

UNE RÉPONSE RESPONSABLE

des jeunes talents
de France et
des Pays-Bas
se penchent
sur le futur et
dessinent les
contours de
solutions durables

ORGANISATION

Conseil de coopération franco-néerlandais

Le Conseil de coopération franco-néerlandais a pour but d'intensifier les relations entre les sociétés civiles française et néerlandaise. Il est sous la présidence des deux ministres des Affaires étrangères. Les membres du conseil sont des éminentes personnalités du monde de la politique, des médias, de la culture et des entreprises. Le succès de la première rencontre des Jeunes Talents à Paris en octobre 2005 a donné envie au Conseil de coopération de renouveler l'événement. Cela s'est produit en janvier 2008 à Maastricht. Une initiative organisée par le Réseau franco-néerlandais. Soutenue par les ministères des Affaires étrangères et européennes et les ambassades des deux pays.

Le Réseau franco-néerlandais

Le Réseau franco-néerlandais a pour but de renforcer la coopération et les bonnes relations entre les institutions de l'enseignement supérieur et de la recherche dans les deux pays. Il initie, informe, organise, coordonne et réunit. L'accent porte toujours sur l'échange de connaissances et de contacts. A travers des rencontres personnelles, des réunions interactives, des parcours de recherche, des stages, des postes de professeurs en résidence et des bourses. Le Réseau exige aussi qu'une attention soit portée à la langue et à la culture française et néerlandaise dans l'enseignement : non pas comme un objectif en soi, mais comme un instrument favorisant une compréhension mutuelle.

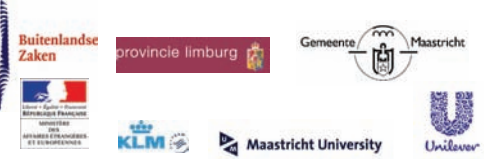
Une rencontre de jeunes talents s'inscrit dans l'approche du Réseau franco-néerlandais consistant à utiliser les thèmes actuels et axés sur l'avenir comme vecteur pour faire passer son message : la collaboration, ça paie !



Colophon
Édition: Frans-Nederlandse Academie, Utrecht
Textes: Lidwien Poorthuis (FNA), Utrecht
Traduction: Isabelle Rosselin, Paris
Concept et coordination: Het Kantoor, Utrecht
Photographie: Chris Pennnarts, Montfoort / Peter Oey, Utrecht / Het Kantoor, Utrecht
Istockphoto / F. de la Mure (MAEE, Paris)
Philip Driessen, Maastricht
Maquette: soda-ontwerp, Utrecht
Impression: Avant-gpc, Werkendam
Edition: octobre 2008
Tirage: 3 000

Réseau franco | néerlandais
1bis, rue Georges Lefèvre
59044 Lille Cedex
France

www.frnl.eu



AVANT-PROPOS



« L'Europe ne se limite pas à la scène bruxelloise. Des débats peuvent et doivent aussi avoir lieu entre pays et groupes de citoyens. Il est formidable de voir de jeunes talents néerlandais et français s'attaquer au thème de la Responsabilité Sociale et Environnementale de l'Entreprise. Il s'agit de leur avenir, dans leurs pays, dans leur Europe, dans leur monde. Les solutions qu'ils font émerger présentent un intérêt pour nos partenaires européens. Elles peuvent par exemple contribuer à ce que des succès soient remportés dans la lutte contre le changement climatique et les émissions de CO2. Et des succès sont plus que nécessaires pour vaincre le cynisme politique. L'économie européenne est une puissance majeure et l'ampleur de son marché lui permet non seulement de montrer la voie, mais aussi l'y oblige.

Il est en outre satisfaisant de constater que les jeunes professionnels prennent leur responsabilité. Leur quête est précieuse. Car avec leurs solutions d'aujourd'hui, ils posent les fondements de leur rôle et de leur contribution futurs. Je suis donc heureux de ce type de rencontres de talents et d'idées. »

Frans Timmermans, secrétaire d'Etat néerlandais aux Affaires européennes

« La jeunesse européenne doit être au cœur des préoccupations de l'Union, de ses politiques et de ses priorités. Notre histoire commune est aussi celle de deux nations aux visions du monde et aux destins très différents.



