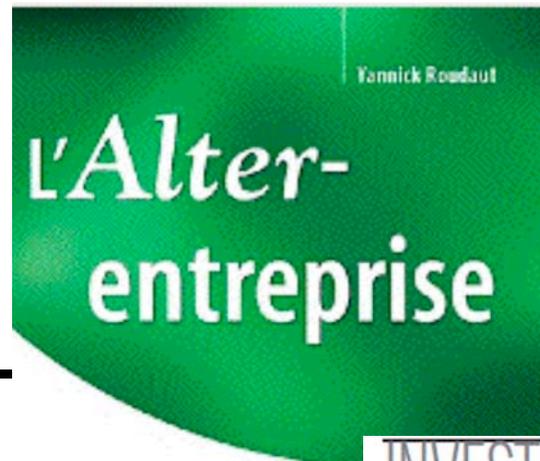

Nouveaux indicateurs de richesse: l'intégration des critères durables...

par Yannick Roudaut

Lundi 19 avril 2010 AIR France - Omnes



Quand les actionnaires
 et les salariés réclament
 un nouveau modèle économique



INVESTIR UTILE

L'autre face de la finance

C'EST sur fond de vacarme financier que s'ouvrira samedi 18 octobre la Semaine de l'épargne solidaire. Une première dont l'objectif est de sensibiliser les particuliers aux vertus de cette forme d'investissement, et d'inciter les réseaux bancaires à mieux distribuer ces produits financiers encore confidentiels. Hasard du calendrier, cet événement vient nous rappeler à point nommé que si la haute finance se prend les pieds dans le tapis, l'épargne solidaire est en pleine forme. La collecte des fonds solidaires a progressé de 35 % en 2007 en France, atteignant 1,7 milliard d'euros. Et le mouvement pourrait prendre de l'ampleur. Consternés par les excès commis ces dernières années dans le circuit classique de l'épargne, de nombreux ménages et fonds institutionnels sont à la recherche de solutions alternatives. Les produits respectant les critères extra-financiers (prise en compte de l'environnement, du social et de la gouvernance) répondent à ce besoin. Une étude publiée par Eurosif le confirme : en deux ans, les sommes collectées en Europe par les fonds développant une approche globale, et non plus centrée exclusivement sur la rentabilité, ont

bondi de 102 %, pour atteindre 2 665 milliards d'euros. Le salut de la finance est-il dans la généralisation de la gestion extra-financière ? Peut-être... à condition d'adopter une démarche cohérente. Leader incontesté de l'investissement socialement responsable (ISR) en Europe, Dexia, affectée par la crise via sa filiale américaine FSA, n'a pas résisté longtemps au tsunami financier. Et, parmi ses autres victimes, Natixis n'était pas la moins offensive en matières d'offres de

CHRONIQUE YANNICK ROUDAUT

fonds solidaires ou socialement responsables. On ne leur jettera pas la pierre. Certaines enseignes n'ont jamais fait le moindre effort en matière d'investissements responsables. Mais leurs actionnaires essorés et leurs clients consternés pourraient bien, au sortir de la crise, exiger de ces banques qu'elles s'appliquent à elles-mêmes les règles fondamentales de l'investissement socialement responsable : la cohérence, la transparence et le respect des parties prenantes. ■

*« Tout est à repenser, tout est à recommencer, et **cela a déjà commencé**, sans qu'on le sache, de façon modeste, marginale, dispersée... »*

Edgar Morin

Le Monde 11 janvier 2010

Une crise , c'est un accélérateur de tendances

L'entreprise va devoir modifier son appréhension de la
« création de valeur » sous la pression de ses
investisseurs

