

ÉDITO

Nora Barsali

Fondatrice
de NEWS RSE



Après le choc, vers un modèle plus durable ?

La crise actuelle est un choc, une interruption soudaine de nos rythmes de vie, de nos entreprises, de nos libertés et même de nos projections dans le futur. La société toute entière est au ralenti et nos projets sont en stand by. Les usines ne tournent plus, les voitures ne roulent plus, les trains ne circulent plus, les avions ne décollent plus. Nos services et commerces de proximité, sauf exception, n'ouvrent plus. Les contraintes du confinement nous ramènent à l'essentiel et remettent en question nos modes de vie et notre modèle économique. Déplacements, consommations, pollution. Et si cette épreuve collective était l'occasion de créer un sursaut pour un modèle plus durable ? Nous le voyons déjà, la baisse de la consommation énergétique et des déplacements a un effet bénéfique tant sur le climat que sur la biodiversité sans oublier la qualité de l'air qui impacte positivement la santé. Par ailleurs, nous redécouvrons les bienfaits du télétravail, de la sobriété, de l'engagement sociétal et de la solidarité aussi, car cette crise révèle de fortes inégalités sociales. Nombreuses sont les entreprises qui souhaitent montrer leur contribution à la résolution de la crise, soucieux de prendre part aux grands enjeux sociétaux tout en donnant de la visibilité à leurs engagements RSE. Chaque jour qui passe est une journée sans pollution, sans nuisance sonore, sans accident de la circulation, sans contact humain et où, paradoxalement, on mesure l'importance du contact humain. Alors comment envisager la société de l'après-crise, respectueuse de l'humain et d'un modèle plus durable, plus vertueux ? Nous le savons, comme pour toute situation de choc, il y aura un avant et un après. Cette crise qui résonne comme une exhortation à plus de sobriété, d'humilité, de résilience. Entendons cet appel européen de 180 personnalités publié par Le Monde du 14 avril pour que la relance économique s'oriente plus que jamais vers la transition écologique à l'issue de la crise sanitaire. Les futurs plans nationaux de relance sont une occasion inespérée d'inscrire une bonne fois pour toute la lutte contre le changement climatique au cœur du moteur économique, de transformer l'économie vers un modèle plus durable, neutre en carbone, protégeant la biodiversité. Les modèles existent déjà, dans certains secteurs comme les énergies renouvelables, l'agriculture, la mobilité, l'efficacité énergétique et ont permis la création de valeur ajoutée en termes d'emplois et de qualité de vie. Cet appel européen signé notamment par des dirigeants d'entreprises nous rappelle que les valeurs de la RSE sont au cœur des réponses à apporter pour une société plus durable et plus solidaire. Comme Emmanuel Macron, l'a exprimé dans son allocution du 13 avril, le futur s'inscrit dans une « stratégie où nous retrouverons le temps long, la possibilité de planifier, la sobriété carbone, la prévention, la résilience qui seules peuvent permettre de faire face aux crises à venir ».

L'INTERVIEW DU MOIS

Les entreprises sont dans le tourbillon de la crise, qui nous le savons est plus difficile pour les TPE/PME qui constituent la majorité du tissu économique français.

Un plan massif de soutien aux TPE-PME par la formation



Joël Ruiz,

Directeur général délégué en charge de
la coordination du réseau de l'OPCO EP*

Quel est l'état des lieux de vos entreprises adhérentes face à la crise ?

L'OPCO EP est un des principaux acteurs dans l'écosystème de la formation Professionnelle et l'apprentissage avec 467 000 entreprises représentant 4,5 millions de salariés. La crise touche de plein fouet nos entreprises adhérentes,

essentiellement des TPME. Compte tenu de la diversité des entreprises, nous sommes face à une disparité de situation. Les deux-tiers des branches professionnelles ont arrêté leur activité (tels que les coiffeurs, les fleuristes ou encore les dentistes) ou sont en activité partielle ; une dizaine de branches sont en maintien d'activité mais subissent un ralentissement en raison d'un manque de personnel ou mise en tension des chaînes d'approvisionnement (secteur postal, commerce alimentaire) ; tandis que d'autres ont une activité soutenue (pharmacies, boulangeries, centres d'appels...) mais font face à un problème de disponibilité de main d'oeuvre.

