

ça RéSonnE

L'ÉCHO
PLUS RESPONSABLE

par **OUR FUTURE** BY DESIGN

Ces deux dernières semaines, dans les media, c'est régime confinement, avec au menu un sacré brouhaha d'informations, de bienveillantes à très alarmistes.

C'est gentil : mais c'est beaucoup à ingurgiter.

Pour vous éviter l'indigestion, nous avons extrait le bruit environnemental et sociétal (parce que c'est notre marotte à nous) le plus croustillant qui court sur le web : à lire seul ou à regarder dans ses grandes lignes en vidéo. #ContactHumain



BREAKING NEWS

Le changement du monde est à l'honneur.

C'est confirmé : les statistiques affluent & confluent vers le fait que le confinement est une clef de la transition vers une nouvelle vie.

« Je veux changer de vie après cette crise. »

« C'est la fin de notre modèle de société. »

« Il va falloir ralentir le productivisme et la recherche perpétuelle de rentabilité. »

« Devoir réduire l'influence de la finance et des actionnaires sur la vie des entreprises. »

42%

38%

69%

70%

* Enquête réalisée pour The Conversation

** Enquête réalisée pour The Conversation

SAVOIR CO[vid]MMUNIQUER

Même si Jean-Marc Segati (D.C. de Big Success) profite de l'occasion pour expliquer qu'il est important de communiquer pendant la crise et que ce n'est finalement pas « la fin du monde », l'institut d'études Marketing KANTAR remet en perspective les attentes des consommateurs sur le sujet de la communication : **77% veulent que les marques parlent de leur utilité dans la nouvelle vie quotidienne.**

Il semble bien que ce qu'on retiendra, c'est « qui aura été là ».

Quel chef d'entreprise aura renforcé ses liens, par l'attention qu'il aura portée à ses clients,

ses fournisseurs, ses collaborateurs. Mark Ritson, professeur de marketing émérite, enfonce le clou (dans l'**ADN**) : Entreprises, « développez des produits & services qui vont répondre aux nouveaux défis annoncés par le Covid [...] Faites de l'argent, pas de jolies déclarations morales ».

La crise qui s'annonce va en avoir besoin : préparons la convalescence de notre économie dès maintenant, avec des idées riches de COVID enseignements. (voir notre sélection de bonnes initiatives : semaine prochaine.)

« OSONS IMAGINER UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT DIFFÉRENT »

Voilà ce que nous suggère Boris Cyrulnik, neuropsychiatre vulgarisateur du concept de résilience, en résonance avec les penseurs & intellectuels : tous sont unanimes à penser que « **après le Coronavirus, le monde ne sera plus jamais le même** » (The Conversation).

Posons-nous, d'abord, pour réfléchir, créer, rêver. Il serait dommage de ne pas se servir de la crise sanitaire pour découvrir d'autres moyens d'entrer dans la mutation écologique autrement qu'à l'aveugle « prévient d'ailleurs Bruno Latour, anthropologue et philosophe, dans ses « **exercices pour un après confinement** ».

Ce confinement est finalement « une transition pour créer de nouveaux récits collectifs qui donneront du sens à ce que nous sommes en train de vivre » (Elanny Parise, anthropologue), et qui va, selon de nombreux sociologues comme Dominique Méda, « modifier le monde du travail et la hiérarchie des métiers »

et faire naître **la rêve d'un autre monde du travail.**

Même des entreprises, pas vraiment (re)connues pour leurs engagements vertueux, se prononcent pour un changement de paradigme : « **cette crise doit nous amener à réinventer nos organisations et à repenser la place de l'humain au cœur de la performance des entreprises** » (Jean-Benoît Saladin, COO Inditex France, propriétaire de Zara entre autres).

