



**Trois questions à Jean-Dominique Senard,**  
Président du Groupe Michelin et nouveau Président d'EpE

## Quels seront vos axes de travail prioritaires pour EpE ?

Je souhaite tout d'abord dire que je suis très heureux d'assumer pour trois ans la présidence d'EpE. Le travail réalisé ces dernières années, sous la présidence de Pierre-André de Chalendar, a donné un élan formidable à l'association et laisse un riche héritage. Le succès du Business & Climate Summit a donné une visibilité accrue à EpE et confirmé sa pertinence. Le respect de l'environnement est aussi inscrit dans les valeurs «cœur» du groupe Michelin qui a lancé dès 1992 le premier pneu «vert». Aujourd'hui, montrer que

croissance économique et durabilité vont de pair - ce que nous avons souligné lors de la COP21 - doit être notre constante priorité.

La feuille de route est donc claire.

Ma présidence va s'inscrire dans la poursuite de ce travail : mobiliser les entreprises et leurs dirigeants pour relever collectivement, et de la façon la plus proactive possible, les défis environnementaux. Je suis convaincu que les transformations prévisibles de la société et des entreprises seront largement inspirées par des considérations environnementales. Le rayonnement d'EpE à l'extérieur est donc essentiel aussi. Parce qu'EpE sait capter et structurer l'expertise de nombreux acteurs, il doit être reconnu comme un think tank de référence sur l'environnement, capable d'enrichir le débat public - national et international - et de stimuler le passage à l'action.

## Comment transformer le succès diplomatique de la COP21 sur le climat en une dynamique mondiale favorable au développement ?

Ce que nous venons de vivre est source de grands espoirs et une invitation vibrante à ne pas en rester là. L'accord de Paris est le résultat d'une mobilisation exceptionnelle de l'ensemble des acteurs à travers le monde : les Etats évidemment, qui ont su parvenir ensemble à un texte lucide sur les exigences collectives vis-à-vis du climat, mais aussi l'ensemble des autres parties prenantes - pouvoirs régionaux, entreprises, société civile - qui ont su convaincre les gouvernements que des solutions existent, et que les forces vives de l'humanité sont prêtes à engager la transition vers des économies bas-carbone. Je partage totalement la conviction que l'innovation technologique et comportementale sera au cœur du renouveau économique attendu et contribuera à tenir les Objectifs du Développement Durable signés en septembre à New York. La COP21 marque ainsi une étape décisive dans la reconnaissance du rôle des entreprises pour fournir des solutions. Je n'imagine pas l'évolution vers un monde bas-carbone sans un fort partenariat entre acteurs publics et privés. C'est dans le cadre de coopérations structurées que devront, par exemple, se mettre en place des évolutions majeures comme la systématisation d'outils de valorisation du CO<sub>2</sub>, la création de villes à très bas niveau de pollution, l'équipement de territoires en infrastructures intelligentes... Michelin a été très présent dans l'Agenda des Solutions de COP 21, en co-présidentant le LPAA Transport<sup>(1)</sup> au nom de la démarche collective Michelin Challenge Bibendum.

Le secteur dans son ensemble s'est mis au travail et a montré qu'il existe un nombre considérable d'initiatives fortes dans le monde qui cherchent à répondre à un besoin croissant de mobilité et de vitalité économique. Il en a été de même dans les onze autres secteurs (bâtiments, énergies, agriculture...) retenus dans les discussions de Paris. Il nous appartient de proposer des suites, sans attendre.

## Au-delà du climat, comment la prise en compte de l'environnement influence-t-elle sur les activités et la stratégie de Michelin ?

La baisse de la consommation énergétique des véhicules grâce à nos pneumatiques a, depuis l'origine de l'entreprise et récemment avec le pneu vert, été au cœur de notre stratégie ; elle est centrale dans ce que l'on appelle aujourd'hui l'analyse du cycle de vie. L'économie de matière vient tout juste derrière. Nous avons toujours privilégié la conception de produits légers, à longue durée de vie. Faible usure, endurance aux chocs, recrusage, rechapage, ... toutes ces caractéristiques témoignent de notre volonté de ne jamais gâcher la matière et de la respecter (du simple bon sens auvergnat !) tout en améliorant la performance de nos produits. L'approvisionnement en caoutchouc naturel est, toujours depuis l'origine de l'entreprise, d'une grande importance : il représente 50% des achats de gommes, les autres 50% étant d'origine synthétique. Protéger et encourager l'hévéaculture responsable dans le monde est une priorité pour nous. C'est le sens par exemple du partenariat développé avec WWF en Indonésie, où nous voulons définir et développer une filière moderne du caoutchouc naturel, en renforçant notamment la lutte contre la déforestation sur plusieurs zones de conservation prioritaires et en proposant de nouveaux schémas d'utilisation mixte des sols. Nous œuvrons également pour le développement de l'économie circulaire. L'économie de fonctionnalité, dans laquelle Michelin ne vend plus des pneus mais un service de roulage de véhicules ou d'atterrissage/décollage d'avions, est aussi une manière de gérer au mieux la matière. Quant à la ré-utilisation systématique des pneumatiques en fin de vie, y compris comme combustible industriel, elle fait partie de nos efforts auprès des pays et des flottes pour éviter toute mise en décharge. Plus la conscience environnementale de nos clients sera forte et relatera nos propres efforts, plus nous serons poussés à innover. Nous y sommes prêts !

