Finance & Gestion
DFCG

N°381 | Juillet Août 2020
La revue des dirigeants financiers

DOSSIER

Contrôle de gestion environnementale et sociétale

PORTRAIT
Géraud Guibert,
Un autre regard « écologique »
sur le monde d'après

TRIBUNE
Alerte à la contamination
des entreprises victimes
des retards de paiement

25 €
www.finance-gestion.com

53e année - Publication mensuelle

Éditeur : Association nationale des directeurs financiers et de contrôle de gestion (DFCG)

Association loi 1901
27 rue Duret - 75116 Paris (France)
Tél. : +33 1 42 27 93 33
Fax : +33 1 42 27 04 03

Finance&Gestion est membre de la FNPS (Fédération Nationale de la Presse Spécialisée) et du SPEJP (Syndicat de la Presse Economique, Juridique et Politique).

La revue sur internet
www.finance-gestion.com

Fondateur
Georges Mathey

Directeur de la publication
Daniel Bacqueroët

Présidente du Comité éditorial
Aude Rigaudière

Vice-présidents du Comité éditorial
Isabelle Massa
et Philippe Robert-Tanguy

Comité éditorial
Armand Angeli (international) ; **Jérôme Bogaert** (droit et fiscalité) ; **Hervé Boullanger** (services publics) ; **Michèle Canovaggio** (lire) ; **Dominique Chesneau** (finance et trésorerie) ; **Pascal Corcos** ; **Anne Defrenne** (gestion des risques et contrôle interne) ; **Benjamin Dreveton** (contrôle de gestion) ; **Yvon Farnoux** (portrait) ; **Hervé Gbego** (RSE) ; **Laetitia Legalais** (contrôle de gestion) ; **Denis Molho** (SI et nouvelles technologies) ; **Sophie Mouterde** (hommes et management) ; **Aude Rigaudière** (en aparté) ; **Stéphane Sabbah** (SI et nouvelles technologies).

Membre correspondant
Laetitia Legalais

Coordination du numéro
Charles Bonati, Céline Galet et Tess Della Torre

Abonnement à Finance&Gestion
Offre Web + Print
Prix adhérent DFCG : 155 €/an
Prix non adhérent DFCG : 239 €/an

abonnements@finance-gestion.com
Demander un bulletin d'abonnement par mail

Publicité
Florence Blanchard
déléguée au développement
(+33 1 42 27 81 15)
florenceblanchard@dfcg.asso.fr

Conception graphique
Oxygène communication

Images et graphiques d'illustrations
stock.adobe ; Oxygène communication

Image de Couverture
stock.adobe

Impression
Imprimerie de Champagne,
Zone industrielle « Les Franchises », 52200 Langres

ISSN 2270-3101
DÉPÔT LÉGAL : Juillet Août 2020
CPPAP 0420G87484

Prix : 25 €

ÉDITORIAL

PAR **AUDE RIGAUDIÈRE**

Présidente du Comité éditorial de Finance&Gestion

Viables et vulnérables

Ces derniers mois, tous les directeurs financiers et de contrôle de gestion ont été à la barre.

Plongés dans la tempête (et face à celle qui arrive), il leur a fallu rapidement analyser, juger, décider et se projeter alors que le niveau d'incertitude atteignait, pour la plupart d'entre eux, des sommets jamais connus.

C'est dans cette intensité de l'action de secours, de réorientation plus ou moins radicale de nos entreprises que nous prenions conscience de notre rôle : assurer leur viabilité et les protéger.

Il a été marquant de constater combien, dans cette période agitée, il nous a fallu à la fois revenir à des fondamentaux et nous montrer souples et réactifs. Pour ce qui est des fondamentaux, il nous a fallu « *reforecaster* » les prévisions de résultats, les « *re-reforecaster* » et les « *re-re-reforecaster* », modéliser la trésorerie. Pour ce qui est du plus inédit, il nous a fallu absorber et nous saisir en temps réel des mesures gouvernementales complètement nouvelles.

