



Responsable et Engagé

Premier d'une série de guides sur l'investissement
immobilier responsable



Sommaire

- p.1 Introduction
- p.2 I. Expliciter et définir le RPI
- p.3 II. La valeur du RPI pour votre société
- p.5 III. La voie vers l'engagement RPI
- p.7 IV. Élaborer un énoncé de mission
- p.8 V. Gérer une stratégie RPI
- p.10 VI. Collaborer avec d'autres parties prenantes sur le RPI

Remerciements

Ce guide pratique a été rédigé par David Wood, de l'IRI (Institute for Responsible Investment) du Boston College, avec l'aide et le soutien précieux de Regina Kessler du Groupe de Travail sur l'immobilier de l'Initiative financière du PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement), du Professeur Gary Pivo de l'Université d'Arizona (UA) et de Valérie Lavoie, de l'IRI du Boston College.

L'essentiel des informations contenues dans ce guide est issu d'entretiens menés auprès d'acteurs du terrain et d'observations faites par des spécialistes. Nous remercions en particulier Keith Bugden de Hermes Real Estate, Hoong Wey Woon d'Aviva Investors, Christian Gunter, Bob Ratliffe et Preston Sargent de Kennedy Associates Real Estate Counsel, Jonathan Westeinde de Windmill Development, Andy Szyman de F&C REIT Asset Management, Paul McNamara de PRUPIM, Gilles Bouteloup d'AXA Real Estate Investment Managers, Caroline Noller du GPT Group, et Cate Collins et Phillip Ransom de Lend Lease Real Estate Investments Limited. Merci également aux membres du conseil RPI de l'Urban Land Institute, dont la réunion inaugurale à l'automne 2008 a fourni de la matière pour ce guide pratique.

Si vous souhaitez approfondir le sujet, veuillez contacter David Wood à l'adresse David.Wood.4@bc.edu, ou UNEP FI à property@unepfi.org.

Introduction

Ce guide pratique a pour but de donner aux investisseurs et aux propriétaires fonciers intéressés, ainsi qu'aux gestionnaires d'actifs, des informations sur les moyens d'engager un investissement immobilier responsable (ou RPI pour Responsible Property Investing) comme stratégie d'investissement, de mettre en œuvre des structures de gouvernance et de gestion qui intègrent le RPI dans la culture et les pratiques de la société, et de s'engager avec les autres parties prenantes dans le développement du secteur.

C'est le premier d'une série de guides, qui seront publiés par le Groupe de Travail sur l'immobilier de l'Initiative Financière du Programme des Nations Unies pour l'Environnement, en collaboration avec le RPIC, pour favoriser le développement de l'investissement immobilier responsable.

Ce guide est le fruit des expériences de plusieurs investisseurs qui ont choisi de mettre le RPI au centre de leur pratique professionnelle. Nous espérons qu'il aidera les investisseurs concernés par le RPI à développer les systèmes et procédures susceptibles de traduire cet intérêt en résultats tangibles.

Dans ce guide, nous allons nous attacher à définir un certain nombre d'étapes pour aider les investisseurs à identifier comment s'engager dans des stratégies RPI. Le guide n'a pas vocation à être prescriptif. Nous sommes absolument convaincus que, pour réussir la mise en œuvre de telles stratégies, il est indispensable de suivre des principes adaptés aux spécificités de chaque société d'investissement.

Responsable et Engagé

Step 1:
Définir le RPI



Step 2:
Identifier les risques et les opportunités matériels à travers le RPI



Step 3
Cibler les agents internes et externes pour valoriser le RPI



Step 4:
Élaborer un énoncé de mission



Step 5:
Créer des systèmes de gouvernance pour gérer le RPI



Step 6:
S'appuyer sur les retours d'expériences positifs pour structurer le RPI



Step 7:
S'engager avec les parties prenantes pour créer le marché

I. Expliciter et définir le RPI pour votre société

Une première étape clé dans la mise en place de l'engagement d'une société en faveur du RPI, est de définir ce que ce concept signifie en interne.

