



World Forum for a Responsible Economy

12^e édition 2018

Atelier 20D :

**La RSE peut-elle être un facteur
d'attractivité territoriale ?**

Lille, le 17 octobre 2018





Participants

Frédérique SEELS, Vice-présidente de la: Économie - Commerce et artisanat - Capitale mondiale du design 2020

Christophe RUPP-DAHLEM, Roquette

Anne-Michèle HUYGHE, Métropole Européenne de Lille

Anne-Flore DUCOULOMBIER, Métropole Européenne de Lille

Anne-Céline ROSSINY, Métropole Européenne de Lille

I. Introduction

Frédérique SEELS

Bonjour à tous.

Le sujet de cet atelier, la RSE, est bien entendu, essentiel, mais son lien avec l'attractivité du territoire n'a rien d'évident. En effet, la RSE relève le plus souvent des pratiques individuelles des entreprises, et ne constitue généralement pas un réel élément de visibilité territoriale. La RSE revient à proposer une activité économiquement viable, mais qui a également un impact positif sur la société et qui respecte l'environnement. De plus en plus de collectivités, mais également de consommateurs, cherchent à privilégier les entreprises qui s'engagent au regard de leur responsabilité sociale. En outre, les fonds d'investissement cherchent aujourd'hui à investir dans des entreprises qui respectent l'environnement pour des raisons financières, car ils savent qu'à terme, ils devront payer les conséquences de l'absence d'éthique des entreprises. Le fait que la finance s'implique sur ce point montre que la RSE est devenue une question fondamentale pour le monde économique.

Au sein de la Métropole Européenne de Lille (MEL), afin d'attirer des entreprises, mais aussi les étudiants et les familles, nous travaillons sur le logement social, l'environnement, le handicap, l'égalité entre femmes et hommes, et le maintien de l'emploi sur le long terme. Pour autant, pour les générations à venir, nous nous devons réfléchir autrement le développement économique du territoire.

Nous avons réalisé une étude afin de mesurer l'attractivité de la MEL. 230 acteurs du territoire ont participé à cette démarche. La MEL fait partie des 10 territoires de France les plus attractifs, mais ne réalise pas encore tout son potentiel, notamment au niveau résidentiel et touristique. L'image de la métropole reste souvent négative (en particulier en raison de son climat), très éloignée de sa réalité, et elle ne sait pas toujours valoriser ses succès. De plus, si, en revanche, la MEL est très bien positionnée sur le plan économique, nous devons maintenant mettre en avant les entreprises, grandes et petites, qui investissent dans la RSE, et favoriser leur collaboration. Nous devons également continuer à améliorer le cadre de vie (notamment en améliorant les entrées de la métropole et en mettant en valeur l'eau), à renforcer le tourisme et à investir dans l'éducation. Nous nous inspirerons du modèle des villes du nord de l'Europe, qui savent intégrer la RSE dans leur territoire et être attractives.

En outre, la MEL cherche à attirer les entreprises, et les aide à s'implanter sur son territoire. Toutefois, elle ne le fait pas à n'importe quel prix. Ses aides sont orientées vers des sociétés qui respectent un certain nombre de critères. Elles doivent, en particulier, être respectueuses de l'environnement et des conditions de travail de leurs salariés.



Face à ces enjeux, afin de renforcer l'attractivité du territoire et d'impliquer plus précisément la RSE dans ses politiques, la MEL créera en 2019 une agence d'attractivité, qui travaillera autant sur l'économie que sur le tourisme ou sur la promotion foncière.

II. L'approche du développement durable du groupe Roquette

Christophe RUPP-DAHLEM

Roquette est une société familiale française implantée depuis 1933 dans les Hauts-de-France. Elle achète des matières premières agricoles (blé, maïs, pois, etc.) et en valorise les constituants pour les vendre principalement dans les secteurs de la nutrition, de la pharmacie et de la cosmétique. Dans les Hauts-de-France, Roquette compte 3 usines et 3 500 salariés.

Roquette a décliné sa démarche de développement durable dans tous ses domaines d'activité (innovation, approvisionnements, ressources humaines et activités opérationnelles). Le Groupe cherche à avoir l'impact environnemental le plus simple possible à toutes les étapes de sa chaîne de production, de l'approvisionnement en matières premières à la livraison chez les clients. En outre, il prend en compte l'évolution des besoins des consommateurs, qui favorisent de plus en plus le flexitarisme.

Cependant, il ne s'agit pas uniquement d'afficher de bonnes volontés, mais de fixer des objectifs. Par exemple, s'agissant des approvisionnements, l'objectif est que 20 % des matières premières achetées par Roquette soient certifiées « développement durable » en 2025. Ce chiffre peut sembler faible, mais peu de matières premières sont certifiées aujourd'hui, et un travail doit être mené avec les agriculteurs. En matière d'innovation, 70 % des produits devront répondre aux 12 critères de la « chimie verte ». Sur le plan opérationnel, l'objectif est de réduire de 1 million de tonnes le CO₂ émis par les usines du Groupe. Enfin, des objectifs en matière de sécurité des salariés ont été définis, et 20 projets impliquant Roquette auprès des populations devront être mis en place.

Un intervenant

En quoi ces démarches RSE favorisent-elles la rentabilité de Roquette ?

