

INC document

LE GUIDE DU CONSOMMATEUR RESPONSABLE



PRÉFACE

L'Institut national de la consommation vous offre ce guide du consommateur responsable réalisé avec le soutien financier de l'Union européenne dans le cadre d'une coopération avec Adiconsum, association de consommateurs (Italie) et la Confederación de consumidores y usuarios (CECU), association de consommateurs (Espagne).

Ce guide a pour objectif de fournir à tous ceux que le développement durable intéresse, aux associations de consommateurs françaises comme aux centres techniques régionaux de la consommation, les clés pour comprendre et agir.

Il concentre dans un seul document une information objective, des repères et un ensemble de moyens et d'adresses utiles à ceux qui ont à travailler, à répondre aux consommateurs, à user de leur capacité pédagogique et formatrice dans ce domaine.

SOMMAIRE

L'URGENCE DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

- III** Alerte planétaire
- IV** Des ressources naturelles qui s'épuisent
Le climat se dégrade
- VI** Les voies ardues de l'équité planétaire

POUR CONSOMMER MIEUX

- VII** Normes, labels et certifications : de la qualification d'entreprise au signe sur les produits
- X** Des mesures sectorielles éparses qui allient action collective et individuelle
- XII** Des dispositifs de transparence et de régulation
Le paysage morcelé du commerce équitable

L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE

- XIV** Définitions et caractéristiques
- XV** Comment choisir le fonds qui convient
- XVII** Une sélection de fonds éthiques

QU'EN PENSENT LES CONSOMMATEURS : OPINIONS, RÉACTIONS

- XVIII** Vers une nouvelle tendance de la consommation
- XIX** Des associations engagées
- XX** Débat et avis du CNC à propos de la mise en place d'un dispositif de reconnaissance des initiatives engagées en faveur du développement durable par les entreprises

L'URGENCE DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

Réchauffement climatique, extinction de milliers d'espèces, milieux naturels en péril, crise de l'énergie, de l'eau douce, des ressources renouvelables, etc., faim persistante pour près d'un milliard d'humains, creusement du gouffre de la pauvreté entre pays riches et démunis...

ALERTE PLANÉTAIRE

La planète va mal, c'est une évidence devenue incontestable en une dizaine d'années. Un indice qui ne trompe pas : le débat entre les "militants" et les "scientifiques" sur l'état des lieux est désormais obsolète.

Les propres chiffres des Nations unies, institution peu suspecte d'alarmisme gratuit, dessinent un paysage suffisamment sombre, et personne ne les conteste. La seule question qui vaille aujourd'hui concerne la méthode, c'est : comment éviter d'aller dans le mur ?

La consommation en question

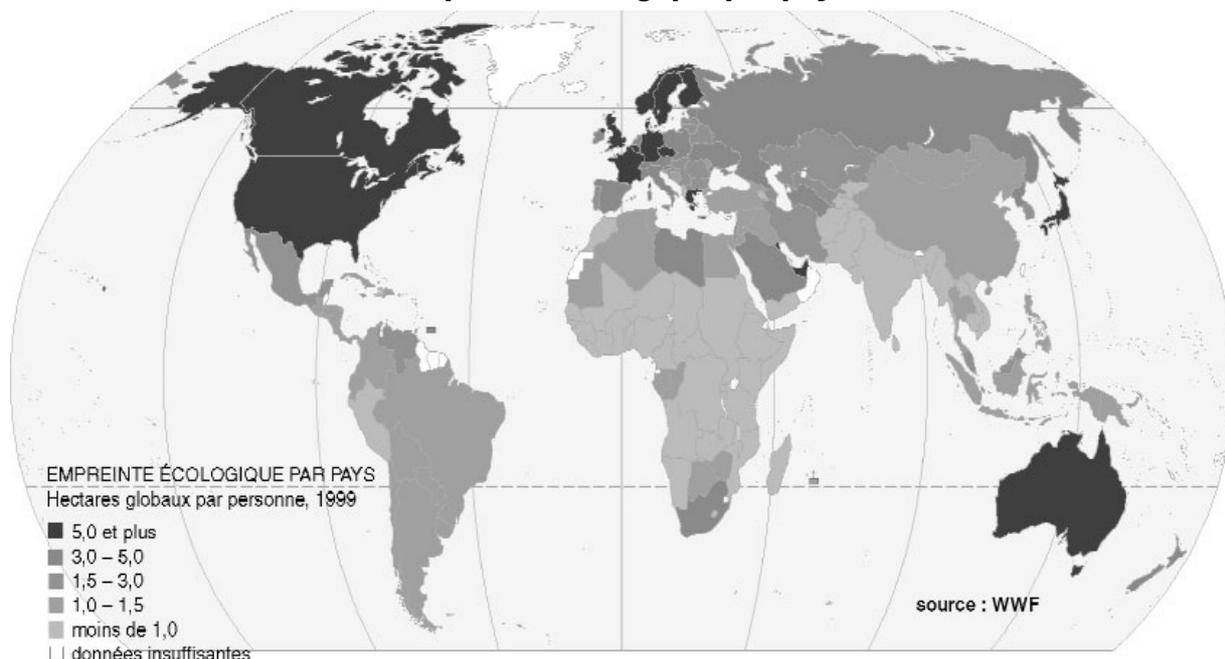
En l'espace de trois décennies à peine, la société planétaire est passé de l'espoir – la croyance – qu'une éternelle croissance économique apporterait bien-être et sécurité au plus grand nombre, à la douloureuse perception que le mode de vie actuel de l'humanité – consommation, production, prélèvement des ressources, etc. – lui prépare une catastrophe pour les décennies qui viennent.

Premier grand trait de cette tendance : l'augmentation continue, et parfois exponentielle dans certains secteurs, de la production et de la consommation de biens et de services.

Au cours de la seule décennie 1990, la valeur de la production annuelle de l'économie mondiale est passée de 31 milliards de dollars à 42 milliards de dollars – un tiers de plus, et... 7 fois plus qu'en 1960 ! La consommation d'énergie, parce qu'elle accompagne la croissance de tous les secteurs d'activité de la société, est un indicateur très représentatif : elle devrait continuer à augmenter de 2 % par an au moins jusqu'en 2020.

Seconde caractéristique majeure : les très fortes inégalités entre les populations. Près de 60 % de la consommation mondiale est assurée par les 15 % des humains vivant dans les pays riches, alors que les 40 % vivant dans les pays pauvres se contentent de 11 %. Et si, dans une quarantaine de pays, le revenu par habitant a augmenté de 3 % chaque année depuis 1990, il a baissé dans 80 pays, en particulier en Afrique subsaharienne. Près d'un milliard et demi d'habitants vivent avec moins d'un dollar par jour, ce qui est largement insuffisant pour la couverture de leurs besoins de base – nourriture, eau potable, soins. Là encore, la consommation d'énergie reflète le déséquilibre considérable entre les populations : elle est dix fois plus importante, par habitant, dans les pays riches que dans les pays pauvres.

Empreinte écologique par pays



Une empreinte écologique écrasante

Pour donner une image globale de l'emprise humaine sur la planète, deux chercheurs canadiens (Mathis Wackernagel et William Rees) ont mis au point en 1996 un indicateur qu'ils ont appelé l'empreinte écologique : quelle superficie de terres arables, de forêts, de lacs, de mers, etc., mobilisons-nous pour assurer notre production, notre consommation, le stockage de nos déchets, la construction de nos habitats, de nos voies de circulation, etc. ? Autrement dit, combien d'hectares pour soutenir nos modes de vie actuels ? Sans surprise, c'est aux États-Unis, où la consommation en énergie, en ressources, en eau, etc., est la plus importante au monde, que l'empreinte écologique est la plus importante : 12 hectares par habitant. En Europe de l'Ouest, elle est deux fois moindre. L'empreinte écologique d'un Africain est en moyenne d'un peu plus d'un hectare.

Mais l'enseignement le plus dramatique surgit quand on additionne l'empreinte écologique de tous les humains. Elle était en moyenne de 2,3 hectares par individu en 2000 soit, si l'on considère la superficie planétaire mobilisable pour les activités humaines, 25 % de trop ! Autrement dit, il nous faudrait déjà plus d'une planète Terre pour que le niveau actuel de ponction des ressources non renouvelables soit supportable. Selon l'indice des deux Canadiens, c'est en 1975 que l'humanité s'est retrouvée à dévorer son capital naturel au-delà de ses moyens. Son empreinte écologique croît bon train, puisqu'elle doublerait tous les trente-cinq ans. En trente ans, la planète aurait ainsi vu disparaître 30 % de ses ressources naturelles : les écosystèmes marins ont été réduits de 30 % en mer, de 50 % en eau douce et de 12 % dans les forêts.