Alors qu'à l'échelle individuelle, face au virus, nous semblions reprendre conscience de notre condition mortelle, il en était de même collectivement pour nos organisations. Nous les redécouvrions vulnérables, en puissance balayées par une catastrophe écologique, sanitaire ou un conflit. Tout cela nous a rappelé qu'elles sont, tout comme nous-mêmes, éminemment liées aux autres, à un écosystème. La maîtrise complète en est alors plus complexe puisque dépendante de paramètres sur lesquels nous n'avons pas complètement la main.

Le dossier central de ce mois est consacré au contrôle de gestion social et environnemental. En un sens, cette discipline vise à capturer les indicateurs sur les charnières entre le dedans et le dehors de l'entreprise. Les risques psycho-sociaux et l'empreinte carbone sont, pour ne citer qu'eux, ces marqueurs de vulnérabilité mais aussi de viabilité à plus long terme.

Que sa lecture vous permette de méditer, prendre un second souffle et un peu de recul pendant l'été !

Bonne lecture !

Savoir, échanger, servir
Georges Mathey, fondateur de la revue

Finance & Gestion
DFCG

N°381 | JUILLET AOÛT 2020

ACTUALITÉS

Trajectoires 6

Tribune 7

Alerte à la contamination des entreprises victimes des retards de paiement

PAR **JEAN-LOUIS MULLENBACH**

Le philosophe, l'assureur et la pandémie : vers l'assurance infinie et au-delà !

PAR **JEAN-FRANÇOIS ESTIENNE**

L'épargne salariale et l'actionnariat salarié : leviers fédérateurs et sources de financement pour les entreprises post Covid-19

PAR **SOPHIE LEBEAU**

Portrait 14

Géraud Guibert
Un autre regard « écologique » sur le monde d'après ! Le bateau papillon

INTERVIEW RÉALISÉE PAR **YVON FARNOUX**

DOSSIER

Contrôle de gestion environnementale et sociétale 20

EXPERTISES

Comptabilité 36

ESEF, le format européen pour une nouvelle communication financière

PAR **THOMAS VERDIN**

Systèmes d'information 39

Nouveau format des comptes annuels des sociétés cotées

PAR **PIERRE HAMON**

RSE 42

Intégration financière de la RSE

PAR **CÉLINE LECOMPTE CHARTON** ET **MICHELE BARISIONE**

Gestion des risques et contrôle interne 45

Aborder les risques autrement : plaidoyer pour le renseignement économique

PAR **RAQUEL GRASE**

Droit et fiscalité 48

Crédit d'impôt recherche : l'argent ne dort jamais !

PAR **GUILLAUME MASSÉ** ET **ANNE-CLÉMENCE PIROTH**

Hommes et management 50

Le travail au temps du Covid

PAR **SOPHIE MOUTERDE**

International 52

Les Emirats Arabes Unis, un hub régional incontournable au Moyen-Orient

PAR **JEAN-PIERRE LABRY**

ŒIL DU FINANCIER 35

PAR **ALBAN EYSSETTE**

ACTU DFCG

En bref 56

Agenda 58

Bienvenue 59

LIRE 60

EN APARTÉ 62

Si l'argent n'a pas d'odeur l'odeur, elle, vaut de l'or !

PAR **JACQUELINE PADILLA**

Géraud Guibert

Un autre regard « écologique » sur le monde d'après !

Le bateau papillon

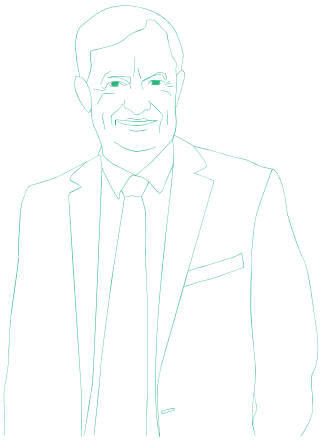
INTERVIEW RÉALISÉE PAR **YVON FARNOUX**

CFO de SICA2M
et membre du Comité éditorial de Finance&Gestion

Depuis ces dernières années, la DFCG attache une importance particulière au développement durable, notamment à travers sa revue Finance&Gestion et ses dossiers ou encore lors de son congrès annuel Financium, dont le dernier fil rouge « Sens et complexité », nous proposait de réfléchir sur la possibilité de concilier profit et générosité, performance économique et performance environnementale.

