

Les cahiers de l'Académie Synopia

COHÉSION & TRANSITIONS ÉCONOMIQUES

Enseignements et propositions de l'Académie Synopia - Hauts-de-France 2022

- Cahier n°3 -

Transitions et engagement : Comment passer du « chacun pour soi » à « réussir ensemble » ?

Parrainé par entreprises etcités

Avril 2023





L'Académie Synopia - Hauts-de-France #3 mardi 22 novembre 2022, à Lille

Pour sa troisième édition en Hauts-de-France, Synopia et ses partenaires fondateurs la Région Hauts-de-France et Entreprises et Cités, ont choisi le thème suivant :

« Comment les transitions économiques fabriquent-elles de la cohésion ? »

Cet événement a mobilisé les mondes de l'entreprise, des collectivités, des institutions, des universités et grandes écoles, des armées, et des associations.

- La promesse de l'Académie Synopia : « Résoudre ensemble les défis de la cohésion »
- > Les fondamentaux de l'Académie Synopia
 - La recherche et la production de solutions.
 - L'intelligence collective et le partage des bonnes pratiques.
 - L'inspiration et la prise de recul.
 - Le croisement des mondes privé, public, académique et associatif.
 - L'intergénérationnel.
 - La volonté d'interpeller.
- ➢ 6 tables rondes ont exploré la thématique de l'Académie Synopia Hauts-de-France 2022. Elles font l'objet des Cahiers de l'Académie.

SOMMAIRE DU CAHIER N°3

Table ronde n°3 parrainée par Entreprises et Cités

Transitions et engagement : Comment passer du « chacun pour soi » à « réussir ensemble » ?

- 1. Synthèse des enseignements de la table ronde
- 2. Charles-Benoît HEIDSIECK, Président, Le Rameau
- 3. Pascal CAYE, Directeur délégué à l'économie sociale et solidaire et aux dynamiques des territoires, groupe La Poste
- 4. David DESABLENCE, Directeur Commerce, communication, RSE, VINCI Énergies France, Tertiaire Nord Est & sécurité incendie
- 5. Jean-Pierre LETARTRE, Président, Entreprises et Cités
- 6. Mathias POVSE, Directeur régional, EDF Hauts-de-France
- 7. Synthèse de l'atelier d'intelligence collective
- 8. L'Académie Synopia Hauts-de-France 2022
- 9. Les partenaires de l'Académie Synopia

1. SYNTHÈSE DES ENSEIGNEMENTS DE LA TABLE RONDE

CONSTATS

- Le territoire présente trois plus-values principales par rapport à d'autres périmètres dont les échelles sont plus grandes :
 - o Tout d'abord, il met l'intérêt général à portée de main, et permet à chacun de se sentir actif.
 - o Ensuite, c'est un lieu d'expérimentations qui permet de prendre des risques.
 - Enfin, le territoire est un espace d'échanges, il possède des facilités pour créer des ponts entre les acteurs.
- Aujourd'hui, nous sommes sortis du modèle de la Loi Chapelier de 1891, séparant l'intérêt général
 et l'économie. Il existe un consensus parmi la population, les élus et les entreprises : le
 changement nécessaire ne peut venir que de l'action collective.
- La réussite d'une entreprise ne peut pas être que financière. Elle doit également être sociale, sociétale et environnementale : le développement économique des entreprises passe désormais par la qualité de son engagement.
- Un des enjeux majeurs de cohésion réside aujourd'hui dans la désertification des zones rurales et la disparition de nombreux commerces et services de proximité. Les acteurs d'un territoire doivent avoir, au cœur de leur engagement, l'objectif de construire une offre de service définie avec et par les citoyens, pour recréer de la vie dans des zones vulnérables.
- La cohésion territoriale s'incarne dans des initiatives locales qui associent une pluralité d'acteurs : publics, privés, associatifs, citoyens. Les réseaux créés deviennent également un facteur d'attractivité pour le territoire, et peuvent permettre l'implantation de nouveaux projets économiques, industriels ou autres.

ENJEUX

- Le véritable enjeu réside dans les moyens de l'action collective : un territoire qui réussit, c'est un territoire qui discute et créé des réseaux entre tous les acteurs qui le composent.
- Pour dynamiser un territoire et créer des synergies entre acteurs, il faut d'abord connaître les actions des autres, comprendre le tissu associatif, le tissu économique des entreprises et celui des acteurs publics, pour inventer les solutions de demain. Tous les acteurs n'ont pas le même rôle ni le même poids. Il faut donc comprendre qui s'engage et comment.
- Dès lors, il faut avoir deux regards sur le tissu territorial : un regard vertical (de la TPE à la grande entreprise, de la petite commune à la métropole, etc.), et un regard transversal.
- Il faut aussi comprendre et intégrer les spécificités du territoire : comment travaille chacun, quelles sont les interactions et les particularités de chacun ? L'engagement n'est pas le même d'un territoire à l'autre.
- L'un des enjeux aujourd'hui est de parvenir à dépasser la concurrence entre les acteurs, notamment en repensant les interactions et la gouvernance.

