

4e conférence régionale Sobriété

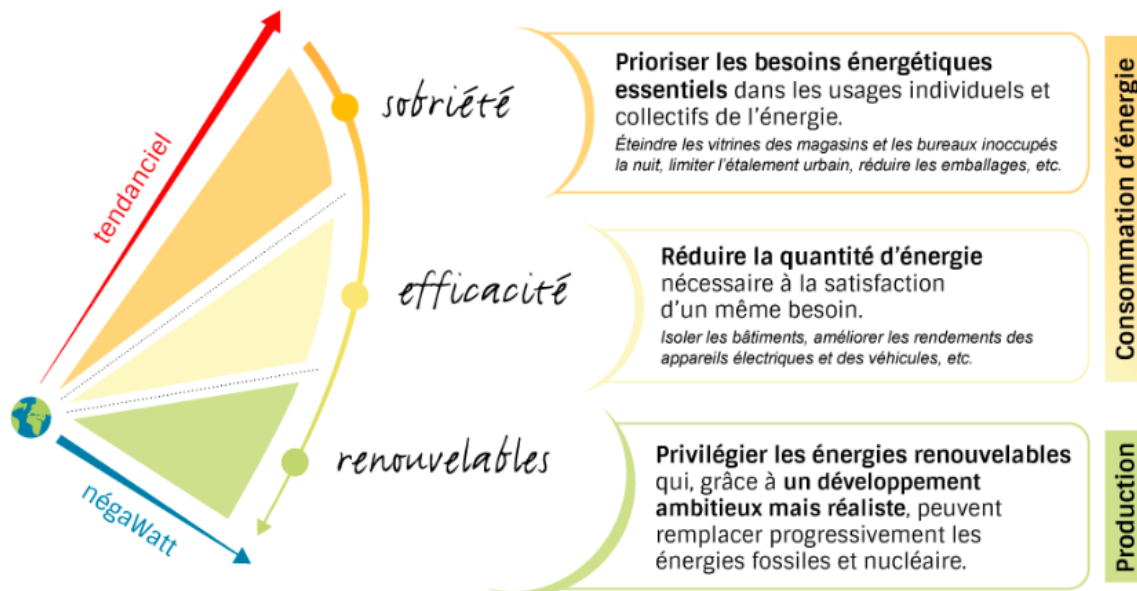
— SOBRIÉTÉ ET NOUVEAUX MODÈLES ÉCONOMIQUES DES ENTREPRISES

Mardi 16 décembre 2025 / Saint-Denis



Crédit photo : Julie Sarris/L'Institut Paris Region

Sobriété, 1^{er} levier de décarbonation

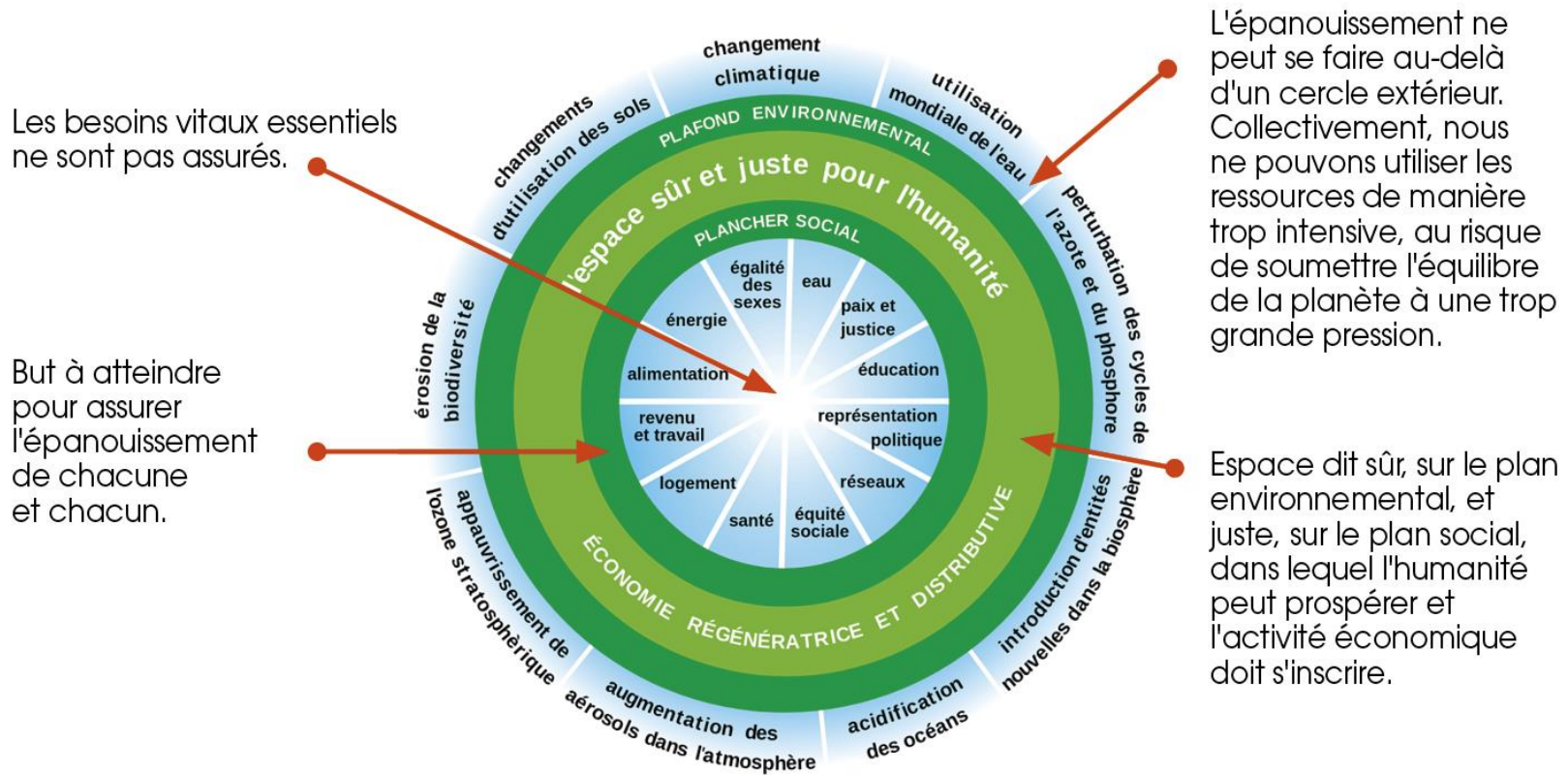


©Association négaWatt - www.negawatt.org

La sobriété énergétique est une démarche qui vise à réduire les consommations d'énergie et de ressources par des changements de comportement, de mode de vie et d'organisation collective, volontaires et organisés, tout en garantissant le bien-être de tous les êtres humains dans les limites de la planète.