## édito

Voilà, c'est fait : l'Accord de Paris est adopté. S'il reste à ratifier, il est déjà une réalité. Tous savent qu'il change radicalement la direction du développement et de l'économie au niveau mondial.

Il interpelle et engage chacun ; les deux maîtres mots durant la COP21 ont été innovation et coopération.

Ils ont été prononcés par tous les acteurs, publics et privés, de tous les pays, en développement ou industrialisés.

Dans ce nouveau paysage, Jean-Dominique Senard, Président de Michelin et nouveau Président d'EpE, présente ci-contre ses intentions pour EpE et sa vision pour la mobilité et pour Michelin.

La Question Ouverte soulève une question devenue urgente, celle de la mise en oeuvre : comment conduire la révolution industrielle qu'appelle cet accord ? Nous avons une génération, 35 ans, d'ici 2050. En termes industriels, c'est demain.

Bonne année !

Claire Tutenuit  
Délégué Général

# Un accord historique... et maintenant ?

L'Accord de Paris est adopté, et tous reconnaissent qu'il est historique. Le talent et le travail des équipes de négociation, la mobilisation de la diplomatie française et onusienne depuis plusieurs années, ont fait ce succès. Les attentes de la population, dont 80% ont maintenant ressenti personnellement les effets du changement climatique et en sont inquiètes, ont créé une pression suffisante sur les équipes nationales soucieuses des intérêts de leur pays pour qu'elles acceptent des compromis nécessaires à l'universalité.

Au-delà, l'action de la société civile a aussi joué un rôle en montrant que la décarbonation de l'économie est possible sans renoncer au développement humain et à la croissance économique, en particulier lors du Business & Climate Summit et dans les travaux des LPAA<sup>(1)</sup>. Les entreprises ont montré la diversité des solutions disponibles, les pistes de recherche et développement. Les villes ont affirmé leurs engagements et montré les politiques qu'elles peuvent mettre en œuvre au niveau local. Innovation et coopération sont les maîtres mots de tous ces acteurs, et leur engagement est irréversible. Cette affirmation a rendu un accord ambitieux acceptable par l'ensemble de la population mondiale.

Ambitieux, l'accord l'est, considérablement. Il fixe un pic des émissions mondiales «dès que possible», ce qui signifie accélérer la réduction des émissions des pays industrialisés, pour laisser de la place aux émissions

des pays émergents et en développement dont la dynamique reste de croissance. De même l'ambition d'une neutralité carbone mondiale dans le courant du siècle suggère que l'Europe atteigne cette neutralité vers 2050, les pays émergents – industrialisés à cette époque et qui produisent d'ailleurs nombre de biens pour son usage – émettront encore. En termes industriels, c'est un défi considérable, au moins pour deux raisons : industrielles et comportementales.

Le défi industriel est illustré par les LCTPI<sup>(2)</sup> du WBCSD : neuf chantiers industriels mondiaux dont le potentiel de réduction est de plus de 17-18 milliards de t<sub>eq</sub>CO<sub>2</sub> à l'horizon 2030. Leur matérialisation suppose des investissements industriels considérables ; on voit dans le cas du solaire que la capacité industrielle de production et d'installation est aujourd'hui le facteur limitant de la production photovoltaïque. Il en ira de même dans les autres domaines, si les conditions économiques permettent ce déploiement.

Le défi est aussi de conversion, et l'exemple du charbon allemand en est une illustration parfaite : comment transformer assez vite les mines et leur environnement humain et social, les centrales à charbon, les industriels qui construisent des centrales ? Dans le cas de l'automobile, les industriels existants vont-ils se transformer assez vite ou être dépassés par de nouveaux acteurs ? Ces questions s'ouvrent aujourd'hui.