DES RESSOURCES QUI S'ÉPUISENT

Ce déséquilibre est lisible dans le bilan écologique des ressources planétaires, longue suite de signaux d'alarme.

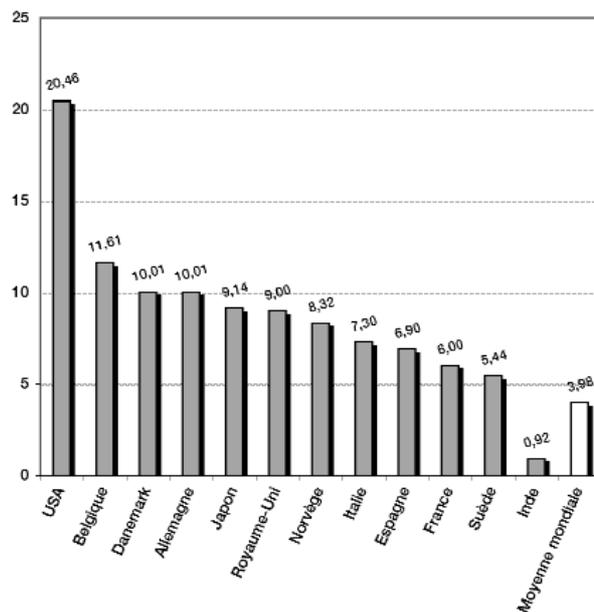
Par l'augmentation de la pression imposée par une population croissante – ponctions, pollutions, gaspillages, etc. –, plus d'un milliard d'habitants manquent d'eau potable, dans les pays pauvres principalement, et des pénuries plus ou moins sévères pourraient toucher, d'ici vingt ans, les deux tiers de l'humanité. Corollaire de ce déficit : le développement de maladies liées à l'insalubrité et au manque d'hygiène. L'eau polluée tue chaque année près de 5 millions de personnes dans les pays du Sud, notamment par de banales diarrhées, et on estime qu'elle occasionne 7 % des décès planétaires.

Une irrigation massive et mal conduite, mais aussi la pression de la production et de mauvaises pratiques agricoles, provoquent une dégradation accélérée des sols. Elles ont entraîné, estiment les Nations unies, l'abandon annuel de 10 millions d'hectares de terres cultivables pendant les années quatre-vingt.

Conséquence d'une fuite en avant, à la recherche de nouvelles terres à mettre en valeur, la déforestation progresse inexorablement. Lors de la décennie précédente, ce sont près de 100 millions d'hectares de couverts boisés qui ont disparu, soit environ 2,5 % de la surface de toutes les forêts. En milieu tropical, les forêts sont amputées de 1 % de leur surface chaque année. Et dans la majorité des situations, il ne s'agit pas de coupes temporaires : les terrains sont mis en culture de manière permanente.

Les conséquences du rétrécissement des forêts tropicales

Les émissions de gaz carbonique, fidèle reflet du déséquilibre mondial



Émissions de CO₂ dues à l'énergie
(en tonnes par habitant pour l'année 1999)

sont incalculables : ces régions fragiles sont, et de loin, les plus riches en espèces vivantes de la planète. La déforestation, parce qu'elle détruit des milieux naturels et bouleverse les écosystèmes, provoque la disparition d'un nombre d'espèces difficile à calculer, mais que certains biologistes évaluent à plusieurs milliers... par an ! Dont la plupart nous sont inconnues – les taxonomistes ont recensé environ 1,75 million d'espèces, il en resterait dix fois plus à découvrir ! Cette chute de la biodiversité n'est pas la première que la vie sur Terre ait subie. Elle s'en est remise. Mais en sera-t-il de même cette fois-ci ? Aucune de ces grandes extinctions n'a connu un rythme aussi effarant que celle à laquelle nous assistons – plus de mille fois plus rapide que les précédentes, un saut dramatique dans l'inconnu. Dans l'immédiat, c'est pour l'humanité une perte nette de capital biologique, indispensable pour la découverte de nouveaux médicaments ou d'espèces d'intérêt économique.

LE CLIMAT SE DÉGRADE

Les conséquences des activités humaines sur l'atmosphère et le climat sont mieux cernées.

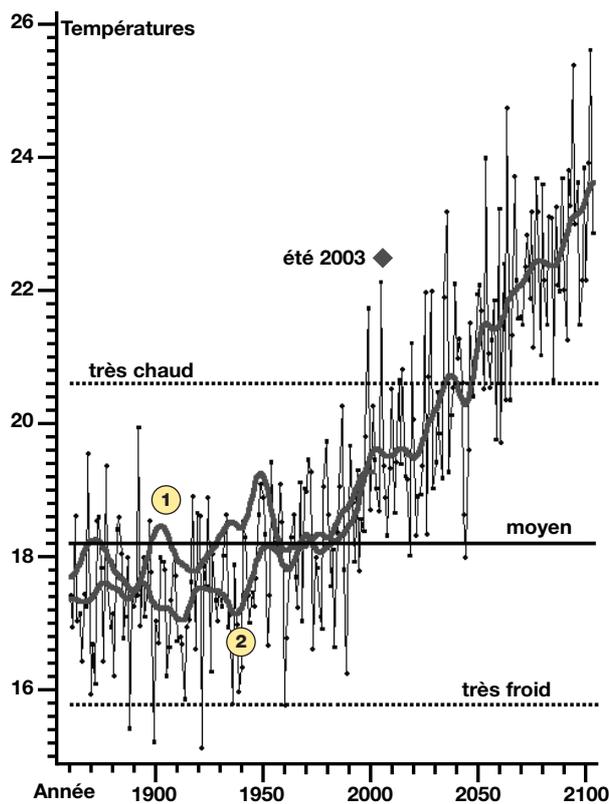
La première alerte planétaire grave a concerné la couche d'ozone. Ce gaz, qui protège la planète des rayonnements ultraviolets émis par le soleil, est détruit par des réactions chimiques faisant intervenir des molécules émises par les activités humaines, en particulier des fluides frigorigènes comme les fameux CFC. Des accords internationaux ont permis de bannir les plus "ozonivores", mais l'inertie des mécanismes de destruction est grande : à cause des quantités accumulées dans l'atmosphère, et à condition que les accords soient respectés, l'équilibre ne devrait pas revenir avant 2050 environ. En attendant, la dégradation de la couche d'ozone se poursuit, et le "trou" qui y est occasionné aux saisons où le

climat favorise les réactions chimiques concernées continue de battre des records. En septembre 2000, sa taille atteignait 28 millions de km², au-dessus de l'Antarctique et jusqu'au sud des pays austraux, faisant craindre une recrudescence de maladies de peau.

L'autre grande source de pollution atmosphérique tient à la consommation mondiale d'énergie. Parce qu'elle consiste, à 80 %, à brûler des combustibles fossiles à base de carbone (pétrole, charbon, gaz) pour la production d'électricité, les transports, le chauffage et la climatisation des locaux, l'industrie, etc., cette consommation projette dans l'atmosphère des gaz polluants et des particules qui dégradent considérablement la qualité de l'air, dans les villes principalement. On estime qu'à l'échelle planétaire 5 % des décès sont attribuables à la pollution de l'air.