Sobriété, 1^{er} levier de décarbonation

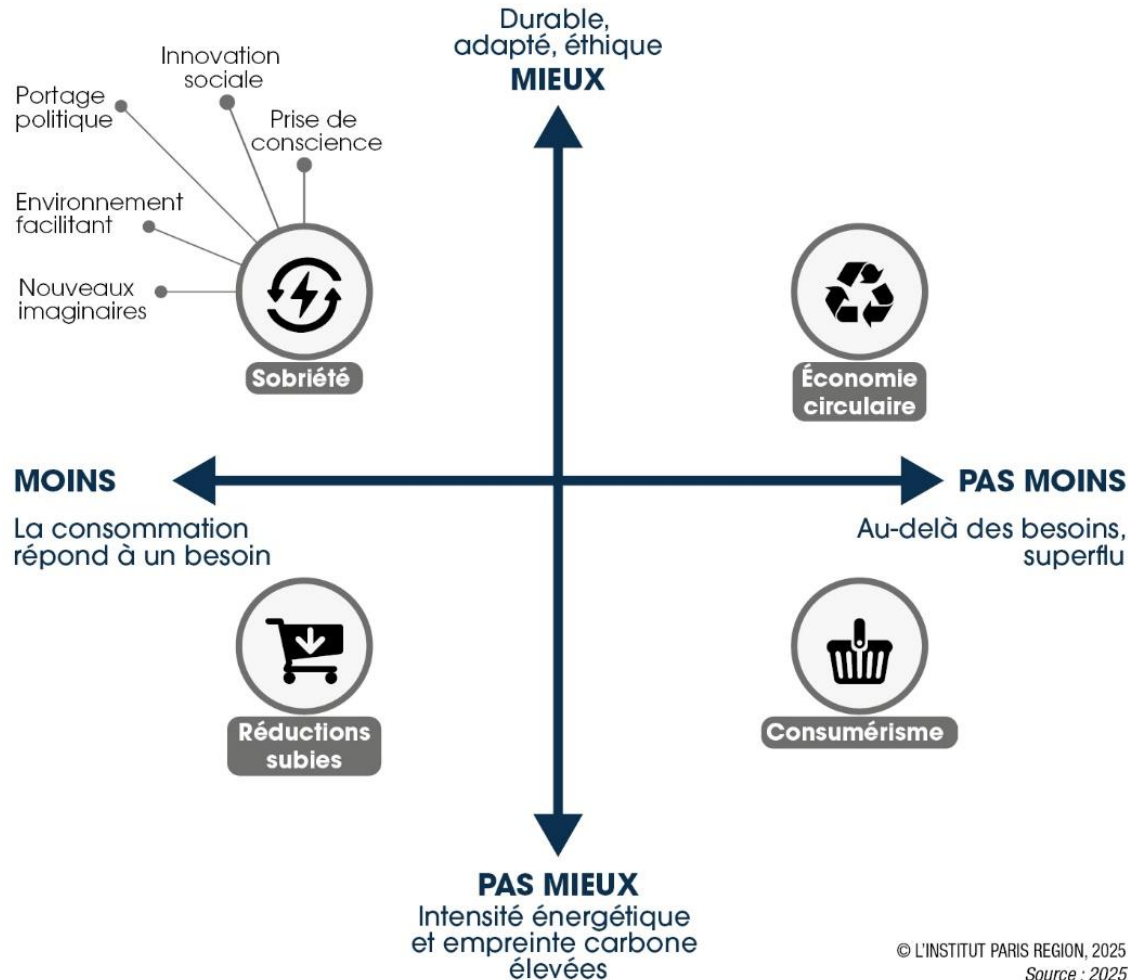
LA SOBRIÉTÉ POUR UNE **TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET SOLIDAIRE** RÉUSSIE



© L'INSTITUT PARIS REGION, 2025
Source : Kate Raworth, 2018

Sobriété, 1^{er} levier de décarbonation

SOBRIÉTÉ, ÉBRIÉTÉ...



Rendre la sobriété désirable

- Passer à une échelle collective, à une dimension politique.
- Favoriser l'évolution des modes de vie.
- Travailler autour des représentations, des normes sociales.
- Créer un récit.

© L'INSTITUT PARIS REGION, 2025
Source : 2025

Zoom volets d'intervention de l'AREC

30 ateliers de la Fabrique
depuis 2019 et 4
Conférences régionales

Les passeurs de sobriété :
accompagnement
expérimental des
collectivités

Plaquette Sobriété
énergétique
Chroniques de la sobriété
Carnet pratique (en cours)

Dossiers thématiques : Les
transféreurs, Sobriété
numérique, Sobriété, arts et
culture, Sobriété et
alimentation, etc.

Ateliers en replay : écolieux,
sobriété et bâtiment,
sobriété et mobilité, plans
de sobriété, etc.

Formations, visites de sites,
accompagnements

Bibliothèque des plans de
sobriété

Échanges européens :
groupe de travail FEDARENE
et webinaires

Boîte à outils : memo-
repère, récit
multithématique, marche
sensible, design fiction
(IMAGINAIRGY), etc.