- Il y a un réel besoin d'alliances entre les différentes structures d'un territoire, notamment celles de l'Économie sociale et solidaire (ESS) qui pourraient travailler davantage encore en synergie.
- Toutefois, il est difficilement concevable de demander aux entreprises de s'engager de plus en plus dans des questions sociétales, dans l'un des pays européens où les charges sociales et les impôts sont les plus élevés, sans que l'État revisite son efficacité et l'étendue de son action.

MÉTHODE

- Le rapprochement entre intérêt général et économie peut se faire par l'extension des partenariats entre acteurs d'un territoire, mais aussi entre les territoires.
- Il faut, pour cela, objectiver les pratiques de terrain et démontrer de façon concrète les impacts positifs pour chacune des parties prenantes.
- Pour passer de l'entre-soi à l'entre tous, il est nécessaire de ne plus attendre que les initiatives viennent de son voisin. Il faut que tout le monde réfléchisse de manière collective au chemin à emprunter. Des espaces de dialogues existants sont à valoriser et d'autres à construire.
- L'anticipation est un facteur clé de réussite pour un territoire dans sa stratégie de développement. Elle repose sur trois piliers :
 - Recenser les actions existantes.
 - Évaluer l'innovation apportée.
 - Analyser les impacts positifs et négatifs pour les acteurs concernés et pour leur environnement immédiat et lointain.
- Il faut encourager le développement de partenariats à tous les niveaux, entre la plus grande diversité d'acteurs possibles. Les partenariats sont d'une grande valeur sociale et économique pour le territoire et ses habitants, mais aussi pour ceux qui les déploient.
- Les entreprises peuvent favoriser l'engagement de leurs collaborateurs dans leur action associative en ménageant du temps pour cela. C'est un facteur d'épanouissement personnel et d'implication dans la vie de la Cité.
- Des actions doivent être menées, de manière spécifique, auprès des jeunes, notamment ceux qui sont défavorisés ou en phase de réinsertion : les former, les aider à obtenir un emploi, à élaborer des projets, à trouver des voies de réinsertion. C'est une priorité qui se justifie, d'autant plus en raison des crises que nous traversons (énergie, pouvoir d'achat, climat, transitions multiples, etc.) ou avons traversé (notamment la crise sanitaire liée à la Covid-19 et dont il subsiste des effets).



2. CHARLES-BENOIT HEIDSIECK PRÉSIDENT, LE RAMEAU

En 2006, le laboratoire Le Rameau a été créé pour comprendre en France comment les organisations publiques et privées faisaient alliance – ou non – pour co-construire le bien commun. La réflexion est basée sur le 17ème Objectif de Développement Durable de l'agenda 2030 des Nations Unies qui demande le renforcement des partenariats, notamment public/privé pour le Développement Durable. Ainsi, tout domaine, tout acteur, tout territoire est présent dans les travaux de recherches du RAMEAU.

Le territoire détient trois caractéristiques intéressantes. Tout d'abord, il met l'intérêt général à portée de main et permet à chacun de se sentir actif, ce qui est parfois difficile sur d'autres échelles. Ensuite, c'est un lieu d'expérimentation qui permet de prendre des risques plus facilement qu'à une échelle plus grande. Enfin, le territoire est un espace d'échanges, il possède des facilités pour créer des ponts, faire du mettre ensemble.

Comment cependant passer de « l'entre-soi » à « l'entre-tous » ? C'est tout l'objet de l'Observatoire des partenariats, créé en 2008 avec la Caisse des Dépôts.

Côté entreprises, entre 2015 et 2021, le taux de pratique des partenariats est passé de 36 % à 57 %. Aujourd'hui, c'est donc 6 entreprises sur 10 qui développent des partenariats dits sociétaux ; au travers des pratiques responsable (54 %), de coopération économique (28%), de partenariat d'innovation sociétale (26 %) et/ou de mécénat (25 %) avec des acteurs d'intérêt général et/ou des collectivités territoriales. 66 % des entreprises les pratiquent au niveau local, 44 % au niveau régional. 19 % seulement forment des partenariats à l'échelle nationale, et 7 % au niveau international. Ces alliances existent donc surtout à l'échelle territoriale, dans des partenariats de proximité. **Cette coopération entre intérêt général et économie n'est donc pas un futur probable, mais une réalité très active,** Néanmoins, cette dynamique partenariale est souvent non conscientisée. Nous devons donc apprendre à la valoriser pour une extension des partenariats et un développement de leur zone d'influence.

L'observatoire des partenariats s'attache à étudier ce que pensent les différents acteurs de la société civile, politique et économique sur l'impact de leur structure sur le territoire à travers trois questions :

- 1. Quelles sont vos fragilités territoriales?
- 2. Que pensez-vous de la capacité à co-construire des solutions pour y répondre ?
- 3. Quelles sont vos actions avec le territoire?

De 2008 à 2012, nous avons fait un état des lieux des partenariats sur le territoire français. Nous avons ensuite mis en avant les fragilités prioritaires, ainsi que les spécificités partenariales, région par région. Depuis 2018, **nous nous concentrons sur la mesure d'impact** qui démontrent les effets des alliances d'intérêt général en termes d'innovation, de performance et de confiance. Elles ont été illustrées par 1.000 exemples inspirants.