Et, entre autres émissions, d'énormes quantités de gaz carbonique (dioxyde de carbone, CO₂) : 6 milliards de tonnes annuelles ! Une moitié est absorbée par les mécanismes de recyclage naturels des forêts et des océans. Le reste va se stocker, pour des décennies, dans l'atmosphère. Le CO₂ est un gaz dit "à effet de serre", parce qu'il a la propriété de confiner sur la Terre une partie du rayonnement solaire qu'elle reçoit. Tout comme dans une serre horticole, cette énergie piégée fait monter la température. La menace de réchauffement planétaire, et par voie de conséquence d'un dérèglement profond de toute la très délicate machine climatique, est extrêmement sérieuse. La température moyenne de la planète a déjà augmenté de 0,6 °C au cours du siècle dernier, et l'on voit mal ce qui pourrait l'arrêter. L'étude des climats du passé montre une coïncidence frappante entre la variation des concentrations en CO₂ de l'atmosphère et les variations de température de la planète. Or, le taux actuel de CO₂ dans l'atmosphère, qui a explosé depuis la révolution industrielle, est d'ores et déjà de l'ordre de 30 % supérieur à la plus forte valeur relevée lors des 400 000 dernières années, qui comprennent plusieurs épisodes de glaciation. Les modèles informatiques prédisent ainsi que la température moyenne planétaire pourrait augmenter de 1,4 à 5,8 °C d'ici à 2100, selon les hypothèses de consommation d'énergie et les incertitudes. La dilatation des eaux marines, en conséquence, devrait provoquer une hausse du niveau des mers de 9 à 88 centimètres. Augmentation de la fréquence des événements climatiques violents, fonte des glaciers, bouleversement des écosystèmes, crises sanitaires par extension ou déplacement des aires écologiques de vecteurs de maladies tropicales, etc.

La prévisible hausse des températures



La moyenne des températures d'été en France, mesurée (courbe 1) et simulée (courbe 2) par l'Institut Pierre-Simon-Laplace.

On ne connaît pas la robustesse de la machine climatique au regard des perturbations que nous lui imposons, et il n'est pas exclu que ses dérives s'émaillent de ruptures brutales telles que l'arrêt du Gulf Stream, ce courant chaud responsable de la douceur des côtes en Europe de l'Ouest, ou bien la fonte massive des calottes glacières polaires. Le risque climatique, pour ses conséquences sur la planète, mais aussi par sa cause – la surconsommation d'énergie – reflète la surconsommation de toutes les autres ressources. Il est devenu un problème central pour les gouvernements, en théorie au moins. Avec la protection de la couche d'ozone, c'est la seule menace qui fait aujourd'hui l'objet d'une tentative de régula-

Durable, éthique, équitable... définitions

Un rapport de la Commission mondiale de l'environnement a créé, en 1987, le concept de **développement durable** sur l'objectif ambitieux de « *répondre aux besoins du présent sans compromettre les capacités des générations futures à répondre aux leurs* ».

Depuis, ce concept s'est imposé. Il s'appuie sur une autre façon de produire et de consommer, un modèle apportant à la fois des bénéfices environnementaux, sociaux et économiques à la planète et à sa population.

Il englobe le concept de **respect de l'environnement**. Le développement économique ne doit pas se faire au détriment du climat, de la protection des forêts tropicales. Il doit prendre en compte l'impact futur. On lui associe :

- **le commerce équitable**, c'est-à-dire celui qui garantit aux producteurs des pays du Sud des prix qui leur permettent de vivre décemment et d'accéder au développement ;
- **le commerce éthique**, celui qui respecte les droits fondamentaux des travailleurs dans les usines où sont fabriqués les produits que nous achetons.

tion mondiale, via le Protocole de Kyoto sur la protection du climat (il existe bien une convention sur la protection de la biodiversité, mais elle est beaucoup moins avancée). Selon cet accord, les pays industrialisés doivent, d'ici à 2010, réduire leurs émissions de gaz à effet de serre de 5 % environ par rapport à leur niveau de 1990. Signé en 1997, il n'est pourtant toujours pas encore entré en vigueur, faute d'une ratification par un nombre suffisant de pays. Depuis début 2001 et le retrait des États-Unis – le plus gros émetteur de gaz à effet de serre de la planète avec 25 % du total —, il n'y a plus que la Russie pour sauver ce fragile mais essentiel accord. Le pays, qui fait monter les enchères, pourrait signer en septembre prochain, mais ses dirigeants soufflent le chaud et le froid depuis trois ans...

LES VOIES ARDUES DE L'ÉQUITÉ PLANÉTAIRE

L'argument opposé par les États-Unis pour refuser les engagements de Kyoto, c'est qu'ils sont contraires à leurs intérêts économiques et qu'ils défavorisent leurs entreprises en ne créant pas de contraintes pour les pays en développement tels que l'Inde ou la Chine, dont les performances bousculent désormais les marchés mondiaux. Traduction, dans la bouche des dirigeants de la Maison blanche depuis une quinzaine d'années lorsque les débats portent sur le développement durable et la menace climatique : « *Le mode de vie des États-Uniens n'est pas négociable.* »

Le Protocole, qui ne constitue cependant qu'un timide premier pas vers une stabilisation hypothétique du climat (il faudrait pour cela atteindre une réduction de 60 % des gaz à effet de serre...), traduit une mesure d'équité puisque les pays industrialisés sont les responsables quasi exclusifs de l'explosion des émissions de gaz à effet de serre depuis la révolution industrielle du milieu du XIX^e siècle. Autre manière de le dire : l'empreinte écologique de la fraction la plus riche de la planète – environ 20 % de la population mondiale – est

déjà aussi importante que toute la surface biologiquement productive de la Terre. Pour que tous les habitants de la planète accèdent au mode de vie des États-Uniens, il faudrait disposer de... cinq Terres (et trois pour vivre comme un Français). Le "rêve américain" est depuis longtemps, par limite physique, un luxe planétaire suicidaire.

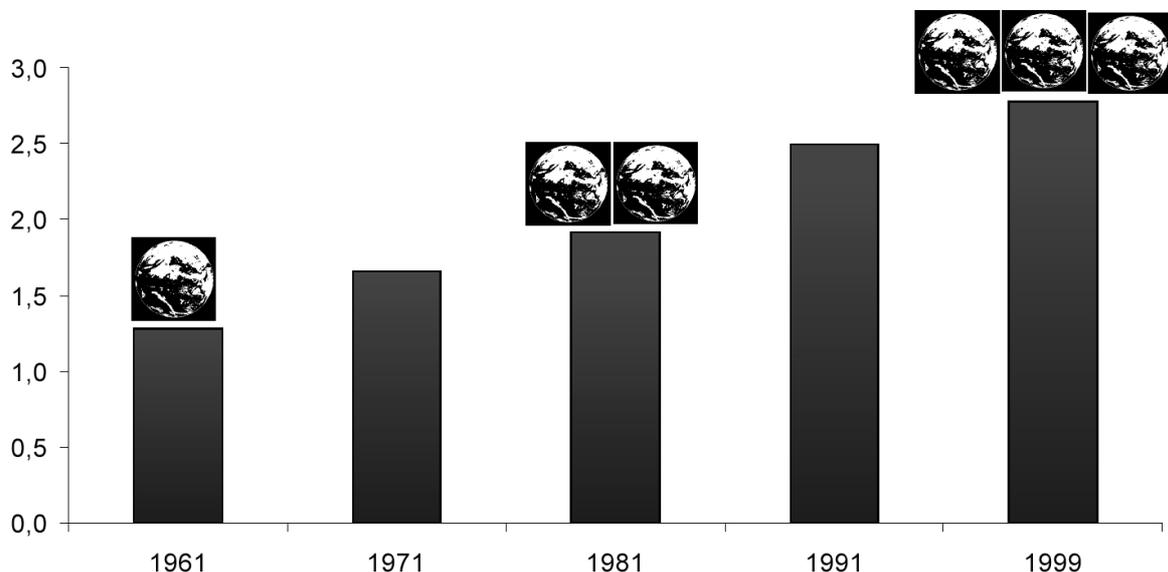
Sans se prononcer sur la précision d'un tel indice, ses ordres de grandeur sont suffisamment significatifs pour qu'une déduction immédiate s'impose : toute recherche d'équité planétaire impose aux pays riches qu'ils divisent par trois à six leur empreinte écologique par habitant, afin de "laisser de la place" aux pays qui revendiquent de rattraper leur retard de développement. Traduite à l'aune des gaz à effet de serre, cette démarche leur impose de diviser par quatre leurs émissions de CO₂ d'ici 2050, afin que les pays pauvres puissent se développer tout en limitant la "casse climatique" à 2 °C d'augmentation de température planétaire. On mesure l'ampleur de la révolution à accomplir...

La faim et le sida pour les autres ?

Dans l'état actuel des choses, l'humanité s'apprête donc à affronter un avenir où une très grosse partie de sa population sera condamnée à la pauvreté et au manque des ressources de base pour s'assurer une vie décente. L'accès à l'eau potable, en particulier, constitue un enjeu tel que certains prédisent qu'il sera déclencheur de guerres lors de ce siècle.