Le Groupe de Travail sur l'immobilier de l'Initiative Financière des Nations Unies pour l'environnement définit le RPI comme suit :

“Une approche d’investissement qui tient compte des questions environnementales, sociales et de gouvernance (ESG) aux côtés d’objectifs financiers plus conventionnels. Une approche qui ne se cantonne pas aux exigences juridiques minimum, pour améliorer les performances environnementales ou sociales de l’immobilier, et va au-delà par des stratégies telles que la revitalisation urbaine ou la préservation des ressources naturelles. Le RPI peut être mis en œuvre tout le long du cycle de vie des biens immobiliers, comme le montrent les exemples suivants :

- *Développer ou acquérir des biens immobiliers conçus avec des qualités environnementales et sociales positives (logements sociaux ou bâtiments verts, par exemple)*
- *Rénover des biens immobiliers pour améliorer leurs performances (efficacité énergétique ou accessibilité aux handicapés, par exemple)*
- *Gérer les biens immobiliers au bénéfice de tous (conditions de travail équitables pour les ouvriers ou utilisation de produits d'entretien respectueux de l'environnement, par exemple).*
- *Démolir des immeubles de façon responsable (réutilisation des matériaux récupérés sur le site pour les recycler, par exemple)”.*

Pour nombre d'investisseurs, ce type de langage est inhabituel mais, les pratiques auxquelles il fait référence, telles que la rénovation urbaine, l'engagement citoyen, l'efficacité énergétique, le recyclage, la croissance intelligente, le logement social, la santé et la sécurité, sont des éléments reconnus de la gestion immobilière.

POUR PLUS D'INFORMATION SUR LA DÉFINITION DE UNEP FI DE L'RPI : [RESPONSIBLE PROPERTY INVESTING: WHAT THE LEADERS ARE DOING](#)

Voici quelques-uns des termes communément utilisés dans le domaine du RPI : analyse environnementale, sociale et de gouvernance (ESG), investissement durable, triple bilan (TBLI). Bien que chaque terme ait sa définition et son histoire propre, dans la pratique, ils comportent de nombreuses imbrications. Tous font référence à des pratiques d'investissement qui maximisent la valeur financière, sociale et environnementale, et minimisent les risques, dans le cadre d'une approche intégrée de la création de valeur à long terme.

Lorsque vous définissez ce qu'est le RPI pour votre propre société, il peut être utile d'avoir une idée claire des aspects du RPI les plus pertinents pour votre activité au quotidien et l'orientation stratégique de votre société.

LA CLÉ POUR DÉFINIR LE RPI NE RÉSIDE PAS DANS LE VOCABULAIRE EMPLOYÉ, MAIS DANS LA CRÉATION D'UN LANGAGE COHÉRENT, COMPRÉHENSIBLE ET FACILE À ADOPTER POUR TOUS LES ACTEURS.

II. La valeur du RPI pour votre société

Lorsque vous envisagez d'adopter une stratégie RPI, il est intéressant d'identifier les avantages que vous pensez en retirer. Les spécialistes qui ont adopté ce type de stratégies mettent l'accent sur divers avantages, qui vont de l'amélioration de l'analyse de l'investissement à, plus globalement, des questions environnementales, sociales et de gouvernance.

L'analyse des critères de "matérialité" de l'entreprise, qui sert à identifier les risques et les opportunités associés aux aspects environnementaux, sociaux et de gouvernance, peut se révéler une étape clé dans la formulation d'un engagement RPI.

Parmi les avantages potentiels d'une stratégie de ce type, on peut citer :

1) Une meilleure gestion de la performance :

Une stratégie RPI cohérente aide les sociétés à identifier des opportunités pour :

- Réduire les coûts opérationnels
- Améliorer l'image de la société
- Faciliter l'obtention des permis
- Cibler des opportunités exceptionnelles d'acquisition et de développement d'activité

Par exemple, les spécialistes expliquent que les efforts citoyens dans les centres commerciaux tendent à augmenter la demande des consommateurs et améliorent la performance locative d'un bien, ou que l'étude et l'amélioration de l'efficacité énergétique aboutit in fine à une réduction des coûts.

