

---

# L'actu du bien commun

Edition du 3 novembre 2022



Conception : Youmatter

---

## Résumé de l'actu

L'actu du bien commun c'est l'actualité du leadership, de l'impact, de la raison d'être et bien d'autres sujets de bien commun décryptés pour vous.

Retrouvez dans votre veille de novembre un décryptage de l'actualité autour de trois thématiques clés :

- L'entreprise et le climat
- Les freins de la finance durable
- La publicité responsable

# Entreprise et climat

## *L'heure n'est plus aux choix*



En France, [il fera en moyenne 3.8 degrés de plus à la fin du siècle](#). L'étude du CNRS et de Météo France publiée il y a peu révèle une perspective d'autant plus inquiétante que cette prévision s'avère 50 % plus élevée que les précédentes.

Une augmentation qui aura évidemment des conséquences sur nos écosystèmes, sur la biodiversité, sur les entreprises et sur les hommes. À l'heure actuelle, le réchauffement climatique se ressent de plus en plus, notamment en [ce mois d'octobre, le plus chaud jamais enregistré en France depuis les premières mesures en 1945](#). Au-delà des conséquences sur les sols, les récoltes et les ressources en eau potable, ces températures ont tendance à impacter le moral des citoyens.

Face à ces changements, il est d'autant plus important, en tant qu'entreprise, d'agir pour enrayer les conséquences. Car les entreprises font partie des acteurs qui en subiront durement les conséquences, car elles dépendent de collaborateurs de plus en plus conscients de ces enjeux. Et pour cause, [75 % des salariés des grandes entreprises ressentiraient un malaise face à l'inaction de leur entreprise](#) dans la lutte contre la crise environnementale et la croissance des inégalités. Dans un contexte où [l'entreprise représente une valeur refuge pour le collaborateur](#), à l'heure où [les jeunes talents menacent de désertier les entreprises les moins engagées](#), il est indispensable de transformer son modèle.

À ce titre, les [150 entreprises qui ont participé à la Convention des entreprises pour le climat ont publié 10 propositions](#) pour accélérer la transition des entreprises. Parmi celles-ci, on note [la prédominance de la formation, qu'il s'agisse des dirigeants ou des collaborateurs, un conditionnement de la rémunération des dirigeants sur la base de critères environnementaux ainsi que l'élargissement de dispositifs existants pour la rénovation des bâtiments d'entreprise](#). Côté biodiversité, les entreprises s'engagent également. Elles sont 300 [à réclamer une obligation pour les organisations d'évaluer et publier leur impact sur la nature](#).

Dans tous les cas, il s'agira de se mettre en marche rapidement, car les entreprises qui ne suivent pas ce mouvement prennent de gros risques. [Il en va pour commencer de leur performance](#), mais également de leur réputation, à l'instar de [BNP Paribas mis en demeure par trois ONG pour ses soutiens aux nouveaux projets d'énergies fossiles](#).

Au-delà des entreprises, c'est tout un mode de production, de consommation, mais aussi d'innovation qu'il faut repenser. Et il semblerait à ce titre que [les femmes soient plus nombreuses à être à l'origine d'initiatives pour lutter contre le réchauffement climatique](#).

[Réchauffement climatique en France : Il atteindra 3,8 degrés en 2100, bien plus qu'anticipé](#), Radio Classique - 19/10/22

[Météo : le mois d'octobre est le plus chaud jamais mesuré en France](#), La Dépêche - 29/10/22

[Les salariés démotivés par l'inaction de leurs entreprises sur la transition écologique et sociale](#), Youmatter - 14/10/22

["L'entreprise est une valeur refuge pour les Français"](#), Nice Matin - 19/10/22

[Quand les jeunes talents désertent les grandes entreprises](#), C3D - 21/10/22

[« Entreprise régénérative » : la Convention des entreprises pour le climat rend son rapport final](#), Carenews - 28/10/22

[10 propositions de la Convention des entreprises pour le climat](#), Ecovadis - 18/07/22

[Biodiversité: 300 grandes entreprises mondiales réclament une obligation d'évaluer et publier leurs impacts](#), La Croix - 25/10/22

[Pourquoi intégrer le climat dans la stratégie d'entreprise ?](#), Air Zen - 24/10/22

[Devoir de vigilance : BNP Paribas mise en demeure pour ses soutiens aux nouveaux projets d'énergies fossiles](#), Novethic - 26/10/22

[Fête de la science : Plus de femmes, c'est plus d'innovation pour lutter contre le réchauffement climatique](#), France Bleu - 31/10/22

# Finance durable

## *Des freins persistants*



Alors que le débat entre croissance et décroissance prend de l'ampleur, [rappelant constamment l'urgence de basculer vers un modèle en rupture avec l'idéologie d'une croissance sans fin](#), la finance durable tente de se frayer un chemin et de représenter un compromis entre les deux mondes en développant une économie durable.