Une pauvreté endémique qui a aujourd'hui son sinistre indicateur : la faim. Aujourd'hui, plus de 800 millions de personnes ne mangent pas suffisamment. Loin de régresser en valeur absolue, ce fléau, que l'on aimerait d'un autre âge, aurait même gagné un peu de terrain lors des quinze dernières années. Il tue un enfant sur dix avant l'âge de 5 ans. Affaiblissant les populations, il aggrave aussi dramatiquement les conséquences d'un autre scandale sanitaire planétaire, le sida. 95 % des quelque 50 millions de personnes séropositives résident dans un pays en développement.

Nombre de planètes nécessaires si tout le monde vivait comme un Français



WWF – RAPPORT PLANÈTE VIVANTE, 2002

POUR CONSOMMER MIEUX

Deux nécessités de fait se présentent au consommateur pour consommer mieux :

- reconnaître les produits et services qui s'inscrivent dans le développement durable;
- trouver ces produits dans des commerces à proximité.

Pour ce qui concerne la première, le consommateur dispose de normes, labels et certifications.

Il dispose aussi de mesures et de dispositifs incitateurs.

Enfin, les réseaux du commerce équitable participent de la mise à disposition des produits.

1) NORMES, LABELS ET CERTIFICATIONS : DE LA QUALIFICATION D'ENTREPRISE AU SIGNE SUR LE PRODUIT

Ce sont des démarches volontaires dont l'objet commun est de contribuer à favoriser le développement durable. Elles constituent soit des repères pour les usagers consommateurs que nous sommes, soit des objectifs de management interne. Elles sont soumises à des contrôles théoriquement exigeants.

Pour comprendre de quoi il s'agit il faut s'attarder sur les exigences qu'elles recouvrent. Certaines concernent l'entreprise dans sa globalité, d'autres des filières ou produits.

Pour les entreprises Il existe deux grandes familles de normes ou de signes distinctifs dans le domaine de l'environnement

La norme internationale ISO 14000 (et ses déclinaisons) garantit que l'entreprise a mis en place un système de management environnemental pour son organisation interne, avec des objectifs de réduction d'impacts sur l'environnement. Créée en 1996 par l'Organisation internationale de normalisation, située à Genève, elle a été attribuée à 1500 entreprises françaises; la certification est renouvelable tous les trois ans. Elle est effectuée par des organismes comme l'AFNOR, l'AFAQ ou l'ADEME. On peut citer, parmi les déclinaisons, ISO 14001, qui certifie la qualité environnementale des sites, ou la très attendue ISO 14063, qui certifiera la communication environnementale. Dans le domaine de la consommation responsable, on peut aussi citer la norme ISO 9000, qui garantit la mise en place d'un système de management sur la qualité.

www.iso14000.com

www.iso9000.com

À côté d'ISO 14000, il existe aussi la norme européenne de certification environnementale, EMAS (Eco Management and Audit Scheme). Elle a été créée en 1993 et a été révisée en 2001, sous le nom d'EMAS II. Elle ajoute au référentiel d'ISO 14000 une déclaration environnementale mise à la disposition du public. La méthodologie d'EMAS se fait sur une base de volontariat. Trente-cinq grandes entreprises françaises sont certifiées EMAS.

www.europa.eu.int/comm/environment/emas/index_en.htm

www.occes.asso.fr

Deux autres types de certification à destination des entreprises sont en émergence sur ces thèmes. La norme SD 21000, développée depuis 2003 par l'AFNOR, a pour objet d'introduire la prise en compte du développement durable et de la responsabilité sociétale dans la stratégie et le management des entreprises. L'éco-profil se fonde sur la norme ISO 14025 pour proposer l'analyse du cycle de vie d'un produit; on parle aussi de carte d'identité environnementale d'un produit.

www.afnor.fr

Sur le plan de la responsabilité sociale de l'entreprise

Norme SA 8000 : SA signifie Social Accountability (responsabilité sociale). Cette norme sociale internationale est développée depuis 1997 par une ONG américaine, Social Accountability International. Elle prend principalement en compte le respect du droit des travailleurs et se fonde sur la Déclaration universelle des droits de l'homme, les textes de l'OIT (Organisation internationale du travail) et la Convention de l'ONU sur les droits de l'enfant. C'est une photographie de la situation de l'entreprise à un moment donné. En France, seules une demi-douzaine d'entreprises se sont vu délivrer cette norme.

www.cepaa.org

www.ilo.org

Pour les filières

Il existe plusieurs labels qui certifient des filières comme l'agriculture biologique, le commerce équitable ou le bois.



La **marque AB**, qui existe depuis 1991 (sur les bases du règlement européen 2092/91), est délivrée par le ministère de l'agriculture après déclaration préalable des agriculteurs, qui attestent n'utiliser ni engrais chimiques, ni traitements chimiques dans leurs productions animales

ou végétales. Les produits qui portent le label AB doivent contenir au moins 95 % d'ingrédients d'origine agrobiologique. Le contrôle des exploitations est réalisé par des organismes certificateurs indépendants, agréés par l'État; Ecocert est le plus connu d'entre eux, qui labellise 80 % des produits français.

www.ecocert.fr

www.agriculture.gouv.fr



Le **logo AB européen** existe depuis 2000, à partir du règlement européen 331/2000. Les produits labellisés doivent pareillement contenir au moins 95 % d'ingrédients biologiques. Néanmoins, pour les produits d'origine animale, le cahier des charges est moins contraignant que la marque AB française.

www.agencebio.org

Il existe depuis 2002 un **label Bio équitable**, créé par l'association du même nom. Ce label, qui regroupe une demi-douzaine de structures, ajoute des critères éthiques et sociaux aux habituels critères du commerce équitable. Il est reconnu par la DGCCRF, à partir d'expertises réalisées par Ecocert.



Du côté du commerce équitable, le principal label est celui qui est délivré par FLO (Fairtrade Labelling Organizations). En France, ce label porte le signe **Max-Havelaar** et la mention "Garanti commerce équitable". Ce label apposé sur un produit garantit qu'il respecte les critères du commerce équitable, à toutes les étapes de la filière (juste rémunération, interdiction du travail des enfants, interdiction du travail forcé, libertés syndicales). Quarante-six structures sont titulaires du label Max-Havelaar pour leurs produits. L'association, d'origine néerlandaise, est implantée en France depuis 1992. L'organisme certificateur FLO a été créé pour sa part en 1997.

www.maxhavelaarfrance.org

www.fairtrade.net



Pour la filière bois (meubles, produits dérivés), il existe le label **FSC** (Forest Stewardship Council), délivré par l'ONG du même nom. Créé en 1993, FSC certifie la traçabilité du produit labellisé et garantit que les forêts sont gérées de manière écologique et durable. Le Forest

Stewardship Council impose notamment aux exploitants le respect des populations autochtones, la préservation de la biodiversité, la régénération des forêts ainsi que le contrôle des activités des forestiers par des commissions composées d'exploitants, de représentants des peuples ou encore d'associations environnementales. Le label du FSC est apposé à ce jour sur près de 9000 produits – parquets, étagères, papier, mobilier de jardin...

www.fscoax.org

Pour les produits

On distinguera les écolabels de type I, II et III. Dans la première famille, on compte seulement **la norme NF Environnement** et **l'écolabel européen**. La deuxième fait référence à des labels, qui reposent essentiellement sur les déclarations des entreprises mais qui peuvent être tout à fait sérieux (voir notre sélection). La troisième, fondée sur l'analyse du cycle de vie des produits, vérifiée par un tiers, n'est qu'en émergence en France.



L'écolabel NF Environnement

existe depuis 1991. Il est délivré par l'AFNOR, en fonction de critères environnementaux qui prennent en compte toutes les étapes du "cycle de vie d'un

produit" et leur "impact négatif moindre sur l'environnement". L'écolabel NF Environnement couvre 17 catégories de produits. L'AFNOR délivre aussi d'autres marques NF.