2) Une meilleure analyse des risques :

En tant qu'outil d'analyse de portefeuille, le RPI peut aider les sociétés à gérer les risques à long terme en identifiant les tendances en matière de

- réglementation,
- coûts énergétiques et autres
- attente des consommateurs

Les spécialistes signalent le risque qu'impliquent des réglementations plus strictes sur la construction, quant aux émissions de CO2 et autres polluants. Ils soulignent que les tendances démographiques et consommateurs vont au développement axé sur l'efficacité énergétique et les transports en commun, et rappellent le coût croissant de l'énergie, avec une incidence sur le coût d'exploitation futur ou l'accélération de la désuétude fonctionnelle.

3) De meilleures relations entre investisseurs et autres parties prenantes :

Pour certains promoteurs immobiliers, le RPI aide à construire des relations avec les propriétaires, les autres investisseurs, les communautés locales et les collectivités municipales ou régionales. Le RPI peut aboutir à :

- Une différenciation commerciale claire des produits et services
- Des relations renforcées entre les investisseurs
- Une approche plus orientée vers les institutionnels
- Une réponse plus en adéquation avec les attentes des investisseurs intéressés par le RPI

Les spécialistes agissant en ce sens peuvent

être, par exemple, des sociétés de capital investissement et des promoteurs sensibles aux conditions de travail équitables et aux politiques d'entreprise citoyennes, qui investissent dans des zones spécifiques de rénovation urbaine, ou visent à faire adopter la construction écologique dans l'administration de biens et la promotion immobilière.

4) Une amélioration organisationnelle dans votre société :

Étroitement lié à ce qui précède, un certain nombre de promoteurs immobiliers considèrent le RPI comme un outil qui sert à exprimer et renforcer les valeurs de l'entreprise en interne et à développer de solides relations avec les autres parties prenantes. Dans ce cas, le RPI devient un langage qui aide à :

- Définir une culture d'entreprise
- Motiver les employés
- Maintenir une identité d'entreprise claire

Ces avantages ne concernent pas au même titre tous les investisseurs. Par exemple, les détenteurs de portefeuilles conséquents peuvent privilégier le RPI comme outil de gestion des performances et d'analyse des risques, alors que les sociétés de capital investissement et les promoteurs peuvent opter pour une stratégie RPI pour créer une identité propre et se différencier de leurs concurrents.

Le choix des termes pour décrire le RPI est moins important que la compréhension de ce que le concept (RPI ou toute autre expression que vous choisirez pour le désigner) recouvre dans les contextes institutionnels particuliers.

Parmi les facteurs qui peuvent influencer, on peut relever, sans être exhaustif :

- Le rôle de l'investisseur (propriétaire, gérant de fonds, administrateur de biens, promoteur...)
- La catégorie de bien immobilier (résidentiel, commercial, industriel...)
- Le régime réglementaire
- La zone géographique
- L'environnement des parties prenantes

UN FACTEUR CLÉ POUR RÉUSSIR L'ADOPTION D'UNE STRATÉGIE RPI EST DE BIEN IDENTIFIER LES AVANTAGES ATTENDUS. LES AVANTAGES QUANTIFIÉS SONT PLUS FACILES À MESURER ET À GÉRER, ET LES SPÉCIALISTES CONSIDÈRENT LA QUANTIFICATION COMME UN OUTIL CLÉ DU PROCESSUS DE GESTION DU RPI. NÉANMOINS, LE FAIT QUE CERTAINS AVANTAGES NE SOIENT PAS FACILEMENT QUANTIFIABLES NE SIGNIFIE PAS QU'ILS SONT NÉGLIGEABLES.

