

Jean-Louis Bouchard : « Entreprendre est un devoir, et la RSE en fait partie »

Alors que nombre de chefs d'entreprises voient la fameuse « Responsabilité Sociétale d'Entreprise » comme une obligation ou une contrainte portée par des experts et des activistes, le président fondateur d'Econocom Group en fait une chance et une opportunité de business pour son groupe, dans une vision entrepreneuriale d'avenir. Rencontre exclusive avec un grand patron dont la parole se fait rare dans les médias.

Vous avez déclaré « Entreprendre n'est plus une valeur, c'est un devoir ». Diriez-vous la même chose de la RSE aujourd'hui ?

Jean-Louis Bouchard : Tout à fait ! C'est même plus que jamais de plus en plus évident. Vous savez, je suis issu d'une famille d'officiers généraux et de serveurs de l'Etat. Pourtant, j'ai pensé que l'avenir c'était d'entreprendre plutôt que de me tourner vers une carrière militaire comme l'imaginait mon père. Les entrepreneurs ont la chance en France que la société mette à leur disposition aujourd'hui tout ce qu'il faut pour entreprendre dans de bonnes conditions : un personnel formé, une couverture sociale et médicale, des services administratifs, des moyens de financement... Dans notre pays, tout est

mis en œuvre pour entreprendre avec le maximum de sécurité. Il appartient donc aux entrepreneurs de savourer cette chance et de jouer le jeu. Entreprendre est plus que jamais un devoir des citoyens aujourd'hui et la Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE) fait partie de ce devoir.

Vous vous exprimez peu dans les médias, mais vous acceptez de monter au créneau sur la RSE aujourd'hui. Pourquoi ? Pour montrer que dans votre groupe Econocom, c'est d'abord un esprit et une vision entrepreneuriale ?

J-L. B. : Véronique Di Benedetto, vice-présidente *Econocom France*, qui gère la RSE dans notre groupe et qui travaille depuis plus de trente ans à mes côtés, pourra témoigner que ce sujet fait partie de mes préoccupations depuis toujours, depuis la création du groupe il y a 48 ans. Par hasard ou peut-être pas, la Responsabilité Sociétale d'Entreprise est dans mon ADN et celui de mon entreprise, puisque la vocation du groupe depuis sa création, c'est de faire de l'économie circulaire dans le numérique. Dès mes débuts dans l'entrepreneuriat, après avoir quitté IBM, je me suis tout de suite lancé dans l'achat et la vente d'ordinateurs, en me préoccupant immédiatement du reconditionnement des équipements d'occasion pour éviter le gâchis. Et je n'ai cessé de prôner cette économie circulaire par la suite. Si *Econocom* est devenu un acteur majeur de la transformation digitale des entreprises et des services publics, c'est parce que nous avons le souci constant d'apporter à nos clients et à leurs utilisateurs des solutions digitales efficaces et responsables pour générer de l'impact positif. Cela veut dire premièrement, avoir nous-mêmes un engagement responsable, deuxièmement, accompagner nos clients dans des usages plus responsables et troi-

sièmement, fédérer tout un écosystème pour créer de la valeur partagée.

A Econocom, vous avez fait de la RSE un outil complètement intégré au business, ce qui est assez unique. Comment cela s'exprime-t-il concrètement ?

J-L. B. : Il s'agit d'une autre vision de la RSE qui fait preuve avant tout de pragmatisme en montrant qu'elle génère des opportunités de business. Pour nous, à *Econocom*, la RSE n'est pas une contrainte, bien au contraire, elle est intégrée depuis toujours à notre métier d'entrepreneur, c'est-à-dire savoir prendre des risques, tester, innover et créer de la valeur pour le client, mais c'est aussi au cœur de notre métier de la transformation digitale. Il faut bien comprendre que l'empreinte carbone du numérique est de l'ordre de 4% du global et elle augmente environ de 10% par an. Il faut donc s'en occuper. *Econocom* n'est ni fabricant d'équipements, ni éditeur de logiciels. Nous sommes un go-between entre l'offre et les clients. Et dans nos nombreuses missions à leurs côtés, nous les conseillons pour qu'ils aient le meilleur impact green possible, en les aidant à comprendre ce qui est le mieux pour eux pour répondre à leurs préoccupations environnementales, notamment en les aidant à choisir le meilleur pour l'environnement entre neuf et occasion, entre des données stockées chez eux ou dans le cloud. C'est notre métier de trouver l'option à prendre qui soit la plus responsable. Pour aller dans ce sens, on mesure à la fois l'empreinte carbone des équipements (en choisissant les plus green) et on pilote aussi l'énergie des bâtiments dans ce sens.