Parmi les produits labélisés NF Environnement on trouve :

- peintures et vernis
- peintures routières
- colles pour revêtement de sols
- sacs poubelles
- sacs sortie de caisse
- cartouches d'impression laser
- composteurs individuels
- balles de lavage
- absorbants tous liquides utilisables sur sol
- colorants universels
- mobilier de bureau
- mobilier scolaire
- sacs cabas
- enveloppes postales
- aspirateurs
- filtres à café
- profilé de décoration
- lubrifiants pour chaîne de tronçonneuse...

www.afnor.fr

www.marque-nf.com



L'écolabel européen, fondé en 1992

(règlement n° 880/92), est aussi délivré par l'AFNOR pour la France. Il certifie le respect de critères environnementaux, selon les réglementations européennes, à partir d'une synthèse des différents labels nationaux. Quinze catégories de produits peuvent être ainsi labellisées : réfrigérateurs, matelas, détergents, ordinateurs personnels, etc. 184 entreprises sont aujourd'hui titulaires de l'écolabel européen.

Parmi les produits bénéficiant de l'écolabel européen on trouve :

- détergents pour textiles
- détergents pour lave-vaisselle
- lave-linge
- peintures et vernis
- produits textiles
- lave-vaisselle

- ampoules et tubes électriques
- réfrigérateurs et congélateurs
- matelas
- papiers toilette et essuie-tout
- revêtements de sol durs
- amendements organiques
- nettoyeurs universels et nettoyeurs pour sanitaires...
- ordinateurs personnels
- ordinateurs portables
- chaussures
- papier d'impression
- téléviseurs
- service hôtelier

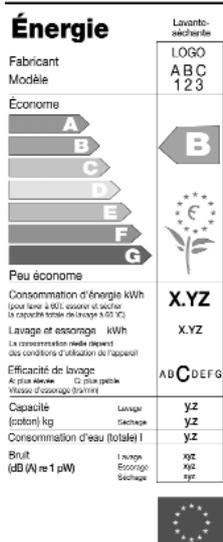
www.europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/index_en.htm

Parmi les écolabels de type II, on peut évoquer le **label Eugene** décerné par le réseau européen du même nom, qui rassemble des experts et des consommateurs intéressés par les questions d'énergie. Il certifie que l'électricité labellisée est produite à partir de sources d'énergie renouvelables. Le réseau Eugene s'appuie sur des organismes de certification nationaux pour attribuer ce label.

www.eugenestandard.org

Le **label Energy Star**, créé en 2001 (à partir du règlement européen 2422/2001), est un étiquetage sur l'efficacité énergétique des équipements de bureau. Il a été développé à partir des recommandations du Protocole de Kyoto sur les moyens d'économiser l'énergie, et à l'imitation d'une certification analogue aux USA, délivrée par l'EPA (Agence de protection de l'environnement).

www.energystar.gov



L'étiquette énergie est bien connue des consommateurs depuis 1995. Il s'agit d'une autodéclaration des fabricants sur la consommation d'énergie des appareils électroménagers. La classification va de A à G, du plus économe au plus consommateur d'énergie. Selon les appareils, l'étiquette énergie prend en compte également des indications sur le bruit, les capacités de stockage de produits frais ou d'autres spécifications. Cette étiquette est utilisée dans tous les pays de l'Union européenne.

www.crc-conso.com
www.ademe.fr

En 1996, l'association HQE (Haute qualité environnementale) est née à l'initiative des professionnels du bâtiment et des pouvoirs publics. Elle décerne un **label HQE** à des opérations de construction qui intègrent l'environnement dans la conception tout en respectant le confort de l'occupant. Quatorze critères doivent être pris en compte : diminution de la consommation d'énergie et de l'émission de gaz à effet de serre, gestion des déchets de chantier, etc.

www.assohqe.org
www.negawatt.org

La dernière-née des étiquettes devrait voir le jour cette année. Le règlement européen du 18 avril 2004 vient de rendre obligatoire la présence d'une **étiquette OGM** pour signaler aux consommateurs la présence d'OGM dans certains aliments et leur traçabilité. Depuis plusieurs années, cette étiquette OGM était l'objet d'un important lobbying de Greenpeace et de son Réseau Info-Conso auprès de la Commission européenne (campagnes de pétitions et de mailings, opérations "DéTECTIVES OGM"). Sa mise en place est désormais acquise.

www.greenpeace.fr
www.detectivesogm.org

L'exemple du label social belge



C'est un label unique au monde, institué par la loi du 27 février 2002. Le label social permet d'identifier des produits élaborés dans le respect des huit conventions fondamentales de l'OIT (Organisation internationale du travail) : libertés syndicales, interdiction du travail des enfants et du travail forcé, absence de discrimination. Il reprend, en les harmonisant, les codes de conduite existants. Des sociétés d'audit social, agréées par le ministère fédéral de l'économie, sont chargées du contrôle; syndicats et ONG participent à l'audit. En cas de manquement aux obligations du label, des amendes et des peines d'emprisonnement sont prévues. Les demandes de label social se font sur une base volontaire et sont renouvelées tous les trois ans. Elles ont démarré timidement en Belgique. Des labels sociaux sont en préparation en Italie et au Danemark.

www.mineco.fgov.be

2) DES MESURES SECTORIELLES ÉPARSES QUI ALLIENT ACTION COLLECTIVE ET INDIVIDUELLE

Pour inciter les consommateurs citoyens à avoir un impact direct sur le développement durable, quelques réglementations et incitations fiscales et financières existent dans les secteurs de l'habitation, de la consommation d'énergie et du tri des déchets. Des enjeux importants, quand on note par exemple que le bâtiment contribue pour 25 % aux émissions de gaz à effet de serre...

Dans le domaine de l'habitat

Le label HQE concerne en premier lieu les maîtres d'ouvrage du secteur tertiaire ou du logement locatif. Les logements sociaux qui l'obtiendront doivent bénéficier d'exonérations fiscales spécifiques.

Depuis 2000, existe une réglementation thermique, surnommée RT 2000. Elle impose des performances minimales de consommation énergétique à tous les bâtiments dont le permis de construire a été déposé après le 1^{er} juin 2001. Les constructeurs ainsi visés doivent veiller à l'isolation, la ventilation et le système de chauffage, évaluer la prévision de consommation annuelle en énergie primaire et assurer une température inférieure en été à 26 °C, fenêtres fermées.

www.rt2000.net

Dans le domaine des énergies renouvelables

Il existe d'abord des engagements pris par les pays. D'ici à 2010, 10 % de la consommation énergétique totale de l'Union européenne devra être couverte par les énergies renouvelables, d'après le Livre blanc sur l'énergie.

Pour l'électricité, la France devra élever la part des énergies renouvelables de 15 % en 1997 à 21 % en 2010, conformément à la directive européenne de 2001.

Ensuite, certains systèmes d'incitations fiscales jouent la carte du développement des énergies renouvelables. En 2000, l'ADEME a lancé son "plan soleil" pour promouvoir le solaire thermique. Cela implique des aides financières (en fonction du mètre carré investi) pour les chauffages et chauffe-eau solaires, certifiés par l'ADEME.

L'installation complète d'un système à énergie renouvelable bénéficie d'un taux de TVA réduit, pour les logements de plus de deux ans.

Jusqu'au 31 décembre 2005, équiper sa résidence principale avec un système de maîtrise de l'énergie ouvre droit à un crédit d'impôt calculé sur les dépenses de fournitures et plafonné à 4 000 € pour les personnes seules (8 000 € pour les couples).

www.ademe.fr

www.energies-renouvelables.org



Dans le domaine des déchets

La loi du 13 juillet 1992 a instauré la mise en place de la collecte et du tri sélectifs. Une nouvelle loi pourrait prendre le relais dès cette année, plus axée sur la prévention en matière de production de déchets. Avec des obligations particulières selon les secteurs : par exemple, la collecte et le recyclage des piles électriques sont obligatoires depuis le 1^{er} janvier 2001. Une directive européenne de 2003 donne de nouveau objectifs au recyclage des emballages : d'ici à 2008, ils devront être valorisés à hauteur de 60 % et recyclés à hauteur de 55 %. En France, d'après l'ADEME, 60 % des papiers-cartons sont recyclés, 50 % des métaux et 50 % du verre, mais seulement 13 % des plastiques (en 2001).



Un des principaux acteurs du secteur se nomme **Éco-emballages**, une entreprise privée créée par des industriels de la grande consommation dès 1992. Elle est bien connue grâce au **logo point vert**, qui figure sur beaucoup de produits et qui indique seulement que

le producteur cotise à cette société.