Depuis le déconfinement, on a entendu beaucoup de spécialistes plus ou moins connus parler d'accélération de la croissance pour rattraper le retard dû à la crise. Il nous est apparu intéressant d'avoir un autre point de vue, celui d'un spécialiste des questions écologiques en la personne de Géraud Guibert.

Il est énarque (ce n'est pas forcément un défaut), maître à la Cour des comptes, conseiller de différents Ministères sur les questions écologiques, passage à Bercy au Ministère des Finances mais surtout spécialiste reconnu de la transition écologique et de la biodiversité, président du Think Tank la Fabrique écologique.



Géraud Guibert (né le 19 janvier 1956 à Paris) est un conseiller et spécialiste français des questions écologiques.

Diplômé de l'ENA (École Nationale d'Administration).

Conseiller maître à la Cour des comptes, professeur associé d'économie (1993-1997), conseiller au cabinet de Pierre Bérégovoy (1988-1992) puis de Laurent Fabius (1997-2002), il a été en 2012 directeur de cabinet de la ministre de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie Nicole Bricq. Il est actuellement le président de La Fabrique Ecologique, Think Tank pluraliste et transpartisan créé en 2013. Après avoir commencé sa carrière au ministère de l'Économie et des Finances, il a été conseiller pour les affaires économiques internationales au cabinet de Pierre Bérégovoy (1988-1992).

Il a été professeur associé de sciences économiques à l'université du Maine (1993-1997) et conseiller de Laurent Fabius chargé du développement durable, à la présidence de l'Assemblée nationale puis au ministère de l'Économie et des Finances (1997-2002).

Géraud Guibert est depuis 2007 Conseiller à la Cour des comptes et co-fonde en 2013 la Fabrique Ecologique, fondation pluraliste et transpartisane qui multiplie, depuis sa création, les travaux tournés vers des propositions et des actions écologiques concrètes et applicables. Il y promeut en particulier une démarche de rigueur scientifique et une approche européenne face aux grands défis climatiques du XXIe siècle.

En 2017, il a participé à la Commission d'évaluation de l'impact de l'accord commercial entre l'UE et le Canada sur l'environnement et la santé (CETA).

Le 5 juin 2020, à la demande des ministres Elisabeth Borne et Brune Poirson, il co-publie avec Thierry Libaert un rapport sur la publicité et la transition écologique dont les extraits sont publiés dans les Echos Exécutive du 11 juin 2020.

Yvon Farnoux | Comment avez-vous vécu cette crise et quel est votre sentiment par rapport à ce que l'on vit actuellement ?

Géraud Guibert | Le monde a traversé de multiples chocs ces dernières années, les catastrophes naturelles, les crises sanitaires sans parler des chocs géopolitiques. On est dorénavant dans un monde où les risques globaux sont de plus en plus accentués et ont de plus en plus d'impacts.

Il s'agit de risques qui affectent la population mondiale toute entière, compte tenu de la mondialisation. Ils affectent le mode de vie, voire la vie humaine elle-même. La pandémie en est un exemple évident, mais demain ce pourra être une canicule, un cyclone, une inondation catastrophique. Ces phénomènes extrêmes vont se multiplier dans les prochaines années si on ne prend pas les choses suffisamment au sérieux pour essayer de réduire ou d'atténuer les risques.

Il est donc décisif d'anticiper les risques, d'essayer de les atténuer et de se préparer à s'y adapter, en particulier sur le climat et la biodiversité. Pour tous ces phénomènes, la vitesse et la qualité de l'adaptation deviennent primordiales. Ceci suppose que les politiques publiques intègrent pleinement les exigences de la résilience, qui sont la plupart du temps les mêmes que celles de la transition écologique : raccourcissement des circuits économiques, utilisation de techniques décentralisées, plus grande autonomie locale.

Toutes les études ont montré qu'aujourd'hui, il est beaucoup plus économique d'agir pour atténuer le changement climatique plutôt que de ne rien faire et de se retrouver avec une crise majeure dans quelques années, avec des conséquences très graves sur l'activité et le bien-être. La crise sanitaire d'aujourd'hui montre les dégâts économiques que cela peut produire.

