

LA SOBRIÉTÉ : QUELS ENJEUX POUR LES ENTREPRISES ?

Le 5 avril dernier, le Pacte civique organisait, en partenariat avec le Conservatoire national des Arts et Métiers (Cnam), un colloque sur le thème « Les entreprises à l'épreuve de la sobriété ». L'occasion d'échanges entre universitaires, responsables d'entreprises, petites et grandes, et représentants du personnel afin d'approfondir les enjeux et les conditions de mise en œuvre de la sobriété en entreprise.

« **L**a sobriété recouvre l'ensemble des mesures et pratiques quotidiennes qui permettent d'éviter l'utilisation d'énergie, de matériaux, de terres et d'eau, tout en garantissant le bien être de tous, dans le cadre des limites planétaires ». C'est est la définition donnée par le Giec, dans son rapport 2022, au terme de 4 ans de travail, qui a servi de repère commun aux intervenants.

La présentation du sondage *Regard des salariés sur la sobriété en entreprises* publié par le Pacte civique et l'institut ViaVoice, a permis de vérifier que le mouvement de sobriété était engagé en entreprises, prioritairement sur des sujets à enjeux financiers. Ce sujet parle surtout aux salariés de 18-24 ans dont 60 % ont une idée précise (47 % pour l'ensemble des salariés). 24 % des salariés élargissent le concept de sobriété, au-delà de la consommation de CO₂, ou de la bonne gestion des stocks, à des questions portant sur les relations sociales ou l'organisation du travail. La sobriété des rémunérations impliquerait, pour 60 % d'entre eux, un écart maximal de rémunérations de 1 à 20.



© Pixabay

Dans la séquence introductive, Bénédicte Fauvarque-Cosson, administratrice générale du Cnam, souligne la force du droit pour rendre

réaliste l'utopie d'une sobriété qui visait à transformer notre modèle de croissance. Elle suggère que la sobriété pourrait entrer dans la

Constitution, mais aussi dans le Code civil ou le droit de la consommation. De son côté, Jean-Baptiste de Foucauld, co-fondateur du Pacte civique qui, dès 2011, fit de la sobriété l'une de ses quatre valeurs, rappelle que la sobriété doit être créative, juste et fraternelle, s'agissant d'une valeur à dimension philosophique et spirituelle et ne pas se résumer à une contrainte imposée de l'extérieur (Cf « *Le choix des sobriétés* », éditions de l'Atelier, 2021).

UN ÉTAT D'ESPRIT

Lors d'une table ronde consacrée à la nécessaire évolution de la culture d'entreprise, Émilie Brehal, ex-directrice de l'agence de notations Vigéo, indique que les agences traquent les externalités négatives, comme la surconsommation de ressources, et que l'Europe travaille à une réglementation fléchant les investissements vers des entreprises vertueuses. Mélanie Tisserand-Berger, présidente du Centre des jeunes dirigeants, pointe les 158M€ d'épargne salariale investis dans les fonds gris/noirs, alors que les entreprises manquent d'argent pour renouveler leur modèle économique. Valérie Guillard, professeure de marketing à Paris Dauphine estime à seulement 10 % les Français réellement investis dans une démarche de sobriété. Ce qu'attendent les consommateurs des entreprises est une offre préservant le vivant, avec une transparence de l'information et... sans payer plus cher. Antoine Frérot, président de Véolia, souligne que la sobriété est un état d'esprit, autant qu'une condition de la pérennité de l'entreprise et qu'elle doit

être utile pour toutes les parties constituantes (actionnaires et salariés) et prenantes (fournisseurs et clients). Pour lui, la sobriété n'est compatible avec la croissance que si l'on vise la croissance du travail et qu'il faut être conscient qu'une diminution de la quantité de produits, au profit de la durabilité et de la qualité, coûtera plus cher au consommateur. Il prône aussi une attention à la qualité du temps de vie au travail.

IMPLIQUER TOUS LES ACTEURS

« *Quelle place pour les salariés et leurs représentants* » dans la recherche de sobriété ? Françoise Dany, professeur à EM Lyon, pense qu'il convient d'expérimenter ce qu'est une bonne gestion au regard de nouvelles valeurs de solidarité, d'entraide, de sobriété. Pour Joël Lebreton, ancien président de Transdev et de Keolis, le manager qui parle de sobriété doit être crédible. Cela interroge l'hyper financiarisation des entreprises et rend nécessaire la co-construction avec les parties prenantes d'un projet d'entreprise pouvant conduire à un pacte de sobriété entre les actionnaires, les investisseurs de long terme, les managers et salariés. Cela induit des évolutions managériales à partir d'un dialogue social global qui met le sens de l'entreprise au cœur du système. Les règles du jeu de la sobriété devraient être claires pour tous, y compris sur le sujet de écarts des rémunérations. Pour la syndicaliste Ute Meyenberg, la sobriété ne peut fonctionner en entreprise que si elle implique tous les acteurs, et particulièrement les salariés.

Dans une autre table ronde consacrée à la place de la comptabilité dans l'émergence d'entreprises sobres, Jérôme Cazes, fondateur du collectif « Carbone sur facture » présente un projet de comptabilisation carbone parallèle à la comptabilité monétaire avec des garanties de fiabilité. Un logiciel de comptabilisation carbone est déjà quasi opérationnel. Emmanuel Millard, président du réseau des dirigeants financiers, appuie cette initiative en indiquant qu'elle complète la déclaration de performance extra financière, obligatoire pour les grandes entreprises, alors que la commission européenne travaille à les augmenter.

En conclusion, Anne Varet, directrice de la recherche de l'Ademe, rappelle la nécessité de réinterroger notre modèle de croissance infinie, l'abondance toujours croissante de biens et services. Il faudra s'orienter vers des services de réparabilité plutôt que de produire des objets nouveaux, viser des performances d'usage, du service rendu et environnemental.

Un colloque très réussi qui ouvre des perspectives à tous les acteurs économiques et sociaux que nous sommes nécessairement. ■



Éric Thuillez
Animateur de l'Atelier
Sobriété du Pacte civique