Quelles sont les priorités aujourd'hui pour gérer cette crise ?

Il faut développer la culture de la prévention pour rassurer la clientèle, en mettant en place des mesures barrières dans les gestes professionnels. Notre priorité est donc de former nos adhérents à la reprise d'activité des TPE-PME dans un climat de confiance autant pour les salariés que pour leurs clients. Par ailleurs, nous devons également aider les entreprises à adapter une nouvelle organisation du travail pour la période de l'après-confinement car l'impact sur l'organisation du travail va se prolonger jusqu'à l'été. La reprise sera très variable et progressive, et sans doute faudra-t-il privilégier le télétravail quand cela est possible. Notre deuxième priorité se concentre sur les jeunes en alternance. Nous voulons garantir aux jeunes qui s'orientent vers l'apprentissage un atterrissage dans une entreprise, afin qu'ils ne se retrouvent pas sans formation et les entreprises sans alternant. Nous œuvrons pour une adaptation de la réglementation afin qu'un jeune qui a choisi une filière en apprentissage soit embarqué dans sa formation dès septembre même s'il n'a pas encore signé de contrat. L'apprentissage est un volet majeur et nous avons appuyé une action nationale auprès des organismes de formation et des CFA afin de proposer aux jeunes une préparation à l'alternance.

Quel est votre plan anti-crise ?

Face à une crise, avoir une trésorerie suffisante est déterminant, ainsi qu'un plan de reprise d'activité. Après une analyse d'impact nous saurons quelles entreprises devront être secourues. Nous avons lancé un plan anticrise pour les TPME qui permet d'une part d'assurer une continuité de service et un paiement rapide des organismes de formations, d'autre part le développement de formations ouvertes et à distance (FOAD) à destination des salariés pour transformer les pratiques et continuer la montée en compétences. Pour les TPME de moins de 50 salariés, l'objectif est d'assurer un financement à 100% pour des coûts pédagogiques, quelle que soit la branche professionnelle. Pour les entreprises qui ne sont pas en activité partielle, la prise en charge des salaires se fait sur la base d'un forfait salaire de 12€ par heure de formation. A ce jour, nous avons eu depuis le début du mois 1000 contacts opérationnels de nos adhérents ce qui laisse présager que ces entreprises se battent pour maintenir leur activité. L'objectif est d'emmener 10 000 TPME à la formation d'Avril à Juin afin de favoriser la montée en compétence des salariés. *OPCO des Entreprises de Proximité

La RSE au cœur des réponses face à la crise sanitaire : quelle contribution des entreprises responsables ?

Depuis la crise sanitaire, nombreuses sont les initiatives d'entreprises pour tenter d'apporter une réponse alors même qu'elles ne sont pas dans le secteur de la santé, révélant ainsi le rôle majeur de la RSE et de l'entreprise, utile à la société. Pour y faire face, toutes les entreprises ne sont pas logées à la même enseigne, mais nombreuses sont celles qui jouent un rôle décisif localement ou pour soutenir le corps médical et la recherche d'un vaccin ou encore pour pallier aux conséquences sociales et inégalités. Voici un panorama d'initiatives exemplaires reflétant l'engagement sociétal de ces organisations, de leurs dirigeants et leurs équipes.

