaux,
- une baisse des coûts de production et de l'impact carbone des projets,
- et un booster de l'économie sociale et solidaire !

BOUYGUES CONSTRUCTION

LA RSE : UN CHANTIER QUI PROMET !



CLAIRE BOILLEY FORESTIER

responsable du Développement Durable
chez Bouygues Construction

Bouygues Construction a lancé, en juin 2018, sa nouvelle stratégie de Développement Durable, baptisée: «*Responsable et Engagé*». Deux valeurs désormais inscrites au cœur de la stratégie globale du Groupe et plus particulièrement incarnées par la nouvelle labellisation TopSite: un dispositif inédit qui ambitionne d'évaluer 100% des chantiers du groupe, aussi bien en France qu'à l'international, selon une grille de critères RSE exigeante. Entretien avec Claire Boilley Forestier, responsable du Développement Durable chez Bouygues Construction.

Comment la démarche « *Responsable et Engagé* » s'inscrit-elle dans l'évolution de votre politique RSE ?

Notre première politique de développement durable, Actitudes, avait été lancée en 2007. Elle a permis de fédérer nos collaborateurs autour du sujet et de structurer nos process internes. En 2016, nous avons décidé d'aller plus loin, avec une volonté: ne plus avoir de politique de développement durable. Je m'explique: aujourd'hui la RSE ne peut plus être une des stratégies de l'entreprise à côté de grandes politiques centrales, mais doit au contraire constituer le dénominateur commun, marquer l'alignement des stratégies vers un objectif partagé. C'est toute l'ambition de «*Responsable et Engagé*», et, je le crois, une marque de maturité de l'entreprise sur ces sujets.

Qu'est-ce que TopSite ?

Au-delà de la vision, de l'engagement institutionnel, des objectifs et indicateurs, la RSE doit avoir un impact concret. Dans notre métier, ce sont nos sites opérationnels. C'est pourquoi nous avons créé une labellisation interne, qui s'assure que les enjeux sont bien déclinés de manière opérationnelle. C'est une démarche inédite qui mobilise l'ensemble de nos collaborateurs, mais aussi nos clients, et ce dans le monde entier. Chaque chantier de plus de 6 mois et de 3 millions d'euros du groupe, doit ainsi répondre à une grille de 16 critères qualifiants, couvrant 5 thématiques (Santé Sécurité, Environnement, Social, Sociétal, Qualité et Implication Client), ainsi que 2 bonus innovation et bonnes pratiques. Cet effort de standardisation est un sacré challenge, compte tenu de notre organisation complexe, propre aux grandes entreprises, et de la diversité de nos métiers ou des contextes locaux.

Quels en sont les objectifs ?

À l'externe, il s'agit de faire rayonner notre stratégie RSE de manière concrète et opérationnelle en donnant des garanties de notre performance à nos clients, tout en ouvrant un dialogue avec eux. En interne, c'est l'opportunité de créer des standards clairs, communs à tous partout où nous opérons, mais aussi de faire remonter et de partager les bonnes pratiques. À l'heure actuelle, plus d'une centaine de chantiers sont déjà labellisés TopSite. Notre objectif est d'atteindre 100% d'évaluations engagées d'ici fin 2020. Les premiers retours du terrain sont très encourageants.

Sentez-vous une prise de conscience globale du secteur de la construction sur ces enjeux ?

J'ai le sentiment qu'un vrai virage s'opère, particulièrement depuis ces dernières années, mais c'est vrai pour la société dans son ensemble. Au sein de la construction, je pense que la RSE peut être une chance de faire bouger les lignes sectoriellement. Si demain je peux partager la labellisation TopSite avec d'autres entreprises, ce sera avec plaisir. Nous avons tout intérêt à travailler collectivement.

CHIFFRES CLÉS



de chantiers déjà
labellisés TopSite



des chantiers doivent
lancer l'évaluation
d'ici 2020.



CORBAS : PREMIÈRE LEVÉE DE DRAPEAU TOPSITE EN FRANCE

Le drapeau TopSite flotte depuis le 8 janvier 2019 à Corbas (69), sur le chantier du plus important projet d'ombrières photovoltaïques de France. Installées sur un site dédié au stockage de véhicules neufs en attente de livraison vers les concessions automobiles, les ombrières fourniront à la fois :

- de l'électricité verte pour le réseau,
- et une protection pour les véhicules, dans une région où les intempéries peuvent être particulièrement violentes.

Un projet clé en main, dont le label certifie, au client comme aux riverains, l'excellence opérationnelle de l'engagement RSE des équipes de Bouygues Energies & Services.