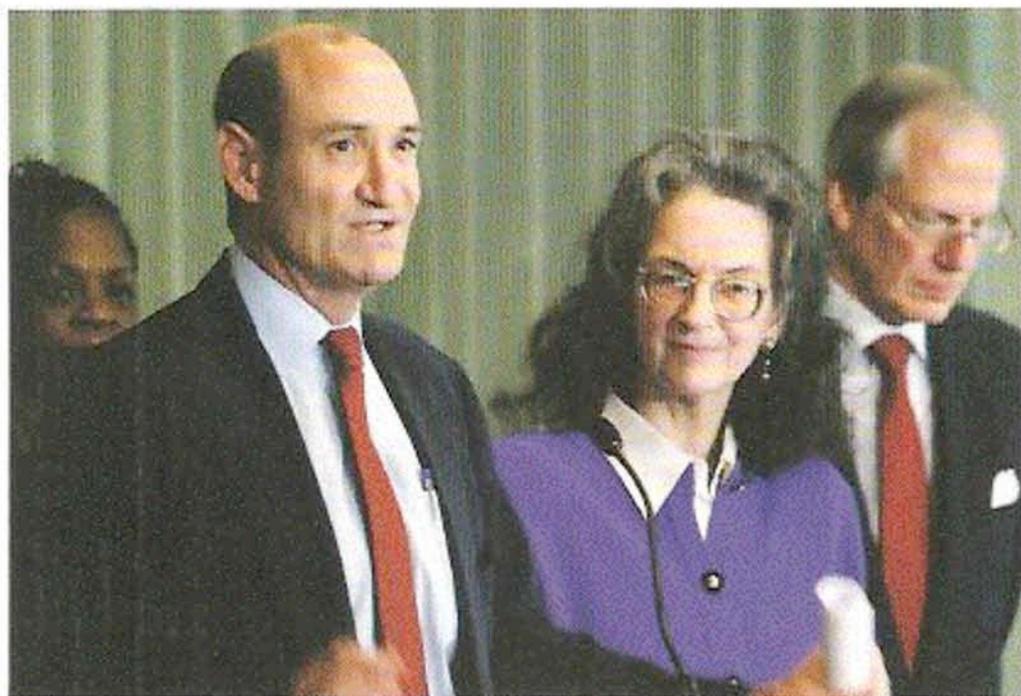
Des parties prenantes qui poussent les acteurs économiques et financiers à faire évoluer leur modèle...

Une exigence croissante de cohérence et d'engagement

L'entreprise ne doit plus se limiter à la création de valeur purement « financière »...

EN COUVERTURE. L'ENTREPRISE SOUS PRESSION DURABLE

« Pour les fonds de capital-investissement, une société qui gère ses risques est synonyme de meilleure valorisation. »



d'Axa IM, qui vient de lancer un fonds sur ce **La famille Rocke-**

stratégie LEK. Et une fois l'entreprise rachetée, les actionnaires poussent de plus en plus souvent le management à mettre en place des standards internationaux de RSE. Car une société qui gère mieux ses risques et anticipe est synonyme de meilleure valorisation, donc de prime à la revente. » En créant un poste de responsable du développement durable, confié à Adam Black, la société britannique de capital-investissement Doughty Hanson fait toutefois figure de pionnière. « Traditionnellement, l'approche des fonds de capital-investissement se focalise sur les risques, assure celui-ci. Mais il faut aller au-delà, notamment en prenant en compte les opportunités qu'une politique de développement durable peut offrir en matière d'optimisation de la production (réduction des besoins en matières premières, en eau, en énergie...). »

LA POSTE SE MET À L'ÉCOCONDUITE

ÉNERGIE

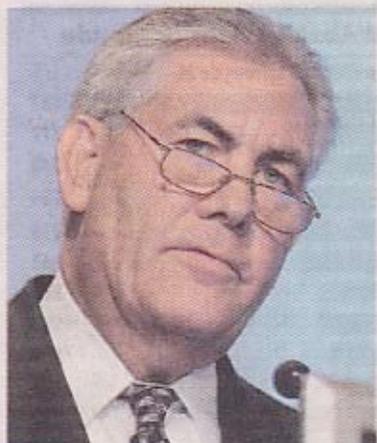
Rex Tillerson a victorieusement défendu son titre de PDG d'ExxonMobil, malgré une fronde menée par la famille Rockefeller lors de l'assemblée générale, qui se tenait hier à Dallas.

Le patron d'ExxonMobil sauve son siège de président

DE NOTRE BUREAU DE NEW YORK.