■ Tout d'abord, grâce à l'arrêté gouvernemental autorisant l'industrie cosmétique à fabriquer des gels hydro-alcooliques, des entreprises ont immédiatement reconverti leur activité. Ainsi LVMH fabrique 12 tonnes de gels hydro-alcooliques par semaine, qui seront donnés aux hôpitaux. Les Laboratoires Expanscience ont produit une formule de gels hydro-alcooliques, livrés à l'AP-HP ainsi qu'aux pompiers d'Evry. L'industrie textile a également reconverti sa production pour fabriquer des masques et des équipements, à l'image du groupe H&M et de la TPE 1083. En quelques semaines, les industriels ont réussi à produire quotidiennement 500.000 masques alternatifs à destination des professionnels. Par ailleurs, un consortium de quatre grands groupes industriels (Air Liquide, Schneider Electric, Valeo et PSA) vise la production de 10 000 respirateurs d'ici à mi-mai. La start-up Evolukid a installé en moins de 24h un parc de 20 imprimantes 3D et géré la production de près de 300 visières de protection pour le personnel de santé du 15^e arrondissement de Paris

■ Certaines entreprises ont choisi de faire des dons en fonction des premières urgences ou des demandes de leur écosystème; C&A a ainsi donné 36 000 masques chirurgicaux et Décathlon a distribué 30 000 masques, qui après transformation, peuvent être reliés à un respirateur artificiel pour les patients ou servir à protéger le personnel hospitalier, ainsi que 30 000 lunettes de piscine dans les établissements hospitaliers français. Le groupe Maisons du Monde a lui fait des dons de produits pour apporter du confort aux femmes victimes de violences conjugales et aux personnels soignants des hôpitaux (en France, mais aussi en Espagne), et soutient également la Croix Rouge à travers des collectes solidaires. La SNCF a quant à elle mis à disposition un service gratuit de TGV et d'intercités pour les personnels médicaux; le groupe hôtelier Accor met à disposition des chambres d'hôtels pour les personnels soignants, leur évitant ainsi des trajets, ainsi qu'aux personnes sans-abri.

■ Trop peu de dirigeants et PDG ont eu le courage du PDG de Saint-Gobain qui dès l'annonce du confinement a choisi de réduire son salaire à celui d'un chômage technique en reversant la différence à l'AP-HP. Les dirigeants de Sodexo ont eux aussi renoncé à une partie de leurs rémunérations sur les six prochains mois afin de financer à hauteur de 30 millions d'euros un programme de soutien aux salariés menacés de perte d'emplois par les conséquences de la pandémie.

■ Communiquer est un besoin vital, et c'est encore plus vrai pour les personnes en situation de handicap dans cette période de crise. Orange double le nombre d'heures de communication proposées à leurs clients sourds ou malentendants au travers de leur centre relais téléphonique en avril. D'autres entreprises ont mis à disposition des services et outils numériques. Harmonie Mutuelle a renforcé son action sociale avec des appels de soutien des adhérents les plus vulnérables tout en recourant au télétravail massif afin de protéger ses salariés et d'accompagner ses adhérents. La Maif aide aussi les personnes malades ou isolées grâce à une plateforme d'entraide en ligne qui recense les initiatives solidaires. La Maif a aussi mis en place une plateforme innovante et propose un accès gratuit aux dispositifs pédagogiques afin d'aider les publics les plus défavorisés.

■ Quant au secteur bancaire, dont on attend beaucoup, des groupes tels que BPCE et Crédit proposent le report de remboursement de crédit pour certains clients afin de leur éviter une situation de précarité. BNP Paribas a elle mobilisé plus de 50 millions d'euros dans le cadre d'un plan d'urgence mondial qui s'adresse aux hôpitaux et aux populations fragiles. À côté de cela, elle met en place un dispositif spécifique pour accompagner ses clients en s'engageant à traiter sous 5 jours chaque demande de financement.