Un autre logo concerne le recyclage, **l'anneau de Möbius**, qui indique que le produit peut être recyclé, mais qu'il ne le sera pas forcément...

L'exemple de Prévoir Construction : en 1999, la Banque populaire d'Alsace a créé ce premier prêt écologique pour permettre à des particuliers de financer des investissements visant à protéger l'environnement. Prévoir Construction est octroyé selon des critères écologiques.

www.prevoir.net

Bibliographie

- *Planète attitude, les gestes écologiques au quotidien*, écrit par WWF France, Seuil Pratique, avril 2004.
- *Le Développement durable, significations et enjeux*, diffusé par la Caisse des dépôts et consignations, 2003, <www.caissedesdepots.fr>.
- *Le Guide de l'environnement 2003*, édité par *Environnement magazine*.
- Rapport d'information n° 1153 de l'Assemblée nationale (Serge Poignant), octobre 2003.

Et les hors-série de 60 Millions de consommateurs :

- "Le guide vert" (n° 102, juillet 2001).
- "Consommer durable" (n° 112, juin 2003).
- "Le climat se dérègle" (n° 117, juin 2004).

La loi sur les nouvelles réglementations économiques

La loi NRE impose aux grandes entreprises plus de transparence et d'information pour les actionnaires et le public. Elle a pour objectif de promouvoir en France le principe de responsabilité sociale des entreprises (RSE), équivalent du "Corporate Social Responsibility" au niveau international.

La responsabilité sociale s'entend comme une responsabilité globale à l'égard d'un ensemble de "parties prenantes" (stakeholders) regroupant les salariés, les fournisseurs (y compris à l'étranger), les clients ou consommateurs, les actionnaires, le monde associatif et les ONG, les riverains sur lesquels les activités de l'entreprise ont un impact et... les générations futures.

Elle est mesurée grâce à une série d'indicateurs en matière d'environnement, de ressources humaines, de gouvernance d'entreprise, de pratiques commerciales, d'impact local et de citoyenneté.

Le décret d'application précise les notions **d'impact social** :

- nombre d'embauches, nombre de contrats à durée déterminée et indéterminée, licenciements et réduction d'effectifs, heures supplémentaires, main-d'œuvre extérieure utilisée, recours à la sous-traitance ;
- mesures de reclassement et d'accompagnement des licenciements, réembauches ;
- organisation du temps de travail, absentéisme et motifs ;
- rémunérations, égalité hommes/femmes ;
- relations professionnelles et accords collectifs ;
- conditions d'hygiène et de sécurité ;
- formation ;
- emploi des travailleurs handicapés ;
- œuvres sociales.

L'impact environnemental inclut :

- la consommation en eau et en énergie, en matières premières, des informations sur l'efficacité énergétique et le recours aux énergies renouvelables, les conditions d'utilisation des sols, les rejets dans l'air, l'eau et le sol affectant gravement l'environnement, les nuisances sonores et olfactives et les déchets ;
- les mesures prises pour limiter les atteintes à l'équilibre biologique et aux milieux naturels, les démarches d'évaluation ou de certification des entreprises en matière d'environnement, les démarches pour assurer le respect des réglementations ;
- les dépenses pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement ainsi que les provisions et garanties pour risques ;
- la description des services chargés de l'environnement dans l'entreprise, l'information et la formation des salariés, les mesures prises pour limiter les risques ou gérer les accidents qui ont des conséquences au-delà de l'entreprise ;
- le montant des indemnités ou réparations versées en exécution d'une décision judiciaire ;
- tous les éléments sur les objectifs assignés par l'entreprise à ses filiales à l'étranger (sauf le montant des provisions et garanties et le montant des indemnités et réparations).

www.orse.org

3) DES ACTIONS DE TRANSPARENCE ET DE RÉGULATION

À ces dispositifs par domaine s'ajoutent des dispositifs communs aux divers secteurs.

Rapport développement durable : Il entre en scène avec la loi NRE (nouvelles régulations économiques) du 15 mai 2001 et son décret d'application du 20 février 2002. L'article 116 de la loi NRE fait obligation aux sociétés françaises cotées sur un marché réglementé de rendre compte de leur gestion sociale et environnementale dans leur activité. Un rapport "développement durable" doit être annexé au bilan annuel de l'entreprise (voir pages précédentes).

Bilan social : C'est une obligation depuis 1977 pour les entreprises de plus de 300 salariés et depuis 1997 pour les collectivités locales. Il dresse l'état des lieux de la situation des personnels, doit être remis pour avis au comité d'entreprise et est inséré dans le bilan annuel.

Bilan sociétal : Le CJDES (Centre des jeunes dirigeants et des acteurs de l'économie sociale) a créé cet instrument en 2002 pour examiner l'état d'une société, sur des critères sociaux et environnementaux. Un questionnaire de 450 items permet de passer en revue un certain nombre de thèmes : citoyenneté locale, convivialité, employabilité, éthique, utilité sociale, lien avec les parties prenantes, etc. Une bonne cinquantaine d'entreprises, principalement des coopératives et mutuelles, se sont déjà emparées du bilan sociétal pour s'évaluer.

www.cjdes.org

Audit social : Il n'a pas de définition légale. Il fait l'objet de plusieurs expérimentations, notamment à l'initiative du collectif "De l'éthique sur l'étiquette" et de la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD). C'est une forme de dialogue ciblé entre une entreprise et ses parties prenantes (stakeholders) : ONG, consommateurs, clients, actionnaires, syndicats, etc. L'audit social montre comment une entreprise respecte ou non un certain nombre de critères sociaux, dans sa chaîne de fabrication ou de distribution. Le référentiel utilisé le plus souvent, par les experts ou les ONG, est celui de la norme SA 8000.

L'exemple de Carrefour et de la FIDH : la Fédération internationale des droits de l'homme (FIDH) et Carrefour ont fondé ensemble l'association Infans, chargée de contrôler les conditions de travail chez les fournisseurs de Carrefour installés dans les pays en développement. Infans a été créée en 1997 ; l'association est financée par Carrefour mais sa méthodologie est celle de la FIDH : audits sociaux sur les conditions de travail, propositions d'actions correctrices et suivis. Les audits (plus de 100 en 2002) concernent essentiellement la filière textile dans les pays d'Asie.

www.fidh.org

Le Bureau de vérification de la publicité

Du côté des entreprises, la responsabilité sociale et le développement durable sont devenus des arguments de stratégie d'entreprise, mais aussi des outils marketing. En anglais, on appelle cela le "greenwashing", le fait de s'acheter une bonne conscience verte.

Pour éviter les abus en termes de communication, le BVP

(Bureau de vérification de la publicité) a dès 1998 émis des recommandations sur l'utilisation d'arguments écologiques dans la publicité. Au-delà des déclarations d'intention, les entreprises ont quelques outils à leur disposition pour prouver leur bonne volonté en matière de consommation responsable.

Parallèlement à l'utilisation du thème du développement durable dans la publicité, le BVP s'intéresse aux messages contraires aux objectifs de celui-ci. Sont ainsi dénoncées l'évocation de comportements de gaspillage, de dégradation et de pollution (si ce n'est pour les dénoncer), l'incitation à la consommation excessive et au gaspillage, la minimisation de risques liés à certains produits, la caution portée à des conditions de travail contraires aux droits fondamentaux...

Le paysage morcelé du commerce équitable en France

Le commerce équitable a aujourd'hui une visibilité sur le marché français (un tiers des Français en ont entendu parler) mais n'a pas encore de véritable poids économique (les ventes de produits équitables doublent tous les ans en France ; en Europe, elles représentent 0,1 % du commerce). Il a sa "quinzaine", chaque année au mois de mai, une plateforme qui regroupe les principaux acteurs du commerce équitable, et des réseaux parfois concurrents.

Réseau Artisans du monde

C'est le plus ancien acteur du commerce équitable en France, né avec la première boutique Artisans du monde à Paris en 1974. Il rassemble aujourd'hui près de 150 points de vente et travaille avec plus de 120 organisations de petits producteurs dans le monde. Cinquante salariés travaillent dans le réseau, aux côtés de plus de 4500 bénévoles. Deux principes sont mis en avant : la rémunération au juste prix des petits fournisseurs et leur accompagnement dans une perspective de développement durable (création d'infrastructures scolaires et de santé). La logique d'Artisans du monde est celle de boutiques indépendantes des grandes chaînes de distribution. Leur approvisionnement en produits alimentaires ou artisanaux se fait via la centrale d'achat Solidarmonde, fondée en 1984.