Trois besoins importants ont été ainsi qualifiés, et vont pouvoir être accompagnés avec l'aide de la Fondation des Territoires :

- **Objectiver les pratiques de terrain**. Il faut montrer et démontrer de façon concrète les impacts et les effets pour chacune des parties prenantes, montrer l'importance de chacun.
- Connaître la diversité des acteurs et de leurs actions. Il faut comprendre le secteur associatif, le tissu économique, l'écosystème de l'acteur public, pour inventer les solutions de demain. Tous les acteurs n'ont pas le même rôle, ni le même poids. Il en va de même pour les domaines et les territoires. Il faut comprendre qui s'engage, sur quoi, où, et comment.
- Comprendre les spécificités du territoire. Il faut comprendre comment on travaille, quelles sont les interactions et les particularités locales. On ne s'engage pas de la même façon d'un territoire à l'autre, car la façon dont les acteurs économiques s'engagent est radicalement différente en fonction de l'écosystème territorial dans lequel elles évoluent.

Dans nos travaux de recherche, nous avons pu remarquer que la taille d'une organisation est bien plus structurante que son statut. C'est la même chose pour les territoires : sa taille est bien plus importante que son profil. Il faut comprendre la diversité des organisations de la TPE à la grande entreprise. Il en va de même de la petite commune à la métropole. Les « petits et moyens territoires », comme les organisations, travaillent plus en horizontalité qu'en verticalité. Il y a une véritable complémentarité avec les grands acteurs. On observe souvent ce que font les grandes entités, alors que les petites structures, agissant à l'échelle territoriale, sont invisibles. Cependant, c'est une chance d'avoir une réalité locale. Il faut capitaliser sur cette richesse.

Il est possible de dépasser la concurrence entre les acteurs, notamment en repensant les interactions et la gouvernance. C'est le sens du 17ème Objectif de l'Agenda 2030 des Nations-Unies (ODD 17). Plus précisément, il invite à passer de « l'entre-soi » à « l'entre tous ». Il est nécessaire de concevoir ensemble ce qu'aucun ne peut faire seul. Des espaces de dialogues existants sont alors à valoriser et d'autres à construire. Enfin, l'anticipation ne doit pas être oubliée. La nécessaire anticipation repose sur trois volets :

- Recenser les actions existantes.
- Évaluer l'innovation apportée.
- Analyser les impacts (positifs et négatifs) pour les acteurs concernés et pour leur environnement immédiat et lointain.

Aujourd'hui, nous sommes sortis du modèle de séparation de l'intérêt général et de l'économie. Il y a consensus parmi les citoyens, les élus, et les entreprises que le changement nécessaire ne peut venir que de l'action collective... qu'il nous faut encore et toujours inventer ensemble!



3. PASCAL CAYE DIRECTEUR DÉLÉGUÉ À L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ET AUX DYNAMIQUES DES TERRITOIRES, GROUPE LA POSTE

L'alliance dynamique est une alliance qui réunit les acteurs de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) dans des partenariats locaux, pour répondre aux fractures, aussi bien territoriales, démographiques numérique ou écologiques.

La Poste est une entreprise de proximité humaine, et ancrée sur le territoire avec 35 000 points d'accès. Chaque jour, un million de citoyens visitent nos bureaux, 62 000 facteurs desservent l'ensemble des foyers, six jours sur sept. La proximité est au cœur de l'ADN du Groupe. Le 8 juin 2021, le groupe est devenu une entreprise à mission avec comme raison d'être : « utile à chacun, au service de tous, La Poste, entreprise humaine et territoriale, développe les échanges et tisse des liens essentiels en contribuant aux biens communs de la Société tout entière ».

L'Alliance dynamique est née en 2014 en réunissant les principaux acteurs de l'ESS, mais elle s'est agrandie avec aujourd'hui 1 300 partenariats locaux au sein des territoires. Le type de partenariat est, soit une coopération économique, soit de l'innovation sociétale, du mécénat ou de la pratique responsable. Mais l'accent est surtout mis sur la coopération économique, le développement et l'innovation sociétale.

La Poste a aligné les domaines d'actions avec ses partenaires de l'ESS autour des quatre engagements sociétaux pris dans le cadre de son passage en entreprise à mission. Le premier domaine est le développement et la cohésion des territoires. Le deuxième consiste à favoriser l'inclusion sociale. Le troisième est de promouvoir un numérique éthique, frugal et inclusif. Enfin, le dernier est d'œuvrer en faveur de la transition écologique. Douze domaines d'actions ont été définis dans ces engagements.

En matière de cohésion des territoires, l'objectif est de développer des lieux partagés dans les territoires fragiles, par exemple par le développement de structures du type épiceries multiservices qui agissent comme un comptoir de campagne dans les zones rurales. Nous soutenons également le groupe SOS qui déploie son programme *Mille Cafés* avec la mise en place de cafés multiservices.