■ Plusieurs grands groupes, en tant qu'entreprises des Sciences de la Vie présentes dans les domaines de la santé ou de la protection, ont pu apporter une contribution substantielle pour surmonter cette crise. Le groupe Bayer a effectué un don d'un million d'euros à l'alliance « Tous unis contre le virus » réunissant l'Institut Pasteur, la Fondation de France et l'AP-HP. Le groupe a par ailleurs réussi à maintenir l'approvisionnement de médicaments aux structures sanitaires et de produits destinés à l'agriculture, malgré des tensions d'approvisionnement. Il participe également à la recherche d'une nouvelle substance active pour traiter le Covid-19, et a fourni des aides financières et des dons de médicaments aux régions les plus gravement touchées. Le laboratoire pharmaceutique Sanofi a quant à lui fait un don de 100 millions d'euros notamment pour les hôpitaux et les EHPAD français. Enfin La MAIF, dont la raison d'être repose sur l'attention sincère portée à ses sociétaires, a décidé de reverser à ces derniers 100 millions d'euros, qui correspondent aux économies réalisées par la baisse des sinistres; afin de les encourager à donner cette somme à trois associations qui œuvrent particulièrement pendant la pandémie : la Fondation des Hôpitaux de Paris-Hôpitaux de France, l'Institut Pasteur et le Secours Populaire.

■ Le groupe Engie agit lui sur le plan énergétique, en attribuant 12 millions d'euros pour venir en aide aux particuliers les plus fragilisés notamment en remboursant 2 mois d'abonnement en électricité pour 600 000 foyers, et en venant en aide pour le paiement des factures d'énergie avec le chèque énergie.

Ainsi, ces initiatives solidaires et exemplaires nous démontrent le système vertueux de la RSE et des entreprises engagées sur le plan sociétal. Il est à souhaiter que d'autres franchissent le pas et que la RSE trouve sa juste place dans nos organisations dans le monde d'après.

CANDIDATEZ AUX TROPHÉES DÉFIS RSE 2020

AVANT LE 25 MAI

#ENVIRONNEMENT

#SANTÉ SALARIÉ

#INCLUSION



Fondé par le Crédit Agricole en 2014, le Village by CA est un écosystème créateur de valeurs et un accélérateur de start-ups qui soutient des projets à fort potentiel. Conçu de manière expérimentale au départ, le développement des autres Villages CA s'est fait de façon fulgurante en France et en Europe.

Aujourd'hui, c'est une vraie réussite car cet écosystème innovant, à la pointe de la technologie, a réussi à agréger une multitude de partenaires privés et publics. D'autre part, de plus en plus de femmes créent des start-ups et les concours sont un moyen d'émerger et d'avoir un soutien. C'est le cas du village CA, qui a créé cette année un concours spécialement dédié aux femmes.

Concernant les critères d'âge des start-ups : celui-ci accompagne des start-ups de tout secteur de 6 mois à 3 ans, plutôt matures, avec un début de commercialisation.



**Fabrice Marsella,
Directeur général
du Village CA Paris**

Quelles ont été, au départ, les motivations du Crédit Agricole pour ouvrir un village de start-ups au cœur de Paris ?

En créant ces villages, la stratégie du Crédit Agricole était de s'ouvrir à un monde plus vaste, différent de celui que nous avons l'habitude de rencontrer en tant que grand

groupe. L'objectif de départ était d'accélérer la transformation digitale de notre groupe. Plusieurs problématiques se sont posées à nous : comment se rapprocher de cette nouvelle économie, comment mieux comprendre le fonctionnement des start-ups quel que soit d'ailleurs le sujet qu'elles portent, comment je peux faire de l'opionioma ; c'est-à-dire co-crée ensemble avec la start-up, comment développer sur chacun des territoires l'économie locale... Donc les objectifs sont de différentes nature et pourront évoluer au fil du temps avec une plus grande nature de chacun dans la relation entre start-ups.

La question de l'impact (l'impact qu'ont les entreprises sur la société à l'échelle sociale et environnementale) a été abordée il y a 2 ans.

Le sujet des start-ups à impact est le prochain thème que nous allons développer au sein du village courant avril 2020.

Comment se sont développés les différents Villages CA au fil des années et sur quel model reposent-ils ?

Le premier village CA est né à Paris, rue de la Boétie en 2014. Nous n'étions pas forcément destinés à nous déployer partout en France. Le succès du premier village qui était à titre expérimental nous a donné envie de finalement déployer plusieurs villages partout en France, avec 33 villages entre 2014 et 2019.