Pourtant, nous pouvons aujourd'hui témoigner de la très grande proximité de vues de nos deux pays pour faire avancer la politique européenne de lutte contre le changement climatique, la politique commune de l'énergie. Nos différences donnent donc du prix à nos convergences: elles témoignent, pour l'ensemble des autres membres de l'Union, de notre capacité à 27 à trouver des points d'accord solides pour promouvoir ensemble des politiques communes. Vous êtes de jeunes citoyens français, néerlandais et européens. Le projet européen est notre présent et notre avenir. Je sais que l'Europe peut compter sur vous pour poursuivre cette aventure commune. »

Jean-Pierre Jouyet, secrétaire d'Etat français aux Affaires européennes

RÉPONSE RESPONSABLE

Des jeunes talents et un avenir durable

La recette: prenez quarante jeunes talents, confiez leur une mission ciblée, découpez l'avenir en quatre morceaux assimilables, ajoutez des images éloquentes et des informations concrètes, confrontez les à des points de vue de spécialistes, incorporez un peu de dilemmes et laissez le tout bouillonner pendant deux jours.

Le résultat: une avalanche d'idées, de courants de pensée et de bruits inspirants.

Deux jours dans une cocotte-minute virtuelle ne peuvent aboutir à des solutions toutes prêtes. On ne peut saisir la réalité actuelle et à venir en quelques jours. Et encore moins la moduler. Mais la spontanéité, l'étonnement, l'indignation, le goût de la vie, l'impartialité, l'envie d'agir et d'innombrables autres émotions donnent leur saveur aux débats et aux conclusions des 24 et 25 janvier 2008. C'est un échange vivant d'idées et d'opinions qui a eu lieu, et non un combat. Et on ne peut en aucun cas parler d'une ligne de partage des eaux entre les pays, les disciplines ou les classes d'âges. De plus: ils sont tous jeunes, ce qui facilite manifestement une compréhension mutuelle.

Il émerge de cette rencontre un esprit concret. Pas de chimères ou de vagues

idéaux. Mieux vaut s'attaquer tout simplement aux problèmes. Changer. Commencer dès aujourd'hui. Par thème, ils ne sont autorisés qu'à explorer un nombre limité de voies pour trouver des solutions. Autrement dit, il faut choisir. De façon réfléchie et ensemble. Parfois, ils appellent les choses par leur nom. Parfois, ils ne savent pas à qui adresser leurs impressions et leurs idées. C'est peut-être logique, car l'avenir concerne tout le monde. Cultivateurs, citadins et campagnards. Toutes les catégories de la population. Les politiciens et autres professionnels. Et à tous les niveaux: local, régional et européen.

A partir de leurs esquisses de l'avenir, les jeunes talents distillent les principales parties prenantes. Par thème.

Agriculture biologique



- agriculteurs
- partis politiques
- pouvoirs publics
- entreprises industrielles et commerces
- associations de défense de la nature et de l'environnement
- consommateurs
- formations professionnelles
- transporteurs de bétail
- vétérinaires
- industrie zoopharmaceutique
- concepteurs et cultivateurs de plantes
- chercheurs

Entreprendre dans la diversité

- entrepreneurs
- cadres dirigeants
- gestion des ressources humaines
- associations professionnelles
- partis politiques
- pouvoirs publics
- syndicats
- formateurs
- groupes d'intérêt
- intégrateurs



Investissement éthique



- banques
- fonds de retraite des entreprises
- assureurs privés
- autres investisseurs institutionnels
- investisseurs privés
- partis politiques
- syndicats
- gouvernements
- directions des places financières
- associations de consommateurs
- enseignement
- médias

Climat et énergie

- producteurs d'énergie
- distributeurs d'énergie
- chercheurs
- enseignement
- branches technologiques
- consommateurs
- associations de défense de la nature et de l'environnement
- les enfants et leurs parents
- partis politiques
- gouvernements
- administrations publiques



LES OPPORTUNITÉS

Communication

La publicité: attirer l'attention sur certains points, informer la population, faire d'un aspect le débat du jour. C'est le premier pas vers une meilleure prise de conscience et le changement. Et donc vers l'action.