III. La voie vers l'engagement RPI

Nombreuses sont les voies que peut emprunter une société désireuse de s'engager dans une stratégie RPI institutionnalisée. L'adhésion à ce type de stratégie se fait le plus souvent graduellement, partant d'un secteur ou d'une forme d'engagement, pour se développer en un ensemble plus élaboré de politiques et de procédures. Parmi les facteurs susceptibles de conduire à un engagement RPI, les spécialistes citent :

- **Les défenseurs internes :**

Un employé ou un groupe d'employés particulièrement intéressés par un aspect du RPI, et qui partagent leurs idées avec d'autres services de l'entreprise. Voici une histoire souvent racontée. Lorsqu'on demande aux spécialistes comment le RPI en est arrivé à occuper une place importante dans une entreprise donnée, beaucoup répondent qu'un employé s'en est fait le champion et s'est donné pour mission de le promouvoir.

- **Engagement externe :**

Certains spécialistes notent que c'est un engagement avec des consultants externes ou d'autres parties prenantes qui a soulevé des questions de RPI spécifiques, lesquelles ont trouvé un écho auprès des dirigeants ou des employés. Pour exemple de ce type d'influence, on peut citer un consultant en énergie étudiant les pratiques d'efficacité, une association de

quartier posant des questions sur les pratiques de gestion immobilière ou une association de défense de l'environnement cherchant un partenariat industriel. Ce peut être également un exposé d'une problématique sectorielle lors d'une conférence ou lors d'échanges entre différents acteurs du secteur, comme a pu le faire le UNEP FI Property Working Group, qui met les questions relatives au RPI à l'ordre du jour des sociétés.

- **Etude stratégique:**

Enfin, le RPI peut entrer dans le paysage institutionnel à l'occasion d'une évaluation stratégique des risques et des opportunités dont doit tenir compte une société qui veut avancer. Les grandes problématiques touchent à la gestion des risques climatiques, la prise en compte croissante par les investisseurs des questions d'ESG dans les appels d'offres, ou encore les études de marché.

Dans chacun de ces cas, la compréhension de la problématique peut conduire à une approche plus systématique des questions de RPI pouvant être corrélées à la gestion stratégique de la société.

Il existe un certain nombre de facteurs propices à la réussite d'une stratégie RPI. Il ressort des entretiens avec les institutions les éléments clés suivants :

S'assurer de l'adhésion de la direction

Une stratégie RPI a peu de chances de réussir sans un soutien public de la direction ou des partenaires. En tant que stratégie institutionnelle relativement nouvelle, le RPI peut dissuader les sceptiques, ou ceux qui n'y verront qu'un surcroît de travail dans un planning déjà chargé. Dans de telles circonstances, un soutien appuyé, des marques de compréhension et de sensibilisation sont indispensables pour manifester l'importance de la stratégie pour l'ensemble de la société.

Développer une stratégie de communication claire

De nombreux spécialistes du RPI insistent sur la nécessité pour une société d'énoncer clairement sa stratégie RPI et d'élaborer un mécanisme tout aussi clair pour communiquer cette stratégie à tous les employés, sans oublier de leur donner les moyens d'intégrer cette stratégie dans leur travail au quotidien.

S'appuyer sur les pratiques courantes de la société

Pour de nombreux spécialistes, une stratégie RPI est avant tout une formalisation de pratiques déjà en vigueur dans l'entreprise. Les sociétés qui se sont dotées de politiques en faveur du travail équitable, de la revitalisation urbaine ou du développement durable peuvent se servir d'une stratégie RPI pour capitaliser sur leurs forces, se pencher si nécessaire sur de nouvelles problématiques et systématiser les processus naissants de gestion du RPI. Très important, le RPI ne doit pas être considéré comme impliquant un changement complet des pratiques de la société.

POUR DES EXEMPLES SUR LES MÉTHODES EMPLOYÉES PAR LES INVESTISSEURS IMMOBILIERS POUR ADAPTER LES PRINCIPES DE L'INVESTISSEMENT RESPONSABLE DE L'ONU À LEUR ENTREPRISE, REPORTEZ-VOUS AU DOCUMENT UNEP FI'S BUILDING RESPONSIBLE PROPERTY PORTFOLIOS

IV. Élaborer un énoncé de mission

Pour bon nombre d'entreprises, une fois acquis l'engagement de créer une stratégie RPI d'entreprise, l'étape suivante consiste à formaliser un énoncé de mission officiel sur le RPI ainsi qu'un ensemble de politiques et de procédures pour piloter les pratiques RPI.