Fédération Artisans du monde

33, boulevard de Strasbourg – 75010 Paris
01 56 03 93 50 – www.artisansdumonde.org

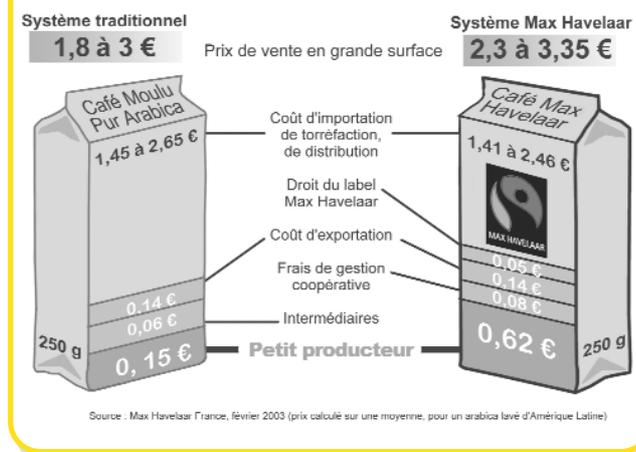
Réseau Max-Havelaar

Ce réseau s'est implanté en France en 1992, à l'imitation de la première association Max-Havelaar, née aux Pays-Bas quatre ans auparavant. Les associations nationales ont choisi une tout autre stratégie, celle de faire la promotion du commerce équitable et de s'imposer auprès de la grande distribution. Avec parfois des excès, lorsque McDonald's Suisse choisit en 2003 de diffuser du café équitable.

Sous le label Max-Havelaar, on trouve aujourd'hui une dizaine de familles de produits alimentaires, dont le café, le chocolat et les bananes. Le label contrôle la filière équitable du producteur au transformateur en passant par l'importateur, au travers de plusieurs filtres (inspecteurs de FLO, auditeurs d'Ernst and Young, consommateurs).

Les producteurs agréés sont plus de 400. Les produits label-

Décomposition du prix d'un paquet de café



lisés Max-Havelaar (plus de 280 différents) se trouvent dans 10 000 points de vente en France.

Max-Havelaar France

41, rue Émile-Zola – 93107 Montreuil cedex
01 42 87 70 21 – www.maxhavelaarfrance.org

Réseau Minga

C'est le dernier à être apparu sur la scène et aussi le plus intransigeant dans les relations entre Nord et Sud. Il s'est créé en 2001 autour de la boutique Andines, qui existe, elle, depuis 1987. Il rassemble une cinquantaine d'acteurs (commerçants, formation, experts) qui, en plus des habituels critères du commerce équitable, veulent garantir l'indépendance des petits producteurs et favoriser un développement local durable. L'association Minga se veut aussi un centre de ressources sur le commerce équitable.

Minga – c/o Andines

6, rue Arnold-Géraux – 93450 L'Île-Saint-Denis
01 48 09 92 53 – www.andines.com et www.minga.net

À côté de l'alimentation et de l'artisanat, le commerce équitable a posé ses jalons en France dans le textile et dans le tourisme.

- **Dans le textile**, il faut mentionner deux initiatives originales : Bébés en vadrouille et Idéo. Bébés en vadrouille propose dans sa boutique parisienne des vêtements et des jouets issus du commerce équitable. Idéo est une marque de textile équitable créée en 2001 et diffusée en boutiques, sur catalogue et sur le Net. Les deux structures ont été aidées au départ par des financeurs solidaires.

Bébés en vadrouille – 47, boulevard Henri-IV
75004 Paris – 01 48 87 19 68 – www.bbenv.com
Idéo – 5, rue Hassard – 75019 Paris
01 42 02 51 38 – www.ideocollection.com

- **Plusieurs agences de tourisme alternatives ou solidaires** sont nées ces dernières années. Elles sont régies par des codes de conduite, fondés sur le respect des pays d'accueil et sur la contribution directe du prix des séjours à leur dévelop-

pement. On peut citer l'association Croq'Nature, qui organise des voyages solidaires au Sahara; Djembé, qui propose des immersions en Afrique; ou Tourisme et développement solidaires, qui facilite l'intégration dans des villages locaux. Un label est en voie de création pour le tourisme solidaire.

Croq'Nature – BP 12 – 65400 Argelès

05 62 97 01 00 – www.croqnature.com

Djembé – 11, rue Augusta – 92160 Antony

01 42 54 09 44 – www.globenet.org/djembe

Tourisme et développement solidaires

131, rue du Château – 34160 Boisseron

04 99 63 02 63 – www.tdsolidaires.africa-web.org

Tous ces acteurs se retrouvent au sein de la **Plateforme du commerce équitable (PFCE)**, créée en 1997. Elle réunit des réseaux et des structures indépendantes – une trentaine au total, que ce soit des importateurs, des boutiques, des associations ou des opérateurs du tourisme.

La PFCE a rédigé une "charte du commerce équitable" et voudrait doter le secteur d'un label en collaboration avec l'AFNOR. Mais pour l'heure, elle a démissionné de cette instance pour protester contre le refus des pouvoirs publics de continuer à soutenir financièrement le commerce équitable. L'avenir de la PFCE pourrait en être remis en cause.

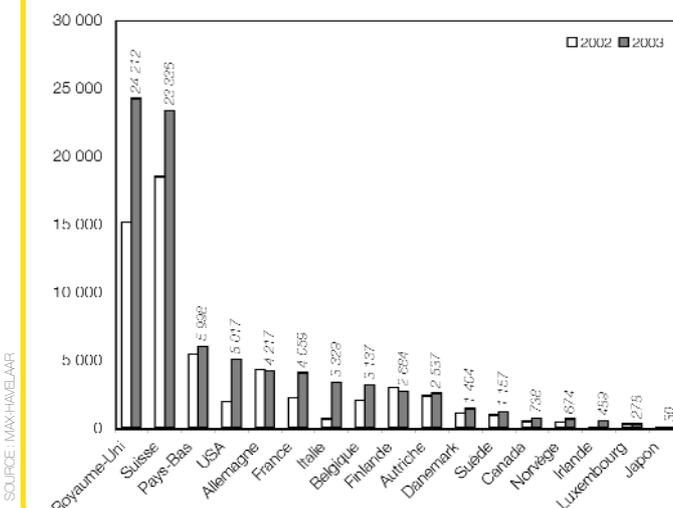
PFCE – 14, passage Dubail – 75010 Paris

01 40 05 95 06 – www.commerceequitable.org

Bibliographie

- "La consommation citoyenne", hors-série pratique n° 10 d'*Alternatives économiques*, mars 2003.
- "Au cœur du commerce équitable", hors série n° 39 de *Politis*, mai-juin 2004.

Vente des produits labellisés Max-Havelaar (en tonnes)



L'INVESTISSEMENT SOCIALEMENT RESPONSABLE EN FRANCE

DÉFINITIONS ET CARACTÉRISTIQUES

Qu'est ce que l'investissement responsable ?

La rentabilité a longtemps été l'unique motivation des investisseurs. Cependant depuis quelques années, certains épargnants ne souhaitent pas une performance financière à n'importe quel prix. L'investissement responsable répond à cette attente; il permet d'allier des impératifs financiers à des critères extra-financiers tels que l'environnement par exemple. Dans le langage courant, le terme de placements éthiques est utilisé même si la réalité est plus complexe.

Aussi, il nous semble pertinent de commencer par la définition des différents types d'investissement responsable.

Quelques définitions

L'investissement socialement responsable (ISR) regroupe plusieurs types d'actifs.

Les fonds éthiques à proprement parler

Ils excluent les titres de sociétés de certains secteurs d'activité (alcool, armement, tabac...). Ces fonds éthiques, qualifiés d'"exclusion", ont été les précurseurs de la vague d'investissement socialement responsable.

À titre d'exemple nous pouvons citer Nouvelle Stratégie 50 et Actions éthiques, qui écartent les sociétés exerçant des activités "nuisibles pour l'homme", à savoir la pornographie, le tabac et l'alcool. Également Écureuil 1,2,3 Futur, qui exclut les secteurs dont les activités peuvent susciter des interrogations d'ordre éthique (armement, alcool, tabac...).