D'ailleurs, **l'industrie textile**, très touchée, réfléchit à la relocalisation de la filière qui devient un enjeu environnemental et social clé (Novotex), à l'image de fabricant de tissus Emmanuel Lang qui va relancer la première filature de lin française. On en est ravi : du lin (pour sa nature écologique et soyons fashionista : on trouve ça chic) mais aussi du nouvel équilibre qui s'annoncent.

LE MODÈLE AGRICOLE : EXEMPLAIRE & NOURRISSANT

On peut observer sur le secteur clef de notre confinement – l'agriculture, les premiers mouvements : une montée en puissance du local (**WeDemain**) de la vente directe producteurs-consommateurs grâce aux possibilités des plateformes web (dici.miami), un approvisionnement 100% français pour la grande distribution (fortement suggéré par l'état : **mazici**). Mais dans le même temps, un effondrement des cours mondiaux (pourtant préjudice à des millions de producteurs déjà en difficulté notamment dans les pays du sud).

BREF.

Chacun se prête au jeu des nouveaux imaginaires et les dirigeants des entreprises, confinés, doivent prendre le temps de réfléchir à leur transition et à leur raison d'être. Vous souhaitez, vous aussi, participer à ce mouvement ? C'est possible grâce à la plateforme mise en place autour des questions de Bruno Latour « **autour de la pandémie** » pour co-construire un monde désirable et durable.

ça RéSonnE vous est proposé par **OUR FUTURE** BY DESIGN.

Nous accompagnons les entreprises dans leur transition durable pour construire des solutions positives & concrètes.

Nous combinons pour cela deux expertises :
- la RSE et la maîtrise de ses enjeux
- la démarche créative de DESIGNERS
qui décadre et recentre à la fois, ouvre un champ des possibles réalistes & rapidement déployables.

Retrouvez-nous **ICI**
Parlez-nous **ICI**

Powered by
14
SEPTEMBRE

ça RéSonnE

Cette semaine dans l'actu RSE : c'est "branle-bas le combat" et "haut les cœurs" (au choix).

Parmi les 2.827 initiatives COVID que nous avons (toutes) recensées, voici les meilleures. De celles qui préparent une bonne capacité de résilience, comme celle dont on va devoir faire preuve pour l'avenir.

Pour les plus feints pressés : [le petit résumé vidéo](#).

ON DIT "PARER À L'URGENCE" MAIS "PALLIER LE MANQUE DE MASQUE"

Ils ont des lignes de production, ils ont mobilisé des salariés volontaires et participent à l'effort de guerre (pour continuer la métaphore Présidentielle) en produisant des masques (Le Slip Français, 1083, Dior, Petit Bateau entre autres), du gel hydroalcoolique (L'Oréal ou L'VMH... Adeptes DIY : faites le votre !)

Et bien sûr l'épisode du masque de snorkeling et désormais anti-COVI de Decathlon, dont la marque a donné les plans pour qu'il soit adapté.

PRÉSERVER SA CHAÎNE.

On parle de chaîne de valeur, hein, pas des chaînes TV gratuites le temps de la crise. En des temps chahutés, cette chaîne de valeur se distingue de celle alimentaire : les gros protègent les petits, comme Danone qui dédie 250 M€ d'€ pour aider son éco-système (15000 entreprises prestataires, distributeurs indépendants, agriculteurs...), ou SNCF qui renonce aux loyers des commerces en gare jusqu'au 30 avril.

SOUTENIR SES FOURNISSEURS.

Soutenir des PME ou TPE fragilisées dont la trésorerie serre les dents : H&M règle les commandes fabriquées mais annulées, ou encore L'Oréal gèle leurs créances et paie comptant les plus petits.

ÊTRE (JUSTE) SOLIDAIRES.

Il y a ces grands patrons qui suivent les recommandations de l'AFEP et diminuent leurs salaires & les dividendes. On retrouve Fiat, Disney, Boeing, Saint-Gobain, ou encore Sodexo : -50% de salaire pour les 2 dirigeants (10% pour 200 des principaux cadres dirigeants) reversés dans un fonds créé par la marque pour les salariés licenciés. On regrettera que Laurent Burelle (PDG de Plastic Omnium et Président de ladite AFEP), ait conservé son bonus. Les cordonniers...