- Un rôle fondamental des grandes surfaces dans l'apport d'informations sur les produits biologiques
- Une amélioration des renseignements fournis par les banques et une plus grande responsabilisation de leur part sur l'investissement éthique
- De nouvelles campagnes des pouvoirs publics sur la politique de diversité
- Une plus grande implication des ONG pour faire du changement climatique un problème qui nous concerne tous de près

Enseignement

L'éducation: c'est la base. Elle doit être développée le plus tôt possible. Sans connaissance, pas de progrès. Il faut stimuler l'engagement, une nouvelle génération qui se met au travail avec une bonne capacité de jugement.

- L'accent sur le savoir-faire en matière d'agriculture biologique dans les formations agricoles
- Une familiarisation précoce avec le monde financier dans les établissements scolaires
- Des formations pour les employeurs en vue d'aborder la diversité de façon positive
- Du matériel pédagogique plus sensibilisant à la problématique environnementale

Législation

Des règles. Nous ne les aimons pas. Pourtant elles sont nécessaires pour la clarté, pour une approche univoque. Il faut que les règles s'appliquent à tous. Il faut éviter la confusion, le désintérêt et penser sur le long terme.

- Une politique plus rigoureuse contre la dissémination illégale de plantes génétiquement modifiées
- Un cadre juridique clair pour l'investissement éthique: qu'est-ce qu'il recouvre exactement?

- Des propositions juridiques plus riches concernant la diversité au lieu d'une législation simplement anti-discriminatoire
- Dans le cadre d'une législation européenne sur le climat, accorder une place aux actions communes

Recherche

Des preuves. Des chiffres. Une base scientifique: nous pouvons construire à partir de là. Il faut que les scientifiques se penchent sur les problèmes d'aujourd'hui. Que la recherche soit le moteur du progrès.

- Une intensification de la recherche scientifique sur la valeur ajoutée apportée par l'agriculture biologique
- Des recherches sur l'investissement éthique effectuées par des entreprises et qui inspirent confiance
- Un vaste tour d'horizon de la diversité et de la discrimination par la recherche
- Une mise en œuvre plus rapide des techniques favorisant la durabilité par une pollinisation croisée entre les instituts de recherche et les entreprises

Nouveaux défis

Encouragement. De nouveaux objectifs. Il faut anticiper pour nous adapter, préparer l'avenir. Il est nécessaire de faire de la place aux idées nouvelles et d'inciter tout le monde à participer à la réflexion. Ne pas avoir peur de l'inconnu.

- Une collaboration plus étroite entre le secteur biologique et les pouvoirs publics en matière de technologie et d'innovation
- Rendre le marché de capitaux plus durable ; notamment à la bourse, plus d'attention pour la RSEE
- Une récompense par les pouvoirs publics pour les pratiques exemplaires ; introduction du principe « Naming-Shaming-Faming »
- Une définition d'objectifs accessibles en adoptant une approche mondiale de la problématique du climat

Conscience sociale

Inconnues. Pour beaucoup de gens, c'est ce qu'on peut dire des menaces actuelles. Consciemment ou inconsciemment, nous leur tournons le dos. Il faut rompre avec cette mentalité. Il vaut mieux insister sur le rôle que chacun peut jouer dans le changement.

- Un consommateur mieux informé sur la taille de son empreinte écologique à l'achat de produits
- Des campagnes des pouvoirs publics et l'information par les banques sur l'influence exercée par le consommateur sur les investissements
- Des informations fournies aux employeurs, aux réseaux nationaux et aux organismes publics sur l'existence et les avantages d'une politique de la diversité
- Des campagnes positives, sensibilisantes, émanant des pouvoirs publics et des organisations écologiques

Signes distinctifs

Imprécision. Beaucoup n'ont pas d'idée claire sur la durabilité ou sur la RSEE. La création des signes distinctifs dans tous les domaines évite l'apathie. Il faut rendre cette question visible et tangible.

