

Santé et société

La RSE n'est plus un luxe

D'outil de communication peu convaincant décliné dans un rapport annuel, la Responsabilité sociétale et environnementale (RSE) devient un élément de plus en plus intégré au pilotage stratégique des entreprises. Avec des exigences accrues du public sur les aspects sociaux et sociétaux.

Le concept de RSE englobe une large panoplie de pratiques qui vont des actions étiquetées développement durable (DD) – réduction de l'empreinte carbone et des déchets, gestion optimisée de l'eau et des cycles produits – à la politique RH en passant par l'accès aux médicaments dans les pays en voie de développement ou le soutien aux associations. Dans les faits, la RSE traduit la stratégie d'affaires publiques de l'entreprise et son positionnement éthique. Ce qui implique non seulement le respect d'un modèle d'entreprise socialement et écologiquement responsable, mais aussi une attitude proactive et un engagement réel, tant envers les collaborateurs que les patients.

« La principale responsabilité sociale de l'industrie pharmaceutique est de découvrir et de développer de nouveaux médicaments et vaccins », affirme le Dr Harvey Bale Jr, directeur général de la Fédération internationale de l'industrie du médicament (FIIM). Mais encore faut-il que les firmes agissent afin que le public renoue avec la confiance. « Un de nos enjeux majeurs est de restaurer et pérenniser la confiance envers notre entreprise en tant qu'acteur de santé socialement et "sociétalement" responsable », souligne Jean-Noël Bail, directeur des affaires économiques et gouvernementales de GSK France.

La bonne réputation

En fonction de leur position, les différentes parties prenantes ont des attentes distinctes. Ainsi, le riverain d'une usine sera plus intéressé par l'impact écologique local que par la performance financière du groupe.



Harvey Bale, directeur général de la Fédération internationale de l'industrie du médicament (FIIM) : « La principale responsabilité sociale de l'industrie pharmaceutique est de découvrir et de développer de nouveaux médicaments et vaccins. »

Le salarié regardera comment la RSE va modifier son métier et améliorer la performance sociale interne. Et le sous-traitant européen se demandera si le groupe va délocaliser en Asie et s'il perdra son marché. Désormais, l'entreprise doit agir de manière transparente et mettre en place des outils d'évaluation qui sondent les pratiques et pas simplement la communication. Car le public la juge à l'aune des résultats : « 90 % des Français pensent que les entreprises ne s'engagent sur l'environnement que pour des raisons commerciales, alors que ce chiffre n'est que de 40 % au Japon », avertit Elisabeth Laville, présidente d'Utopies, agence de conseil en DD qui note dans son

rapport d'avril 2012 : « La capacité des entreprises à communiquer de manière transparente et innovante sur leur performance en développement durable est un facteur déterminant de leur réputation, de leur différenciation et de leur attractivité, auprès de leurs clients mais aussi des employés ou investisseurs potentiels. »

Une dynamique de long terme

En temps de crise, beaucoup de dirigeants estiment pourtant que les pratiques de RSE peuvent entrer en contradiction avec la recherche du profit. « Cette attitude est particulièrement dangereuse car elle se traduit inévitablement par une perte de confiance à l'égard de l'entreprise concernée, confiance d'autant plus difficile à reconstruire que les pratiques de RSE s'inscrivent la plupart du temps dans le long terme, avertit André Sobczak, directeur de la recherche à Audencia Nantes School of Management. Cette approche risque même de menacer le concept de RSE dans son ensemble, renforçant les critiques qui n'y voient qu'une démarche marketing sans de réels changements dans les pratiques des entreprises. »

Que dire alors des laboratoires qui ferment les usines françaises et délocalisent au prétexte de « sauvegarder leur compétitivité et d'investir dans la R&D » ? Ou de celles qui licencient alors qu'elles engrangent des bénéfices considérables ? « Dès lors qu'une entreprise dégage un résultat net important, la première des responsabilités sociales serait de maintenir l'emploi et non d'envoyer les gens au tapis », nous confie un cadre dirigeant d'un grand laboratoire.

