

L'approche de RENAULT :

Par Monsieur Thomas ORSINI - Directeur des relations financières :

Les tendances lourdes observées dans la société :

- Recherche des responsabilités
- Médiatisation
- Transparence
- Aversion pour les risques subis
- Ethique
- Changement dans l'échelle du temps (long terme)

Défis spécifiques pour les constructeurs automobiles :

- Les changements climatiques
- La congestion des villes
- La gestion du cycle de vie d'une automobile
- Les pays en voie de développement

La démarche et l'organisation de Renault

- en 4 volets : Performance économique, sociale, sociétale, environnementale

- système de management général : conseil d'administration avec affirmation des valeurs
- comité de développement durable présidé par un membre exécutif du groupe
- intégration du développement durable dans le plan stratégique à long terme
- suivi des performances via des indicateurs normalisés et chiffrés des domaines, par produits, sites et thèmes.
- Plan de progrès priorisés et pilotés au plus haut niveau
- Management en réseau assurant la diffusion de la compétence collective

Les performances environnementales sont mesurables au travers des critères suivants :

- Lors de la conception : l'environnement est intégré dans la logique de développement
- A la production : étude de consommation
- Pendant le cycle de vie : baisse de l'émission de CO₂
- Le recyclage des matières utilisées, innovation

Les performances sociétales de RENAULT sont liées à l'évolution de la place de l'automobile et de la mobilité de notre société : la sécurité pour tous, l'engagement sur la mobilité durable, le pacte mondial de l'ONU.

Les performances sociales de RENAULT se résument en 3 mots : anticiper, attirer et partager. : (le rapport du développement durable peut être envoyé sur demande - thomas.orsini@renault.com).



PRESIDENTE : Michelle BARROT

DELEGUE GENERAL : Wladimir NAROZNIAK

TRESORIERE : Monique TAVIGNOT

ASSISTANTE et PERMANENTE : Anne-Violaine VIGNON

ASSOCIATION ETHIQUE ET INVESTISSEMENT

93 Rue de Sèvres 75006 PARIS

01 45 49 84 41

ethinvest@tiscali.fr

www.ethinvest.asso.fr



La lettre

de l'Association Ethique et Investissement

Juillet 2004

numéro

11

Ce numéro de la lettre d'Ethique et Investissement est le dernier avant les vacances. Il achève une année d'échanges, de rencontres, d'actions... Plus concrètement, il apporte des réflexions sur l'enjeu du secteur automobile dans le monde de demain et des interrogations qui nous concernent toutes et tous.

L'Europe, par les élections du 13 juin, s'est donnée une Assemblée qui, nous l'espérons sera le signe parlant d'une Europe sociale travaillant au-delà des clivages de langues, cultures, idéologies, à former une assemblée des peuples solidaires, œuvrant pour un monde de justice et de paix.

Durant ces mois d'été où nous sommes plus paisibles, plus détendus, plus prêts à réfléchir où nous rencontrons des amis, faisant des connaissances, contactant des paroisses, des clubs, nous sommes appelés à :

- partager ce que nous avons découvert dans le domaine éthique, secteur agroalimentaire, secteur de l'eau, secteur automobile
- inciter des personnes à donner leur adhésion à E. et I., à se rendre disponibles selon leur intérêt, pour participer aux groupes de travail, à sensibiliser autour de nous sur l'enjeu du développement durable et d'une éthique dans le domaine financier...
- contempler la nature, la mer, la montagne..., regarder la télévision, écouter la radio, lire la presse, acheter dans les grandes surfaces ou les marchés... que d'espaces et de lieux porteurs des grands enjeux de nos sociétés. Loin de nous attrister, de nous démobiliser, chacun de ces lieux, de ces temps nous invitent à faire des choix plus conscients et libres, à nous rendre véritablement plus heureux.

Date importante à retenir :

■ 9 novembre 2004 :

Thème :

LES ENERGIES
Parmi les intervenants
TOTAL, ADEME,
AREVA avec la
participation du
SECOURS
CATHOLIQUE...

Pour le Conseil d'Administration
La Présidente : Michelle BARROT

M. Barrot

Les enjeux de l'automobile – 11 mai 2004

Par Laurence LOUBIERES – Analyste chez MEESCHAERT.

L'automobile donne un reflet de la société. Elle est aussi liée à des valeurs de mobilité et de liberté et assortie de beaucoup d'enjeux, notamment autour de l'énergie, des infrastructures et de la biodiversité.

10% de la population active a un travail en lien avec l'automobile. En 25 ans la voiture est devenue un objet utilitaire dont la possession s'est généralisée. En 1975 64% des ménages possédaient une voiture en 2000 ils sont 80%.

De 1985 à 2002 nous avons observé une augmentation de 80% de la distance parcourue en voiture alors que les transports en commun n'ont connus que 17% d'augmentation.

Aux USA la voiture est de plus en plus utilisée aussi bien pour les déplacements quotidiens que pour les loisirs. La production augmente en Asie, particulièrement en Chine, marché à fort potentiel ; en Europe elle est stable, et la voiture individuelle prime, tandis qu'aux USA c'est l'utilitaire.

Construire une voiture nécessite de l'eau, de l'acier, du fer, métaux précieux, du caoutchouc naturel et des hydrocarbures, c'est une industrie sensible aux cours des matières premières, une industrie très consommatrice de pétrole. Les évolutions technologiques ont pour objectif de diminuer cette dépendance au pétrole.