POUR CONCEVOIR CETTE STRATÉGIE, LES SPÉCIALISTES PROPOSENT TROIS APPROCHES TROIS APPROCHES RELEVANT DU BON SENS :

- FAIRE UNE ÉTUDE DU PAYSAGE RPI, POUR IDENTIFIER LES POLITIQUES ET LES PRATIQUES ADOPTÉES PAR LES LEADERS RECONNUS DU SECTEUR.
- ENGAGER DES CONSULTANTS EXTERNES, DOTÉS D'UNE EXPERTISE SPÉCIFIQUE DANS DES DOMAINES LIÉS AU RPI – GESTION ET CONCEPTION D'UN PORTEFEUILLE, PAR EXEMPLE – QUE LA SOCIÉTÉ A ESTIMÉ DÉTERMINANTS POUR AVANCER.
- IDENTIFIER DES PARTENAIRES, DES GÉRANTS DE FONDS, PAR EXEMPLE, QUI ONT UNE EXPÉRIENCE DE LA MISE EN ŒUVRE DU RPI ET PEUVENT PARTAGER LEURS CONNAISSANCES.

L'énoncé de mission obtenu doit trouver le juste équilibre entre spécificité et souplesse.

Une fois rédigé, l'énoncé peut aider à communiquer deux éléments aux parties prenantes, en interne comme en externe :

- L'engagement de la société à intégrer et à gérer le RPI dans le processus d'investissement
- Les questions RPI spécifiques qui feront l'objet d'une attention prioritaire au sein de la société

Dans les entretiens toutefois, les entreprises indiquent que le processus relativement simple d'élaboration d'un énoncé de mission débouche rapidement sur la question plus complexe de la méthode pour gérer efficacement le RPI en tenant compte des contraintes d'organisation et de ressources d'une société donnée.

V. Gérer une stratégie RPI dans votre société

La transition entre l'engagement et la mise en œuvre du RPI passe par l'élaboration de systèmes de gouvernance, d'outils de gestion de l'information et par la volonté des employés de tenir un rôle nouveau ou élargi dans l'analyse et l'implantation du RPI.

Gouvernance interne

En termes de ressources humaines, les spécialistes distinguent deux moyens de gérer le RPI.

- Créer un service spécifique ou confier à un employé ou à un groupe d'employés la gestion du RPI dans ses différents aspects pour l'ensemble de l'activité :

Dans ce cas, les sociétés créent un référentiel regroupant les informations et les expertises, consultable par les différents services pour l'intégration du RPI dans leur travail. Cette approche permet notamment à un groupe spécialisé de certainement mieux suivre l'évolution rapide des pratiques RPI en dehors des opérations propres à l'entreprise, et de mieux intégrer et promouvoir les nouvelles idées dans les pratiques de l'entreprise. Un des inconvénients est le risque de marginaliser le RPI en le cantonnant au sein d'un seul service.

- Former des équipes transversales pour promouvoir le RPI :

Dans ce cas, une équipe issue de différents services est constituée pour identifier collectivement les aspects de l'activité qui méritent une analyse plus poussée en matière d'investissements et de gestion des risques. Cette approche a l'avantage

d'encourager les innovations RPI suggérées par les employés, riches de leurs expériences et de leur expertise. L'inconvénient est la difficulté de maintenir l'intérêt de cette démarche dans un groupe disparate, en parallèle avec les obligations du travail quotidien.

UN ÉLÉMENT CLÉ : L'ENGAGEMENT PERSONNEL ACTIF DES DÉFENSEURS INTERNES DU RPI PEUT ÊTRE AUTANT SINON PLUS EFFICACE QUE LES ANNONCES OFFICIELLES DE POLITIQUES ET DE PROCÉDURES. EN TANT QUE DISCIPLINE RELATIVEMENT NOUVELLE, LE RPI DOIT ÊTRE EXPLIQUÉ AUX EMPLOYÉS QUI LE DÉCOUVRENT, ET AUX POTENTIELLEMENT SCEPTIQUES, NOTAMMENT EN CE QUI CONCERNE LES RÉPERCUSSIONS DANS LEUR TRAVAIL.