Ces villages, tous construits sur le modèle de fonctionnement du premier, représentent des communautés d'entrepreneurs qui opèrent sur différentes thématiques selon leurs localisations, avec pour objectif de dynamiser l'économie des régions par un soutien local à l'innovation. Portés par les caisses régionales de Crédit Agricole, en partenariat avec des entreprises et des acteurs locaux de l'innovation, ces Villages reprennent le concept «coopérer pour innover», qui a fait ses preuves, tout en valorisant les atouts de chaque territoire. Les entrepreneurs composant ces villages sont de véritables soutiens à l'économie à impact, à l'économie responsable, ainsi qu'à l'inclusion des jeunes et des femmes notamment.



@Bird Office

D'autre part, l'aménagement au sein de ces villages est fait de telle sorte qu'il n'y a pas de bureau attribué à chacun, pour permettre à tous de circuler librement, ce qui promeut la coopération entre les secteurs. Les villages fonctionnent également en réseau pour permettre à chaque entreprise de rentrer en contact avec des investisseurs, journalistes, clients...

Pourquoi le Village CA a-t-il choisi, à travers ce nouveau prix, de soutenir les femmes dans l'entrepreneuriat ?

Quant au sujet des start-ups fondées par des femmes, la démarche auprès des femmes entrepreneurs est une démarche qui nous tenait à cœur, afin de chercher une nouvelle forme d'équilibre au sein de notre village, en complétant notre éco-système ; et au sein de l'entrepreneuriat en général. Auparavant, lorsqu'il s'agissait d'entreprises portées par des femmes, la solution de l'entreprise était presque toujours autour des mêmes sujets : garde d'enfants... sujets relatifs à la famille.

Pour notre concours dédié à l'entrepreneuriat féminin, nous avons cherché de nouveaux sujets pour montrer que les femmes se trouvent également dans d'autres secteurs très vastes ; ainsi que pour les différencier au sein du village CA. En effet, les start-ups au village ne doivent pas porter sur des sujets identiques afin d'éviter les conflits d'intérêt dans l'accompagnement. Nous voulons que les solutions de nos start-ups soit diverses et variées, pour créer des mélanges, créer une émulation autour de sujets différents et ainsi obtenir une certaine synergie. Le lieu s'y prête pour favoriser l'échange. Pour chercher ces start-ups émergentes portant sur des sujets nouveaux (intelligence artificielle, solutions à impact...), nous nous sommes également associés à des partenaires technologiques, et avons bénéficié d'un rayonnement important notamment grâce à la presse, à de multiples réseaux féminins tels que Femmes Business Angels, QuantiTech, Professional Woman's Network Paris, JamaisSansElle, ou encore StartHer.

Les critères du concours start-up village by CA :

- La viabilité du business model
- Le caractère innovant de la solution
- Leur potentiel de développement dans un écosystème comme celui du Village by CA
- La complémentarité de l'équipe

Témoignages de trois start-ups lauréates du prix Village CA :

■ Les Petits Prodiges, une start-up dans le secteur de la cosmétique responsable témoigne, « Nous avons créé notre start-up il y a deux ans, en octobre 2017. Nous sommes deux amies associées et nous nous sommes rencontrées il y a 10 ans en école de commerce. L'idée de fonder notre start-up nous ai venue autour d'un dîner.

Nous avions pour ambition de changer de mode de vie pour un mode de vie plus responsable. À titre d'exemple, pour notre utilisation personnelle de cosmétique, nous ne parvenions pas à trouver une marque qui nous correspondait, donc nous avons décidé de lancer la nôtre. Notre start-up représente une innovation de concept. L'aspect développement durable est, pour nous, un défi quotidien. Nous essayons de convertir le plus de gens possible à un mode de vie plus responsable, et ce grâce à des produits qui sont sains, écologiques mais aussi « plaisir » : des packagings colorés et pratiques, des senteurs & textures agréables. Nous travaillons tout particulièrement nos contenants (nos déodorants sont, par exemple, en carton 100% recyclable & biodégradable). Par ailleurs, nous avons eu l'impression qu'être des femmes a fait notre force dans ce monde de l'entrepreneuriat. Nous avons trouvé beaucoup de programmes faits pour les femmes entrepreneures ainsi que des prix faits pour les femmes, tels que celui du Village CA, qui nous permet un développement et un rayonnement plus grand ».