Il est d'autant plus intéressant et utile d'agir sur le plan écologique que les mesures à prendre, par exemple sur l'isolation des logements ou l'efficacité énergétique de l'industrie, sont convergentes avec les enjeux économiques et sociaux. Il peut certes y avoir des contradictions, mais le développement de la « nouvelle économie écologique » constitue surtout des opportunités majeures : de nombreux emplois, toute une série d'activités économiques, de nouvelles formes économiques sont en train de se développer, c'est toutes ces initiatives qu'il faut encourager. Quelques exemples concrets peuvent être pris, l'engouement dans le monde autour des énergies renouvelables en particulier solaire, ou encore le développement des mobilités propres comme le covoiturage, les systèmes intelligents de voitures autonomes, le vélo. Toutes les initiatives dans ces domaines constituent des éléments de prospérité économique.

Plus généralement, il faut arriver à construire des solutions qui permettent de concilier économie, social et écologie lorsqu'existent des divergences ou des contradictions dans ces priorités. Par exemple sur le prix du carbone, point de départ du mouvement des gilets jaunes. Une fiscalité carbone plus élevée, cela signifie un prix de l'essence plus élevé et donc une inégalité sociale plus grande, en particulier pour des gens qui habitent à la campagne ou en territoires périurbains et ont besoin de leur voiture pour aller au travail. Il faut arriver à construire des solutions qui soient à la fois écologiquement offensives et volontaristes mais aussi économiquement satisfaisantes et socialement justes. C'est ce que nous essayons de faire à la Fabrique Ecologique. Il faut y arriver dans les meilleures conditions possibles, ce qui n'est pas forcément facile.

Pour l'avenir, et s'agissant de la transition écologique, la trajectoire suivie dans à peu près tous les pays est insuffisamment rapide. Je ne suis pourtant pas pessimiste comme ceux que l'on appelle les collapsologues[1] qui considèrent qu'on est au bord

1— Collapsologues : adepte de la collapsologie, un courant de pensée récent qui étudie les risques d'un effondrement de la civilisation industrielle et ce qui pourrait succéder à la société actuelle. Personnages connus : Yves Cochet et Agnès Sinaï.

de la disparition de la civilisation. Nos sociétés ont beaucoup d'atouts pour y parvenir, en particulier une forte capacité d'innovation technique et sociale, qu'il faut valoriser davantage. Les nombreuses initiatives sur les territoires, y compris économiques, montrent que le modèle est en train de changer. La seule vraie question est que cela ne va pas assez vite. Il faut donc arriver à les démultiplier et les accélérer.

YF | Vous êtes considéré comme quelqu'un qui veut concilier la performance environnementale et la performance économique, c'est une des raisons de notre choix pour l'interview, contrairement aux partisans de l'écologie radicale, « du tout ou rien » au risque d'être mal accepté par la population, d'où la notion de transition écologique…

GG | C'est très important en termes de méthode. J'ai beaucoup réfléchi à ce sujet. Nous sommes dans un pays qui a une longue tradition de l'écologie scientifique, avec les écologues du 19e siècle. Nous perpétuons cette tradition, par exemple par le rôle moteur de notre pays dans les négociations internationales sur l'environnement.

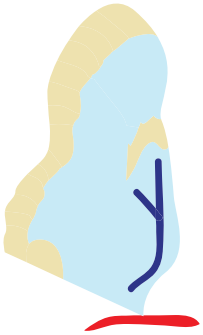
En revanche, trop souvent, les gens qui pensent écologie dans notre pays considèrent qu'il y a une solution et une seule aux problèmes environnementaux et qu'il faut parvenir à l'appliquer sans forcément tenir compte des avis des uns et des autres.

Personnellement, je suis persuadé du contraire. Une bonne solution écologique se construit avec les gens et avec leurs aspirations légitimes, avoir un mode et une qualité de vie satisfaisants, un travail correctement rémunéré, etc… Cela ne s'improvise pas, ce doit être discuté avec les gens. Si on refuse ce type de démarche et on privilégie les solutions toute faites, on se condamne à laisser l'écologie ultra minoritaire. Pour réussir, elle doit au contraire être fédératrice pour être majoritaire dans la société. Ne pas prendre en compte la nécessité d'une co-construction citoyenne condamne à l'échec ou à des solutions trop timides.