Les zones rurales sont des zones sujettes à la désertification, et beaucoup de commerces disparaissent. Le cœur de l'engagement réside dans le fait de prendre le temps de construire une offre de service définie avec et par les citoyens pour recréer de la vie dans des zones vulnérables. Cette action est également menée dans les quartiers prioritaires en ville, avec des conciergeries solidaires qui proposent, par exemple, des médiateurs sociaux.

Il y a également des actions dans le domaine de **l'inclusion sociale**, sourçant des jeunes des quartiers prioritaires des villes pour leur proposer des stages, des alternances ou un recrutement (+ de 8 000 jeunes en ont bénéficié en 2022, dont 10 % issus des quartiers prioritaires de la ville).

Nous sommes aussi engagés dans le **bien vieillir au domicile**, à travers le développement d'une offre de livraison de repas (3 millions de repas distribués en 2022). Nous assurons la livraison et travaillons avec des partenaires pour la confection des repas. Ce sont souvent des acteurs privés, mais nous avons également des partenariats avec des acteurs de l'ESS, ainsi que des discussions avec les grands interlocuteurs de l'aide à la personne, souvent concurrents, comme les services d'aide à domicile en milieu rural.

Nous avons également construit un **système de mécénat de fin de carrière** qui permet à des cadres supérieurs de passer un an ou deux dans des associations. Ainsi, un cadre dirigeant de La Poste a passé les deux dernières années au sein d'un ADMR¹, et a contribué à construire l'offre de livraison de repas à domicile pour les seniors dans le Vaucluse, service essaimé aujourd'hui dans cinq fédérations départementales.

Les difficultés de la coopération se surmontent en apportant tout simplement les preuves du bénéfice économique et social apporté. Il a fallu démontrer par la preuve que des partenariats dans ces territoires ont une véritable valeur économique pour ceux qui les déploient. Cela a demandé une animation de réseaux, un domaine dans lequel nous avons de l'expérience. Nous avons participé à cet essaimage par le partage des bonnes pratiques et un vrai travail de communication pour en démontrer l'efficacité et donner l'envie de faire. Ce fut un travail de longue haleine, développé dans le temps long.

Il y a également un travail de pédagogie à mener pour trouver des espaces d'échanges et démontrer l'intérêt de l'implication du groupe dans les projets présentés. Il s'agit de montrer qu'il y a des choses à faire ensemble, surtout avec les collectivités et les citoyens.

¹ Réseau associatif de services à la personne.



4. DAVID DESABLENCE DIRECTEUR COMMERCE, COMMUNICATION, RSE VINCI ENERGIES FRANCE, TERTIAIRE NORD EST & SÉCURITÉ INCENDIE

Vinci Energies n'a pas encore établi sa raison d'être. Toutefois, le groupe possède un manifeste datant d'une quinzaine d'années dans lequel il donne sa définition de l'engagement citoyen, en plus de mentionner l'accélération de la transition écologique et énergétique. **Notre slogan est ainsi d'œuvrer pour un monde durable**.

Dans la région Hauts-de-France, Vinci déploie quatre activités: Eurovia, Vinci Construction, Vinci Immobilier et Vinci Energies, ce qui représente un chiffre d'affaires de 1 400 millions d'euros et 6 700 employés dans les Hauts-de-France. De ce fait, le groupe ressent une certaine responsabilité dans le territoire sur lequel il agit avec trois outils: la Fondation Vinci pour le soutien à l'insertion sociale, une association d'aide au handicap, Trajeo'h², et une AMO (Service d'Actions en Milieu Ouvert) pour l'insertion sociale. Ces trois entités travaillent sur l'ensemble des chantiers. Vinci Energies, pour sa part, représente 3 400 personnes parmi les 6 700 employés des Hauts-de-France. L'activité Vinci Energies, par son *business model* et son maillage très diffus sur le territoire, est présente avec 75 implantations dans les Hauts-de-France. Les salariés sont indissociables, par leur simple habitat, de la Région. Cela donne une opportunité d'action sur le territoire.

Vinci Energies soutient deux associations internationales : l'Unicef et Mécénat Chirurgie Cardiaque, sans compter les employés qui ont trouvés une action à mener ou à parrainer dans une association plus locale. Nous nous appuyons également sur les collectivités et les organisations associatives ou privées pour alimenter nos politiques sociales vis-à-vis de nos employés.

Cet engagement offre du sens à l'activité de nos salariés, et leur donne une envie d'aller travailler et de bien faire. De plus, notre secteur souffre actuellement de tensions dans le recrutement. En nous engageant aux côtés de nos employés dans leurs actions associatives, nous leur donnons non seulement l'opportunité de s'épanouir, mais également de transmettre un message à leur entourage. Ils donnent envie aux autres, jeunes et moins jeunes, des personnes en réinsertion, de rejoindre nos effectifs. Cette action n'est pas quantifiable, mais contribue à améliorer notre marque employeur.

² Il s'agit d'un dispositif VINCI au service de l'employabilité durable des personnes en situation de handicap, ancré au cœur des territoires.