■ Pandobac, une des start-ups lauréates spécialisée dans l'agroalimentaire; est quant à elle un bon exemple d'entreprise à impact dont la solution diffère de celles habituellement portées par les femmes : « Quand on a créé Pandobac, on voulait vraiment le maximum d'impact possible sur la réduction des déchets. Pandobac est un service aux entreprises de l'agroalimentaire pour replacer les emballages qu'ils utilisent pour livrer. Nous supprimons les emballages à usage unique, ce qui a un fort impact environnemental ».

■ Civilinc, une start-up du secteur de l'intelligence collective qui aide les collectivités territoriales à mieux coopérer entre elles et à faire des économies : « Les femmes n'ont pas les mêmes chances d'entreprendre ou de diriger. C'est un fait. Seules 8% des startups fondées par des femmes sont financées par des fonds et 27% des cadres dirigeants sont des femmes. Les choses sont en train de bouger mais il y a encore beaucoup à faire. Je n'ai pas l'impression d'être mise en difficulté dans mon quotidien. Le mot serait trop fort. En revanche, je ressens parfois, de manière plus ou moins forte, une forme de condescende ou de défiance. Ma tactique dans ces moment-là est de ne pas m'arrêter, d'accélérer et de m'ancrer dans l'action. Les résultats sont le meilleur moyen de dissiper les inégalités. Encore faut-il que l'on nous en laisse le temps et les moyens. C'est la raison pour laquelle les mouvements tels que Sista, Women's forum, Girls in Tech, Femmes Business Angels, Professional Women's Network, JamaisSansElles, IWF, StartHer et Rezoé par exemple sont essentiels ».

Microsoft, partenaire pour soutenir l'inclusion numérique des femmes

Tout cela ne serait pas possible sans l'accompagnement des professionnels qui composent le jury du Village CA, tels que Microsoft qui a intégré cet accompagnement au sein de sa politique d'inclusion numérique.

Selon Microsoft, soutenir ce prix, c'est accompagner les femmes et leur donner des outils pour réussir. Microsoft a mis en place un programme pour accompagner non seulement les start-ups du Village CA; mais également pour aider 300 autres start-ups dans toute la France. Ce partenariat avec le Village CA consiste tout d'abord à utiliser ses propres outils de communication, en diffusant l'appel à candidature du village au sein du réseau Microsoft. L'entreprise Microsoft prend aussi part au jury du Village CA, au sein duquel elle repère des start-ups auxquelles elle fera bénéficier d'outils (tels que des logiciels gratuits, le cloud...); pour un budget de 25000 dollars par an. Microsoft les accompagnera dans leur évolution et les connectera directement à son réseau, ses clients, pour permettre leur développement à l'échelle nationale comme internationale. « Dans le cadre de mon travail, j'ai la chance de passer mes journées avec des start-ups qui inventent le monde de demain ; je les aide à développer leurs services/solutions en s'appuyant sur nos technologies, et nous essayons d'accompagner au mieux ces start-ups sur les aspects technologiques bien sûr, et également business » Anthony Virapin, Directeur des programmes start-up France.

Cette stratégie d'accompagnement fait écho à une stratégie de groupe vis-à-vis de la politique d'inclusion numérique et d'égalité femme-homme. En effet, Microsoft a œuvré pour améliorer l'inclusion numérique des femmes en développant plusieurs initiatives. Notamment, pour chaque panel, un certain pourcentage de femme est requis, et d'autres femmes sont poussées à prendre la parole.

« Nous sommes dans un métier où les femmes représentent en moyenne 25% des effectifs. Si on veut sortir de la statistique, il faut les mettre en avant » Carlos Purassanta, Président de Microsoft France

Carlo Purassanta, président de Microsoft France, est le premier dirigeant à avoir pris des positions fortes concernant l'intégration des femmes, notamment en engageant son entreprise sur la charte JamaisSansElles. L'association met des outils à disposition pour réagir en cas de situation non conforme : un vivier de femmes intervenantes par exemple dans lequel les entreprises peuvent puiser.