YF | Quelles sont les premières leçons à tirer de cette crise Covid, même si ce n'est pas fini ?

GG | Il y a au moins cinq leçons principales :

- Dans une économie mondialisée, avec des risques globaux, on ne peut pas se permettre d'avoir une sous information ou un manque d'information. C'est pourtant ce qui s'est passé avec la Chine. Si tout le monde avait été informé en temps réel, on aurait eu beaucoup plus de temps pour réagir. Dans un système mondialisé et face à des risques globaux, la pleine transparence est indispensable.
- Nos sociétés doivent se préparer à des crises du type Covid, ce qu'elles n'ont pas suffisamment fait dans les années passées. Nous devons mieux anticiper les crises qui peuvent arriver et la façon dont elles doivent se préparer.
- Pour un certain nombre de produits stratégiques, le fait que l'on soit dépendant de l'extérieur n'est pas sain ni raisonnable, que ce soit pour les médicaments, les masques, l'alimentation. Pendant des décennies, l'opinion dominante était de dire qu'un système mondialisé était très bien et qu'on ne devait pas y mettre de limites. Ce ne doit plus être le cas. Il faut bien qu'une partie de notre appareil productif pour les produits importants soit relocalisée dans notre pays.
- Il faut avoir un système sanitaire performant. De ce point de vue-là, il y a quelques progrès à faire. Ce n'est pas uniquement un problème de moyens, mais aussi d'organisation. Là, pour le coup, il faudra bien réfléchir à notre organisation dans ce domaine.
- La crise a montré, une fois de plus, le caractère hypercentralisé de notre pays à l'excès, avec des décisions parfois absurdes. Comment justifier par exemple qu'un habitant en région rurale ne puisse pas aller faire son tour journalier de vélo en solitaire au-delà de 1 kilomètre, ce qui a été interdit pendant plusieurs semaines. Je ne vois pas bien ce qu'il risquait sur le plan sanitaire en s'éloignant davantage. Mettre tout le monde à la même enseigne est une idée typiquement française, souvent au nom de l'égalité, mais parfois absurde. Il faut réformer notre système pour prendre des décisions plus proches du terrain.



YF | Vous avez été missionné récemment pour faire un rapport sur la publicité et la transition écologique par Elisabeth Borne (Ministre des transports, de la transition écologique et de l'économie solidaire) et Brune Poirson (Secrétaire d'Etat, Vice-Présidente de l'Assemblée des Nations-Unies pour l'environnement) dont les premiers feuillets sont déjà publiés dans le journal les Echos Exécutives, pouvez-vous nous synthétiser les grandes lignes de ce rapport ?

GG | D'abord pourquoi cette mission ? Depuis 18 mois, il y a eu beaucoup d'initiatives et d'amendements parlementaires visant à mieux encadrer la publicité, à l'occasion du projet de loi sur la mobilité ou du projet de loi économie circulaire. Les deux ministres, plutôt que de faire du coup par coup, ont préféré avoir une vision globale du sujet.

La mission et le rapport que nous avons écrit avec mon collègue Thierry Libaert sont totalement inédits. C'est la première fois qu'il y a un rapport officiel sur ce type de sujet, en France et même en Europe. Le tour d'horizon que nous avons fait à

Bruxelles montre que ce type de réflexion ne fait que démarrer chez nos principaux partenaires européens.

La fonction de la publicité est d'inciter à vendre, ce qui, a priori, accroît l'empreinte écologique. En revanche, elle peut et doit jouer un rôle important en incitant à vendre davantage de produits propres et non polluants. Une centaine de personnes ont été auditionnées. Ce qui nous a guidé est de faire des propositions opérationnelles, et non des grandes phrases générales, des positions de principe ou des décisions inapplicables, symboliques. Nous avons travaillé pour des solutions les plus efficaces possibles.