Programme de la journée

Animation : Marie-Laure Falque Masset, AREC

Table ronde : Faire sobriété dans les entreprises

- **Violaine CONTI**, Directrice RSE, Axa France
- **Élodie FISICARO**, Cheffe de projet RSE, FEBEA
- **Philippe SAVAJOLS**, Président, Groupe ISOSPACE

Table ronde : Sobriété, transition juste et sécurité énergétique en Europe

- **Mickaël BIANCHIN**, Policy officer, FEDARENE
- **Ken GUILTAUX**, Responsable Climat & Achats, EPE (Entreprises Pour l'Environnement)

Ateliers Fabriques des sobriétés

Éléments de contexte

- **Frédéric MICHEAU**, Directeur général adjoint et directeur du Pôle Opinion, OPINION WAY

Ateliers de co-construction pour imaginer des outils ou partager des indicateurs

Table ronde : Faire sobriété dans les entreprises



Violaine CONTI
AXA France



Philippe SAVAJOLS
ISOSPACE



Elodie FISICARO
FEBEA





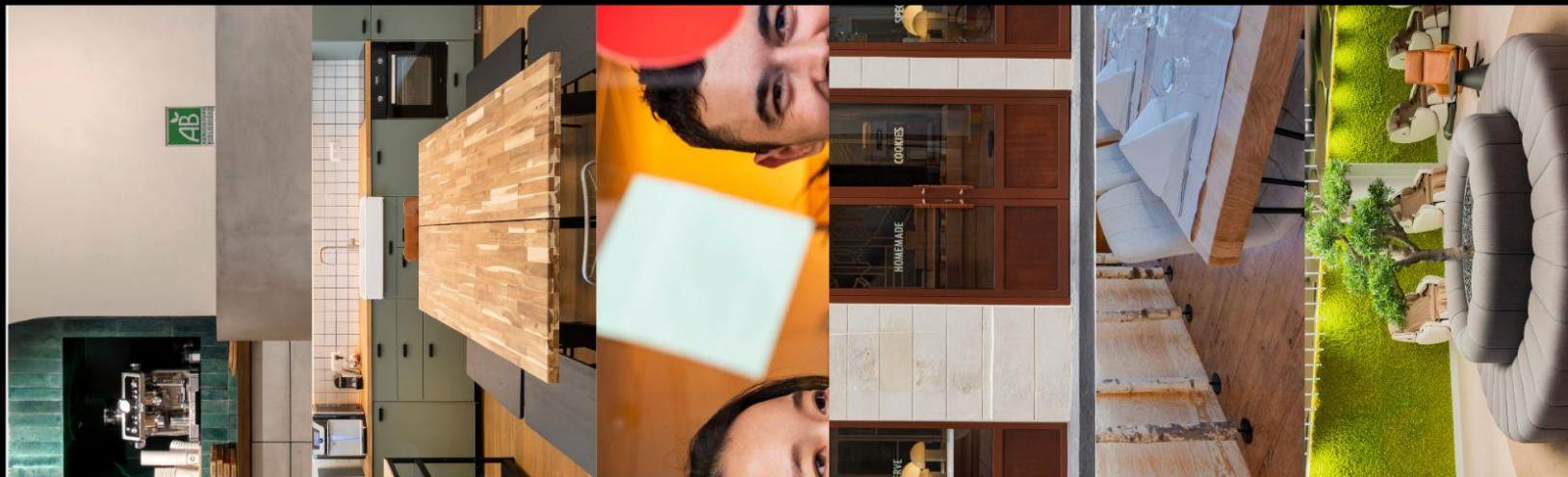




ISOSPACE



écrire ensemble le futur de vos lieux



#CRÉATIVITÉ #COLLABORATION #ADAPTABILITÉ #HUMANITÉ #SAVOIR-FAIRE #ENGAGEMENT



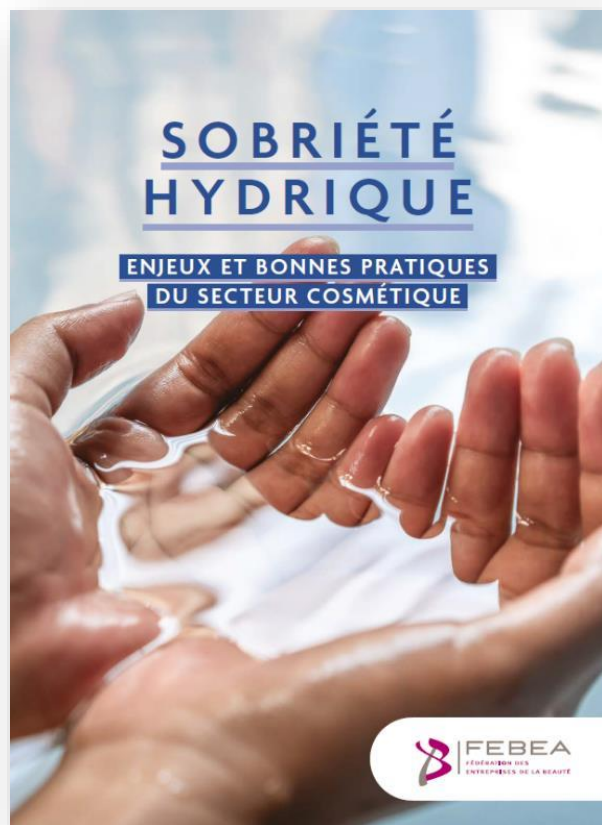
SILVER | Top 15%

ecovadis

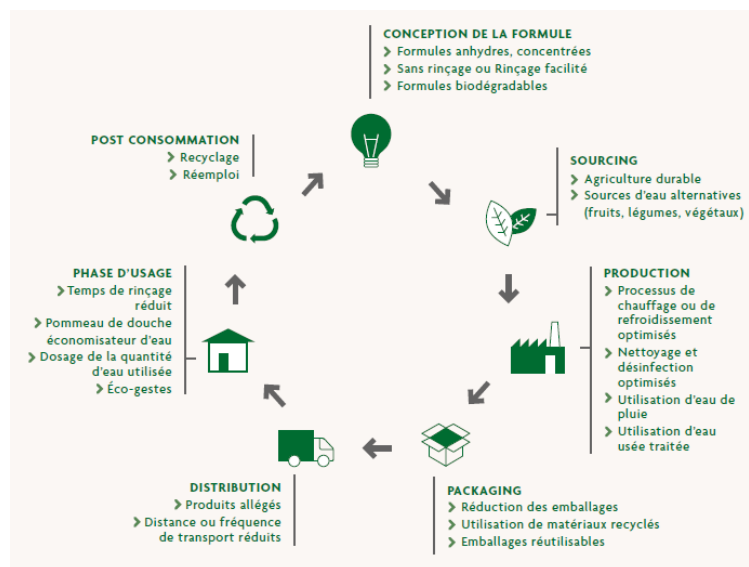
Sustainability Rating

AUG 2025

SOBRIÉTÉ HYDRIQUE



- Plus de 50 exemples issus des entreprises adhérentes sur les actions de sobriété hydrique à travers la chaîne de valeur.
- Des conseils pratiques pour les mettre en application