Défié par une partie de ses actionnaires, et notamment par la famille Rockefeller, qui veut voir séparées les fonctions de président et de directeur général, Rex Tillerson, le PDG d'ExxonMobil, a tenu bon. Mieux, malgré l'entrée en scène des Rockefeller et la pression médiatique beaucoup plus forte, le score des opposants s'est un peu tassé par rapport à l'an dernier : 39,5 % des actionnaires ont voté en faveur de la résolution, contre 40 % en 2007. Rex Tillerson conservera donc ses deux casquettes.

L'assemblée générale s'est tenue dans une ambiance très calme, en suivant à la lettre l'ordre du jour



Rex Tillerson va conserver sa double casquette de président et de directeur général.

préoccuper davantage d'environ-

la Standard Oil Company, a elle-même proposé une autre résolution afin qu'ExxonMobil désigne deux administrateurs indépendants pour étudier l'impact des changements climatiques sur les pays pauvres. Ce projet n'a obtenu que 10,8 % des voix.

Une douzaine de projets

« Notre industrie est au centre de discussions politiques et économiques, qu'il s'agisse du prix à la pompe, du changement climatique ou de la sécurité des approvisionnements énergétique », a constaté hier Rex Tillerson devant l'assemblée générale. Tout en minimisant l'impact des énergies renouvelables car « l'éolien, le solaire et les biocarburants ne représenteront que 2 %

groupe pétrolier dans ce domaine. Deux milliards de dollars ont été investis au cours des cinq dernières années pour réduire les émissions de gaz à effet de serre et 1 milliard de dollars supplémentaires devraient y être consacrés d'ici à 2010.

Par ailleurs, Rex Tillerson a souligné les efforts de recherche d'Exxon pour développer des piles lithium-ion ou capturer et stocker le gaz carbonique. Environ 3,5 milliards de dollars ont été investis depuis 2003 dans de nouveaux projets de recherche.

Cette année, après des résultats records en 2007, le groupe lancera une douzaine de projets dans le domaine de l'exploration et de la production qui devraient rappor-



amnesty international

POUR LA DÉFENSE DES DROITS HUMAINS DANS LE MONDE

[A PROPOS D'AI](#) | [COMMUNIQUES](#) | [ARCHIVES](#) | [AGISSEZ](#) | [CAMPAGNES](#) | [LIENS UTILES](#) | [CONTACTEZ-NOUS](#) | [PLAN DU SITE](#)

Recherche

[English](#) | [Español](#) | [بالعربية](#)

Agissez

Bhopal. UCC/Dow Chemical doit répondre devant la justice

[Agissez](#)

[Adhérer à Amnesty International](#)

[Documents d'AI sur les](#)

Nous vous remercions d'avoir participé à cette action. Grâce à votre soutien, nous pouvons faire changer les choses.

Qui que vous soyez, où que vous habitez, vous pouvez agir pour faire cesser les atteintes aux droits humains :



**Les Amis
de la Terre**

[Qui sommes-nous ?](#)

[Groupes locaux](#)

[Nos campagnes](#)

[Boutique](#)

[Agenda](#)

[Publications](#)

Rechercher

ok

Nos campagnes

Agriculture / OGM
/Agrocarburants

Forêts

Responsabilité des acteurs
financiers

Changements climatiques

Energies et Nucléaire

Citoyenneté et actions

Responsabilité des acteurs financiers

[Nos campagnes](#) > [Responsabilité des acteurs financiers](#)

Trop souvent les acteurs financiers publics comme privés soutiennent des projets désastreux pour l'environnement et les populations. Pour favoriser à tout prix ses exportations, la France finance, dans l'opacité, des entreprises aux pratiques contestables. Pour les Amis de la Terre, l'économie et la finance doivent tenir compte des limites écologiques de la planète, respecter les droits et assurer le bien-être des populations.