CHIFFRES CLÉS

60 ombrières photovoltaïques, sur 12,5 hectares

16 MW de puissance

17 M€ coût du projet, dont Bouygues Energies & Services assurera l'exploitation et la maintenance sur 20 ans, à compter de sa livraison en mars 2020.

EXEMPLES D'ACTIONS TOPSITE

- Accueil sécurité renforcé pour les intervenants sur les risques photovoltaïques
- Analyse environnementale de l'impact des travaux et mises en place d'actions adaptées
- Analyse des risques techniques et plans de contrôle partagés et validés par le client
- Contrôle renforcé des différents intervenants pour lutter contre le travail dissimulé
- Contribution à l'emploi local en privilégiant les prestataires régionaux

PONTOON DOCK TOPSITE ET INNOVANT !

C'est à Londres, pour ce programme résidentiel de 236 habitations, auxquels s'ajoutent commerces et réaménagement paysager de l'espace public, que la première labellisation TopSite a été décernée. Développé par Linkcity et réalisé par Bouygues UK, filiale de Bouygues Bâtiment International, ce projet a mis en place de nombreuses innovations, telles que :

- un site web pour informer les riverains,
- un scanner 3D pour fournir au client un relevé complet et précis des structures,

- un système de contrôle automatique pour surveiller les niveaux de poussières, bruits et vibrations afin de protéger l'écosystème alentour,
- et des outils pour assurer le bien-être et la sécurité des travailleurs sur le chantier, à l'image de Gorilla Gripper, une poignée de transport pour lever les plaques, ou du bracelet Hawwear qui mesure l'exposition des ouvriers aux vibrations.

Autant d'initiatives qui ont valu à Pontoon Dock le label TopSite Innovation.

LE 1^{ER} LABEL QUI RÉUNIT TOUTES LES ENTITÉS BOUYGUES CONSTRUCTION SUR 5 THÉMATIQUES RSE

16 CRITÈRES



SANTÉ
SÉCURITÉ



ENVIRONNEMENT



QUALITÉ &
SATISFACTION
CLIENT



SOCIAL



SOCIÉTAL

+ **2**
bonus innovation
& bonnes pratiques

=



+ **5**
bonus innovation
& bonnes pratiques
(au moins 1 par thématique)

=





BÉRENGÈRE GAZAGNES

Responsable RSE d'Epson France

EPSON « L'ALLIANCE DE L'INNOVATION TECHNOLOGIQUE ET DE LA RESPONSABILITÉ »

Leader technologique mondial, Epson déploie une large gamme de produits allant des systèmes d'impression jet d'encre industriels, bureautiques et familiaux, aux projecteurs 3LCD, en passant par les robots industriels... Autant d'outils qui peuvent contribuer à améliorer l'impact environnemental des entreprises grâce aux technologies compactes et peu gourmandes en énergie et de haute précision développées par Epson. Bérengère Gazagnes, Responsable RSE d'Epson France, nous en dit plus.

Comment est né l'engagement climatique d'Epson ?

Je dirais qu'il est dans notre ADN, ancré dans nos racines japonaises. En tant que pays insulaire, à forte densité humaine et aux ressources limitées, le Japon a toujours travaillé dans un esprit d'économie circulaire et d'éco-conception. Dès 2008, le groupe a établi sa « Vision environnementale 2050 », que nous avons fait évoluer pour répondre aux nouveaux enjeux. Aujourd'hui, le Pacte mondial et les Objectif de développement durables de l'ONU sont plus que jamais la force motrice de nos objectifs.

Comment cette philosophie s'exprime-t-elle ?

Dès la phase de conception, nous prenons en compte le cycle de vie complet de nos produits, afin d'en augmenter l'efficacité opérationnelle et la productivité mais aussi pour anticiper leur fin de vie. Nos parties prenantes sont aussi intégrées dans ce mouvement : de notre chaîne d'approvisionnement à nos clients, en passant par nos équipes.

Et dans vos produits ?

C'est dans cet esprit que nous avons développé nos imprimantes jet d'encre : un système simple, sans émission de chaleur, qui dépose des gouttelettes d'encre sur les média. Résultat : une imprimante plus durable, robuste, qui consomme peu d'énergie et de matières premières et génère moins de déchets. Ainsi, sur la base des produits vendus en 2018, les économies réalisées sur 4 ans pourraient atteindre 15,4 millions d'euros et plus de 37 000 tonnes de CO₂, pour l'Europe de l'Ouest

par rapport à la technologie laser. Nous continuons à innover en développant des solutions nouvelles, à l'image de PaperLab, la toute première machine de recyclage de papier au bureau.