CAMPAGNES DE SENSIBILISATION DU GRAND PUBLIC

Ecogestes à adopter dans la salle de bain

2022 #2BonnesRaisons



2025 #GoutteQueGoutte



PLASTIC ACT, LA FEUILLE DE ROUTE DE RÉDUCTION DE L'EMPREINTE PLASTIQUE LANCÉE EN 2021



Réduire

les volumes d'emballages plastiques de 15%



Réemployer

20% des emballages



Réincorporer

10% à 25% de plastique recyclé



Recycler

100% des emballages

FRESQUE DE LA COSMÉTIQUE

Un outil collaboratif de sensibilisation aux enjeux socio-environnementaux



2h30

Pour comprendre
les enjeux du secteur



47 cartes

Pour identifier les enjeux et les leviers
d'action à travers la chaîne de valeur



12 participants

Aucune connaissance
préalable requise

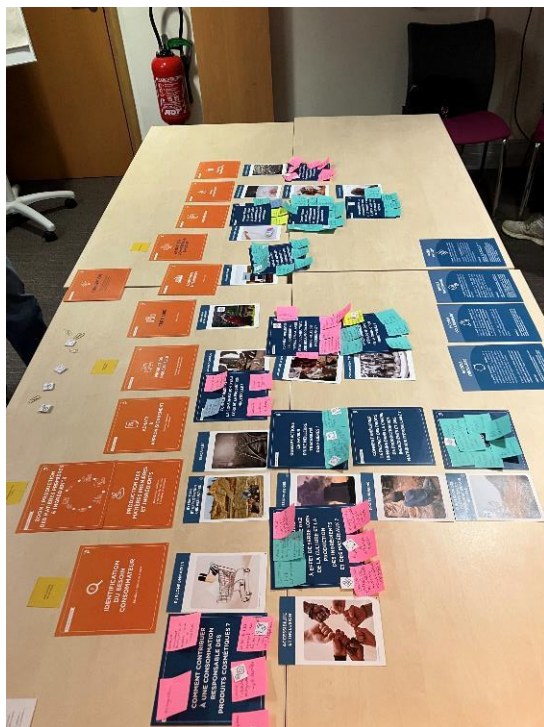
Les points forts de la Fresque :



Une perspective Sectorielle



**Une approche positive et
orientée solutions**



<https://fresque-de-la-cosmetique.fr/>



CRÉER DE LA VALEUR AUTREMENT : SOURCING RESPONSABLE

Identifier les risques des filières d'approvisionnement



Rédaction d'un livre blanc :
“Uncovering environmental and social issues facing glycerin suppliers and identifying ways to encourage sustainable purchasing”

Feedstocks	Environmental	Social	Aggregated score
Palm	44%	78%	56%
Coconut	51%	60%	54%
Sunflower	64%	23%	40%
Rapeseed	63%	14%	46%
Camelina	39%	18%	31%

Poser les bases d'une filière de glycérine plus durable dédiée à la cosmétique

CRÉER DE LA VALEUR AUTREMENT : FAVORISER L'ÉCOCONCEPTION

Guide sur la recyclabilité des emballages cosmétiques en plastique



- ✓ Anticiper les exigences réglementaires européennes et faciliter l'éco-conception des emballages
- ✓ Identifier les difficultés techniques et les leviers potentiels pour améliorer la recyclabilité des emballages cosmétiques en plastique : 6 études de cas



<https://www.febex.fr/etudes-et-rapports/guide-la-recyclabilite-emballages-cosmetiques-plastique-elipso-febex>





Moving Forward *with* Confidence

RAPPORT INTÉGRÉ 2024

Table ronde :

Sobriété, transition juste et sécurité énergétique en Europe



Mickaël BIANCHIN
FEDARENE



Ken GUILTAUX
EpE (Entreprises pour l'Environnement)

1. Comprendre l'importance du bon récit

Le succès des politiques dépend de récits capables de créer la confiance et la légitimité, et pas uniquement d'arguments techniques.

2. Maîtriser la connotation au niveau "méta" des récits

Il faut être conscient que des termes comme « transformation » ou « disruption » peuvent susciter de la peur ou des résistances dans le grand public.

3. Pour obtenir un large consensus politique, éviter de mêler arguments économiques et éthiques lorsque l'un génère plus d'adhésion que l'autre

Donner la priorité au cadre argumentaire qui rassemble le plus largement, en particulier l'argumentaire économique dans les contextes industriels.

4. Utiliser un ensemble complet de paramètres économiques

Aller au-delà des seuls temps de retour sur investissement ou des économies de coûts énergétiques et démontrer la valeur économique globale, la compétitivité, l'emploi et la stabilité.

5. Adapter les récits à l'évolution du contexte et aux publics cibles

Les récits doivent évoluer dans le temps et être adaptés aux différents publics et aux dynamiques sociétales du moment.

6. Mettre les personnes au cœur du récit et les embarquer dans la transition

Répondre aux préoccupations immédiates, apporter un soutien concret et remplacer le « dire » par le « aider ».