Des enjeux multiples

Maintenir l'emploi industriel en France, valoriser un emploi responsable qui n'a pas pour objectif premier le profit mais l'utilité sociale, produire local : autant d'axes voulus par de plus en plus de consommateurs et de collaborateurs sensibles à une RSE qui intègre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux au même titre que les autres activités de l'entreprise. « L'industrie pharmaceutique doit repenser ses modèles économiques pour aller vers une création de valeur éthique, dont les bénéfices sont mieux partagés entre les différentes parties prenantes, analyse Florence Bernard, présidente de FB Ingénierie&Communications. Il s'agit d'un positionnement distinctif qui prend en compte les enjeux de "soutenabilité" du système de santé au sens large, et qui passe par la transformation de modèles devenus inopérants pour se tourner vers des modèles coopératifs intégrant une logique de services et des partenariats

avec des assureurs, des mutuelles, des professionnels de santé, des opérateurs de téléphonie mobile... »

Des partenariats stratégiques

Par exemple, il ne s'agit plus uniquement de faire des dons aux associations mais d'élaborer de véritables partenariats stratégiques avec les pays les moins développés ou avec des ONG. « GSK a mis en place le programme "Pulse", qui permet chaque année à une centaine de collaborateurs d'être détachés, sur des périodes de six à neuf mois, auprès d'ONG à travers le monde pour répondre à leurs besoins et apporter les compétences du laboratoire en termes d'accès à la santé, d'éducation et de protection de l'environnement. Et ce, en restant salariés de GSK », confie Jean-Noël Bail.

Autre exemple avec Blédina qui favorise des approvisionnements locaux : les trois quarts des matières premières agricoles proviennent de France et plus de 90 % d'Europe.

Ou encore Pierre Fabre dont les sites de production et de R&D sont essentiellement basés en région (Tarn, Haute-Garonne, Loiret, Corrèze), et dont les fournisseurs locaux et nationaux représentent près de 73 % du montant des achats de l'entreprise.

L'environnement : un axe porteur

Les indicateurs environnementaux ont été les premiers à être intégrés aux rapports de performance financière. Et c'est toujours la première étape d'une démarche RSE, quand ce n'est pas la seule. Ainsi au fil des années, les initiatives en faveur de l'environnement se multiplient. La Mutualité Française a ouvert le feu en 2008 avec la réduction des impressions. Résultat : une baisse de la consommation de papier de deux tonnes en un an. Elle a poursuivi en restaurant le bilan carbone et des gestes éco-citoyens (collecte de piles, visio-conférence, etc.). GSK, première entreprise à être certifiée par le

>>>

DE LA COMMUNICATION À L'ACTION



Pour plus d'informations, www.connexion.pharmagest.com

Enquêtes en ligne déclenchées en cours de vente automatiquement selon un profil déterminé pour :

- mieux comprendre les comportements et pratiques,
- mesurer l'adhésion au traitement,
- répertorier les effets secondaires d'une prescription.

COMMUNIQUER DANS LES LOGICIELS OFFICINAUX PHARMAGEST VOUS PLACE AU CŒUR DU MÉTIER DU PHARMACIEN ET AU PLUS PROCHE DES PATIENTS

Contacts : par téléphone au 03 83 15 90 23
par mail à infos-partenaires@pharmagest.com

PHARMAGEST
WELCOOP SOLUTION



Jean-Noël Bail, directeur des affaires économiques et gouvernementales de GSK France : « Notre groupe ambitionne d'être "carbone neutre" dans le monde entier d'ici à 2050. »

>>> Carbon Trust pour son plan d'action global de lutte contre le changement climatique, a diminué ses consommations

de gaz et électricité respectivement de 63 % et 45 % entre 2006 et 2011 au siège de Marly-le-Roi. Et a installé des panneaux solaires pour la production d'eau chaude. « Ces différentes initiatives nous ont permis d'être reconnu en 2011 dans le cadre du programme "European Green Building" de la Commission européenne, après avoir obtenu l'European Greenlight en 2009, indique Jean-Noël Bail. Nous devons, au niveau des filiales, diminuer chaque année nos émissions de gaz à effet de serre de 5 % afin d'être "carbone neutre" dans le monde entier en 2050. »