Actu

Communiqué de presse des Amis de la Terre
**Victoire historique : la Société
Générale se retire d'Iisu !**
Retrait du financement du projet
controversé de barrage d'Iisu en Turquie

dimanche 12 juillet 2009
Posté par *juliette*



Imprimer
cet article



Envoyer
à un ami

La Société Générale a annoncé officiellement son retrait du projet controversé de barrage d'Iisu en Turquie. Les Amis de la Terre se félicitent de ce retrait demandé depuis 2007 : la Turquie violait systématiquement ses obligations en laissant entiers les problèmes environnementaux, sociaux, culturels et politiques que le projet posait. La Société Générale doit désormais en tirer les conséquences et adopter dans les plus brefs délais des politiques sectorielles exigeantes si elle veut éviter ce genre de claque pour sa réputation à l'avenir.



**Les Amis
de la Terre**

**Tell
Nestlé
to stop
fuelling
rainforest
destruction
for palm oil**

**TAKE
ACTION**



GREENPEACE

Ces exclusions normatives et sectorielles sont intéressantes car elles concernent d'importants volumes d'actifs et ouvrent la voie à une réelle complication de l'accès aux capitaux pour certains domaines d'activités aux externalités extra-financières particulièrement néfastes.

Le classement des banques

Banques françaises	Risques environnementaux et sociaux
La Nef Crédit Coopératif	»» Impacts positifs
La Banque Postale Banque Populaire Caisse d'Épargne Crédit Mutuel - CIC	»» Risques faibles à modérés
Crédit Agricole - LCL Société Générale BNP Paribas	»» Risques maximum

Les Amis de la Terre

ÉPARGNE

Donner
du sens
à ses
placements





COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 23 mars 2009

L'Investissement Responsable, un enjeu stratégique pour Crédit Agricole Asset Management Group

La crise financière actuelle se traduit par une perte de confiance des investisseurs. L'Investissement Responsable, caractérisé par la traçabilité et la transparence de ses process, ainsi que la sélection rigoureuse des acteurs économiques, est une réponse particulièrement bien adaptée aux exigences de visibilité des investisseurs. C'est la raison pour laquelle Crédit Agricole Asset Management Group (CAAM Group) a adapté son organisation afin de faire de l'Investissement Responsable un enjeu stratégique de développement. L'ambition de CAAM Group consiste, ainsi, à devenir, d'ici 2010, leader sur le marché français de l'ISR.

Les géants du private equity se convertissent à l'ISR



Mercredi, 11 Février 2009 11:14

Les membres du **Private Equity Council** intégreront désormais les principes de l'investissement socialement responsable (ISR) à leur processus de gestion. Ce syndicat professionnel, qui regroupe 13 mastodontes du capital-investissement (**Apax, Bain Capital, Blackstone, KKR, Permira, TPG,...**), a en effet annoncé sa volonté de se conformer au corpus de règles élaboré par les Nations Unies et connu sous le nom de **PRI** (Principes de l'Investissement Responsable).

Il est vrai que les critiques s'accumulaient concernant les pratiques de certains acteurs du secteur, venant d'organisations syndicales, de gouvernements, mais aussi des principaux clients. Asinsi, l'amicale pression d'investisseurs institutionnels comme le fonds de retraite des fonctionnaires de Californie (le fameux **Calpers**) n'est pas pour rien dans l'accord qui a été conclu. Le communiqué du **Private Equity Council** cite d'ailleurs le responsable des investissements de Calpers, Ted Eliopoulos, qui entend "*surveiller rigoureusement l'application*" des règles édictées.

L'ISR, qu'est-ce que c'est?

- L'Investissement Responsable se caractérise par :
 - l'intégration de critères Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (**ESG**) en complément des critères financiers traditionnels dans les processus de sélection des valeurs et de construction des portefeuilles.
- L'ISR est la traduction financière du développement durable

		Analyse financière		
		Positif	Neutre	Négatif
Analyse ISR	Positif	BMW Michelin	Scania	
	Neutre		Fiat Pirelli Renault	Valeo Volkswagen
	Négatif		Daimler Peugeot	

Quelle analyse pour l'investisseur responsable ?

L'investisseur responsable ne peut remettre en cause la nécessité d'adaptation des entreprises aux évolutions du marché et les conséquences de ces évolutions sur l'emploi. Condamner systématiquement les restructurations a peu de sens dans une économie globalisée et fortement touchée par la crise économique actuelle.