Comment envisagez-vous d'aller plus loin ?

Chaque renouvellement de gamme génère des opportunités d'amélioration. Par exemple, l'imprimante grand public XP-8500 consomme 67 % d'énergie en moins et émet 18 % de CO₂ en moins que la génération précédente. Mais il nous faut aller plus loin. Ainsi nos nouveaux objectifs 2025 validés par l'initiative indépendante SBTi visent jusqu'à 44 % de réduction des émissions de GES sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

En alliant innovation technologique et responsabilité, nous pouvons réussir le pari de la transition écologique.

— IMPRIMANTE À RÉSERVOIRS

84%

de réduction de CO₂ émis par les consommables par rapport à une imprimante à cartouches





Un vent de fraîcheur souffle sur l'impression !

Découvrez la technologie « zéro émission de chaleur », un moyen d'atteindre vos objectifs de développement durable

Communiqué



PRECISIONCORE

Une étude récente suggère que 44 % des entreprises européennes considèrent les initiatives respectueuses de l'environnement comme une priorité, et qu'environ 38 % d'entre elles reconnaissent l'importance de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE)¹.

Cela dit, vouloir un avenir plus écologique est une chose, mais faire en sorte d'y parvenir en est une autre. Les entreprises et les organismes du secteur public éprouvent souvent des difficultés à améliorer leurs performances en matière de RSE du fait de contraintes de coût et de temps, sans compter sur l'augmentation des coûts de l'énergie et de la gestion des déchets, grevant encore plus des budgets déjà serrés.

Mais il existe un domaine dans lequel les économies et un futur plus écologique peuvent aller de pair. Il s'agit d'une solution sans émission de chaleur pouvant contribuer de manière significative au respect de vos objectifs de développement durable et d'économies.

Imprimantes et copieurs Jet d'Encre Professionnel Epson :
Faites des économies, gagnez du temps et réduisez votre impact environnemental !



Selon Gilles ABRY, Directeur Commercial Epson France, cette technologie innovante d'impression « zéro émission de chaleur » d'Epson est une nouvelle approche dans le modèle économique de l'impression.

Elle nécessite jusqu'à 95 %² d'énergie en moins, et moins d'énergie consommée signifie réduction des coûts. Cela est déjà un bel avantage lorsque vous avez quelques imprimantes, mais cela devient une véritable aubaine si vous avez un parc de plusieurs centaines, voire milliers de produits.

Pour mettre cette opportunité en perspective, si toutes les entreprises en Europe ayant un parc d'imprimantes laser faisaient la transition vers des imprimantes Jet d'Encre Professionnel Epson, elles pourraient économiser jusqu'à 1,8 milliard de kWh par an, ce qui permettrait de faire rouler un parc de 1,2 million de véhicules électriques pendant un an³.

Il en découle des économies potentielles de 213 millions d'euros³. Tout à coup, les initiatives écologiques commencent à sembler plus séduisantes.

Les économies en termes d'émissions de CO² sont tout aussi impressionnantes : environ 636 000 tonnes par an, soit le volume absorbé par 29 millions d'arbres en un an³.

Et ce n'est pas tout. Ce changement d'appareils se traduirait par des réductions considérables de déchets car le volume de consommables devant être produit, expédié et détruit serait également grandement réduit.

Les analystes l'ont remarqué

Selon Phil Sargeant, expert du marché de l'impression chez IDC : « Un appareil sur trois vendu pour les environnements de bureau est une imprimante Jet d'Encre Professionnel. La technologie jet d'encre a fait un énorme pas en avant. Aujourd'hui, les bénéfices en termes de coût, de temps et d'environnement sont si importants qu'il est impossible à quiconque de les ignorer ».

Associez les objectifs en matière de développement durable de votre entreprise aux économies que vous réaliserez grâce aux imprimantes Jet d'Encre Professionnel Epson, et votre position deviendra soudainement bien plus confortable.

Toute comme celle du reste du monde ■



"Faites des économies, gagnez du temps et réduisez votre impact environnemental !"