Microsoft France s'est aussi engagé sur la présence d'au moins une femme (sur trois collaborateurs) lors des rendez-vous clients ou fournisseurs. Quant au recrutement des femmes au sein de Microsoft, l'entreprise y est très attentive et les managers sont formés au recrutement inclusif. Les chiffres parlent d'eux-mêmes, Microsoft compte 32% de femmes dans ses effectifs (contre 20% en moyenne sur le marché de l'IT), 48% de femmes dans le comité de direction, et son Index égalité professionnelle obtenu est de 98/100.

Par ailleurs, Microsoft a également développé un programme « Aspire » qui intègre 50% de femmes diplômées, ainsi qu'un programme mixité depuis 4 ans. Ce dernier a pour objectif de faire du cross mentoring, en permettant le développement des collaboratrices et collaborateurs avec des mentors externes, dont 56 binômes sur le programme 2019/2020.

« Nous sommes dans un métier où les femmes représentent en moyenne 25% des effectifs. Si on veut sortir de la statistique, il faut les mettre en avant » conclut Carlos Purassanta.

TEMOIGNAGE D'UNE ENTREPRISE RESPONSABLE

Les Laboratoires Expanscience face à la nécessité d'une solidarité

« La crise sanitaire qui touche le monde rend plus que jamais évidente la nécessité d'une solidarité et d'une interdépendance positive entre tous. Nous adressons à chaque citoyen et à l'ensemble des professionnels de santé tout notre soutien. Nous nous engageons à poursuivre nos efforts pour contribuer à notre échelle à la lutte contre le Covid-19. » Jean-Paul Berthomé, Président des Laboratoires Expanscience



**Karen Lemasson,
Directrice de la RSE et du
Développement Durable**

De nombreuses entreprises engagées sont exemplaires au service de leurs salariés et de la société ? Comment l'entreprise familiale Les laboratoires Expanscience gère-t-elle cette crise?

Nous répondons à la demande du gouvernement de poursuivre notre activité en tant

qu'entreprise de santé. La sécurité de nos collaborateurs est notre première priorité et notre organisation est adaptée en conséquence partout dans le monde et sur notre site d'Epernon (Eure-et-Loir) où nous poursuivons la production de médicaments (Piasclédine 300) et de produits cosmétiques (Mustela). À la suite de l'arrêté gouvernemental autorisant l'industrie cosmétique à fabriquer des gels hydroalcooliques, nous avons mobilisé l'expertise de nos équipes R&D et production pour soutenir les professionnels de santé dans leur lutte contre le Covid-19. Depuis mi-mars nous avons produit 4300 litres de gel que nous livrons aux hôpitaux et maternités de l'APHP et à nos clients pharmaciens. Fort de notre ancrage à Epernon depuis 70 ans, nous soutenons aussi à hauteur de 100 litres par semaine les acteurs de santé régionaux (hôpitaux, Ephads, structures de soins, pompiers...).

Quelle place jouent la RSE et votre label B Corp dans vos engagements sociétaux et vos actions ?

En cohérence avec notre certification B Corp et notre engagement historique en RSE, nous voulons contribuer à maintenir les liens entre chacun, proposer des solutions à la fois solidaires et utiles pour les professionnels de santé et nos publics. La parentalité est à l'épreuve, nos aînés sont plus isolés, les personnes souffrant de maladies chroniques sont à risque et font face à l'engorgement du système de soins... Nous essayons à notre échelle d'apporter notre pierre à l'édifice. Notre marque Mustela déploie dans le monde des actions sur les réseaux sociaux pour soutenir les parents et les femmes enceintes (règles d'hygiène pour les enfants, soutien aux femmes qui allaitent, conseils pour l'accouchement...). Nous aidons les personnes qui souffrent d'arthrose, via des contenus et un coaching gratuit sur notre site arthrocoach.com et notre Facebook arthrolink, à maintenir une activité adaptée malgré une mobilité réduite. L'innovation ouverte

et collaborative est aussi essentielle et nous venons de rejoindre la « Coalition Innovation Santé - Crise Sanitaire » pour soutenir son appel à projets auprès de start-ups, PME, ETI afin de trouver des solutions pour maintenir le parcours de soin et la prise en charge des patients atteints de maladies chroniques.