À ce titre, les financements en faveur du climat n'ont cessé d'augmenter ces dernières années. [Selon un rapport de la Global Sustainable Investment Alliance publié l'an dernier, 36 % des actifs sous gestion aux Etats-Unis, au Canada, au Japon, en Australie et en Europe sont désormais gérés en intégrant des critères extra-financiers](#). Si l'on regarde du côté des énergies renouvelables, [en 2020, l'investissement dans les énergies renouvelables a dépassé les 500 milliards de dollars, contre 400 milliards pour la production de gaz et de pétrole](#).

Mais des freins subsistent. [Il n'existe rien de précis sur les investissements liés à l'eau, la pollution, l'économie circulaire et la biodiversité](#). Quant à l'obligation de publication des données environnementales par les entreprises, elle ne commence qu'en janvier 2023. [De façon générale, les indicateurs de suivi des objectifs en lien avec la finance durable manquent de clarté et de précisions](#). D'autant que le climat ne semble pas prioritaire pour les investisseurs. [Ils ont en effet tendance à porter leur attention sur la santé et l'éducation](#).

Les lois européennes ne manquent pourtant pas : [SFDR, taxonomie verte, règlement benchmark, MIF 2, et même la directive CSRD \(prévue pour 2024\)](#) qui harmonisera la publication d'informations sur la durabilité par les entreprises afin de permettre aux investisseurs et au grand public de disposer d'informations comparables et fiables en la matière. [Les standards de reporting extra-financiers sont aujourd'hui nombreux, et on a parfois tendance à s'y perdre un peu](#).

Engager une transition rapide et forte vers la finance durable implique également de faire évoluer les métiers de la banque. [De nouveaux emplois émergent](#) mais cela passe en majorité par la formation. Les [financiers doivent retourner sur les bancs d'école afin de s'y retrouver dans un milieu en pleine évolution, comprendre ses enjeux et éviter le greenwashing](#). Dans certains cas, [ce sont même les étudiants qui en sont venus à créer une formation en finance durable pour combler les failles de leur école](#).

Les particuliers ont également leur rôle à jouer dans cette transition. [C'est ainsi que se place comme l'un des premiers éco-gestes le fait de changer de banque](#). C'est l'un des meilleurs moyens de garantir la bonne allocation de son épargne, son investissement dans des projets à impact positif, et de contribuer à l'avènement de la finance durable.

[L'entreprise dans la société post-croissante](#), C3D - 27/09/22

[Dossier: Faut-il transformer le système financier ?](#), L'Info Durable - 02/10/22

[Contribution "The Conversation". Investissements verts : une \(sur\)performance amenée à durer ?](#), Le Dauphiné Libéré - 28/10/22

[Transition écologique : le secteur de la finance peut mieux faire](#), France Info - 28/10/22

[Finance verte: où sont passés les patrons des grandes banques?](#), Challenges - 27/10/22

[Finance durable et solidaire : Le climat, non-prioritaire pour les investisseurs](#), Selexium - 14/10/22

[Finance durable : quelle réglementation en Europe ?](#), L'Info Durable - 19/10/22

[ISSB, ESRS, SEC : les enjeux de la bataille standards de reporting extra-financiers](#), Youmatter - 02/11/22

[Face à une économie plus responsable, les métiers de la banque évoluent](#), Le Parisien - 05/10/22

[Retour sur les bancs d'école pour les financiers face aux enjeux climatiques](#), L'Info Durable - 27/10/22

[Re.boot : des étudiants créent une formation en finance durable pour combler les failles des écoles](#), Novethic - 13/10/22

[Et si le premier geste à faire pour la planète, c'était de changer de banque ?](#), Ouest France - 26/10/22

## La publicité doit prendre ses responsabilités



En France, [les dépenses publicitaires des entreprises pèsent 31 milliards d'euros](#). C'est à peu près l'équivalent des investissements privés en Recherche & Développement. Des dépenses qui s'avèrent indispensables pour de nombreuses entreprises car il en va de leur image de marque, de leur croissance, de leur rentabilité.

Ce secteur florissant se voit cependant secouer ces dernières années. C'est ainsi qu'[un ancien lauréat du Cannes Lion, grande fête de la publicité, et membre du jury, a rendu son trophée pour dénoncer le soutien du festival aux "compagnies fossiles"](#). Critiquée pour son but ultime : vendre plus, consommer plus, mais aussi pour sa façon énergivore de diffuser les messages, [notamment dans le numérique, les annonces sur internet et les écrans publicitaires allumés en continu dans les espaces publics](#), la publicité doit se réinventer pour répondre à un mouvement de fond.