Votre approche entrepreneuriale de la RSE se fait au travers de 3 piliers de l'économie circulaire : les clients, les collaborateurs et l'écosystème.



Ingénieur reçu au concours des Ponts & Chaussées et diplômé de l'Ecole nationale du génie maritime, Jean-Louis Bouchard démarre sa carrière en 1966 chez IBM. En 1973, il fonde la société Europe Computer Systems (ECS), puis Econocom en 1982, qui après l'acquisition d'Osiatis en 2013, a donné naissance à un groupe européen leader des services numériques et de la transformation digitale, dont il est toujours aujourd'hui le CEO à 79 ans. Il compte parmi les 500 plus grandes fortunes de France.

Nous venons de parler des clients, qu'en est-il des collaborateurs ?

J-L. B. : Elle s'illustre à de très nombreux niveaux. Sur le plan des ressources humaines par exemple, nous prôtons la mixité au plus haut niveau avec 40% de femmes directrices générales chez nous. Nous recrutons chaque année également des personnes en situation de handicap. Ils sont actuellement 177 chez *Econocom France*. Nous veillons à l'impact environnemental positif de tous nos systèmes numériques, mais aussi de

nos bâtiments et de notre parc automobile. Nous avons ainsi généré une baisse de notre empreinte carbone de 49,70% sur les trois dernières années. Autre point, nos équipements reconditionnés sont réalisés avec des entreprises de l'économie sociale et solidaire, ce qui a contribué à la création d'une trentaine d'emplois chez nos partenaires.

Troisième pilier de votre politique RSE, celui de l'écosystème, avec l'objectif de créer de la valeur

partagée. Des exemples à nous donner ?

J-L. B. : Ce sont en fait tous les partenariats que nous nouons avec des associations ou des acteurs de l'éducation autour de la transformation digitale. *Econocom* s'est depuis longtemps engagé dans la lutte contre la fracture numérique, notamment en apportant son soutien à de nombreuses associations investies dans l'éducation, et en finançant des sociétés qui ont la capacité de transformer fortement

« Entreprendre est la plus belle des aventures. Les jeunes ne doivent pas avoir peur... »

ce secteur de l'éducation et de la formation continue. A ce titre, le groupe a investi de l'ordre de 13 M€ depuis quelques années dans différentes startups en direct ou via des fonds d'investissement, dont 4 M€ dédiés spécifiquement à l'éducation numérique et à la lutte contre la fracture numérique dès le plus jeune âge. Ainsi parmi les principaux investissements, on compte le fonds d'investissement *Educapital* dirigé par deux femmes, dont l'une, Marie-Christine Levet, est au Conseil d'administration d'*Econocom*. Ce fonds investit dans les meilleures Edtech pour promouvoir une éducation innovante et de qualité, accessible au plus grand nombre. En parallèle de cet engagement, nous avons investi directement dans deux pépites de l'éducation : *Magic Makers* pour que les enfants puissent apprendre dès le plus jeune âge à maîtriser les outils numériques, et *Kartable*, une plateforme de soutien scolaire qui offre à tous les élèves la possibilité de suivre des cours à distance, et réussir sa scolarité à un coût très abordable (à partir de 8€ par mois).

Vous êtes à la tête d'un groupe de 9 200 collaborateurs. La nouvelle génération des Millenials attend clairement que son travail ait du sens et le meilleur impact environnemental possible. C'est votre engagement quand vous recrutez de nouveaux talents ?