En cohérence avec nos engagements d'entreprise citoyenne nous avons aussi à cœur de soutenir les personnes vulnérables. Nous avons fait un don de 28 000 produits Mustela à notre partenaire historique, l'Agence du DON en Nature (ADN), qui a besoin de produits d'hygiène pour les centres d'hébergement d'urgence comme le Samu social. En collaboration avec la FEBEA, 20 000 produits Mustela ont aussi été livrés à l'association Dons Solidaires pour les personnes en situation de précarité et 7 200 aux familles vulnérables en Belgique via le partenariat de notre filiale avec l'association Goods To Give. Mustela a par ailleurs acheté 60 berceaux en carton et matelas à French Poupon, une start-up partenaire, pour en faire don aux maternités des hôpitaux Bichat et Beaujon avec des produits Mustela pour des parents démunis. Nous initiions enfin des dons de crème hydratante auprès des hôpitaux d'Eure-et-Loir et de maternités partenaires pour soulager les soignants dont les mains sont agressées par les solutions hydroalcooliques.

Comment envisagez-vous la reprise totale de vos activités au sortir de la crise et quels enseignements en tirez-vous ?

Après la gestion de l'urgence, puis la mobilisation pour maintenir une continuité d'activité, nous sommes maintenant dans une phase de pilotage et d'anticipation du redémarrage. La sortie de la crise va être longue, complexe. J'ai confiance cependant dans la force de notre modèle qui concilie développement économique, social, sociétal et environnemental. Nous avons des atouts pour rebondir : nous sommes une entreprise familiale avec un ancrage et une production locale à Epernon, nous agissons pour développer des produits utiles, sûrs et éco-conçus et innover de manière ouverte, nous sommes engagés avec nos collaborateurs dans une politique de RSE depuis plus de 15 ans. Je suis convaincue que les entreprises ont un rôle majeur à jouer pour que cette crise soit source de mutation vers une société plus solidaire et plus respectueuse de l'environnement. A nous de renforcer notre utilité sociétale, de travailler et innover collectivement et de garder à l'esprit que nous avons un patrimoine commun à protéger car la santé et le bien-être de l'humanité sont étroitement liés au bien-être de notre planète. C'est la conviction que nous partageons avec la communauté des entreprises B Corp, plus que jamais mobilisée pour concilier développement économique et intérêt général.

BREVE: Un nouveau magazine web inspirant _ l'Effet Pangolin

Et si c'était mieux demain ?

Un Talk qui donne la parole à des chercheurs, des travailleurs sociaux, des environnementalistes, des philosophes, des citoyens engagés ou des artistes ; et destiné à ceux qui veulent apporter une réflexion à l'après-crise.

Selon son fondateur, Sébastien Folin : « Cette crise sanitaire sans précédent nous interroge sur la fragilité de notre mode de vie, sur l'interdépendance de notre économie mondialisée, sur le réel impact que notre consommation a sur l'environnement, il semble indispensable de penser le monde d'après. »

Rendez-vous à partir de 18h le vendredi sur la chaîne YouTube Festival Atmosphère. Les invités de l'épisode 2 de seront : Aurélie Jean, Docteur en science numérique, Numéricienne et spécialiste du code ; Frederick Mathis, patron de Etre, École pour la transition écologique ; ainsi que Angelique Kidjo, chanteuse et musicienne.



#EFFETPANGOLIN EPISODE INEDIT TOUS LES VENDREDIS 18H SUR LA CHAÎNE YOUTUBE DU FESTIVAL ATMOSPHERES