De nombreuses marques offrent des services, beaucoup au personnel hospitalier : prêt de véhicules par Europcar ou ADA, logements sur Airbnb prêtés par des citoyens solidaires, ou des livraisons de repas quotidiens par la communauté ECO2, TABLE (association engagée pour une restauration durable) ou par Eatly Paris Marais pour la cellule « Covid-19 » de l'hôpital Bichat AP-HP à Paris.

GARANTIR L'EMPLOI.

En mode "Je peux, je fais", CHANEL maintient tous ses contrats de travail jusqu'au 8 mai pour ne pas peser sur les finances de l'Etat (8,5 Mds ont été budgétés sur 2 mois pour financer le chômage partiel), aucun licenciement pendant 3 mois chez DANONE, qui verse également 1000€ de prime, comme Auchan, à ses salariés mobilisés sur le terrain. Pour faire du buzz, dira-t-on : mais la santé économique des grands groupes jouera sur une meilleure convalescence d'après crise (à condition d'en redistribuer les fruits, cela s'entend).

+100.000€

Revenus exceptionnels générés en 1 mois par le boom de provisions de la nécessité (pâtes, œufs frais...) pour c'est qui le patron, et 100% reversés aux indépendants, petits commerçants et infirmières. Et c'est seulement à notre petite échelle (...) imaginez pour Panzani, Barrilla... », ajoute Nicolas Chabanne (fondateur). L'appel est lancé.

MANGER.

Le nerf de la guerre (avec 9 milliards d'humains à nourrir en 2050 : autant apprendre à renforcer notre agriculture, particulièrement touchée par la fermeture des restaurants et des marchés). Génial : la place de marché virtuelle Pour De Bon (idéale en temps confiné) augmente sa capacité de distribution (maraîchers, pêcheurs, éleveurs engagés dans des techniques de production responsable), de la collecte à la livraison. Aussi : les supermarchés s'engagent à 100% de fruits & légumes origine France (appel de Bruno Lemaire).

BREF.

« On ne fera pas face aux chocs sanitaires à venir avec du gel hydroalcoolique et des masques, il faut adapter nos sociétés aux changements climatiques » (Patrice Geoffron, co-auteur du plan de reprise économique plus vert). Et les entreprises vont devoir suivre : un peu à la manière de Time Out qui devient Time In : elles vont devoir faire évoluer, s'adapter. On en est aussi convaincus.

À notre mesure, nous y participons : notre plan de relance vert à nous est à base de Design : pas le joli objet, non, mais cette force de réflexion collective, comme l'explique Quentin Lepetit : « Notre société doit se réinventer ! C'est à vous, futurs designers d'élite, qu'il appartient de changer les choses, de transformer et d'accompagner l'industrie vers ce changement. » #GoForward !

Picorette

[ENV] L'empreinte CO2 des Français baisse de 62% en 2 semaines confinées) • Innovation [] par CARBIOS qui recycle le PET, plus vite, 100 fois mieux, par voie biologique • [ENCLAGE] Avec la consultation citoyenne "COVID : comment construire le monde d'après" • [OUI] Et si on instaurait la semaine d'après : LA tribune qui vaut le coup • Quoi ? Les consommateurs voudraient plus de pub ? Oui, mais la pub, c'est... • Hommage au personnel hospitalier : DOVE leur signe une belle campagne et un beau check (1 M\$ CAN) en produits médicaux • [SÉRÉNITÉ] Le test grandeur nature pour les circuits courts.

ça RéSonnE vous est proposé par **OUR FUTURE** BY DESIGN.

Nous accompagnons les entreprises dans leur transition durable pour construire des solutions positives & concrètes.

Nous combinons pour cela deux expertises :
- la RSE et la maîtrise de ses enjeux
- la démarche créative de DESIGNERS
qui décadre et recentre à la fois, ouvre un champ des possibles réalistes & rapidement déployables.