5. JEAN-PIERRE LETARTRE PRÉSIDENT, ENTREPRISES ET CITÉS

Entreprises et Cités est, depuis sa création, un lieu de coopération. À l'origine, il s'agissait avant tout d'encourager les collaborations entre les chefs d'entreprise du territoire. Celles-ci se sont avérées fertiles et avant-gardistes, à l'origine de nombreuses avancées sociales comme le 1 % logement et les allocations familiales (avant l'action étatique) ou par la création des caisses de recouvrement et de distribution. Ces coopérations se sont ensuite ouvertes aux parties prenantes du territoire : responsables politiques, monde de l'enseignement, etc. Cette progression naturelle a continué jusqu'à la construction d'outils au service du développement économique, social et solidaire des territoires.

Aujourd'hui, Entreprises et Cités se définit comme l'un des plus importants campus entrepreneuriaux et patronaux de France, maillant un réseau entrepreneurial riche et diversifié et proposant des services complets aux acteurs économiques du territoire. Notre fonds de dotation revendique pleinement cette vision de l'entrepreneuriat philanthrope, et nous constituons un lieu d'échanges, de conférences et d'influence, accueillant 400 000 visiteurs chaque année qui contribuent au développement économique et solidaire métropolitain.

Le réseau ne perçoit pas de subventions publiques : son modèle économique est autosuffisant, permettant de réinvestir dans de nouveaux outils. Il permet également de conjuguer les talents pour répondre aux enjeux de société. De ce fait, une nouvelle raison d'être a été définie, ressemblant davantage à une raison de faire. D'« Unir pour servir », notre ambition est aujourd'hui d'« Agir pour les réussites indissociables de l'entreprise et du territoire ». En effet, la réussite ne peut pas être que financière : elle doit également être environnementale, avec un volet RSE indissociable. L'entreprise ne peut plus vivre sans engagement sociétal, car elle ne peut pas prendre racine dans un territoire qui s'appauvrit.

L'engagement sociétal n'est plus une question complémentaire mais inhérente, qui doit être ancrée dans le modèle économique de l'entreprise. Cela est nécessaire pour son développement et sa pérennité. Il est désormais impensable de les séparer : le développement économique des entreprises passera par son engagement sociétal. De même, la décarbonation et ses engagements sur les questions climatiques seront à prendre en compte.

Pour ce faire, il est important de **conjuguer les coopérations entre les entreprises publiques, les associations et les fondations**. Il y a une cohésion avec le secteur public, comme le montre la plateforme *Call and Care*. Que ces initiatives soient privées ou publiques, il faut que le privé vienne soutenir le public, et que le public vienne soutenir le privé. Il est nécessaire que les entreprises s'engagent davantage dans le sociétal, que l'État et le politique s'interrogent sur la nature de ses missions et ses méthodes. Il est difficilement concevable de demander aux entreprises de s'engager de plus en plus dans des questions sociétales, dans l'un des pays européens où les charges sociales et les impôts sont les plus élevés, sans que l'État revisite son efficacité et l'étendue de son action.



6. MATHIAS POVSEDIRECTEUR RÉGIONAL, EDF HAUTS-DE-FRANCE

EDF dans les Hauts-de-France compte 10 000 salariés, quelques milliards d'euros de chiffre d'affaires, et injecte surtout un milliard chaque année dans l'économie locale au travers de ses achats et ses investissements. EDF n'a jamais été une entreprise comme les autres, comme nous pouvons le voir en ce moment. Elle est née de la solidarité nationale en 1946, et a traversé toutes les crises, pétrolières, économiques, et aujourd'hui énergétiques. Plus qu'une entreprise à mission, c'est une entreprise à mission de service public. Au regard de l'urgence climatique, EDF s'est dotée d'une Raison d'être, inscrite dans ses statuts, qui est de construire un avenir énergétique neutre en CO₂, conciliant préservation de la planète, bien-être et développement grâce à l'électricité et à des solutions et services innovants.

L'électricité a la particularité de devoir être produite en même temps qu'elle est consommée. L'entreprise fonctionne donc 24h sur 24, 7 jours sur 7, avec des salariés particulièrement engagés qui ont avant tout la passion de la machine pour les producteurs, la passion des réseaux pour les distributeurs, et celle du client chez les commerciaux. Dans cette crise énergétique, cet engagement revêt un caractère particulier : nous restons pleinement engagés auprès de nos clients, des territoires et même des finances de l'État – avec une action particulière dans le cadre du bouclier tarifaire. Mais l'énergie est devenue un enjeu collectif qui s'articule autour de trois piliers : la décarbonation pour lutter contre le changement climatique, la souveraineté énergétique, et l'accès pour tous à l'énergie.

En France, le bouclier national tarifaire (qui s'applique aux particuliers, aux petites collectivités territoriales et micro-entreprises) a limité la hausse des prix de l'électricité à 4 % en 2022 et 15 % à partir de février 2023, contrairement au Royaume Uni, l'Italie et l'Espagne qui ont connu une augmentation des prix jusqu'à 50 %.

L'énergie, c'est donc bien un projet collectif, un projet de territoire. Avec la construction de deux réacteurs EPR (European Pressurized Reactor ou Réacteur à eau pressurisée Européen) à Gravelines, c'est 8 000 salariés qui vont se rendre chaque jour sur le chantier à côté de la centrale existante où 3 500 personnes travaillent déjà tous les jours. La transition énergétique dans la région va engendrer 20 000 emplois nouveaux en 20 ans pour EDF. Mais tout cela, nous ne pouvons pas le faire tout seul.

