

WORLD FORUM LILLE

# « Il n'y a pas que le bénéfice net. Il y a l'amélioration de la société »

**Vinod Kumar, directeur général de Tata communications, filiale du géant indien Tata, était hier au World Forum pour présenter la démarche du groupe en matière de responsabilité sociale et environnementale (RSE). Inspirant.**

PAR VALÉRIE SAUVAGE  
economie@lavoixdunord.fr  
PHOTO PATRICK DELECROIX

– Pouvez-vous nous présenter le groupe Tata ?

« Tata a 150 ans. C'est le plus grand groupe privé indien. Il s'est diversifié dans la métallurgie, l'énergie, l'automobile, l'informatique, les télécoms, les hôtels... Les 95 entreprises qui composent le groupe génèrent un chiffre d'affaires de 84 milliards de dollars, dont 70 % hors de l'Inde. Il est présent dans 150 pays. »

– Que représente la RSE pour Tata ?

« Le groupe faisait de la RSE bien avant que ça ne devienne à la mode, depuis plus de cent ans. C'est une volonté de la famille qui est à l'origine de sa création. Les entreprises du groupe reversent leurs dividendes à une holding qui gère cet argent dans un fonds caritatif. Environ 97 millions de dollars sont investis chaque année dans des actions labellisées RSE. Mais nous en menons bien d'autres, envers nos salariés mais aussi envers les ci-



Vinod Kumar dirige Tata communications, filiale télécom du groupe.

toyens en général. Nous finançons la construction d'hôpitaux, d'écoles, la gestion des déchets, de l'eau potable, la recherche contre le cancer... »

– Est-ce que cette démarche se retrouve dans le développement de vos activités ?

« J'ai un exemple. L'ancien directeur de Tata croisait dans les campagnes indiennes des mères qui al-

laient au marché, avec leurs enfants, à vélo, sous la pluie. Ils peuvent tomber malade, manquer l'école... L'idée, c'est de leur donner accès à la voiture. Mais s'il n'y a pas de route ? On peut alors imaginer un partenariat public-privé. Nous avons créé la Nano. C'est une petite voiture sur laquelle nous dégageons de petits bénéfices, beaucoup moins qu'en construi-

sant des voitures de luxe. Mais sur le long terme, la démarche est intéressante. C'est l'illustration qu'il n'y a pas que le bénéfice net qui compte. Il y a aussi l'amélioration de la société. »

– Quelle est l'implication des salariés dans cette démarche ?

« Nous ne croyons pas au lavage de cerveau. Ceux qui rejoignent l'entreprise connaissent les valeurs de Tata : la confiance, l'intégrité, la compréhension, la loyauté, la contribution à la société... Mais nous ne distribuons pas de guide sur les valeurs du groupe par exemple. Le groupe applique bien sûr ses propres valeurs envers ses collaborateurs, avec un souci particulier pour le respect de l'individu, notamment dans un pays comme l'Inde où ce n'est pas toujours le cas. »

– Pensez-vous que ce soit le rôle des entreprises de s'investir dans des fonctions dévolues aux États ?

« Nous sommes convaincus que c'est de la responsabilité de l'État et de l'entreprise de contribuer à l'amélioration de la société. C'est une démarche qui s'inscrit dans la durée. Tata existe depuis cent ans et compte bien exister longtemps encore. Il faut avoir une vision à long terme et ne pas rester rivé sur le prochain bilan trimestriel. Cette logique permet à l'entreprise de gagner en retour dans la mesure où lorsque vous contribuez à la société, vous êtes plus proche des clients. C'est un cercle vertueux, une symbiose qui est extrêmement importante. » ■

► ZOOM

**Le regard de Xavier Fontanet**

Le président du groupe français Essilor, leader mondial des verres ophtalmiques, ne voulait pas participer au World Forum « à cause du titre, "oser la richesse" ». Il a changé d'avis, convaincu que « les sociétés les plus rentables sont celles qui servent le mieux les clients. Regardez Apple ! » Et regardez Essilor, une petite coopérative ouvrière créée dans les années 1870, devenue grande entreprise avec plus de 42 000 collaborateurs dans 55 pays. De ses origines communistes, les salariés ont conservé 17 % des droits de vote, « ce qui en fait, de loin, le plus gros actionnaire ».