- Éviter la confusion des labels concernant les produits biologiques au moyen d'accords entre les pouvoirs publics et les organismes de contrôle
- Définir clairement l'investissement éthique pour le consommateur
- Inciter les employeurs à adopter une politique de la diversité, à travers des exemples et des lignes directrices
- Les pouvoirs publics dans leur rôle de modèle influencent les choix et le comportement des citoyens

AGRICULTURE BIOLOGIQUE



« Il ne faut pas penser que quoi que nous fassions, ça va mal tourner. Ne laissez pas le cynisme triompher. »

Marian Blom

L'avenir

Publicité et innovation

Rendre le biologique plus attrayant, en soulignant ses effets positifs sur le changement climatique et la santé, et en laissant les exemples parler d'eux-mêmes. En dehors de l'image, les produits et la production doivent aussi s'améliorer. L'information et la promotion nécessitent un financement. Il faut investir dans de nouvelles méthodes afin de faire de l'agriculture biologique un concurrent solide face à l'agriculture classique.

Résultat: l'agriculture biologique parée pour le combat contre l'agriculture classique

Caractère reconnaissable et transparence des labels

L'origine est souvent incertaine. On ne peut pas remonter jusqu'au lieu de production. On ne connaît pas précisément la composition des produits. C'est

pour ces raisons que l'on donne aux produits biologiques un label. Pour qu'on puisse les reconnaître. Les labels sont multiples. Il faut donc réduire leur nombre et leur conférer une valeur juridique. On sait ainsi ce que l'on achète.

Résultat: la fin de la confusion sur la sincérité des produits





« La transparence, bonne et simple. J’ai l’œil sur mon voisin dans son verger. S’il flanque quelque chose dans le fossé, je demanderai des explications. Mais je ne peux pas voir d’ici ce qui se passe en Argentine. »

Marian Blom,
plateforme nationale pour l’agriculture biologique

Nouveau défi

Franchir le pas ne va pas de soi pour un agriculteur. Un biocertificat est coûteux et une reconversion est nécessaire. Cela requiert une vraie réadaptation. Il faut faciliter cette étape par des aides financières et des terres agricoles supplémentaires, créer des réseaux pour la circulation des

connaissances et pour plus de transparence. Il manque également à l’agriculteur une certaine reconnaissance: le savoir-faire. Notamment en cas d’une production alternative cela est mis en valeur.
Résultat: savoir-faire à la base d’une technique de production durable



Le présent

Organismes génétiquement modifiés
Beaucoup, davantage, le plus possible. Telle est la mentalité. On n’hésite pas à employer des méthodes controversées: dégâts pour l’environnement et la santé, épuisement des terres agricoles, exploitation des animaux, dissémination incontrôlée de plantes génétiquement manipulées dans l’environnement. Il y a un vrai manque de respect envers les animaux et le paysage. Tous en faveur de la plus grosse production possible. Le souci de la qualité est absent.

Baisse des normes
La guerre des prix dans les grandes surfaces, et coûts de production les plus faibles possibles. Si faibles que l’agriculture biologique ne peut y parvenir. Les aliments biologiques sont relativement chers, ce qui ne les rend pas populaires. Les supermarchés ont la tête en beurre. Ils sont à la fois responsables et victimes de leur propre

guerre des prix. Manger sain et protéger l’environnement? Parfait. Mais un caddie plein à peu de frais aussi.

Manque de financement pour moderniser
Poussiéreux et idéaliste. Un agriculteur qui bricole sur un petit lopin de terre. C’est l’image de l’agriculteur biologique. Elle ne s’applique surtout pas dans tous les cas. La volonté de se développer est bien là, les connaissances également et un financement pour un développement durable est disponible. Mais l’agriculture biologique n’entre pas dans ce cadre. Les moyens manquent pour croître, pour conquérir le marché. Sans financement, pas de changement.

Faits saillants

Domage: le manque d’attention pour l’effet positif de l’agriculture biologique à l’environnement

Constataion: l’attention et les moyens financiers portent surtout sur les recherches en matière d’énergie et de climat

Avertissement:: informer, mais sans pour autant saturer le consommateur

Nécessaire: réserver aux grandes surfaces le rôle de mieux informer le consommateur



INVESTISSEMENT ÉTHIQUE

« Chacun qui pense ‘après nous le déluge’, est déjà en train de se noyer. »

Giuseppe van der Helm

L'avenir

L'éducation par des spécialistes

Davantage de connaissances. Le monde financier reste pour beaucoup un mystère. Faire des investissements semble réservé aux hommes en costume. Il faut inculquer les notions, faire comprendre que chacun est concerné. Les retraites, les assurances épargne, bancaires et vie, tout est matière à investissement. On doit être conscient de l'influence qu'on peut exercer dans ce domaine. Il faut commencer dès l'école. Investir n'est pas seulement pour les riches.

