



La biodiversité, un capital pour l'entreprise

Le quartier
d'affaires de
la Défense.
Ci-dessous,
Marie-Christine
Korniloff



PHOTOS : FINANCIÈRE DE L'ÉCHIQUIER - FDB

Entretien *Les sociétés intègrent la biodiversité à leur stratégie et font de l'investissement socialement responsable (ISR) un atout.*

Dans tous les secteurs, les entreprises commencent à prendre conscience de leur empreinte écologique. Pour produire, créer, innover, vendre, toutes ont besoin d'une matière première qui lie leur activité – et donc leur économie – à la biodiversité.

Le concept de la responsabilité sociale des entreprises (RSE), apparu dans les années 1960, est mieux appréhendé. Au salon Actionaria, qui s'est tenu en novembre à Paris, les directeurs du développement durable étaient plus nombreux que jamais pour évoquer la nécessité d'intégrer la notion de biodiversité aux performances de l'entreprise ; faisant pour ainsi dire de la biodiversité un capital naturel. Les investisseurs eux aussi se mobilisent au travers de leurs décisions d'investissement socialement responsable (ISR).

L'entreprise renforce sa production responsable et intègre aussi de plus en plus souvent la question de la biodiversité à la gestion des risques.

Marie-Christine Korniloff, responsable de l'ISR à Financière de l'échiquier, société de gestion à capitaux privés – détenue à 100 % par ses dirigeants et salariés –, revient sur l'entrée progressive dans le monde de l'entreprise et l'univers de la finance de la biodiversité et de l'éthique.



En partenariat avec

Quels sont les atouts des entreprises les plus réactives en matière d'environnement ? Ont-elles une meilleure rigueur de gestion ? Les entreprises les plus réactives à la thématique environnementale bénéficient souvent d'un avantage concurrentiel. Elles sont généralement capables d'anticiper les futures évolutions réglementaires et ainsi de s'adapter plus rapidement. Nous rencontrons régulièrement des entreprises qui allouent une part significative de leur budget R&D aux enjeux environnementaux (L'Oréal, Bonduelle, Michelin) afin de conserver leur statut de leadership. Par ailleurs, ces entreprises savent écouter les attentes de leurs parties prenantes afin de proposer de nouvelles solutions, comme en témoignent leurs divers partenariats avec des associations. Enfin, leur rigueur de gestion se traduit par des économies de coût substantielles (économies d'eau, d'énergie et réduction des déchets).

Pensez-vous que la biodiversité puisse être un sujet à part entière pour étudier une entreprise ? La biodiversité figure parmi les sujets clés que nous abordons lors de nos entretiens avec les entreprises : 10 % de celles qui publient un rapport de développement durable identifient la biodiversité comme étant un enjeu stratégique. Certains secteurs sont d'ailleurs particulièrement concernés : l'agroalimentaire, le luxe et la cosmétique, l'énergie ou encore la construction. Par exem-

ple, les groupes Danone, Casino, Lafarge et LVMH prennent en compte dans leur plan d'action des mesures concrètes en faveur de la préservation de la biodiversité.

Dans le cadre de l'investissement socialement responsable, peut-on mesurer la valeur de la biodiversité ? Selon le cabinet PricewaterhouseCoopers, 27 % des dirigeants à l'échelle mondiale se disent inquiets des impacts de la perte de la biodiversité. Nos échanges avec les entreprises confirment cette tendance, mais ne nous permettent pas à ce jour de chiffrer précisément ces impacts. Néanmoins, nous constatons qu'un nombre croissant d'entre elles cherche à valoriser financièrement la biodiversité.

Dans le cadre de Financière de l'échiquier comment définiriez-vous le terme "biodiversité" ? En tant qu'actionnaires, nous sommes attentifs aux "services rendus" par la nature aux entreprises, et notamment à leur dimension économique. En tant que société, nous pensons que la biodiversité est synonyme de richesse, de créativité et d'innovation, et doit être préservée. Nous y sommes sensibles et avons initié une action concrète : grâce à l'installation de trois ruches sur le toit de nos bureaux, notre apiculteur a récolté cette année 60 kilos de miel. Cette contribution à la biodiversité n'est pas anecdotique. Elle a surtout une dimension pédagogique forte auprès de nos clients et salariés.

Propos recueillis par le FDB