> LA FONCTION DE LA PUBLICITÉ EST D'INCITER À VENDRE, CE QUI, A PRIORI, ACCROÎT L'EMPREINTE ÉCOLOGIQUE

Notre rapport et nos propositions sont versées à la disposition du débat public, du gouvernement, des 150 citoyens de la Convention pour le Climat. On verra bien ce qu'il en sortira. Je vous donne l'exemple d'une proposition opérationnelle que nous faisons : il existe des barèmes publics de bonus-malus pour l'automobile, de nutri-score pour les aliments, d'étiquetage de la consommation énergétique des appareils ménagers. Il serait utile pour le consommateur que ces barèmes soient affichés dans les différentes publicités pour les produits concernés sous la forme d'un visuel. Ce qui n'est pas le cas aujourd'hui. Un deuxième exemple, nous pensons qu'il faut arrêter de faire de la publicité avec une seule personne dans la voiture. C'est important que la publicité montre le produit en efficacité énergétique maximale, par exemple avec quatre personnes dans la voiture plutôt qu'une. C'est un message de covoiturage qui peut jouer un rôle important dans l'inconscient. Voilà une disposition qui nous parait importante. Voilà une des mesures qui à mon sens pourrait faire l'objet d'une réforme dans les prochains mois, pour que la publicité soit davantage au service de la question écologique.

YF | Les effets négatifs : vous fustigez dans le rapport les avions avec des bandeaux publicitaires sur les plages.
GG | C'est très symbolique, mais on recommande d'interdire en effet de faire ce genre de choses.

YF | Êtes-vous optimiste en constatant que pour la première fois dans le monde on a privilégié l'humain par rapport à l'économie face à une crise inédite, quoi qu'il en coûte (*«whatever it costs»*, célèbre phrase), on pourrait adopter aussi l'état d'urgence écologique le moment venu ?
GG | C'est un tournant très important. Lorsque l'on regarde la façon dont ont été gérées par exemple la grippe espagnole au début du siècle ou la grippe de Hong Kong dans les années 60, le choix de mettre le sanitaire et donc l'humain devant l'économie n'a jamais été aussi net au niveau mondial. C'est une évolution majeure. On se fonde depuis une vingtaine d'années sur l'idée assez pessimiste que nos enfants vont vivre moins bien que nous, que les problèmes n'arrêtent pas de s'accumuler, qu'on n'arrive pas à s'en sortir, que se multiplient les crises et que les opinions populistes ne cessent de progresser. Sur tous ces sujets, il n'y a pas de fatalité, il y a même des cycles qui pourraient à un moment se retourner. Un des éléments clés pourrait être un changement de président aux Etats-Unis. Cela pourrait entraîner un retour de balancier très fort par rapport à cette logique défaitiste et de repli sur soi. Le Monde évolue mal, il faut changer de paradigme et de logique. Pour ma part, c'est ce à quoi je

À RETENIR

- On vit dans un monde où les risques globaux sont de plus en plus importants et ont de plus en plus d'impacts compte tenu de la mondialisation.
- Des études ont montré qu'aujourd'hui, il était beaucoup plus économique d'agir pour atténuer le changement climatique plutôt que de ne rien faire et de se retrouver avec une crise majeure dans quelques années.
- C'est important que la publicité montre le produit en efficacité énergétique maximale, par exemple avec quatre personnes dans la voiture plutôt qu'une, sorte de message subliminal de covoiturage.
- Une entreprise doit réfléchir en permanence et encore plus qu'hier aux risques de natures diverses qu'elle encourt. Ce doit être le cas y compris dans les petites entreprises.

travaille. En tous cas, la gestion de la crise sanitaire peut et doit représenter un point de départ plus optimiste, même si on sait qu'il va y avoir des problèmes économiques importants.

YF | Quels conseils pourriez-vous donner à des dirigeants financiers de la DFCG et des entreprises qui accordent une importance particulière à la RSE ?