Résultat: développer l'investissement responsable grâce à la vigilance des consommateurs

Recherches et comparaison

Ouverture et dialogue. Il est difficile de savoir quel investissement en vaut la peine au niveau de sa durabilité. On ne connaît pas les projets dans lesquels on investit. Un système de « notation et classement » apporterait une solution. Il faut donner un

aperçu clair des différents investissements, faire savoir où va l'argent et quelles en sont les conséquences. Il faut dissiper la méfiance. L'investissement éthique n'est pas seulement une astuce marketing.

Résultat: des temps durs pour les investissements non durables, comme, par exemple, dans des bombes à fragmentation





« Aux gens qui placent mes épargnes dans des bombes à fragmentation, je demande des explications. Cela vaudrait également pour d'autres thèmes. La RSEE n'est jamais finie. On peut toujours l'améliorer et ça, c'est bien. »

Giuseppe van der Helm,
association des investisseurs
pour le développement durable

Clarté

Forger une notion. On ne connaît ni le contenu, ni la signification de l'investissement éthique: il manque une définition claire. C'est l'investisseur qui détermine lui-même ce qui est durable. Cela engendre l'arbitraire, un concept qui change continuellement. Il faut élaborer une définition. Il revient aux banques et

aux fonds de placement de donner des explications claires au consommateur. Il faut sortir la notion d'investissement éthique du flou qui l'entoure.

Résultat: l'investissement éthique devient une habitude.

Législation européenne

Des lois. Des directives européennes peuvent offrir de la structure. De la transparence quant aux définitions et aux cadres. Des règles du jeu pour l'investissement transnational. Il faut faire participer des instituts extérieurs et des groupes de suivi et ensuite définir des critères financiers, sociaux et écologiques. Une politique univoque pour gagner la confiance des consommateurs

Résultat: une base législative solide pour les investissements responsables au niveau social et environnemental

Employeurs socialement responsables

Mobiliser les entreprises. Il faut éveiller l'intérêt pour l'investissement éthique, proposer des alternatives. Pourquoi investir dans des bombes à fragmentation puisqu'on peut aussi le faire, par exemple, dans des parcs éoliens? C'est le moment d'associer la responsabilité, la créativité et les connaissances des entreprises à la

possibilité d'entreprendre. Les bons choix doivent être récompensés. Il faut stimuler l'investissement éthique par des avantages fiscaux: la RSEE devient ainsi une affaire rentable.

Résultat: la RSEE change d'une « bonne cause » à une véritable stratégie entrepreneuriale

Le présent

Les consommateurs craignent de ne pas comprendre

Vague. Un produit d'appel. C'est l'impression que cela produit sur les consommateurs. Ils préfèrent ne pas faire ce choix. L'investissement est en soi un souci. L'investissement éthique ne leur dit vraiment rien: une option aussitôt écartée, un nouveau concept. On doute de sa fiabilité. Les gens préfèrent que leur argent ne soit pas investi dans un concept dont ils ne savent que peu de chose. L'investissement éthique reste un parent pauvre.

Manque de formation et d'éducation

Manque de connaissances. À l'école, on en apprend peu sur le marché financier. Depuis trop longtemps déjà, les banques demandent qu'on fasse aveuglement confiance en elles en matière d'investissement. La connaissance est un pouvoir. C'est pour cela que les banques et les fonds de placement ont carte blanche.

Les entreprises fuient leurs responsabilités

Négligence. Les grandes entreprises sont riches, puissantes et influentes. Elles sont responsables de la mise en œuvre d'une gestion durable. En réalité, elles n'assument pas souvent cette tâche. Une bonne politique de l'environnement économise des matières premières et de l'énergie. Et donc de l'argent. Une bonne politique sociale renforcerait la confiance des parties prenantes. Les entreprises s'avèrent n'y voir que du feu.