L'investissement responsable s'inscrit dans une optique de long terme et cherche à identifier les entreprises qui anticipent au mieux les évolutions de leurs métiers et de

Vendredi 24 Octobre 2008

L'ISR a doublé en deux ans

Par Marie VARASSON

Eco-Life.fr, le journal de l'économie durable

► Les encours d'Investissements Socialement Responsables (ISR) ont doublé en Europe, entre 2005 et 2007, selon une enquête d'Eurosif. En décembre 2007, le total des actifs aurait atteint les 2,66 milliards d'euros, soit une croissance impressionnante de 260 % sur deux ans. Une bonne nouvelle au moment où capitaliser sur l'humain devient de plus en plus indispensable.



Les investissements prenant en compte l'écologie sont toujours plus nombreux. (Reuters)

Pas toujours facile à appréhender pour le commun des mortels, l'Investissement Socialement Responsable (ISR) européen est passé de 1 milliard d'euros en 2005 à 2,66 en 2007. Au Royaume-Uni et aux Pays-Bas, les marchés sont les plus étendus d'Europe, alors que l'Allemagne, la France et la Suisse ont connu les plus rapides hausses en 2 ans. *"Je crois que la crise actuelle ne peut que renforcer une prise en compte de valeurs éthiques en finance"*, commente Isabelle Priaulet, directrice de la communication de la Financière de Champlain. *"Même si l'ISR est encore confidentiel, les perspectives sont plutôt encourageantes pour les années à venir"*, poursuit-elle.

LE DURABLE RAPPORTE, MAINTENANT PLUS QUE JAMAIS

- Votre épargne sert uniquement à financer des projets concrets à plus value sociale, environnementale ou culturelle
- Notre transparence est le gage de votre sécurité : vous savez quels projets nous finançons
- Vous disposez d'un compte d'épargne souple assorti d'un rendement équilibré

Les consommateurs attendent eux aussi
que l'entreprise change de modèle

Les valeurs sociétales sont de plus en plus prises en
compte par le client final...

Des consommateurs tiraillés par des aspirations contradictoires

[06/07/2009 - Les Echos]

Selon une étude de Benchmark Group, la crise induit un changement durable de nos modes de consommation. L'achat malin de produits premier prix ou d'occasion coexiste avec la quête de la qualité. La prise en compte des facteurs éthiques et environnementaux progresse. Surtout auprès des jeunes.

La crise a changé "durablement" les habitudes de consommation des Européens (Cetelem) :

Découvrez notre
nouvelle rubrique
IMMOBILIER

Près de deux Européens sur trois (64%) estiment que la crise a changé "durablement" leur façon de consommer, les ménages privilégiant désormais les produits bio et d'occasion, selon une étude de l'Observatoire Cetelem (Crédit aux particuliers), publiée jeudi.

Cette enquête, réalisée en décembre 2009 auprès de 8.000 personnes dans douze pays d'Europe, montre également que 34% d'entre eux souhaitent augmenter leur épargne au cours des douze prochains mois, contre 22% un an plus tôt. C'est un niveau qui n'avait plus été atteint depuis 2005, selon l'étude.

Dans le détail, les Français sont plutôt hésitants. Ils prévoient un niveau d'épargne (30%) similaire à celui de leurs dépenses (31%).

"A l'exception de l'Europe de l'Est, il y a une forte volonté en Europe de reconstituer une épargne de précaution. Les ménages souhaitent mettre de l'argent de côté pour des éventuels coups durs", commente Flavien Neuvy, responsable de l'Observatoire, dans l'étude.

"L'heure est au mieux-vivre. Le mieux consommer est préférable au tout consommer (...). La crise affirme le besoin de retrouver le juste prix et la qualité", souligne l'enquête.

Ainsi, près de deux Européens sur trois (64%), et trois Français sur quatre (73%), entendent changer "durablement" leur façon de consommer.

Marketing
Marketing

Alterconsommateurs

Avis aux distributeurs ! Négligés car mal cernés, les consommateurs, épris d'éthique et soucieux de l'environnement, constituent une vraie manne : aisés, actifs, Csp+ et urbains, ils représentent entre 15 % et 25 % de la population. Soit un Français sur cinq !