La vision du groupe a fait de lui ce qu'il est. Avec, d'abord, une stratégie « qui doit être meilleure que celle des concurrents, pour croître plus vite ». Peu ou pas d'endettement. « C'est grâce à ça que nous avons réussi à faire + 10 % en pleine crise. » Et un credo, la fidélité : « Pour un emploi chez Essilor, il faut 300 000 euros de capital. Un salarié qui a 30 ans d'ancienneté et qui s'en va, c'est un drame. Nous sommes aussi des apôtres de la fidélité en affaires. Car si la relation avec nos clients et nos fournisseurs est à la fois rentable et durable, l'intérêt particulier rejoint l'intérêt général. Et d'un point de vue "essilorien", c'est de la RSE, c'est du développement durable. » ■ V. S.

## L'Afrique sur la voie de la RSE

**Et si la responsabilité sociale et environnementale des entreprises était aussi africaine ?**

Thierry Téné, cofondateur de l'Institut Afrique RSE, en est convaincu. « C'est un continent où les problématiques sociales et environnementales sont très fortes. L'Afrique génère 3,8 % des émissions de CO<sub>2</sub>, mais elle subit le changement climatique. Cette évolution a notamment un impact économique, sur les terres arables par exemple. Dans le domaine social, c'est un continent de plus d'un milliard d'habitants avec une population très jeune pour laquelle l'insertion professionnelle sera déterminante. Le printemps arabe a donné quelques indications sur les aspirations des jeunes. »

Déjà, des entreprises africaines sont particulièrement investies dans la RSE, comme Biotropica qui propose des produits bio depuis 1988 et rencontre un tel succès qu'elle n'arrive pas à répondre à la demande. « La RSE est un véritable relais de croissance, une vraie ma-



Thierry Téné, cofondateur de l'Institut Afrique RSE.

nière de gagner en compétitivité. Trop d'entreprises en Afrique la voient encore comme un principe philanthropique et déconnectent cette démarche dans une fondation à laquelle ils attribuent des fonds. » Et puis il y a celles, majoritaires,

qui ne se sont pas encore lancées. Selon une enquête menée auprès des dirigeants africains, c'est le manque de politique publique incitative qui représente le frein principal au développement de la RSE. Viennent ensuite l'absence de ressources humaines compétentes, le manque de reconnaissance, l'absence d'avantage compétitif. Le coût des projets n'arrive qu'en cinquième position.

**Adaptation au contexte**

Un forum des pionniers de la responsabilité sociétale des entreprises en Afrique a été organisé la semaine dernière. « La participation des sociétés africaines montre que les cadres et les dirigeants africains sont de plus en plus sensibilisés à ces questions. » Une charte a été élaborée et un nouveau forum est programmé dès l'année prochaine à Casablanca au Maroc. « L'idée, c'est de fédérer l'énergie africaine et de mettre en place une structure dans laquelle on puisse réfléchir à l'adaptation de la RSE au contexte africain. » ■ V. S.

## À découvrir aujourd'hui

**Troisième et dernier jour du World Forum aujourd'hui, consacré à « la richesse collaborative » et à « la richesse du dialogue social ».**

La journée commencera en effet à 9 heures sur le thème de l'augmentation de l'impact de la RSE grâce à l'approche collaborative avec Denise Alves (Naturas Cosméticos, Brésil), Sergio Mindlin (Institut Ethos, Brésil), Michel Bande (Solvay, Belgique) et Stefan Crets (CSR Europe).

La matinée se poursuivra avec des ateliers sur l'état de la RSE en Amérique latine, la contribution des syndicats à développer la richesse de l'entreprise, l'enrichissement d'une entreprise par la création de synergies avec des concurrents ou des ONG...

À 14 heures, la synthèse du forum sera présentée par trois membres du collège des experts du World Forum, Deon Rossouw, Luc Van Liedekerke et Geert Demuijnck. La styliste bangladaise Bibi Russel, ancienne top model internationale de-



Bibi Russel participera à la conférence de clôture.

venue chef d'entreprise engagée, sera ensuite l'invitée de la cérémonie de clôture. Avec son programme, « Fashion for development », elle veut promouvoir l'industrie textile locale dans le monde entier.

Le concert de T-S-1, un groupe de jeunes de 12 à 18 ans issus des bidonvilles de Nairobi, terminera le forum en musique. ■

► www.worldforum-lille.org