Faits saillants

Certitude: l'investissement durable sera plus rentable à terme que l'investissement ordinaire

Souhait: les consommateurs doivent se faire entendre davantage

Constataion: l'épargne et l'investissement éthiques se développent plus rapidement que leurs formes classiques

Caractéristique: la durabilité n'est pas protégée, c'est le consommateur lui-même qui détermine ce qui est durable



DIVERSITÉ



« Je ne suis pas une femme.

Est-ce que cela implique que je ne peux pas
défendre leurs droits? »

Patrick Lozès

L'avenir

Compréhension

Plus de connaissances et de communication sur la diversité doivent engendrer plus de compréhension. Cela commence déjà au travail. Des catégories de personnes sont encore rejetées en raison de leur apparence, de leur couleur de peau, de préférences sexuelles, de leur âge. La discrimination est fâcheusement reconnaissable et il faut que cela change au moyen d'un signalement plus rapide: savoir ce qui est possible, ce qui ne l'est pas. Il faut mettre l'accent sur la force de la diversité, stimuler la politique dans ce domaine et indiquer les avantages aux employeurs et les possibilités aux salariés. Être 'différent' doit devenir un avantage.

Résultat: une politique claire des ressources humaines elles-mêmes axées sur les compétences

Chiffres

Il faut disposer de faits bien concrets et de chiffres indiscutables, en France aussi. Cela est inévitable. Quelle est l'ampleur de la discrimination? Qui fait de la discrimination et pourquoi? Où se produit-elle? Le phénomène est-il plus ou moins fréquent qu'avant?





Ce sont des questions essentielles. Il faut montrer la réalité pour susciter le débat, la base de l'action qui amènera le changement. Il faut que les faits permettent de prononcer un jugement.

Résultat: la fin de la politique de l'autruche face à la discrimination

Dispositif

Concevoir un dispositif pour les employeurs et les salariés et donner des références. Il faut enlever au salarié le sentiment d'impuissance et d'inconnu. Ainsi, la discrimination, directe ou indirecte, peut être détectée plus rapidement. Il faut ensuite que les problèmes puissent être

débattus. S'ils disposent d'informations et de moyens, les gens osent davantage s'affirmer, se défendre. En fin de compte, c'est une question de bonne mentalité. Autant pour les entreprises que pour les gens.

Résultat: un dirigeant d'entreprise bien préparé, capable de mettre en œuvre une politique de diversité délibérée



« Les noirs sont paresseux.
Un noir à la caisse. Cela ne va pas bien se passer.
C'est la peur de l'inconnu. Penser les stéréotypes
désavantage dramatiquement toutes les
minorités. »

Patrick Lozès,
Conseil Représentatif des Associations Noires

Le présent

L'obstacle de l'insaisissabilité

Il n'existe pas de définition arrêtée. La diversité est un terme mal connu, générique, impossible à appréhender dans son ensemble ou à appliquer. Une politique qui tient compte de la diversité n'implique pas seulement un changement d'organisation; cela exige une révolution culturelle qui concerne tout le monde et pourrait s'appeler « Tirer son profit des différences ». Tant que les employeurs et les salariés ne peuvent en expliquer le sens, la diversité reste une notion superficielle et insaisissable.

La peur du changement domine

On n'aime que ce qu'on connaît. On préfère ne rien changer par peur des conflits, des divergences d'opinions, des problèmes de communication. Les employeurs craignent de perdre le contrôle s'ils commencent à appliquer une politique de diversité. D'ailleurs, rien ne semble plus agréable que de travailler avec des personnes ayant les mêmes racines, la même culture et la même couleur; au moins on sait à quoi s'attendre.

Manque d'attention

Niée. C'est souvent le cas de la discrimination. Surtout celle en milieu professionnel. De la part des pouvoirs publics, de la société, des employeurs. Une approche positive fait défaut. La mise en œuvre d'une bonne politique de diversité n'est pas encouragée. Les chiffres sont à peine, voire pas du tout, compilés. On ferme les yeux et on attend.