«LA VALEUR DES CHOSES DEVIENT BIDON»

Pour Chris Middleton, anthropologue britannique spécialiste de la consommation, les géants du business pourraient connaître le même sort que l'industrie du disque. Entretien avec un pro du marketing sur le téléchargement du yaourt et de la basket.

«LES MARQUES N'ONT PLUS DE JUS. MAINTENANT, C'EST LE CONSOMMATEUR QUI FAIT LA LOI.» (KEVIN ROBERTS)

92 | L'Économiste juin 2005

LIBÉRATION
VENDREDI 15 AVRIL 2005

Les marques perdent encore du terrain

Un sondage confirme la désaffection des Français.

MODES DE VIE

Les alters bousculent les modèles

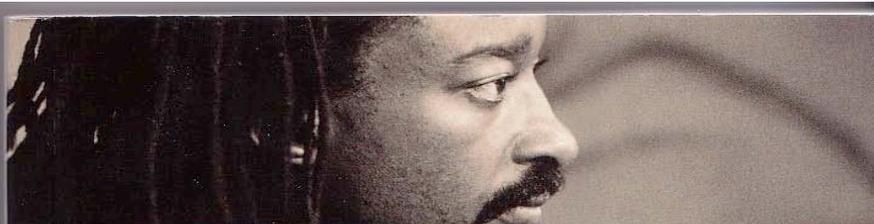
Sans perdre de vue la dimension plaisir, les alterconsommateurs adaptent le volume et optent pour des produits éthiques. Leaders d'opinion, ils sont au développement durable, et apprécient les valeurs du terroir et de la tradition.

Publié • Les professionnels ont commandé deux études à Ipsos. Si seuls 25 % se déclarent publiophobes, ils sont 78 % à déplorer l'omniprésence des campagnes.

Les Français prennent leurs distances avec la publicité

La distribution est désemparée face aux « alterconsommateurs »

Pour la première fois depuis dix ans, les ventes de produits de grande consommation sont en baisse alors qu'ils progressaient de 3 % à 4 % par an ces dernières années. Parmi les raisons évoquées figure le rejet de la consommation de masse par une certaine catégorie de population



Association pour la Biodiversité Culturelle
Préface de Jean-Pierre Worms

Les Créatifs Culturels en France



SOCIÉTÉ CIVILE
éditions Yves Michel

PAUL H. RAY, PH.D., AND SHERRY C. LEE, PH.D. WITH RUTH ANDERSON, PH.D.

"Essential reading for understanding the converging forces for profound social change in the coming decades."
—Diane Elgin, author of *Promise Ahead* and *Voluntary Simplicity*



THE CULTURAL CREATIVES



HOW 50 MILLION PEOPLE
ARE CHANGING THE WORLD

Copyrighted Material

1. On est amené à rectifier quelques idées reçues sur les Alter consommateurs :

- Ce ne **sont pas des passéistes** mais ont le regard tourné vers le progrès, vers un « **autre progrès** »
- Ils sont **actifs et cultivés**
- Ce ne sont pas des gens qui veulent « fracasser la société » car ils souhaitent au contraire la voir **se développer, mais autrement et durablement**
- Ils ne sont **pas une minorité négligeable**
- Ils sont **solvables**
- Ce ne sont **pas non plus des déconsommateurs**, puisqu'ils dépensent plus que la moyenne sur un grand nombre de références
- Les prévisions environnementales étant ce qu'elles sont, ils vont **se multiplier**

Des Alter 2003
Etude Thema/TGI...

