

Élargir les partenariats avec le secteur privé

Afin d'atteindre les ODD, il est indispensable d'inviter divers acteurs tels que les entreprises, avec une entité privée qui apporte les connaissances et l'expertise nécessaires pour jouer

les ONG et les instituts de recherche, à coopérer. Voici un exemple de partenariat son rôle en tant que membre de la communauté internationale.

01

Concilier développement des affaires et atteinte des ODD

Global Compact Network Japan (GCNJ)

Le Pacte mondial des Nations unies (Global Compact), lancé en 2000, est une initiative à travers laquelle les entreprises et les organisations s'engagent à agir en faveur de l'établissement d'un cadre mondial pour la réalisation d'une croissance durable. Il s'articule autour de deux axes : le siège des Nations unies et les réseaux locaux mis en place au sein de chaque pays. Le Réseau japonais du Pacte mondial (Global Compact Network Japan, GCNJ) a été fondé en 2003 en tant que réseau local au Japon et il est aujourd'hui constitué de 200 entreprises membres.

Le GCNJ prend diverses initiatives pour soutenir la réalisation des ODD. Dans le groupe de travail sur les ODD formé en 2014, les entreprises membres échangent des informations sur les efforts entrepris et les difficultés qu'elles rencontrent. Le GCNJ donne régulièrement des conférences lors de séminaires et de forums dans le cadre de ses activités de sensibilisation aux ODD tout en préparant l'édition japonaise de *SDG Compass*, un guide expliquant aux entreprises comment aligner leur stratégie, mesurer et gérer leur contribution pour la réalisation des ODD. En outre, en février de cette année, le Réseau universitaire japonais du Pacte mondial (Japan Global Compact Academic Network) a été créé avec des universités et des instituts de recherche afin de promouvoir des partenariats entre le monde universitaire et les entreprises ainsi que la recherche sur le Pacte mondial des Nations unies. Il vise également à stimuler les échanges scientifiques

et à partager les contributions intellectuelles du Japon.

Toshio Arima, président du conseil d'administration du GCNJ, nous explique : « Pour résoudre les problèmes sociaux dans les zones défavorisées, touchées par une catastrophe ou affectées par un conflit, il est fondamental que les bénéficiaires des aides puissent mener des activités économiques de manière autonome. Les entreprises disposent de divers moyens de contribution en utilisant leur technologie et leur expertise ». Il souligne également le bénéfice pour les entreprises : « Cela contribue au développement de futurs marchés et de ressources humaines pour les entreprises membres. Cela peut même conduire à l'émergence d'innovations inversées, lorsqu'une technologie ou un produit initialement conçu dans le monde en développement se répand dans les pays industrialisés. »

Le GCNJ, tout en appelant à la participation accrue des petites et moyennes entreprises, entend ouvrir la voie pour les aider à créer des activités spécifiques en analysant les indicateurs des ODD.



Séminaire spécial sur l'utilisation de l'édition japonaise du *SDG Compass*.

02

Trouver une harmonie entre la société, l'économie et l'environnement

Projet Open 2030 (O2P)



Pour parvenir à une société de consommation durable, les participants à l'atelier partagent leur vision de l'avenir et échangent des idées sur la manière dont ils peuvent travailler ensemble.

Hakuhodo Inc. est l'une des plus grandes agences de publicité japonaise et sa philosophie d'entreprise, « sei-katsusha insight » (être vivant), envisage l'humain de manière holistique en prenant en compte son mode de vie, ses aspirations et ses rêves. La mission d'Hakuhodo, forte de cette philosophie, est de servir d'intermédiaire entre les entreprises et les consommateurs dans la société. Pour ce faire, Hakuhodo a lancé le projet « Zéro gâchis » en 2013 afin de relever des défis de la société en coopération avec divers acteurs.

On estime que les Japonais gaspillent entre 5 et 8 millions de tonnes de nourriture propre à la consommation chaque année. Pour résoudre ce problème, Hakuhodo a formé une équipe constituée de consommateurs, d'entreprises, d'agences gouvernementales, de producteurs de nourriture, d'ONG et de chercheurs pour mener des projets, notamment l'organisation d'une visite guidée permettant d'observer le voyage des aliments des sites de production alimentaire jusqu'au réfrigérateur des ménages. Takeaki Udo, responsable du design de la marque Hakuhodo explique : « En menant ce projet, je me suis rendu compte qu'il était crucial d'utiliser les liens entre les divers acteurs, et de modifier le système de circulation au sein de la société ».

Parallèlement au projet « Zéro gâchis », l'entreprise, qui a mis en œuvre d'autres initiatives liées à l'éducation et à la parentalité depuis, a lancé l'année dernière un nouveau projet baptisé « OPEN 2030 (O2P) ».

L'objectif d'O2P est de faciliter les actions de la société, des entreprises et des consommateurs en faveur des ODD par l'établissement d'un comité exécutif composé de membres d'ONG, de chercheurs et d'employés, notamment d'Hakuhodo.

O2P vise plus particulièrement l'atteinte d'une société de consommation durable par la promotion de certifications internationales. Pour relever ce défi, étroitement lié à l'objectif 12 des ODD, l'implication des pays développés est indispensable. Le FSC est un exemple de certification internationale attribuée aux producteurs de bois dont les activités prennent en compte la protection de l'environnement forestier tout en étant économiquement viables. Cependant, de nombreux producteurs renoncent à obtenir cette certification à cause du coût. En outre, cette certification est peu connue des consommateurs et les produits certifiés sont donc peu convoités par les entreprises. Le projet consiste à édifier un système réunissant les trois acteurs que sont les consommateurs, les entreprises et les producteurs pour s'engager vers des modes de production et de consommation durables avec une volonté de « changer l'avenir en changeant notre façon d'acheter ».

« Nous travaillons pour créer un monde où la poursuite de bénéfices économiques et d'une société plus harmonieuse vont de pair. À l'avenir, nous aimerions apporter notre soutien aux entreprises japonaises afin de les aider à bien comprendre les ODD lorsqu'elles développent leurs activités dans les pays en développement », explique Udo.



Groupe de travail sur les ODD.