Nous travaillons avec l'Éducation nationale sur les formations initiales ; nous nous appuyons sur les actions de la Fondation EDF et la coopération avec les Fondations territoriales, notamment la Fondation du Nord pour l'insertion, la réinsertion et la réorientation, pour que les jeunes aient accès à un emploi, et pour trouver des voies de réinsertion pour les allocataires du RSA.

Cet engagement collectif prend tout son sens dans les différentes crises que nous avons traversées, d'abord la crise sanitaire, aujourd'hui cette crise énergétique, et plus généralement la crise des transitions où nous devons veiller à ne laisser personne sur le bord de la route.

EDF encourage aussi l'engagement personnel. Les salariés peuvent dédier une partie de leur temps de travail et de leur temps personnel à un projet associatif pour lequel ils se sont déclarés volontaires. Ils sont mis en relation avec des projets d'intérêt général ou collectif sur le territoire via la plateforme *Human Pact*. **C'est aussi notre rôle de favoriser l'engagement individuel au service du territoire**.

Dans la démarche de l'entreprise, il y a une véritable recherche de cohésion territoriale. Cette cohésion s'incarne d'ailleurs physiquement par les réseaux électriques de notre filiale Enedis qui relient les territoires. Le développement économique se fait aussi grâce à l'accès à une énergie, certes conjoncturellement plus chère, mais qui sera durablement compétitive en Europe. Dans la région, cela se traduit par l'implantation de *gigafactories*, et d'autres projets industriels.

L'accès à l'énergie est un facteur d'attractivité, et le vrai enjeu est de le réussir ensemble.

Vis-à-vis du territoire, nous portons donc à la fois un engagement d'entreprise structurel, ancré dans notre ADN, mais également un engagement au travers des salariés eux-mêmes. Nous sommes convaincus que ce qui fait la force des territoires, c'est le collectif qui le compose.

9. SYNTHÈSE DE L'ATELIER D'INTELLIGENCE COLLECTIVE

« Comment accompagner la transition vers des modes de consommation plus responsables ? L'exemple de l'énergie. »

Le jeudi 10 novembre 2022, dans le cadre de l'Académie Synopia - Hauts-de-France, un atelier d'intelligence collective s'est déroulé chez EDF Région Hauts-de-France, partenaire de l'Académie Synopia. Pendant trois heures, des collaborateurs d'EDF, des membres de Synopia, des étudiants en master de l'Université Catholique de Lille, ont répondu à la question « Comment accompagner la transition vers des modes de consommation plus responsables ? L'exemple de l'énergie. »

L'atelier s'est déroulé en 4 étapes :

- 1. Phase de brainstorming
- 2. Phase de conception de solutions
- 3. Création d'un projet
- 4. Mise en place des étapes importantes du projet

Durant la première phase, l'aspect **PRIX** de l'énergie a été évoqué. D'abord, avec un échange autour de l'opportunité de perpétuer le système de péréquation du prix de l'électricité mis en place par les ordonnances de 1946 dans un souci de justice sociale (un même prix/tarif pour un même profil de consommation, quelle que soit la localisation géographique sur le territoire français).

Le prix qui, par ailleurs, est resté relativement bas par rapport à ceux de nos voisins européens, sans que les consommateurs Français en aient conscience. Pour mémoire, le consommateur allemand payait déjà son électricité deux fois plus cher avant même la situation de crise que nous connaissons depuis le début de la guerre en Ukraine.

La construction du prix de l'électricité sur le marché européen entraine une volatilité du prix inédite à ce jour, mais contenu en France par un certain nombre de dispositifs protecteurs (accès régulé à l'électricité nucléaire historique (ARENH³), bouclier tarifaire, amortisseur électricité, etc.), qui reste cependant peu compréhensible par les citoyens-consommateurs⁴.

À l'avenir, une des premières actions à mettre en oeuvre serait de sensibiliser le citoyen-consommateur sur la réalité des prix, en faisant mieux ressortir, d'une part, le coût de l'énergie, et d'autre part, le prix de l'énergie effectivement payé par le consommateur.

Le deuxième sujet abordé a été celui de la **SOBRIÉTÉ**, qui doit être approchée de manière sereine et expliquée. Les facteurs *prix* et *peur* de la pénurie ne doivent pas être les seuls à inciter à la sobriété ; une explication s'impose, qui doit être suffisamment didactique pour être comprise par le consommateur.

Pour cela, il faut revenir à l'essence même de la transition énergétique : c'est le réchauffement climatique qui impose de **décarboner au plus vite les usages de l'énergie** en se libérant, en premier lieu, des sources d'énergie fossiles, à commencer par le charbon.

³ L'« ARENH » signifie « Accès Régulé à l'Électricité Nucléaire Historique ». Il permet à tous les fournisseurs alternatifs de s'approvisionner en électricité auprès d'EDF dans des conditions fixées par les pouvoirs publics. Le prix est actuellement de 42 €/MWh.