15%

*Sous estimés à cause de la technique de
recueil très « exigeante »*

Aux Alter 2005
Etude Mindshare

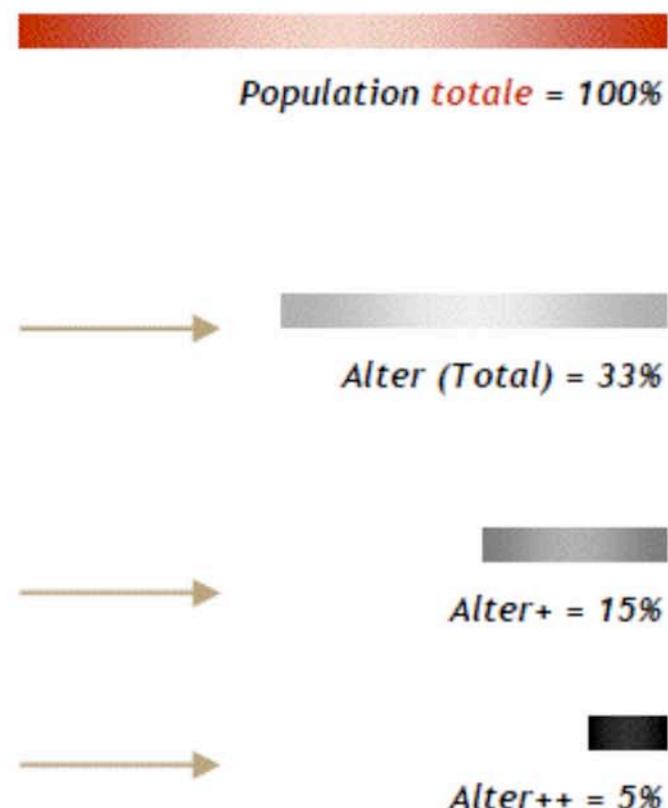
19%

Aux « tribus »
selon Ipsos / Australie nov. 2005
24% minimum

- **34% « Indifférents »** [à la culture marchande]
: plus de 35 ans, instruits, urbains, plutôt de gauche; oui aux produits innovants; distance avec les marques et la consommation
- **24% d'« Opposants »** [à la culture marchande]
: ils sont contre la consommation, la publicité, la TV, les marques; parmi eux des « opposants culturels » et des « opposants économiques restreints

1. Lorsque une entreprise/ marque quelconque, s'adresse à une personne, quelle que soit cette personne au sein de la population française, cette marque :

- A une chance sur 3 de s'adresser à une personne sensible à la plupart des idées de l'Alterconsommation, qui aspire autrement dit à consommer propre, à résister aux sollicitations du marketing, à soutenir les valeurs responsables et à faire preuve d'une certaine distance à l'égard de la publicité ;
- A une chance sur 7 environ de s'adresser à une personne plus ferme sur ces attitudes et qui tend à passer aux actes, concrètement ;
- A une chance sur 20 de s'adresser à une personne convaincue, intransigeante sur le sujet.



Putting a value on nature could set scene for true green economy

Much environmental damage has been caused by the way we do business. Is there a way of changing our economic models from being part of the problem into part of the solution?

Pavan Sukhdev

guardian.co.uk, Wednesday 10 February 2010 07.00 GMT



We are not using the right economic models to measure the cost of natural losses.
Photograph: Marcus Lyon/Getty Images

Et les choses bougent...

- Wal-Mart, nouveau croisé du « green business » -

[02/12/09] 1 commentaire(s)

Engagement sincère ou marketing cynique ? Clamant son engagement en faveur du développement durable, le géant américain de la grande distribution multiplie les initiatives dans ce domaine, comme l'élaboration d'un indice environnemental pour tous les produits qu'il vend. Et veut contraindre ses 100.000 fournisseurs à travers le monde à le suivre dans cette voie.