J-L. B. : Bien évidemment, car ce qui fait la force d'une entreprise, c'est de donner du sens à un travail collectif commun. Une entreprise, ça naît, ça vit et ça meurt. C'est un organisme vivant. Quand on la crée, on sait qu'elle pourra peut-être mourir un jour, c'est pour cela qu'il est impératif de lui donner du sens. A l'époque de la construction des cathédrales, ceux qui ont participé à les bâtir n'ont pour la plupart pas pu en voir la fin, mais ils savaient tous que leur travail avait et aurait du sens pour les générations futures. Ce sens, on le trouve à la fois en partageant des valeurs communes, mais aussi en étant passionné par ce que l'on fait, en donnant envie aux meilleurs talents de nous rejoindre. Pour donner aux nouvelles générations l'envie de travailler dans une entreprise, il faut lui donner du sens et cela passe donc par des

valeurs sociales et sociétales, d'où l'engagement fort d'*Econocom* autour de la RSE depuis 48 ans déjà.

Quel message ou conseil aimeriez-vous délivrer à tous les jeunes qui veulent se lancer dans la création d'entreprise ?

J-L. B. : De ne pas hésiter à se lancer s'ils en ont envie ! Il faut le faire car le risque est faible. L'entrepreneuriat est la plus belle des aventures ! J'ai fondé ou cocréé plus d'une vingtaine d'entreprises qui apportent à chaque fois des satisfactions extraordinaires dont la plus grande richesse est de travailler ensemble autour de valeurs partagées et d'un objectif commun. Donc, je leur conseille de se lancer, de ne pas avoir peur, car ils ne risquent pas grand-chose. Ils vivront peut-être au cours de leur parcours des échecs, comme moi et comme de nombreux entrepreneurs en ont connu, mais ils apprendront de leurs erreurs et pourront alors rebondir de plus belle.

« La France a toutes les chances de compter si elle devient de plus en plus européenne. »

Quelles mesures fortes attendez-vous des candidats à l'élection présidentielle en faveur de nos entreprises et de notre économie française ?

J-L. B. : S'il ne devait n'y en avoir qu'une seule, ça serait de mettre une date de péremption aux lois. Tous les entrepreneurs rejettent ce millefeuille de lois auquel nous sommes confrontés en permanence aujourd'hui, avec sans arrêt de nouvelles normes, de nouvelles lois qui s'ajoutent aux précédentes. Il faudrait que chaque nouvelle loi qui entre en vigueur supprime de fait les précédentes et qu'on lui donne une durée de vie de 3 ou 5 ans, ce qui permettrait d'en évaluer l'impact et de la modifier en conséquence à la fin du terme. Si je prends l'exemple du la Loi sur les handicaps qui date déjà d'une trentaine d'années, même si c'est

une très belle loi, elle montre cependant pas mal de dysfonctionnements et mériterait d'être réévaluée et révisée. Par ailleurs, si je pouvais émettre un souhait, je trouve dommage que la représentation syndicale au sein des entreprises ne soit pas plus forte dans notre pays. Tout système a besoin d'un contre-pouvoir pour bien fonctionner et les collaborateurs ont besoin d'une représentation solide. Il faudrait donc réinventer les corps intermédiaires dans notre pays, car ils sont en train de disparaître et c'est dommage pour l'ensemble de notre société.

Pensez-vous que la France peut retrouver son leadership ?

J-L. B. : Ça, si je le savais ! Ce que je sais en revanche, c'est qu'avec *Econocom*, on essaie d'être les meilleurs dans notre secteur. Plus généralement, ce dont je suis convaincu, c'est que la France a toutes les chances de compter si elle devient de plus en plus européenne. Nos voisins européens nous aident énormément. Ensemble, nous avons une vraie place à prendre à l'heure de la mondialisation.

Quelle est votre ambition pour Econocom dans 10 ans ?

J-L. B. : C'est bien entendu de continuer à faire très bien notre métier, avec un objectif de chiffre d'affaires de 10 milliards d'euros. Mais notre ambition numéro un, c'est de montrer l'image d'un grand groupe européen qui soit un modèle sur le plan de la RSE, une référence en tant qu'acteur de l'économie circulaire sur le plan international, afin que tous nos collaborateurs soient fiers de faire partie de la grande famille d'*Econocom*. ■

Propos recueillis par Valérie Loctin.

4 chiffres clés
Econocom

- 18 pays
- 9 200 collaborateurs
- 2,6 milliards d'€ de CA
- 48 ans d'expérience