Ces stratégies ne s'excluent pas mutuellement. Quelle que soit la voie choisie, gérer le RPI exige de définir qui aura la responsabilité de collecter les informations environnementales, sociales et de gouvernance pertinentes, et de diffuser les résultats et les recommandations issues de ces informations aux parties prenantes concernées en interne, de manière claire et cohérente.

Une définition claire du RPI, et des informations requises pour l'intégrer aux pratiques d'investissement, est peut-être le mécanisme de gouvernance le plus important pour une gestion réussie.

Engagement externe

Les spécialistes relèvent que l'intégration du RPI dans les relations avec les partenaires externes peut s'avérer plus compliquée encore.

Un engagement institutionnel en faveur du RPI implique de communiquer sur la nouvelle stratégie auprès des nombreux partenaires auprès desquels la société est engagée dans le cours ordinaire de ses activités. Les propriétaires doivent communiquer avec les gérants de fonds, les gérants de fonds avec les gestionnaires d'actifs, les gestionnaires d'actifs avec les administrateurs de biens, les administrateurs de biens avec les responsables de site, les courtiers avec les promoteurs, etc. Voici quelques solutions à ces problèmes :

- Intégrer les questions liées au RPI aux demandes de renseignements / appels d'offres:

Les propriétaires engagés dans les questions spécifiques du RPI peuvent intégrer des demandes d'information sur les pratiques durables, les politiques de travail équitable et, plus généralement sur tout ce qui a trait aux pratiques environnementales, sociales et de gouvernance, comme partie intégrante du processus de sélection des investisseurs et des fournisseurs partenaires.

- Intégrer les critères RPI aux rapports destinés aux investisseurs :

Les gérants de fonds et les gestionnaires d'actifs peuvent inclure des données de performance et des analyses RPI dans leurs rapports aux investisseurs, avec des catégories d'analyse

décidées d'un commun accord, pour assurer la cohérence au fil du temps du reporting des performances.

- Encourager les administrateurs de biens et les promoteurs à collecter de l'information :

Souvent, la nature relativement nouvelle du RPI demandera un engagement actif avec les partenaires pour collecter les informations appropriées et encourager les pratiques adaptées qui permettront aux investisseurs de gérer efficacement leurs stratégies RPI. Un engagement patient au cours du temps peut permettre à ces relations de se développer par un effet « boule de neige », de sorte que le RPI ne soit pas considéré comme imposé par une partie, mais comme le fruit d'une collaboration.

- Élaboration d'un argumentaire RPI soigné :

Comme indiqué plus haut, un élément déterminant de la réussite de l'engagement RPI est d'identifier la valeur attendue de cette stratégie. Le plus souvent, le retour immédiat de pratiques RPI n'est pas quantifiable, et ne rentre pas dans le cadre des analyses financières traditionnelles. Les sociétés se doivent donc de communiquer à leurs investisseurs, partenaires et autres parties prenantes, un argumentaire clair expliquant pourquoi la société considère la stratégie RPI comme une discipline essentielle.

VI. Collaborer avec d'autres parties prenantes sur le RPI

Le RPI est à la fois une discipline d'investissement émergente et un mouvement émergent dans le secteur de la promotion immobilière. Il s'est développé en grande partie parce que les investisseurs, les gérants de fonds et les autres parties prenantes ont voulu communiquer sur leurs stratégies, leurs meilleures pratiques et les leçons tirées de l'expérience, de façon collaborative.

L'engagement dans des réseaux collaboratifs a aidé les investisseurs à se définir eux-mêmes comme leaders sur le terrain, et a facilité l'intégration du RPI au sein de leur société.