GG | La Fabrique Ecologique vient de publier un dossier complet sur les leçons à tirer de la crise. Plusieurs aspects qui concernent directement les entreprises :

- Une entreprise doit réfléchir en permanence et encore plus qu'hier aux risques de natures diverses qu'elle encourt. Ce doit être le cas y compris dans les petites entreprises. Leur réflexion ne doit pas seulement porter sur les risques de marché : elles doivent avoir une vision beaucoup plus large.
- Les entreprises pourront d'autant plus facilement faire face si elles arrivent à être citoyennes tant avec les salariés qu'avec l'environnement extérieur. Nouer des relations avec leurs parties prenantes doit leur permettre en cas de bouleversements ou de crise inédite de réagir au mieux, y compris avec des décisions de solidarité. Dans le dialogue avec les parties prenantes, des progrès ont été faits, mais il y a beaucoup de choses encore à faire.

Le monde économique doit anticiper le fait que, dans les 20 prochaines années, le prix des énergies fossiles va continuer à augmenter fortement. C'est une anticipation assez réaliste. Tout ce qui concerne les énergies fossiles pour demain et après-demain risque d'être en difficulté.

YF | Les mesures visant à soutenir l'industrie automobile et l'industrie aéronautique face à la crise économique sont-elles bonnes ?

GG | Les appréciations sont différentes en fonction des secteurs. Les entreprises concernées doivent en profiter pour aller vers une économie plus propre. Il faut surtout ne pas continuer comme avant. Elles doivent tenir compte des risques globaux de l'avenir et adapter leur appareil productif en conséquence. Pour l'automobile, elles ont raison de mettre l'accent sur le véhicule électrique. Le déploiement des aides doit se faire dans le sens du changement.

YF | Mais il n'y a pas de contraintes, que des suggestions !

GG | Moi je suis très favorable à la logique de trajectoire. C'est cette logique que nous avons utilisée pour le rapport de publicité : l'engagement de chaque secteur pour une neutralité carbone à l'horizon 2050, avec une trajectoire pour y arriver progressivement, et différentes étapes mesurables et mesurées.

YF | Jacques Chirac avait dit lors du Sommet mondial du développement durable le 2 septembre 2002 à Johannesburg, *«notre maison brûle et nous regardons ailleurs»*, est-ce toujours d'actualité ?

GG | Pour la petite histoire, c'est Nicolas Hulot qui a soufflé cette phrase à Chirac. J'étais moi-même à Johannesburg au Sommet de la Terre. Cette phrase est toujours d'actualité. On a fait des progrès depuis, mais à un rythme insuffisant.

YF | Que pensez-vous de cette idée d'Hubert Védrine de Révolution Écologique, au même titre que la Révolution Industrielle ?

GG | Hubert Védrine est un des membres du conseil d'orientation de la Fabrique Ecologique. Je suis entièrement d'accord avec lui. C'est bien formulé.

YF | Quel est l'œuvre artistique, cinématographique ou littéraire qui reflète le mieux votre état d'esprit du moment ?

GG | Le tableau *«bateau papillon»* de Salvador Dali, un bateau qui vogue sur la mer, on imagine qu'il sort d'une tempête, mais là il y a l'éclosion de magnifiques papillons de toutes les couleurs. De nombreux symboles, la transformation de la chenille en chrysalide puis la magie du papillon qui s'ouvre et déploie ses ailes pour nous entrainer dans des mers beaucoup plus calmes. Le papillon, c'est la nature qui peut jouer un rôle fédérateur dans le monde d'aujourd'hui pour nous redonner l'espérance. J'espère que le bateau papillon représentera l'avenir pour le monde.

YF | Merci pour cette interview et cette fin sur un brin d'optimisme.

GG | Merci également. ■

> LE MONDE ÉCONOMIQUE DOIT ANTICIPER LE FAIT QUE, DANS LES 20 PROCHAINES ANNÉES, LE PRIX DES ÉNERGIES FOSSILES VA CONTINUER À AUGMENTER FORTEMENT.

POUR ALLER PLUS LOIN

Rapport publicité et transition écologique : *www.lafabriqueecologique.fr/rapport-publicite-et-transition-ecologique*

Site web de la fabrique écologique : *www.lafabriqueecologique.fr*

Dossier de la Fabrique Ecologique sur la crise sanitaire :
www.lafabriqueecologique.fr/dossier-tirer-pleinement-les-lecons-de-la-crise-sanitaire