L'automobile est aussi source de nuisances : ¼ des ménages habitant en ville sont exposés à un seuil de bruit nuisible pour la santé, certaines espèces sont menacées par la détérioration des écosystèmes lors de construction des routes, la luminosité nuit aussi à certains écosystèmes ainsi que la pollution des sols avec les eaux des routes.

La voiture pollue, son utilisation est responsable de 80% des émissions et des rejets. Les impacts sur la santé peuvent être de l'asthme, des maladies cardiaques ou des poumons.

L'utilisation participe aussi à l'effet de serre.

Des progrès sont notés dans la production de nouveaux modèles, cependant l'installation de la climatisation dégage un gaz qui participe au réchauffement 1300 fois plus que le CO2. Les routes sont aussi en augmentation.

On note la nécessité de choix politiques et d'une politique globale de transport.

Sur l'évolution de l'industrie automobile on peut constater : que c'est une industrie emblématique du développement et une logique de constructeur et d'assembleur.

L'enjeu actuel est d'optimiser les flux des pièces et d'améliorer la logistique ; les équipementiers sont donc soumis à de fortes pressions.

Cette industrie reflète notre civilisation et ses contradictions. Elle façonne la physionomie des pays.

L'automobile en Europe, une industrie sous contraintes :

Par Monsieur Ludovic FAVA - Analyste Financier au CREDIT LYONNAIS SECURITIES.

Forces de l'industrie automobile: plusieurs cycles, poids économique, gros employeurs, l'auto est objet de passion.

Faiblesses : concentration insuffisante, marchés occidentaux matures, surcapacité de production, baisse des prix, rentabilité faible d'où difficulté de répondre aux enjeux environnementaux.

Les opportunités : réservoir de croissance, consommateur sensible à l'innovation, partenariat industriel.

Les risques : surestimer les potentiels et recréer des surcapacités.

Les défis du secteur :

- la concentration insuffisante, le secteur n'est pas un oligopole, ce qui l'expose à beaucoup de concurrence et au risque de nouveaux entrants.
- Activité cyclique (choc pétrolier, récession...)
- Marchés occidentaux matures
- Intensité capitalistique élevée : investissements annuels élevés
- Surcapacité : 20-25% ; nécessité de produire localement ; export difficile ; problème de capacité des modèles
- Baisse continue des prix réels : augmentation des rabais
- Rentabilité faible notamment en Europe car tous les constructeurs mondiaux sont là et en dégradation sur les dernières années

Les équipementiers ont du absorber une partie des coûts ; les constructeurs ont eu à mieux gérer leur cycle

Les contraintes fortes et croissantes :

- Nouvelles règles de distribution auto en Europe
- Harmonisation des prix en zone euro
- Directive sur les véhicules hors d'usage : à partir de 2007 il faudra assurer le recyclage
- Contrainte de sécurité
- Citoyens et consommateurs ont des préoccupations opposées
- Embonpoint croissant des voitures qui gagnent en sécurité et confort
- Les pays émergents : eldorado ou miroir aux alouettes

La seule stratégie valable pour évoluer : INNOVER ! dans le style, le design et la technologie.

Pour réduire les coûts il faut instaurer des partenariats : les concurrents partagent des composants ou des plateformes et avec les équipementiers.

En conclusion on peut dire que l'industrie automobile est confrontée à des défis anciens (structurels) et à de défis nouveaux liés à l'environnement.

L'approche de MICHELIN :

Par Jacques TORAILLE - Directeur développement durable

Par Eric LE CORRE - Responsable relation avec investisseurs

¼ du CA de Michelin est lié à l'activité d'équipementier. L'activité est répartie comme suit : 50% pneu particuliers, 1/3 poids lourds et le reste sont des pneus pour divers véhicules

L'industrie du pneu est répartie entre 3 grands : Bridgestone, Goodyear et Michelin

Les enjeux de la mobilité :

- Véhicule routiers : pas de soucis de marché
- CO2 et polluants
- Sécurité routière notamment dans les pays émergents
- La mobilité est un facteur économique de développement
- Des solutions technologiques : nouveaux carburants, hybrides

Les étapes de vie d'un pneu :

- Hévéaculture, produits de l'industrie chimique et pétrolière sont nécessaire pour les centres de fabrication
- Le réseau de distribution
- Les utilisations et le rechapage pour les poids lourds

- Mise en décharge
- Valorisation énergétique
- Valorisation des matières avec le recyclage

La démarche de Michelin :

- respect des clients, des personnes, des actionnaires, de l'environnement et des faits
- culture du long terme
- un principe : une action développement durable doit aussi être bénéfique pour l'entreprise.

Le déploiement se fait à trois niveaux : dans le groupe, dans les entités et dans les sites.

Les outils et méthodes de mise en œuvre sont la revue de projet, les plans pluriannuels, les objectifs

individuels, ceci afin de passer des intentions à la pratique.

9 domaines d'actions spécifiques :

- performances des produits et services
- impact environnemental de l'usage des pneumatiques
- valorisation et élimination des pneus usagés non réutilisable.
- Diversité au sein de nos équipes
- Nos relations avec les communautés locales
- La sécurité, l'ergonomie et les conditions de travail sur nos sites
- Le management environnemental de nos sites
- La gestion des risques industriels
- Notre contribution à la mobilité durable.