Retrouvez-nous [C]
Parlez-nous [C]

Powered by
14
SEPTEMBRE

L'ÉCHO PLUS RESPONSABLE PAR **OUR FUTURE** BY DESIGN

ça RéSonnE

Cette semaine dans l'actualité COVID, c'est :
le paysan ce héros.

Énormément de sujets autour de l'alimentation et l'agriculture... avec un fait marquant : la réouverture de McDo et **3 heures d'attente pour acquérir ce graal qu'est le big Mac** ! On nous aurait menti ? Les français en auraient-ils marre de bien manger ?

Pour les plus pressés : **le résumé en vidéo.**



MARCHÉS AGILES.

Les agriculteurs profitent de cet engouement pour compenser leurs pertes de revenus liées notamment à la fermeture des restaurants et des marchés. **Ils mettent en place les moyens de se rapprocher de leurs consommateurs en développant des plateformes de ventes en ligne** comme **Prince de Bretagne**, abrité sur Amazon qui prend le virage du bio. Ou "Pourdebon", plateforme qui fédère les petits producteurs alimentaires, dont certains ont connu une progression de +1 000% à l'annonce du confinement et a réalisé en un mois, son volume d'affaires de 2019.

Les producteurs soucieux d'écouler leur fruits et légumes investissent également des lieux inédits : on peut **acheter ses légumes chez son coiffeur** à Angers et la Gare Sncf de St Flour devient un petit "Rungis" le vendredi. Nos agriculteurs, soutenus par leurs fédérations et leurs coopératives, font preuve d'une grande créativité assortie d'une réactivité, un peu imposée à vrai dire par leur métier... ce qu'ils ne vendent pas aujourd'hui sera pourri demain.

En parallèle la distribution traditionnelle est aussi bouleversée : **+90% des ventes par livraison (ça, ça paraît très normal...)** **+74% sur le drive alors qu'hypers et supers voient leurs CA stagner.**

BLOOM.

Nous avons compris que les Français modifiaient leurs habitudes alimentaires : ils ont augmenté **leur budget alimentation de 29%** en consommant différemment.

Dans les magasins spécialisés bio, **le panier moyen est passé de 40 à 59 euros**. Ils sont friands de produits locaux et de qualité qu'ils achètent massivement.

ALORS QUE PENSER ?

Les français qui avaient vu leurs dépenses en alimentation passer de 35% en 1960 à 23% en 2020 sont en train de prendre conscience de l'importance d'une alimentation saine, riche et locale ? Le paysan est devenu leur nouveau héros après l'agribashing de début 2020 ? Nous sommes tous prêts à devenir locavores ? Peut-être, pour certains d'entre nous... mais pas tous... certains ont simplement besoin de manger.

X5 AUX RESTOS DU CŒUR.

Aux restos du coeur, on estime que les flux sont multipliés par 5 avec de nouveaux types de bénéficiaires : **des étudiants qui n'ont plus le resto U**, les familles qui n'ont plus la cantine, les micro-entrepreneurs, les victimes de l'uber économie et les travailleurs de l'économiesouterraine.

En Seine Saint Denis, le préfet vient d'envoyer un rapport sur la situation d'urgence de son département : avec 20 000 personnes en grande difficulté, il craint une émeute de la faim. Et à l'autre bout du monde, l'ONU alerte sur les situations de famine attendues qui toucheraient 135 millions de personnes dont 50 millions simplement en Afrique de l'Est.

NOURRIR PLUS & MIEUX.

Alors, comment faire pour nourrir plus et mieux ? Sans changer drastiquement nos façons de nous nourrir, peut-être pouvons nous garder un peu de nos nouvelles habitudes : faire un peu plus de cuisine (cuisiner des produits bruts coûte moins cher qu'acheter des plats préparés), consommer local des produits de saisons, gaspiller moins de nourriture.