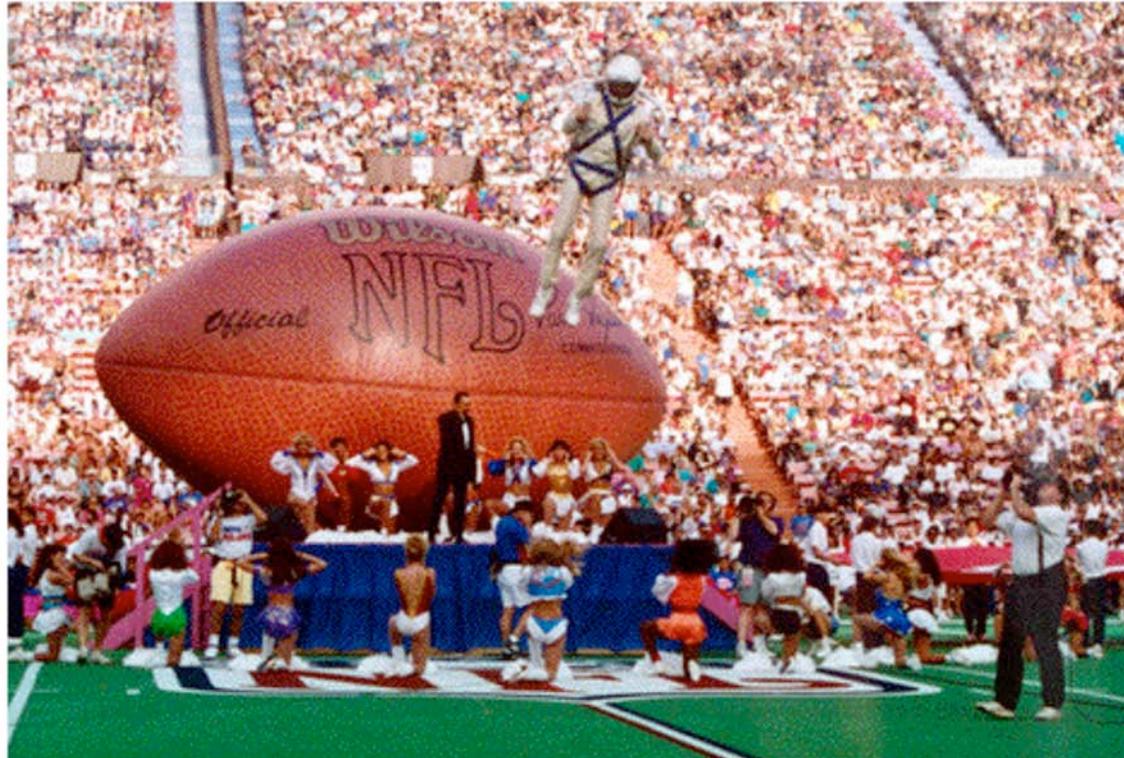
MICHEL KTITAREFF, Les Echos

NOTRE CORRESPONDANT À PALO ALTO.

Les entreprises américaines sont en train de muter. Sous la pression d'une opinion publique de plus en plus sensible aux enjeux du développement durable, elles se rallient aux « green techs ». Ce mouvement de fond puise aussi sa source dans un nouveau credo : se « verdir » est rentable. En s'y convertissant de façon exemplaire, Wal-Mart, leader mondial de la grande distribution, est en train de changer les règles du jeu de ce secteur économique.

PEPSI SNOBE LE SUPER BOWL 2010

Publié le 06 janvier 2010



Le rival de Coca a décidé de faire l'impasse sur l'évènement planétaire en ne diffusant aucun spot publicitaire. A-t-il fait le bon choix ?

Pour la 1^{ère} fois en 23 ans, **Pepsi** ne sera pas présent au **Super Bowl**, et ne déboursera pas en moyenne 20 millions de dollars pour un évènement qui se monnaie entre 2.5 et 3 millions de dollars le spot TV de 30 secondes. Le principal annonceur de la grande finale de football américain a décidé de botter en touche cette année mais au profit de qui ? Où va passer cette somme qui est sûrement l'une des plus importantes de la planète pub investie pour une soirée de moins de 3 heures ? Peut être inspirée par la Crise, la marque a décidé d'utiliser cette manne financière à des projets de taille humaine. Le budget du Super Bowl va servir à financer des travaux associatifs aux quatre coins du pays. Le « **Pepsi Refresh Project** » qui est une émanation de la campagne « **Refresh Everything** », sera axé sur des donations (entre 5000 et 250 000 \$) à des œuvres caritatives.



« Les entreprises ont trois bonnes raisons de s'engager davantage : parce qu'elles peuvent changer les choses, parce que la société le leur demande, parce que c'est leur intérêt bien compris »

Philippe Laget