C'est dans ce sens que la Loi Climat et Résilience tente d'apporter un cadre à la publicité via trois dispositifs clés : [l'encadrement des allégations de neutralité carbone dans les campagnes, les premiers "contrats climat" ainsi que l'expérimentation "Oui Pub"](#). Et les régies semblent avoir d'ores-et-déjà déployé des efforts. Le groupe M6, par exemple, [s'engage dans une feuille de route RSE misant à la fois sur la réduction de son impact carbone, sur un usage responsable du numérique, sur l'éco-production et sur l'égalité des chances](#).

Malheureusement, [les annonceurs ne tiennent pas compte des critères de décarbonation des campagnes, ni d'ailleurs de la dimension RSE au sens large, lors du choix des agences et régies](#). Peu d'annonceurs acceptent aujourd'hui de payer plus cher une campagne sous prétexte qu'elle est décarbonée ou plus responsable.

[Pourtant, régulièrement taxées de greenwashing, les entreprises prennent de plus en plus de risques à communiquer](#). Il est dans ce contexte indispensable de sensibiliser et former l'ensemble de ces secteurs à la communication responsable et à ses enjeux. L'Ademe, dans cette optique, a récemment mis à jour son guide de la communication responsable. Destinée aussi bien aux professionnels qu'aux enseignants et à leurs étudiants, [cette édition propose une réflexion sur les enjeux actuels \(climat, environnement, précarité, fake news...\) et délivre des clés pour lutter contre les stéréotypes et le greenwashing](#).

[Pour véritablement positionner ce secteur et ses multiples acteurs sur la voie de la transition, l'association Communication et démocratie et l'Institut Veblen recommandent](#) de rendre public l'information sur les dépenses de communication commerciale pour les produits sensibles (automobile, fast-food, etc), de taxer les dépenses publicitaires des grandes entreprises à hauteur de 8 %, d'interdire la promotion des secteurs et produits particulièrement polluants ou mauvais pour la santé et d'établir une autorité indépendante de régulation de contenus.

Dans tous les cas, la transformation du secteur de la publicité va impliquer d'[apprendre à allier créativité et responsabilité](#).

[Pourquoi les entreprises dépensent-elles autant en publicité qu'en recherche et développement ?](#), Radio France - 16/09/22

[Poussé par des agitateurs internes, le secteur de la publicité doit se réinventer](#), Novethic - 03/07/22

[La publicité peut-elle être responsable ?](#), Le Drenche - 04/02/21

[Mise en oeuvre de la loi Climat et Résilience : entrée en vigueur de 3 dispositifs pour une publicité plus responsable](#), Gouvernement - 03/05/22

[CGV 2023 : M6 travaille à une publicité plus responsable, fédératrice et digitale](#), e-marketing - 18/10/22

[Décarbonation de la pub : où sont les annonceurs ?](#), Journal du net - 02/09/22

[Communication responsable : comment reconnaître et lutter contre le greenwashing dans la publicité ?](#), Youmatter - 16/11/21

[L'Ademe publie son guide de la communication responsable](#), Stratégies - 05/10/22

[La communication commerciale à l'ère de la sobriété. Taxer la publicité pour consommer autrement](#), Communication et Démocratie

[Publicité : comment allier créativité et responsabilité ?](#), J'ai un Pote dans la Com - 28/03/22

# Le Bonus du Bien Commun

## *Les tendances*

**Un guide** : Dans [Entreprendre pour le bien commun : le guide pour se lancer et changer le monde](#), Léa Zaslavsky et Hélène Binet donnent les clés pour accéder au royaume de l'économie sociale et solidaire et réussir son business à impact positif, ou le transformer. L'objectif : comprendre comment participer à la construction d'une société inclusive et durable, comment concilier modèle économique et ambitions sociales et écologiques.

**Un podcast** : [Changer La Norme](#) part à la rencontre d'entrepreneurs qui veulent changer les choses , d'acteurs de l'engagement qui témoignent de leur expérience en lien avec leurs convictions, et leur volonté de faire bouger les choses, de changer la norme. Déjà 42 podcasts en ligne pour ce podcast sans tabou.

**Une animation** : Sur le format de la Fresque du Climat, la [Fresque de la Publicité](#) couvre l'ensemble des impacts liés à l'ensemble des supports liés au secteur de la publicité (TV, radio, web, influenceurs, presse, événementiel, PLV...) via 41 cartes issues d'une dizaine de sessions tests intégrant les regards d'une trentaine de parties prenantes externes. Son objectif : sensibiliser à l'impact et aux enjeux de la publicité, quasi-omniprésente dans notre quotidien.

**Un institut** : L'[Institut de la Finance Durable](#) vient tout juste d'être lancé et vise à promouvoir la contribution de la place financière de Paris à la transition environnementale au plan européen et mondial. Cela revient à organiser le dialogue entre les pouvoirs publics, les entreprises industrielles et le secteur financier au sens large, afin de mettre en œuvre la stratégie et les actions opérationnelles de la Place en matière de finance climatique et durable.