BREF.

Notre alimentation est clef pour notre santé et celle de la Planète. Les producteurs sont prêts à entendre la demande des consommateurs qui, même sur les produits "entrée de gamme" veulent des produits sains et de qualité. **Les membres de la Convention Citoyenne** pour le Climat se prononce pour une agriculture durable et de proximité et souhaite que l'Etat prenne des mesures fortes dans ce sens avec un objectif de 50%

d'agroécologie d'ici 2040. Des agronomes tel le **professeur Dufumier** pensent qu'on peut nourrir le monde avec l'agroécologie. Rien ne justifie qu'une partie de la population sacrifie sa santé sur l'autel du pouvoir d'achat. Même si tous ne peuvent pas consommer de la même manière, une réduction des inégalités alimentaires est à l'ordre du jour. N'oublions pas cet Objectif du Développement Durable : "réduire la faim dans le monde"... et à nos portes...

ça RéSonnE vous est proposé par **OUR FUTURE** BY DESIGN.

Nous accompagnons les entreprises dans leur transition durable pour construire des solutions positives & concrètes.

Nous combinons pour cela deux expertises :

- la RSE et la maîtrise de ses enjeux
- la démarche créative de DESIGNERS

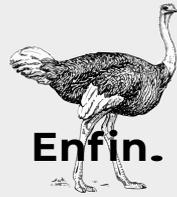
qui décadre et recentre à la fois, ouvre un champ des possibles réalistes & rapidement déployables.

Retrouvez-nous ICI
Parlez-nous ICI

Powered by
14
SEPTEMBRE

ça RéSonne

L'ÉCHO PLUS RESPONSABLE PAR **OUR FUTURE** BY DESIGN



Enfin.

Cette semaine, c'est : ENFIN !

À quelques rétrogrades ou climatosceptiques près qui continuent à faire l'autruche, la conviction d'une relance verte comme seule issue viable pour l'avenir & pour la planète se porte partout en tribunes éclairées, collectifs d'entreprises, rapports citoyens, jusqu'aux portes de l'Élysée. La reprise (et l'avenir) seront verts : les peuples l'exigent, les économistes (entre autres) le recommandent, les financiers s'y attèlent.

Est-ce l'heure du grand réveil ?
Le petit résumé vidéo pour les plus pressés.



RAPPEL. LE COVID : C'EST NOUS.

L'origine de la pandémie serait la conséquence directe du trafic illégal de faune sauvage en Chine (pangolin) et viande de brousse notamment, propagé par la mondialisation et les transports (un virus ne se transporte pas : c'est nous qui le faisons), accéléré par la déforestation, l'exploitation des sols et des animaux. Ajoutez le réchauffement climatique (d'origine humaine) qui pourrait libérer des virus certains inconnus, congelés dans le permafrost. Glacant.

RAPPEL. CE CHAOS : C'EST NOUS.

On le sait, c'est (déjà) prouvé. Reste à savoir : pourquoi on ne change pas ? Selon le philosophe Clive Hamilton **"Nous sommes tous climatosceptiques"** car l'écologie porte des messages que nous refusons : l'urgence (qui s'oppose à tort au progrès auquel nous avons tous été biberonnés) et violence à venir (les riez, ça aide à mieux les vivre). D'un point de vue plus économique, l'écologie s'insère mal dans nos modèles économiques car elle lutte avec d'autres enjeux, notamment économiques, et demande une concertation internationale difficile à mettre en place dans un contexte libéral & concurrentiel (ce long & passionnant article de **YouMatter** vous explique tout en détail).

On sait que l'on doit agir. Voilà pourquoi...

ON RESTE PERPLEXES (EUPHÉMISME)

DEVANT LA LETTRE DU MEDEF ET DE L'AFEP

(qui regroupe les 113 premiers groupes actifs en France) demandant au gouvernement de diffuser certaines normes (réduction des émissions CO2 ou d'économie circulaire notamment).

