

Jean-Louis Bouchard :

« Emprender es un deber, y la RSC forma parte »

Si bien muchos líderes empresariales ven la famosa "Responsabilidad Social Corporativa" como una obligación o una restricción planteada por expertos y activistas, el presidente fundador de Grupo Econocom lo convierte en una oportunidad de negocio para su grupo, en una visión emprendedora del futuro. Encuentro exclusivo con un gran líder cuyas palabras son poco comunes en los medios.

Dijo : "El espíritu empresarial ya no es un valor, es un deber". ¿Diría lo mismo de la RSC hoy ?

Jean-Louis Bouchard : ¡Absolutamente! Cada vez es más evidente. Aún así, siempre pensé que el futuro era emprender, en vez de realizar la carrera militar como imaginaba mi padre. Los emprendedores tienen la suerte en Francia de que la sociedad les proporcione todo lo que necesitan para poner en marcha un negocio en condiciones óptimas: personal capacitado, cobertura social y médica, servicios administrativos, financiación... En nuestro país, todo está organizado para poder emprender con la máxima seguridad. Por lo tanto, pertenece a los emprendedores aprovechar esta oportunidad. El emprendimiento es más que nunca un

deber de los ciudadanos y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es parte de este deber.

Usted no habla mucho en los medios, pero está de acuerdo en dar hoy un paso al frente en RSC. ¿Por qué? ¿Para demostrar que en Grupo Econocom, ante todo existe un espíritu y visión emprendedora?

J-L. B. : Véronique Di Benedetto, vicepresidenta de Econocom Francia, quien gestiona la RSC en nuestro grupo y ha trabajado junto a mí durante más de treinta años, puede dar fe de cómo este tema siempre ha formado parte de mis preocupaciones, desde la creación del Grupo hace 48 años. Por casualidad o quizás no, la Responsabilidad Social Corporativa está en mi ADN y en el de mi empresa, ya que la vocación del Grupo, desde su creación, ha sido hacer la economía circular en el mundo digital. Desde mis inicios, tras dejar IBM, inmediatamente comencé a comprar y vender ordenadores, preocupándome de inmediato por el reacondicionamiento de equipos usados para evitar su desperdicio. Desde entonces, he seguido defendiendo esta economía circular. Si Econocom se ha convertido en un actor importante en la transformación digital de las empresas y servicios públicos, es porque nos preocupamos constantemente en brindar a nuestros clientes y sus usuarios soluciones digitales efectivas y responsables para generar ingresos con impacto positivo. Esto significa, en primer lugar, tener un compromiso responsable nosotros mismos, en segundo lugar, apoyar a nuestros clientes en usos más responsables y en tercer lugar, crear un ecosistema para generar valor añadido.

En Econocom, ha hecho de la RSC una herramienta completamente integrada en los negocios, lo cual es bastante único. ¿Cómo se entiende esto en términos concretos?

J-L. B. : Esta es otra visión de la RSC que muestra ante todo pragmatismo al demostrar que genera oportunidades de negocio. Para nosotros en Econocom, la RSC no es una limitación, al contrario, siempre ha formado parte de nuestro negocio como emprendedor. Es decir, saber asumir riesgos, evaluar, innovar y crear valor para el cliente, pero es también el centro de nuestro negocio de transformación digital. Debe entenderse que la huella de carbono digital es del orden del 4% del total y está aumentando alrededor de un 10% anual. Así que tenemos que hacernos cargo de eso. Econocom no es un fabricante de equipos ni un editor de software. Somos un intermediario entre la oferta y los clientes. Y en nuestras muchas acciones junto a ellos, les asesoramos para que tengan el mejor impacto ecológico posible, ayudándoles a comprender qué es lo mejor para ellos. Así a su vez, pueden satisfacer sus preocupaciones ambientales ayudándoles a elegir lo mejor para el medio ambiente, entre nuevo y de ocasión, entre datos almacenados in-house o en la nube. Nuestro trabajo es encontrar la opción más responsable. Para avanzar en esta dirección, medimos tanto la huella de carbono de los equipos (eligiendo el más "green") como también se optimiza la energía de los edificios.

Su enfoque empresarial de la RSC se basa en 3 pilares de la economía circular: los clientes, los colaboradores y el ecosistema.



Ingeniero seleccionado por la prestigiosa escuela de Ponts & Chaussées y con estudios en la Escuela Nacional Superior Marítima, Jean-Louis Bouchard comienza su carrera en IBM. En 1973, funda la sociedad Europe Computer Systems (ECS), para dar paso a Econocom en 1982. Tras la adquisición de Osiatis en 2013, nació el Grupo Europeo líder de servicios digitales y transformación digital, siendo aún CEO a sus 79 años. Forma parte de las 500 fortunas más importantes de Francia.

Solo hablamos de los clientes, ¿y de los colaboradores?

J-L. B. : Se puede ver en muchos niveles. En términos de recursos humanos, por ejemplo, abogamos por la diversidad de género al más alto nivel con un 40% de mujeres directivas en nuestra empresa. También reclutamos personas con discapacidad todos los años. Actualmente hay 177 en Econocom Francia. Aseguramos el impacto ambiental positivo de todos nuestros sistemas digitales, pero también de nuestros edificios y flota.

Así hemos disminuido nuestra huella de carbón del 49,70% en los últimos tres años. Otro punto es que nuestro equipamiento reacondicionado se realiza con empresas de la economía social y solidaria, lo que ha contribuido a la creación de una treintena de puestos de trabajo con nuestros partners.

El tercer pilar de su política de RSC, el ecosistema con el objetivo de crear valor añadido. ¿Tendría algunos

ejemplos ?