En remplaçant les parcs copieurs & imprimantes laser par le Jet d'Encre Professionnel au niveau Européen, cela permettrait :



1,8 milliard de kWh / an d'économies d'énergie



d'alimenter 1,2 million de véhicules électriques / an



de réaliser 213 millions d'euros d'économie / an



de réduire de 636 tonnes les émissions de CO₂ / an



des vitesses d'impression jusqu'à 3,5 x plus rapide

¹ Coleman Parkes, 2018, comme demandé par Epson Europe. Enquête réalisée au Royaume-Uni, en Allemagne, en Italie et en Espagne en novembre 2018 auprès de 1 000 décideurs et 1 000 utilisateurs d'imprimantes.

² L'Epson WorkForce Pro WF-CB190DW consomme 95 % d'énergie en moins par rapport à l'imprimante HP Color LaserJet Enterprise M750dn, le modèle le plus vendu dans le segment de l'imprimante monofonction couleur A3 21-30 ppm, comme indiqué par IDC pour la période comprise entre le 3^e trimestre 2015 et le 2^e trimestre 2019. Méthode vérifiée par TÜV Rheinland, basée sur la « Consommation d'énergie classique », définie dans le cadre de la procédure d'essai Energy Star et indiquée en kWh par an.

³ Plus d'information sur le Jet d'Encre Professionnel Epson : www.epson.eu/neop-footnotes

LA GALAXIE DES SOLUTIONS

LE FRET VERT A LE VENT EN POUPE



Zéphyr & Borée

low carbon shipping

Polluant le transport de marchandises ? Plus pour longtemps grâce à Zéphyr & Borée qui conçoit des porte-conteneurs à voiles. Son premier projet : Canopée, un cargo de 121 mètres, équipé de 4 ailes articulées de 375 m² et d'un moteur dual fuel Diesel – GNL, sera dédié au transport du futur lanceur Ariane 6. Prévu pour 2022, il devrait permettre de réduire les émissions polluantes de 35%.

DE L'EAU PURE POUR TOUS!

DESOLENATOR®

Desolenator combine deux des produits les plus abondants sur terre, l'eau de mer et l'énergie solaire, pour en produire un qui se fait de plus en plus rare : l'eau potable. La technologie modulaire développée par Desolenator élimine 99,9% des contaminants et ne nécessite que très peu de maintenance. 10 000 à 250 000 litres d'eau peuvent être purifiés chaque jour en fonction du modèle de desolenator utilisé.

INTELLIGENTE ET VERTE : LE DUO GAGNANT DE LA VILLE DE DEMAIN

KERMAP

Kermap propose aux collectivités locales des solutions de pilotage des aménagements urbains, grâce son intelligence artificielle, pour faciliter la transition écologique des villes : cartographies végétales, modélisation du climat à l'échelle d'un quartier, élaboration de modèles prédictifs pour évaluer l'impact de nouveaux aménagements...



Urban Canopee remédie aux îlots de chaleur grâce à ses canopées végétales qui contribuent à la résilience des villes, tout en favorisant : le retour de la nature et de la biodiversité, l'efficacité énergétique des bâtiments, la lutte contre la pollution ou encore le bien-être des citoyens. Alliage de matériaux composites, d'ingénierie végétale et d'objets connectés, l'Urban Canopee a également l'avantage d'être entièrement autonome en eau et en énergie.

L'AGRICULTURE PREND DE LA HAUTEUR FUTURA GAÏA

Futura Gaïa est un projet européen qui vise à déployer un modèle d'agriculture verticale à échelle industrielle. Alors que les sols disponibles se font rares et que le circuit court se popularise, l'agriculture urbaine verticale constitue une solution intéressante. Futura Gaïa conçoit une solution clé en main, automatisée et robotisée pour piloter finement la production et optimiser les rendements.



L'EFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE



Solcold ambitionne de faire du soleil... le plus grand climatiseur du monde. En développant une peinture qui refroidit à mesure que la lumière du soleil s'intensifie, l'entreprise israélienne ambitionne de réduire de 60% la consommation énergétique de la ville. La commercialisation est prévue pour 2020.

CONSOMMER AUTREMENT



Chaque jour, rien qu'en Île-de-France, 300 000 emballages alimentaires sont jetés. Pandobac veut remédier à ce problème en fournissant aux grossistes des bacs réutilisables afin de supprimer et remplacer les emballages jetables dans le transport de marchandises alimentaires. Pandobac prend en charge le lavage, le réapprovisionnement ainsi que le tracking de ses emballages.



25 multinationales se sont associées pour le lancement de Loop : une plateforme d'e-commerce fondé sur la consigne, proposant de nombreux produits du quotidien dans des emballages réutilisables. Actuellement uniquement accessible en région parisienne, la plateforme sera déployée dans toute la France en 2020.