⁴ Le citoyen-consommateur regroupe le citoyen en tant qu'individu, mais aussi plus généralement le consommateur particulier, les entreprises (petites, moyennes, et grandes), les collectivités, etc.

La réussite de cette transition énergétique passe par un **recours accru à l'électricité décarbonée** dans les transports, les chauffages, les process industriels, etc., ainsi que par des solutions d'efficacité énergétique pour consommer mieux et moins. C'est le principe porté par la stratégie nationale bas carbone en France à l'horizon 2050.

De ces deux grandes thématiques sont apparus au travers de deux grands défis qui reposent :

- l'un, sur *l'éducation, l'information et la formation* de toutes les parties prenantes sur les enjeux énergétiques, incluant les dimensions prix et sobriété, le mix de production électrique et les énergies du futur ;
- l'autre, sur les modes de consommation.
- 1. <u>Défi n°1 « Éducation, Démonstration et Formation », un parcours éducatif pour le plus grand nombre, dans le respect des contraintes climatiques.</u>

La première action identifiée consiste à mettre en œuvre un parcours éducatif sur les enjeux énergétiques, le « pricing » des énergies, et la sobriété, pour une compréhension des enjeux et des contraintes actuelles et futures. Pour cela, l'atelier intelligence collective propose une mise en œuvre sur une période de trois ans, en trois phases distinctes :

- La construction du parcours par l'Éducation nationale, les syndicats, les professeurs sensibles à l'énergie et les parents d'élèves. Le parcours pourra s'appuyer sur les ateliers énergétiques & climatiques déjà proposés par EDF, animés par des professionnels de la médiation scientifique, et gratuits pour les écoles, du primaire au lycée, qui n'auront qu'à en faire la demande (2023).
- <u>La phase de test</u> de ce parcours éducatif se ferait dès l'école primaire, puis dans les collèges et lycées, sur tous les territoires de France. Ce partenariat se ferait avec l'Éducation nationale (2023-2024)
- o <u>La phase de déploiement</u> avec validation de l'éducation nationale (2025).

La deuxième action envisagée concerne cette fois les enjeux du mix de production et des énergies du futur pour le climat.

Dans le contexte de transition actuelle qui doit nous permettre de répondre aux enjeux climatiques, il est important, pour une adhésion de tous, d'expliquer et de convaincre que cette transition se fera graduellement, en s'appuyant sur un mix de production électrique bien compris, utilisant toutes les sources d'énergies disponibles, et en privilégiant, bien entendu et en priorité, les énergies non carbonées, tout en réduisant dans le temps, de manière raisonnée et rationnelle, les énergies fossiles carbonées, à commencer par le charbon, puis le pétrole et le gaz, conformément aux objectifs fixés par la stratégie nationale bas carbone.

En France, la production électrique est essentiellement issue du nucléaire qui ne produit pas de CO₂. L'urgence climatique et l'actuelle crise énergétique ont généré une prise de conscience du grand public sur l'intérêt de cette filière. Plus de 70 % des Français se déclarent aujourd'hui favorables au nucléaire. Reste à ancrer cette opinion positive en faisant comprendre en quoi cette énergie issue du nucléaire est une opportunité pour la France. Ce qui nécessite de renforcer le nucléaire existant (par fission) et de **développer**, dès à présent, et sur le temps long, un nouveau nucléaire (notamment, la fusion nucléaire).

Pour cela, il convient :

- o d'accentuer encore la **communication** et la pédagogie à destination des différentes parties prenantes de la société (grand public, filière éducatives, etc.);
- favoriser la R&D;
- o et **mobiliser** tous les acteurs économiques.

2. <u>Défi n°2 : « Inciter à mieux consommer avec un ou des dispositifs spécifiques »</u>

Un système de bonification pourrait être mise en place pour encourager toutes les parties prenantes de la société à avoir une autoconsommation par le biais, par exemple, de panneaux photovoltaïques (réduction d'impôt, etc.).

Pour ce bonus, une évolution de la loi sur les panneaux photovoltaïques est nécessaire, et il pourrait être financé par un dispositif à prévoir dans la loi.

Selon l'objectif fixé, des dispositifs plus contraignants pourraient être imaginés, à l'image de ce qui existe en Espagne où certains permis de construire ne sont délivrés qu'à la condition d'installer un chauffe-eau solaire.

Pour conclure, la transition énergétique ne sera une réussite qu'à la condition d'y intéresser chacun, et de ne laisser personne sur le côté. Cela passe par l'éducation et la formation de tous sur l'utilisation rationnelle des énergies, afin que chacun puisse identifier ses leviers, sa contribution et les bénéfices apportés à la réduction de notre empreinte environnementale.

10. L'ACADÉMIE SYNOPIA - HAUTS-DE-FRANCE 2022

Les enjeux de cohésion sont depuis longtemps au cœur des préoccupations de Synopia, ils ont donné lieu à de nombreuses productions de fonds et à l'organisation de trois colloques. C'est dans cette dynamique qu'est né le projet de L'Académie Synopia.

