



Rapporteur : Astrid de MOUSTIER

Langage : Français

Conférence 2B :

Consommateurs : les suivre ou les devancer ? Et comment les convaincre ?

Conférencier (par ordre de passage) :

Modérateur : Elisabeth LAVILLE, Directrice et fondatrice de Utopies (France)

Evegeniya CHISTOVA, Directrice RSE Vimpelcom

Mathieu LAMBEAUX, Président de Findus Europe du Sud.

Le phénomène de surconsommation nous pose aujourd'hui un défi majeur. Avec 7 milliards d'humains, il semble impossible d'acheter mais aussi de jeter tous les produits que nous utilisons sans détruire la terre.

L'enjeu actuel des entreprises est ainsi de trouver un business model capable de concilier les nouvelles exigences environnementales et les attentes pragmatiques des consommateurs. Rentabilité ou responsabilité, doit-on vraiment choisir ?

Selon Matthieu LAMBEAUX, Directeur de Findus, l'entreprise est le principal vecteur de changement. La politique aura beau se démenter, seule la création de modèles économiques pertinents sera capable de faire avancer le monde. Pour affirmer sa position de leader, il a semblé évident à Findus d'adopter l'approvisionnement responsable. L'entreprise s'est donc lancée dans un combat houleux pour la survie du poisson. Certes, ce changement ne peut pas s'opérer du jour au lendemain, mais les dirigeants de Findus l'ont bien compris. Il leur a fallu plus de sept longues années pour accompagner les consommateurs tout au long de leur apprentissage. « Il est impératif de devancer le consommateur ; si celui-ci nous prend d'abord pour des fous, il nous le rendra plus tard. » Mais une entreprise qui se dit responsable le souhaite-elle vraiment ou le revendique-t-elle pour les beaux yeux des consommateurs ? Matthieu LAMBEAUX l'avoue lui-même, il n'est pas écologiste mais recherche simplement un modèle économique rentable et durable.

A son tour Agustin LUCARDI, Customer Sustainability Manager chez Interface, se confie. Conscient de la durée de vie limitée de son entreprise, il lui a fallu imaginer un modèle économique totalement dénué d'impact négatif sur l'environnement. Leader mondial de la production de dalles de moquette pour les professionnels, tout l'enjeu d'Interface fut de concilier la volonté des entreprises d'avoir des locaux verts et leur obligation de meubler leurs locaux à moindre coût. Selon lui, le jour où nous imaginerons un business model dans lequel les matières premières seront les détritres de nos poubelles, nous aurons gagné.

Entre les attentes grandissantes des citoyens pour le développement durable, les comportements pragmatiques du consommateur dans ses actes d'achat,

l'entreprise est face à un choix crucial, voulant elle-même être à la fois responsable et rentable. Dans un contexte si contradictoire, le système actuel semblerait voué à une mort certaine. Plusieurs entreprises, comme Findus, ont fait le choix formel de devancer les consommateurs pour les éclairer. Aujourd'hui, 87% des Français sont favorables à une consommation plus responsable. Pour les entreprises ayant compris en retard cet engouement écologique, le temps n'est-il pas venu de suivre les consommateurs dans leurs nouveaux désirs ?

www.worldforum-lille.org