DEVANT LE LOBBIE DE L'AVIATION

qui réclame des plans de sauvetage dénoncés par un **ÉtatsPeopleNot.Planes** (collectif de 250 associations demandant l'intégration de "conditions sociales et environnementales, avec une protection adéquate des travailleurs et une transition planifiée vers une mobilité juste et favorable pour le climat").

DEVANT L'ÉPANDAGE

à la diminution des limites de sécurité entre habitations et champs traités par épandage, source de particules fines aggravant aussi la mortalité du COVID. Les maires anti-pesticides ainsi que 9 associations ont déposé un recours.

LA RELANCE EST OUVERTE.

L'économie de l'après COVID sera Green. On le demandait : maintenant on l'exige.

NOUS SOMMES DEMAIN,

ce collectif de 400 000 entreprises (résement rejoint par le CJD) demande au gouvernement de conditionner les 20 Mds d'€ d'aide aux grandes entreprises à des engagements écologiques et sociaux concrets et l'appelle à soutenir les entreprises qui le font déjà.

LE GREEN NEW DEAL,

mouvement américain prônant une économie verte, soutenu par l'ONU, repris partout en Europe et dont Ursula von der Leyen a lancé la **version européenne** fin 2019. Jeremy Rifkin, prospectiviste, le défend fermement et prévoit l'avènement de la **3e révolution industrielle** (technologique ET verte).

92 GRAND PATRONS

appellent à "une mobilisation collective pour faire de la relance économique un accélérateur de la transition écologique". Le MEDEF et l'AFEP sont également signataires, malgré leur lettre demandant l'inverse au gouvernement (le Président de l'AFEP qui "prend le chômage partiel et garde ses dividendes" n'est pas à une incohérence près).

AUX RAPPORTS.

On citera aussi 2 rapports proposant des actions concrètes en vue d'une relance verte: Celui du Haut Conseil pour le Climat (**Climat, Santé, mieux prévenir, mieux guérir**) avec 18 recommandations de fonds (décarboner, innover, investir...). Et celui de la **Convention citoyenne pour le climat** (crée suite au mouvement des Gilets Jaunes) : 150 citoyens tirés au sort ont été mandatés pour définir un modèle de société plus juste pour les hommes et la planète (objectif : -40% d'émission CO2 en 2030 par rapport à 1990). La crise du Covid les a mobilisés en urgence : 50 premières mesures ont été transmises au Président pour une **sortie de crise** qui prépare à un modèle économique et social différent, plus humain et plus résilient.

BREF.

Le COVID a été un révélateur ; que nous sommes de petites choses, que nous faisons partie de la nature que l'on pille, que non, ça ne tourne plus rond.

"Il faut accepter des évolutions radicales pour s'y préparer. Un vrai élan générationnel existe sur lequel s'appuyer pour recommencer autrement. (...) Il faut dessiner un futur enviable pour tous."

confiant le designer belge Ramy Fischler. On a bien l'impression que c'est ce qui est en train de se passer. En tout, c'est ce que l'on entend : recte les actes. Nous : on s'y met, en tout cas.

Merci à tous les médias qui nous ont passionnés, instruits, fait bondir, interpellés, tenu éveillé, et surtout aidés à rédiger ce **ça RéSonne** : **The Conversation, Science & Action, Vice, Le Monde, YouTuber, Le 20h, Reporterre, BRUT, Twitter, LePoint, Le Nouvel Obs**

ça RéSonne vous est proposé par **OUR FUTURE** BY DESIGN.

Nous accompagnons les entreprises dans leur transition durable pour construire des solutions positives & concrètes.

Nous combinons pour cela deux expertises :
- la RSE et la maîtrise de ses enjeux
- la démarche creative de DESIGNERS qui décade et recrée à la fois, ouvre un champ des possibles réalistes & rapidement déployables.

Retrouvez-nous **ICI**
Parlez-nous **ICI**

14
ANNÉES