Faits saillants

Problème: étant donné qu'en France tout le monde est égal selon la loi, des chiffres qui montrent le contraire sont prohibés

Étonnant: La diversité n'est souvent pas reconnue comme un des aspects d'une politique socialement responsable de l'entreprise

Souhaitable: Il faut une politique axée sur les compétences, peut-être par l'autorisation de candidatures anonymes

Frustrant: la diversité est souvent considérée comme la boîte de Pandore



CLIMAT & ÉNERGIE

« La menace nous approche à pas de loup.
Elle touchera nos enfants et les leurs. »

Alexandre Rojey

L'avenir

Faire prendre conscience de l'environnement

Il faut enseigner dès le plus jeune âge les répercussions du changement climatique. Un lien entre le comportement et les conséquences est crucial. Ainsi un mode de vie plus respectueux de l'environnement émerge et devient la norme. Faire d'un plus grand respect du monde une démarche naturelle. Dissiper les craintes vis-à-vis de l'avenir. Une approche positive favorise l'action.

Résultat: les citoyens doivent changer de mentalité; amorce d'une action collective

Des lois européennes uniques sur l'énergie

Donner le bon exemple: une politique univoque débouche sur une action univoque. Une approche européenne claire incite le reste du monde à suivre. Il faut se montrer sévère, mais juste. Il faut accorder aux économies émergentes comme la

Chine et l'Inde une marge de manœuvre. Les bonnes initiatives sont récompensées, les contrevenants sanctionnés.

Résultat: un dispositif juridique européen pouvant servir d'exemple





« Il faut responsabiliser ceux qui sont coupables. Il faudra introduire des instruments économiques afin de pénaliser l'excès d'émissions de CO₂. C'est seulement de cette façon qu'on peut leur porter un vrai coup. »

Alexandre Roje,
directeur du développement durable de l'Institut français du pétrole

Investir dans l'efficacité de l'énergie

Les problèmes exigent des solutions. Pour cela, il faut des moyens financiers, investir dans la recherche sur les nouvelles techniques et les nouvelles méthodes. Pour par exemple des combustibles fossiles alternatifs. Il faut subventionner ces projets, réunir les chercheurs. Le partage

des connaissances donne naissance à de nouvelles idées.

Résultat: une réponse technique et adéquate à la menace de pénuries d'énergie



Le présent

Un manque de soutien mondial

Soyons francs. La croissance économique va de pair avec la pollution de l'environnement. L'Europe occidentale et les États-Unis ont pu se développer sans entrave. La Chine, l'Inde et l'Europe orientale connaissent une expansion rapide. Il n'y a pas de volonté de prendre les devants. Les États-Unis, en particulier, se contentent d'approuver juste pour la forme. Les deux aspects manquants: une contribution en fonction des moyens et une répartition de la responsabilité financière.

Le changement climatique se joue ailleurs

La fonte des glaces, la disparition des glaciers. On le voit chaque jour à la télévision. Mais cela se passe trop loin de chez nous. L'Europe n'est pas encore réellement touchée. On ne sent pas la nécessité de passer à l'action.

L'apathie domine face à la complexité et à l'ampleur du problème. Pourquoi agir si, de toute façon, le monde est sur le point de s'effondrer?

Les champions de court terme

On ne réfléchit pas au-delà d'un mandat législatif. Les différents gouvernements se déchargent mutuellement de projets qu'ils n'ont pas terminés ou exécutés. Il n'y a pas de vision à long terme. On adopte un enchevêtrement de lois, on fait un trou pour en boucher un autre. Il y a de grandes différences selon les pays et les régions du monde. On se montre du doigt: ils ne prennent pas de mesures concrètes, donc nous non plus. Il n'y a pas de stratégie inspirante et efficace, à l'échelle mondiale.