7. Présenter le cadre comme la solution et non comme le problème

Mettre l'accent sur l'activation et l'accompagnement des parties prenantes plutôt que sur un pilotage exclusivement fondé sur des objectifs technocratiques.

8. Ne jamais communiquer en réaction ; toujours définir une stratégie en amont

Installer dès le départ un récit positif et gérer les attentes, y compris sur la possibilité d'ajustements des politiques.

9. Ancrer chaque récit dans un principe directeur à connotation positive

Mettre en avant la stabilité, la compétitivité, la sécurité, la résilience, la croissance et l'innovation.

10. Communiquer sur les succès, pas sur les difficultés

Présenter la transition énergétique et le Pacte pour une industrie propre comme une réussite déjà engagée et durable, et non comme une expérimentation risquée.

1. Comprendre l'importance du bon récit

Le succès des politiques dépend de récits capables de créer la confiance et la légitimité, et pas uniquement d'arguments techniques.

2. Maîtriser la connotation au niveau "méta" des récits

Il faut être conscient que des termes comme « transformation » ou « disruption » peuvent susciter de la peur ou des résistances dans le grand public.

3. Pour obtenir un large consensus politique, éviter de mêler arguments économiques et éthiques lorsque l'un génère plus d'adhésion que l'autre

Donner la priorité au cadre argumentaire qui rassemble le plus largement, en particulier l'argumentaire économique dans les contextes industriels.

4. Utiliser un ensemble complet de paramètres économiques

Aller au-delà des seuls temps de retour sur investissement ou des économies de coûts énergétiques et démontrer la valeur économique globale, la compétitivité, l'emploi et la stabilité.

5. Adapter les récits à l'évolution du contexte et aux publics cibles

Les récits doivent évoluer dans le temps et être adaptés aux différents publics et aux dynamiques sociétales du moment.

6. Mettre les personnes au cœur du récit et les embarquer dans la transition

Répondre aux préoccupations immédiates, apporter un soutien concret et remplacer le « dire » par le « aider ».

7. Présenter le cadre comme la solution et non comme le problème

Mettre l'accent sur l'activation et l'accompagnement des parties prenantes plutôt que sur un pilotage exclusivement fondé sur des objectifs technocratiques.

8. Ne jamais communiquer en réaction ; toujours définir une stratégie en amont

Installer dès le départ un récit positif et gérer les attentes, y compris sur la possibilité d'ajustements des politiques.

9. Ancrer chaque récit dans un principe directeur à connotation positive

Mettre en avant la stabilité, la compétitivité, la sécurité, la résilience, la croissance et l'innovation.

10. Communiquer sur les succès, pas sur les difficultés

Présenter la transition énergétique et le Pacte pour une industrie propre comme une réussite déjà engagée et durable, et non comme une expérimentation risquée.



La sobriété, nouveau moteur
de la **transformation** des entreprises



juin 2025

epe
entreprises pour l'environnement

Fabriques des sobriétés : éléments de contexte

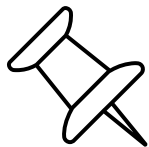


Frédéric MICHEAU,
Directeur général adjoint et
directeur du Pôle Opinion,
OPINION WAY

Fabriques des sobriétés : les ateliers

Fabrique des imaginaires

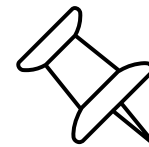
Atelier de design fiction :
Créer une campagne
publicitaire
Vendez-moi la sobriété !
sous forme d'affichage ou
de clip vidéo



Salle Delouvrier-Lecoin

Fabrique des indicateurs

Jeu de rôle :
Mesurer la sobriété dans
une grande entreprise, une
PME/startup, une grande
ville urbaine ou une
communauté de
communes rurale



Forum

Merci de votre participation et à bientôt pour la suite

Dossiers, évènements et articles sur le site de l'AREC

<https://www.arec-idf.fr/sobriete-energetique.html>



Pour nous joindre:

Marie-Laure Falque Masset

marie-laure.falque-masset@institutparisregion.fr