UN ÉLÉMENT CLÉ : LES SPÉCIALISTES QUI SONT FAVORABLES À L'ACTION COLLABORATIVE INSISTENT SUR LE FAIT QUE L'ÉQUILIBRE DOIT ÊTRE MAINTENU ENTRE LA COMMUNICATION AU GRAND PUBLIC ET LA GESTION DU RPI EN INTERNE. UN BON ÉQUILIBRE COMMENCE PAR UNE ATTENTION SOUTENUE À LA RÉUSSITE INTERNE.

Les éléments clés de développement sur le terrain comprennent :

- **Identifier les stratégies de communication**
L'engagement avec d'autres parties prenantes requiert de rendre compte à la fois des systèmes RPI et des performances. Ce qui suppose de la transparence ; les sociétés doivent identifier clairement des informations qu'elles souhaitent et qu'elles peuvent partager dans le cadre de la stratégie de communication RPI. Par ailleurs, rendre compte pour le seul but de rendre compte peut mobiliser inutilement des ressources de l'entreprise. Une analyse claire des destinataires de la communication sur le RPI est fondamentale pour déterminer comment rendre compte et ce qui doit l'être.

- **Soutien aux réseaux collaboratifs**
Plusieurs groupes de parties prenantes – dont les sponsors de ce guide pratique – se sont manifesté pour aider à donner forme au RPI, sur le plan théorique et sur le plan de la pratique d'investissement. Les spécialistes mettent en avant les avantages d'un engagement entre d'égal à égal, mais citent aussi le souhait général des institutionnels d'avancer plus loin dans cette voie. Les réseaux collaboratifs peuvent aider à définir ce que signifie le RPI en tant que valeur interne fondamentale – ils sont aussi à même de promouvoir le marché du RPI dans le secteur.
- **Encourager la R&D en RPI**
En tant que discipline émergente, le RPI est toujours en phase de recherche et projets pilotes pour continuer à transformer la théorie en actions concrètes. Les pionniers du RPI peuvent s'investir sur le terrain en participant aux projets de recherche destinés à clarifier les moyens de mesure du RPI, les retours financiers associés à des stratégies d'investissement spécifiques ou les barrières à la mise en œuvre pratique du RPI. Les investisseurs peuvent également participer aux projets pilote – tels que mesurer l'efficacité énergétique des différents portefeuilles – pour aider au développement d'outils utiles à l'ensemble du secteur.

POUR EN SAVOIR PLUS SUR LES OPPORTUNITÉS DE COLLABORATION AVEC LES PARTIES PRENANTES, CONSULTEZ LE SITE DU RPIC (RESPONSIBLE PROPERTY INVESTING CENTER) SUR WWW.RESPONSIBLEPROPERTY.NET ET UNEP FI PROPERTY WORKING GROUP, SUR WWW.UNEPFI.ORG/WORK_STREAMS/PROPERTY



Ce guide pratique a pu voir le jour grâce au généreux soutien de :



UNEP FI Property Working Group

L'Initiative financière du Programme des Nations Unies pour l'Environnement est un partenariat mondial entre le PNUE et le secteur privé de la finance. Plus de 170 institutions - banques, assureurs, gérants de fonds - travaillent dans le cadre du PNUE à évaluer l'impact des conditions environnementales et sociales sur les performances financières.

L'objectif du Groupe de Travail sur l'immobilier de l'Initiative financière du PNUE est d'encourager l'investissement immobilier et les pratiques de gestion propices à assurer les meilleurs résultats possibles en matière environnementale, sociale et financière. Pour en savoir plus, consultez www.unepfi.org/work_streams/property

RPIC

Le RPIC (Responsible Property Investing Center), un projet conjoint de l'IRI (Institute for Responsible Investment) du Boston College et de l'Université d'Arizona, comble un vide dans le paysage immobilier, en réunissant des spécialistes de l'immobilier, des promoteurs, des établissements de crédit mais aussi des gérants de fonds, des propriétaires et des investisseurs institutionnels, pour coordonner et diffuser leurs meilleures pratiques, mener des recherches de fond et créer des réseaux d'opportunités d'investissement afin de tirer parti de l'évolution de l'investissement immobilier. Pour en savoir plus, consultez www.responsibleproperty.net