Plus de 6 pneus arrivent en fin de vie chaque seconde en Europe. Un risque écologique, mais aussi une source gigantesque de matière pour Oth et ses semelles en pneus recyclés. Selon la marque française, la production de 3 paires de chaussures Oth permettrait le recyclage d'un pneu.



L'ÉNERGIE DES COURANTS

Eel Energy a développé une technologie qui permet de récupérer l'énergie générée par les courants et les marées. Une énergie prédictible et dont le potentiel s'élève à 450 TWh/an à l'échelle mondiale et 105 TWh/an en Europe.



LE CROWDFUNDING AU SERVICE DU SOCIAL

BEAM

Beam est une plateforme de crowdfunding qui permet à chacun de sponsoriser une personne sans domicile fixe, en leur fournissant une formation qui puisse déboucher sur un travail stable et rémunérateur.

ENFIN UNE SOLUTION CONTRE LE PALUDISME ?



Le paludisme tue un enfant toutes les deux minutes, essentiellement en Afrique, et pèse sur le développement de tout un continent. L'ambition de Maïa : sauver au moins 100 000 vies grâce à sa pommade anti-moustique. Déjà commercialisée au Burkina Faso, Maïa attend l'homologation de l'OMS pour passer à la vitesse supérieure. Maïa est lauréat du WHO Africa Innovation Challenge 2019.

L'HEURE DE L'HYDROGÈNE ?



Prometteuse, l'énergie hydrogène n'en reste pas moins, pour l'heure, embryonnaire. En cause notamment, la difficulté pour le transporter et le stocker. HySiLabs pourrait bien faire sauter ce verrou, avec sa technologie de rupture permettant de transformer l'hydrogène en vecteur liquide. La startup française a levé 2 M€ en 2018 et devrait prochainement enclencher la phase d'industrialisation.





« UN MOUVEMENT DE FOND »

ROSE-MAY LUCOTTE

Co-fondatrice de ChangeNOW Summit

Qu'est-ce qui fait la spécificité de ChangeNOW ?

C'est avant tout un événement porté sur les solutions, sur l'action concrète et avec une dimension internationale unique. En trois ans, ChangeNOW est devenu le plus grand rassemblement mondial des innovations pour la planète, et permet de réunir les acteurs du changement venus du monde entier, pour accélérer la transition sur les urgences de notre siècle.

Sentez-vous une montée en puissance du monde économique sur ces enjeux ?

Depuis 3 ans, nous voyons clairement que le secteur se structure. Et qu'il est en pleine croissance ! Si nous devons encore convaincre les projets de se rassembler lors de notre première édition en 2017, cette année, nous avons reçu un grand nombre de candidatures, et avons sélectionné 1 000 solutions, parmi des projets solides avec un vrai impact. En parallèle :

- les investisseurs généralistes s'intéressent de plus en plus aux startups de l'impact,
- les grandes entreprises intègrent désormais les enjeux environnementaux et sociaux au cœur même de leur stratégie,
- et les talents s'orientent massivement vers les entreprises porteuses de sens.

Que vous inspire l'échec de la COP25 ?

Les gouvernements ne peuvent pas agir seuls. Le changement doit passer par une collaboration étroite entre

les acteurs du public, du privé et les citoyens. La société civile, et la jeunesse en particulier, a envie d'agir, mais elle est souvent démunie, et limitée à des actions de protestation. Nous avons besoin d'actions concrètes, et les entreprises jouent un rôle clé pour apporter des solutions. Il faut proposer des alternatives, de nouveaux modèles, pour donner à chacun les moyens de participer au changement.

Qu'est-ce qui vous rend optimiste pour l'avenir de la transition ?

Voir grandir cette quête de sens chez les gens que je croise tous les jours, dans tous les secteurs. Chercher à faire différemment, vouloir avoir un impact positif, ce n'est plus quelque chose d'isolé ! C'est un mouvement de fond. Ce qui est très motivant, c'est de le sentir concrètement, d'être au cœur de ce changement, à travers ChangeNOW, et de pouvoir fédérer des leaders, des groupes et des communautés qui ont un impact.

Que manque-t-il encore pour amplifier le mouvement ?

Les solutions ont besoin de plus de soutien pour pouvoir se développer. À la fois des financements privés, mais aussi de la sphère publique, notamment à travers des actions législatives. Enfin, il faut continuer à créer un narratif positif autour de la transition : montrer que changer n'est pas une contrainte, mais une opportunité, et donner envie de participer à ces changements dont dépend, tout simplement, notre avenir !