J-L. B. : De hecho, estas son todas las alianzas que estamos creando con asociaciones o actores de la educación en torno a la transformación digital. Econocom lleva mucho tiempo comprometido con la lucha contra la brecha digital, en particular apoyando a numerosas asociaciones relacionadas con la educación y financiando empresas que tengan la capacidad de transformar significativamente este sector, la educación y la formación continua.

«El espíritu empresarial es la aventura más increíble. Los jóvenes no deben tener miedo»

En este aspecto, el Grupo ha invertido alrededor de 13 millones de euros en los últimos años en varias startups directamente o a través de fondos de inversión, incluidos 4 millones de euros dedicados específicamente a la educación digital y la lucha contra la brecha digital desde una temprana edad. Así, entre las principales inversiones, se encuentra el fondo de inversión *Educapital* dirigido por dos mujeres, una de las cuales, Marie-Christine Levet, forma parte del Consejo de Administración de Econocom.

Este fondo invierte en las mejores *Edtechs* para promover una educación innovadora y de calidad, accesible al mayor número de personas posibles. Paralelamente a este compromiso, hemos invertido directamente en dos centros educativos: *Magic Makers* para que los niños aprendan desde pequeños a dominar las herramientas digitales, y *Kartable*, una plataforma de apoyo escolar que ofrece a todos los estudiantes la oportunidad de seguir cursos de aprendizaje a distancia y tener éxito en la educación de una manera asequible (desde 8€ al mes).

Está al frente de un grupo de 9.200 empleados. La nueva generación de Millennials espera claramente que su trabajo tenga significado y el mejor impacto ambiental posible. ¿Es este su compromiso cuando recluta nuevos talentos?

J-L. B. : Evidentemente, porque lo que hace fuerte a una empresa es darle sentido al trabajo colectivo común. Un negocio nace, vive y muere. Es un ser vivo. Cuando lo creamos, sabemos que quizás algún día pueda morir, por eso es imperativo darle sentido. En el momento de la construcción de las catedrales, quienes ayudaron a construirlas en su mayoría no pudieron ver el final de ellas, pero todos sabían que su trabajo tenía y tendría significado para las generaciones futuras. Este sentido se encuentra tanto al compartir valores comunes, como a la pasión por lo que hacemos, al hacer que

los mejores talentos quieran unirse a nosotros. Para que las nuevas generaciones quieran trabajar en una empresa, necesitamos valores sociales, de ahí el fuerte compromiso de Econocom con la RSC desde hace 48 años.

¿Qué mensaje o consejo le gustaría enviar a todos los jóvenes que quieren emprender un negocio?

J-L. B. : Que no duden en ir a por ello si les apetece. Debe hacerse porque el riesgo es bajo. ¡El espíritu empresarial es la aventura más increíble! He fundado más de veinte empresas que cada una de ellas brinda una satisfacción extraordinaria, cuya mayor riqueza es trabajar juntos en torno a valores compartidos y un objetivo común. Entonces, les aconsejo que lo hagan, que no tengan miedo, porque no arriesgan mucho. Es posible experimentar fracasos en el camino, como hemos vivido tanto yo como otros muchos emprendedores, pero aprenderán de sus errores y luego podrán recuperarse aún más.

« Francia tiene todas las posibilidades de crecer si se vuelve cada vez más europea. »

¿Qué medidas contundentes espera de los candidatos presidenciales a favor de nuestras empresas y de la economía francesa?

J-L. B. : Si tuviera que elegir sólo una, sería ponerle fecha de caducidad a las leyes. Todos los empresarios rechazan este batiburrillo de leyes al que nos enfrentamos constantemente hoy en día, con nuevas normas y nuevas leyes que se añaden a las anteriores. Cada nueva ley que entrase en vigor debería, de hecho, derogar las anteriores y tener una vida útil de 3 o 5 años, lo que permitiría evaluar su impacto y modificarla en

consecuencia al final del plazo. Por ejemplo la Ley de Discapacidad, que ya tiene unos treinta años, es una ley muy buena, pero todavía muestra muchas disfunciones y merece ser reevaluada y revisada. Por otro lado, si pudiera pedir un deseo, creo que es una pena que la representación sindical dentro de las empresas no sea más fuerte en nuestro país. Todo sistema necesita un poder compensatorio para funcionar bien y los empleados necesitan una representación fuerte. Hay que reinventar los puestos intermedios en nuestro país, porque están desapareciendo y eso es una pena para el conjunto de nuestra sociedad.

¿Cree que Francia puede recuperar su liderazgo?

J-L. B. : ¡Ojalá lo supiera! Lo que sí sé es que con Econocom intentamos ser los mejores de nuestro sector. De manera más general, estoy convencido de que Francia tiene todas las posibilidades de hacerse notar si se vuelve cada vez más europea. Nuestros vecinos europeos nos ayudan enormemente. Juntos, tenemos un posicionamiento que ocupar en la era de la globalización.

¿Cuáles son sus objetivos para Econocom dentro de 10 años?

J-L. B. : Sin ninguna duda, se trata de seguir haciendo muy bien nuestro trabajo, con un objetivo de facturación de 10.000 millones de euros. Pero nuestra ambición número uno es mostrar la imagen de un gran grupo europeo que es un modelo en términos de RSC, una referencia como actor de la economía circular a nivel internacional, para que todos nuestros empleados estén orgullosos de formar parte de la gran familia que es Econocom. ■

Editado por Valérie Loctin.

cifras clave
Econocom

- 18 países
- 9 200 empleados
- 2,6 millones € de facturación
- 48 años de experiencia