Faits saillants

Constatation: l'augmentation des impôts ne rend pas le consommateur plus conscient

Message: On ne peut sauver le monde en un seul jour

Suggestion: On peut sanctionner les contrevenants, à l'exception des pays en développement

Paul Veendrick

Manager duurzame energie en klimaat bij het directoraat maatschappelijk verantwoord ondernemen bij Rabobank Nederland / Manager energie et climat auprès de la direction RSE de la Rabobank Pays-Bas

Simone Verkaart

Studente culturele antropologie en ontwikkelingsstudies aan de Radboud Universiteit Nijmegen, gespecialiseerd in MVO / Etudiante en ethnologie spécialisée dans la RSE à l'Université de Nîmègue

Melanie Wals

Account manager bij de Triodos Bank / Account manager à la Triodos Bank, banque néerlandaise durable

Guido van der Werf

Onderzoeker op het gebied van klimaatverandering aan de Universiteit van Amsterdam / Chercheur en changements climatiques à l'Université d'Amsterdam

Esmé Wiegman-Van Meppelen Scheppink

Kamerlid voor de Christen Unie / Députée du parti confessionnel néerlandais Christen Unie

Sabrina Younsi

Consultant Groupe Alpha, Frans adviesbureau voor medezeggenschap in bedrijf en organisatie / Consultante du Groupe Alpha, bureau de conseil français pour le dialogue social au sein des entreprises et des organisations



JEUNES TALENTS

Jong Talent

2008

Jeunes Talents. Issus des mondes politique, culturel, économique et des médias. Au début de leurs carrières. L'avenir de l'Europe. Ils se font remarquer par le Réseau franco-néerlandais grâce à leur inventivité, leurs connaissances et leur engagement.



Jo Ritzen, président de l'Université de Maastricht

« L'Université de Maastricht, une jeune université dans de vieux bâtiments durables, est la plateforme par excellence pour un débat entre jeunes talents français et néerlandais. Maastricht, la ville la plus française des Pays-Bas, contribue sensiblement à créer le cadre adéquat pour une discussion sur la « Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise en Europe ». C'est avec plaisir que j'ai pu suivre les conversations fructueuses des jeunes, qui ont fait preuve, à travers leurs positions, d'un profond engagement. Je souhaite que Maastricht reste la plateforme pour les rencontres suivantes entre jeunes talents français et néerlandais. »

JONG TALENT

Jeunes Talents

2008

Jonge talenten. Uit politiek, media, cultuur en bedrijfsleven.
Aan het begin van hun carrière. De toekomst van Europa.
Ze vallen de Frans-Nederlandse Academie op door inventiviteit,
kennis en inzet.

Ang lle Baral

Consultant op het gebied van duurzame ontwikkeling / Consultante française
en développement durable

François Bitouzet

Directeur van Conseil Euro RSCG C&O, bureau voor public relations en communicatie in Parijs /
Directeur conseil auprès d'Euro RSCG C&O   Paris, bureau de relations publiques et de
communication

Marian Blom

Kenismanager en medewerker regelgeving bij Biologica, platform voor biologische landbouw /
Experte en réglementation auprès de Biologica, plateforme néerlandaise pour l'agriculture
biologique

Maaike Bos

Redacteur bij Intermediair, gespecialiseerd in discriminatie op de arbeidsmarkt /
Rédactrice spécialisée dans la discrimination sur le marché du travail, auprès de la revue
néerlandaise Intermediair

François Clerc

Onafhankelijk ontwerper, hoofdontwerper bij Balcocon Parijs / Designer indépendant,
principal créateur de Balcocon Paris

Sylvain Cros

Onderzoeker en klimatoloog bij het laboratorium voor dynamische meteorologie van de Ecole
Polytechnique in Palaiseau / Chercheur et climatologue au Laboratoire de Météorologie
Dynamique de l' cole Polytechnique   Palaiseau

Floortje Dessing

Programmamaker, verslaggever voor de publieke (duurzame) omroep Llink en ontwikkelde Nukuhiva,
winkelketen voor ecologische en fair trade fashion / R dactrice et reporter de la chaîne publique
néerlandaise durable Llink, créatrice d'une chaîne de magasins de mode écologique et équitable

Stanislas Dupré

Algemeen directeur van Utopies, Frans adviesbureau voor duurzame ontwikkeling / Directeur
général du Cabinet Utopies, bureau de conseil dans le domaine de la promotion du
développement durable

Niels Faber

Onderzoeker duurzame innovatie aan de Rijksuniversiteit Groningen / Chercheur en innovation
durable à l'Université de Groningue

Aurélie Filippetti

Kamerlid voor de Parti Socialiste, auteur / Députée de Moselle pour le Parti Socialiste,  crivaine