Christophe RUPP-DAHLEM

Notre stratégie met les clients au centre de notre activité. Or les attentes des consommateurs, qui constituent l'utilisateur final des produits vendus par Roquette, évoluent. Ils sont aujourd'hui de plus en plus nombreux à attendre que les produits qu'ils consomment relèvent du développement durable, et cette tendance ne fera que se renforcer à l'avenir. Roquette étant une entreprise familiale qui n'est pas cotée en bourse, nous avons la chance de pouvoir travailler sur le long terme. Cependant, nous devons impliquer dans nos démarches les agriculteurs, les transporteurs, les clients, etc.

Un intervenant

Alors qu'il produit sa purée « bio » dans les Hauts-de-France, Mousline n'a pas trouvé de fournisseur dans la région et a dû se tourner vers l'Allemagne. Or les transports sont fortement générateurs de CO₂.



Frédérique SEELS

La MEL est la première métropole agricole de France. Elle pourrait devenir la première métropole agricole « bio », mais cela exigerait de transformer les pratiques des agriculteurs. Or avant de pouvoir amener ces derniers vers ces transformations, nous devons leur trouver des débouchés économiques.

III. Travail en atelier

Anne-Michèle HUYGHE

La RSE peut-elle être un facteur d'attractivité territoriale ? Comment l'action publique peut-elle aider les entreprises dans ce rôle ? Nous vous invitons à travailler sur ces deux questions en groupes de 3 à 4, afin d'identifier une phrase, une idée ou un exemple qui illustrerait une collaboration pertinente entre les entreprises et les organismes publics en vue de favoriser l'attractivité du territoire.

Les participants se réunissent en groupes.

La rapporteuse du 1^{er} groupe

Pour nous, la RSE doit être porteuse de valeurs communes à la fois aux entreprises et au grand public, qui dépassent la question de la responsabilité, et peuvent se rattacher à l'image d'un territoire. En outre, il semble essentiel de définir des critères de la RSE, afin de mieux identifier et soutenir les entreprises responsables, mais également de les mettre en réseau. Cette approche permettra de mieux orienter l'argent public.

Un intervenant

Les agriculteurs travaillent aujourd'hui dans un contexte économique très difficile. Si l'argent public n'est plus orienté que vers les quelques-uns qui relèvent de la RSE, leur situation s'aggraverait.

La rapporteuse du 1^{er} groupe

Il s'agit de les accompagner et de les soutenir dans leur transformation. Ce n'est pas parce que cette transformation sera difficile que nous devons nous interdire d'agir.

Un intervenant

J'en conviens. Toutefois, la méthode du bâton et de la carotte (les subventions constituant ici le bâton) n'est pas toujours pertinente.

La rapporteuse du 1^{er} groupe

En effet, la question ne doit pas être uniquement prise en compte sur le plan financier.

Le rapporteur du 2^e groupe

La RSE constitue une tendance noble et partagée par beaucoup, mais qui reste minoritaire. Des preuves d'action, et non pas seulement d'intention, doivent être apportées par les organismes publics. En ce sens, le thème de la valorisation de l'eau mis en exergue par la MEL est particulièrement intéressant, et la nouvelle technologie de micro-irrigation des champs,



évoquée lors de la séance d'ouverture du World Forum 2018, pourrait constituer une piste de travail.

Anne-Céline ROSSINY

Vous évoquez la nécessité de tenir les promesses, plutôt que de multiplier les références à la RSE, sans action concrète.

Le rapporteur du 2^e groupe

Oui. Il est important de se focaliser sur un nombre limité de dimensions de la RSE.

Le rapporteur du 3^e groupe

Il nous semble également essentiel d'adapter l'approche de la RSE au regard du secteur d'activité de l'entreprise considérée. Par exemple, une usine a nécessairement un impact sur son environnement, mais également sur l'attractivité du territoire sur lequel elle est installée, différent de celui d'une entreprise du numérique. En outre, les salariés, et notamment les jeunes, cherchent de plus en plus à travailler pour des entreprises qui portent des valeurs. L'action publique peut alors aider les sociétés à développer leurs démarches RSE dans une perspective de recrutement. Enfin, les entreprises peuvent participer à l'amélioration du cadre de vie du territoire sur lequel ils sont implantés.

Un intervenant

Dans beaucoup d'entreprises, les gobelets en plastique sont toujours utilisés. La MEL pourrait imposer leur abandon.

Anne-Michèle HUYGHE

Des entreprises donnent accès à des salles au sein de leurs locaux à des demandeurs d'emploi du quartier où elles sont installées. De telles initiatives concrètes sont toujours intéressantes.

Un intervenant

Trop souvent, ces initiatives ne sont pas connues. La MEL est en mesure de leur donner de la visibilité.

Anne-Michèle HUYGHE

Le bilan d'attractivité de notre territoire a montré que la MEL communiquait bien sur les grands événements, mais pas suffisamment sur toutes les autres actions qu'elle met en œuvre. Nous devons alors créer un véritable écosystème de communication.

Un intervenant

En ce sens, le concept Rev3 a permis de créer un récit collectif de la transformation de la région, qui peut ouvrir des perspectives aux entreprises.

Un intervenant

Malheureusement, il reste lui aussi encore très mal connu. Nous devrions être en mesure de communiquer à plus grande échelle sur un sujet aussi important que la RSE.