Lancé en 2019, ce projet repose sur le partage d'une conviction commune : les décideurs et tous ceux qui ont en charge des équipes ou des populations, sont confrontés dans leurs organisations (entreprises, collectivités, administrations, associations, monde de l'éducation) à des enjeux de cohésion complexes auxquels il est souvent difficile d'apporter seul des solutions.

Afin de fournir des réponses concrètes à ces problématiques, l'Académie Synopia a imaginé un mode de fonctionnement original, visant à résoudre de façon collégiale et décloisonnée les défis de la cohésion au sein de nos organisations et de nos sociétés fracturées. Son objectif : proposer des solutions concrètes et utiles aux décideurs publics et privés.

En 2020, la première Académie Synopia - Hauts-de-France était consacrée au thème « Cohésion & Travail » ; puis, en 2021, à celui de « Cohésion et Territoires ». En 2022, l'Académie Synopia Hauts-de-France s'est intéressée aux enjeux de « Transitions économiques et de Cohésion » avec une question centrale :

« Comment les transitions économiques fabriquent-elles de la cohésion ? »

En effet, depuis 50 ans, nous sommes confrontés à une vague de transitions économiques qui bousculent nos manières d'être, de penser et d'agir, et qui ont un impact sur notre société et sa cohésion d'ensemble. Ces impacts, positifs ou négatifs, sont trop peu évalués, et les conséquences des transitions accélérées que nous vivons méritent d'être identifiées et traitées.

Si la dynamique d'ensemble laisse penser que ce développement est souvent mal maitrisé ou peu régulé, de nombreux acteurs s'engagent à donner du sens à cette dynamique, pour que le progrès reste une source d'espoir collectif et d'épanouissement individuel. Tel était l'enjeu de la 3^{ème} édition de l'Académie Synopia - Hauts-de-France.

Cette question est d'autant plus pertinente dans le contexte actuel où tout bouge en même temps, dans tous les domaines et très rapidement : d'un côté, la planète dont le climat évolue de façon inquiétante et, de l'autre, le développement exponentiel des connaissances technologiques et scientifiques (numérique, intelligence artificielle), et des activités humaines sous toutes leurs formes (économie, industrie, énergie, finance, etc.).

Le 22 novembre 2022, les partenaires de l'Académie Synopia - Hauts-de-France et les intervenants présents ont mis à profit leurs réflexions, leurs travaux et leur expérience afin de résoudre ensemble les défis de la cohésion posés par les transitions économiques.

Fruit de dizaines d'interviews réalisées auprès de l'ensemble de nos partenaires (publics, privés, institutionnels, associatifs et académiques), et des ateliers d'intelligence collective organisés en amont, l'Académie Synopia - Hauts-de-France s'est articulée autour de six tables rondes et l'intervention de plusieurs grands témoins.

L'évènement était animé par :

- ➤ **Geneviève Goëtzinger** (Présidente, Agence ImaGGe)
- > Sébastien Duprez (Directeur de l'engagement sociétal, Entreprises et Cités)
- > Carl Pitchford (Enseignant-Chercheur, Directeur Pédagogique, Université Catholique de Lille)

La coordination générale était assurée par :

Laura Schaub (Directrice de projets, Synopia).

La mise en oeuvre de l'Académie Synopia - Hauts-de-France est confiée à Synopia Opérations SAS, une filiale à 100 % de Synopia.

Retour sur l'Académie SYNOPIA #3

7 heures de direct depuis le plateau télé de la Région Hauts-de-France

35 partenaires entreprises, institutionnels, universitaires et associatifs, média

38 intervenants et animateurs dont 3 grands témoins



10 interviews réalisées en amont auprès de nos partenaires pour construire les ateliers du jour J

4 ateliers d'intelligence collective en présentiel avec 60 participants

1 équipe d'une vingtaine de personnes mobilisées le jour J

Plus de 150 participants tout au long de la journée

Des vidéos YouTube

1 podcast réalisé par les étudiants de l'Université Catholique de Lille

Les intervenants de l'Académie Synopia - Hauts-de-France en 2022













Directeur régional EDF Hauts-de-France



Jean-Claude Mailly Vice-Président Synopia



Directeur Général Inditex France













Charles-Benoît Heidsieck



Yann Briand



Valérie Fenaux



Franck de Saintignon Président Fondation des Possibles







Jean-Paul Delevoye Président Fondation des Territoires



Délégué général Synopia









Président
Mission REV3, Délégué à la
transformation économique
Région Hauts-de-France











Directrice déléguée aux Territoires, aux Relations institutionnelles et à l'International SNCF





David Desablence



10. LES PARTENAIRES DE L'ACADÉMIE SYNOPIA

- LES PARTENAIRES -







































LES PARTENAIRES INSTITUTIONNELS













LES PARTENAIRES ASSOCIATIFS























LES PARTENAIRES ÉVÈNEMENTIELS ET MÉDIAS









TRANSFORMER LES GOUVERNANCES & FABRIQUER DE LA COHÉSION













Retrouver Synopia sur sa chaîne YouTube

Siège social et bureau : 20 rue Georges Bizet F-75116 Paris – synopia@synopia.fr – www.synopia.fr Association reconnue d'intérêt général n°751214612 – siret n°751 931 023 00020 – code APE : 9499Z