L'émergence d'un "marketing citoyen"

Eli Lilly, sur son site de Fegersheim, s'est fixé comme objectif en 2008 de réduire sa consommation d'eau de 25 % d'ici à la fin 2013. « Fin 2011, nous étions déjà à moins 28 %, sachant qu'initialement on consom-

mais environ 400 000 m³ par an, souligne Damien Weltzer, directeur des relations professionnelles. Nous avons également décidé de diminuer nos émissions de gaz à effet de serre de 20 % et ce taux est déjà atteint. De plus, nous climatisons nos locaux par "free cooling", lorsque les conditions de température extérieures le permettent, ce qui a réduit de 15 % nos consommations électriques en trois ans. »

« Un "marketing citoyen" est en train d'émerger, notamment grâce aux médias sociaux et aux communautés en ligne, assure Florence Bernard. Les firmes sont friandes de relations avec les consommateurs qui s'appuient sur des images d'entreprises citoyennes. Développer ce type de marketing n'est plus une question d'opportunisme mais bien une obligation stratégique vers laquelle nous accompagnons les laboratoires. » ■

Brigitte Postel

Le Leem persiste et signe

« En 2009, dans le cadre du Grenelle de l'environnement, le Leem a signé une convention de progrès avec les ministères de la Santé et de l'Environnement, explique Philippe Lamoureux, directeur général du Leem. Cette convention, qui est en cours de renégociation pour la période 2012-2014, engage les entreprises du médicament autour de plusieurs axes, à commencer par la réduction des émissions de gaz à effet de serre et l'amélioration de l'efficacité énergétique du secteur du médicament. Les résultats en la matière sont encourageants : cinq sites avaient établi un bilan carbone en 2008, contre 15 en 2009 et 28 en 2010. Concernant la flotte éligible au bonus écologique, nous sommes passés de 19,5 % en 2008 à 35 % en 2010. Deuxième axe : la formation. Le nombre des collaborateurs des entreprises du médicament formés aux enjeux environnementaux a doublé en cinq ans, passant de 1 400 à 2 800. Le troisième point concerne la limitation des impacts environnementaux. A cet égard, nous avons édité en partenariat avec l'Adelpho un guide pratique à l'intention des entreprises du sec-

teur. Ce document a pour objectif de délivrer des informations et des outils pour inciter les entreprises à limiter l'impact environnemental des emballages qu'elles utilisent. En 2008, cinq entreprises avaient adopté un plan "écoconception" des emballages. En 2010, elles sont au nombre de 20. Enfin, nous voulons renforcer le partenariat entre le public et le privé sur les enjeux de développement durable et de santé (médicaments non utilisés, déchets de soins à risques infectieux, rejets dans l'eau, protection de la biodiversité, etc.). »

Privilégier le dialogue et l'engagement volontaire

Afin d'éviter une politique coercitive et unilatérale des pouvoirs publics, le Leem a privilégié le dialogue et l'engagement volontaire des laboratoires. Il s'est également



Philippe Lamoureux, directeur général du Leem : « Les résultats en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre et d'amélioration de l'efficacité énergétique du secteur du médicament sont encourageants. »

doté depuis 2005 d'un comité RSE qui rassemble une quarantaine de personnes en charge de la RSE dans les entreprises adhérentes, soit la majeure partie des sites industriels français (65 % du CA). Les travaux menés par ce comité sont restitués au conseil d'administration et à l'assemblée générale, inscrivant ainsi la RSE dans la gouvernance de l'organisation professionnelle. Enfin, la Fondation des entreprises du médicament mène chaque année de nombreuses actions pour réduire

les inégalités sociales de santé. « Les entreprises du médicament se positionnent ainsi, au-delà de leur rôle traditionnel, en prenant en compte leurs responsabilités par rapport à la société, à l'environnement et à certaines problématiques de santé (maladies rares et chroniques, inégalités de santé, etc.) », conclut Philippe Lamoureux.

B. P.