Second défi : les comportements. La décarbonation ne peut pas se faire sans que les consommateurs y participent.

La résolution du problème de la couche d'ozone ou des pluies acides s'est faite par une transformation industrielle que les consommateurs et citoyens n'ont pas remarquée. Dans le cas du climat, il n'en sera pas de même : les solutions présentées durant la COP, que ce soit au Grand Palais ou au Bourget, devront être adoptées par les consommateurs.

Là aussi il faut une génération pour changer les pratiques, quand il s'agit des décisions importantes de la vie comme le choix du domicile ou les choix de mobilité qui y sont souvent associés. Peut-être encore plus pour les comportements quotidiens : il a fallu une génération, les 30 ans de 1985 à 2015, pour que l'ensemble de la population mondiale intègre le téléphone portable dans ses modes de vie au niveau mondial – et cette révolution, la communication mobile, était profondément désirée.

Deux défis que les industriels peuvent relever avec plus de confiance qu'avant l'Accord de Paris dans la détermination des pouvoirs publics et le soutien de la population... mais qui demanderont encore beaucoup d'efforts !

Claire TUTENUIT,  
Délégué Général

(1) Voir note page 1

(2) Low Carbon Technology Partnership initiative, voir [www.wbcsd.org](http://www.wbcsd.org)

## Dialogues

### Du côté d'EpE

- **Jean-Dominique Senard**, Président du Groupe Michelin a été nommé Président d'EpE pour 2016-2018, il succède à Pierre-André de Chalendar, Président-Directeur général de Saint-Gobain.
- Lancement de la **publication « Le dialogue avec les parties prenantes sur l'environnement et la santé »** à la conférence des Présidents pour l'ouverture du Salon Productible le 30 mars 2016.
- Une courte vidéo du « **One Man Chaud** » co-écrit par EpE est en ligne sur le site d'EpE <http://www.epe-asso.org/>.
- EpE est intervenue à de nombreux événements durant la COP21 : le Forum Chine-Europe, les

Rencontres industrielles France-Japon, la table-ronde de ANCRE sur les priorités de la R&D.

### Événements

- Lancement de la publication « **Business strategies for the climate** » pendant la COP21, lors d'une table-ronde réunissant un panel d'acteurs internationaux.
- L'ancien et le nouveau président d'EpE se sont exprimés au Grand Palais ; voir l'échange sur <http://dai.ly/x3hi2de>.
- Le Prix **EpE-metronews sur le thème de l'économie circulaire** a été lancé à l'Espace Générations Climat pendant la COP21, vous pouvez revoir le plateau-TV de lancement <http://goo.gl/ZCO5v2>. Les candidatures sont ouvertes jusqu'au 7 mars 2016.

### Les membres d'EpE

AEROPORTS DE PARIS • AIR FRANCE • AIR LIQUIDE  
• AIRBUS GROUP • ARCELORMITTAL • AXA • BASF  
FRANCE • BAYER FRANCE • BNP PARIBAS • CAISSE  
DES DÉPÔTS • CIMENTS CALCIA • CLUB MED •  
CREDIT AGRICOLE S.A / AMUNDI • DELOITTE •  
ÉCONOMIE D'ÉNERGIE • EDF • ENGIE • ERM  
FRANCE • ETAM • GREENFLEX • KERING •  
LA POSTE • LAFARGE-HOLCIM • MARSH •  
MICHELIN • PAPREC GROUP • PRIMAGAZ • PSA •  
RENAULT • REXEL • RTE • SAINT-GOBAIN • SANOFI  
• SCHNEIDER ELECTRIC • SÉCHÉ ENVIRONNEMENT  
• SEQUANA • SNCF • SOCIÉTÉ GÉNÉRALE • SOLVAY  
• SUEZ ENVIRONNEMENT • THALES • TOTAL •  
VALLOUREC • VEOLIA • VESUVIUS • VINCI



entreprises pour l'environnement

@epe\_asso

### La Lettre d'EpE N°39 - Janvier 2016

Retrouvez cette lettre et tous les travaux d'EpE sur [www.epe-asso.org](http://www.epe-asso.org)

Directeur de la publication : Claire TUTENUIT  
Périodicité : lettre trimestrielle, ISSN : 1779-2339  
50, rue de la Chaussée d'Antin, 75009 Paris  
Tél : +33 1 49 70 98 50 - Fax : +33 1 49 70 02 50  
Abonnement - désabonnement : [lalettre@epe-asso.org](mailto:lalettre@epe-asso.org)  
Imprimé sur papier recyclé ou sur votre papier