Les fonds de développement durable

Le développement durable est défini comme «*un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs*». Aussi la logique d'exclusion des fonds éthiques n'est-elle pas retenue. Ici l'approche est positive. L'objectif des fonds est d'investir dans des sociétés qui prennent en considération les impacts de leurs activités sur l'environnement, le social... Avec l'idée qu'une entreprise "responsable" doit être à long terme plus rentable qu'une autre.

Notons d'ailleurs que les fonds éthiques cités ci-dessus allient les critères d'exclusion avec des critères de développement durable; ainsi, le fonds de la Caisse d'épargne prend également en compte la qualité des relations avec les salariés, avec leurs clients, fournisseurs et actionnaires, et le respect de l'environnement.

Les fonds de partage

Les fonds de partage ont une logique différente des fonds éthiques et de développement durable. L'objectif de ces fonds est de reverser une partie des revenus perçus par le consommateur à une association caritative. À titre d'exemple, nous pouvons citer le FCP Faim et développement.

Les autres placements "solidaires"

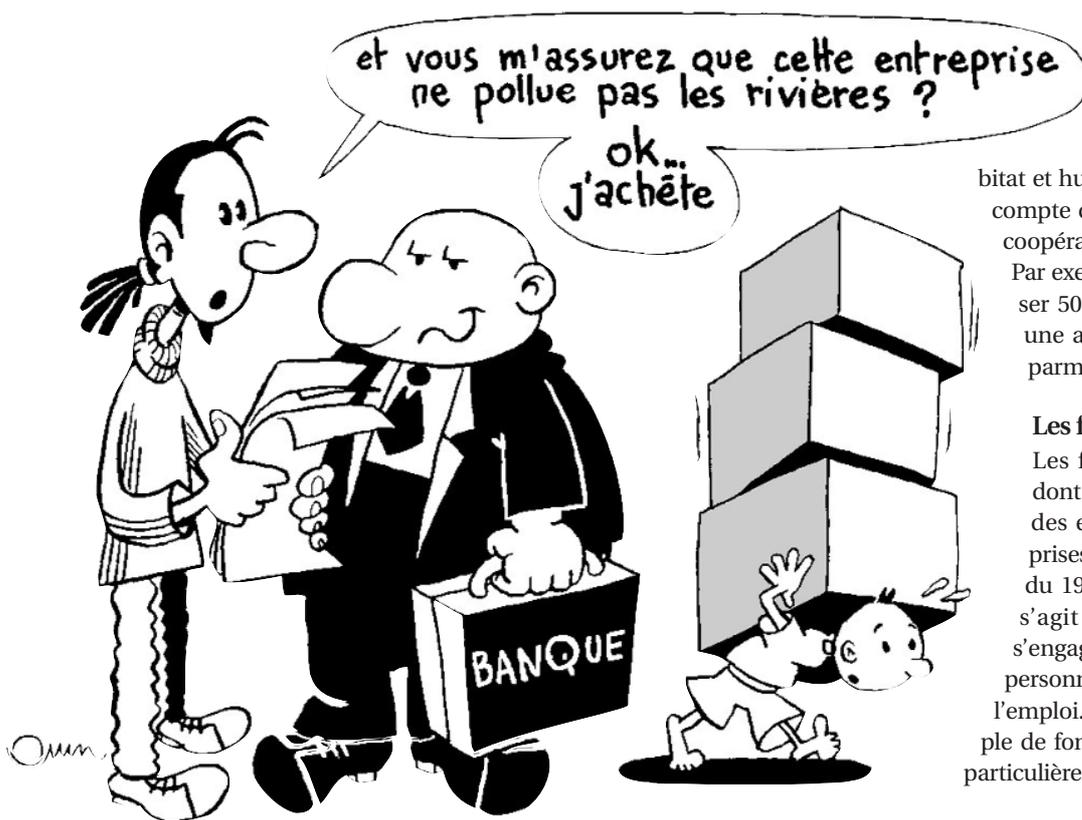
Ces produits sont généralement proposés par des établissements de crédit. Leur but est notamment de financer des projets.

Ces placements sont généralement sans risque : il peut s'agir de simples livrets (le Codésol ou le livret Agir ou le livret solidaire Biocoop du Crédit coopératif), ou prendre la forme de contrats d'assurance-vie (assurance-vie d'Habitat et humanisme) ou même d'un simple compte de dépôt (compte chèques Crédit coopératif-Nef).

Par exemple le livret Agir permet de verser 50 % des intérêts annuels acquis à une association humanitaire à choisir parmi une liste.

Les fonds solidaires

Les fonds solidaires sont des fonds dont 5 à 10 % des titres sont émis par des entreprises solidaires. Les entreprises solidaires ont été créées par la loi du 19 février 2001 (loi n° 2001-152). Il s'agit par exemple d'entreprises qui s'engagent notamment à employer des personnes ayant des difficultés d'accès à l'emploi. AG2R Isica solidaire est un exemple de fonds solidaire. Ces fonds sont plus particulièrement dédiés à l'épargne salariale.



Conclusion

Les fonds éthiques d'exclusion ou de développement durable sont des OPCVM (organismes de placement collectif en valeurs mobilières), SICAV (sociétés d'investissement à capital variable) ou FCP (fonds commun de placement).

Ils fonctionnent de la même façon que les OPCVM classiques, et la performance du fonds vous est allouée en totalité.

Ce sont majoritairement des OPCVM en actions. Toutefois certains fonds sont des fonds obligataires – nous pouvons citer par exemple Nord Sud développement; d'autres sont des fonds diversifiés, comme Nouvelle Stratégie 50.

Les fonds éthiques ne bénéficient d'aucun avantage fiscal spécifique; leur fiscalité est la même que les OPCVM classiques.

En revanche, les fonds de partage permettent à leurs souscripteurs de bénéficier d'une réduction d'impôt équivalant à 60 % des sommes versées dans la limite de 20 % du revenu imposable (article 200 du code général des impôts).

LA SOUSCRIPTION DES PLACEMENTS ÉTHIQUES

Relativement récents en France, les fonds éthiques se développent progressivement, même si leur poids au sein de l'épargne collective reste faible.

Selon Novethic, en 2003, les fonds éthiques de droit français pesaient près de 2 milliards d'euros; ces fonds constituaient près de 1 % des fonds distribués par les banques aux particuliers et aux institutionnels.

Les fonds éthiques étant des OPCVM classiques, leur souscription est aussi aisée. Si vous savez dans quel fonds vous souhaitez investir, il suffit de le demander à votre intermédiaire financier. Pour cela, vous devez connaître le code ISIN du fonds (il s'agit du numéro permettant de l'identifier).

Si vous ne savez pas dans quel fonds investir, ou si vous souhaitez un thème particulier (l'environnement, l'emploi...), vous pouvez consulter le site Internet de Novethic; vous y trouverez une description des différents fonds éthiques.

www.novethic.fr

Interrogez aussi le Crédit coopératif, banque spécialisée dans les produits solidaires. Vous pouvez en outre utiliser le guide pratique d'*Alternatives économiques* sur les placements éthiques.

Demandez également à votre banque, elle propose peut-être un fonds éthique (cf. tableau en pages suivantes).

Comme les OPCVM classiques, vous aurez à payer les droits d'entrée et les frais de gestion du fonds (les frais de gestion étant directement déduits de la performance du fonds).

Éthique et rentabilité

Les gérants de fonds éthiques utilisent des éléments extra-financiers pour construire leurs fonds.

Cette sélection améliore-t-elle les rentabilités des fonds éthiques?

Tout d'abord, la performance financière des produits reste un objectif primordial pour obtenir un développement de masse. D'ailleurs, la lecture des notices d'information de certains fonds éthiques parle d'elle-même :

- Azur-GMF développement durable : « *La Sicav a pour objectif la recherche, à long terme, d'une performance absolue.* »
- Europe gouvernance : « *L'objectif de la gestion consiste à rechercher, à moyen ou long terme, une performance supérieure à celle de l'indice MSCI Europe tout en contrôlant le risque relatif du portefeuille par rapport à cet indice.* »
- SGAM Europe éthique : « *L'objectif du fonds est la recherche de la plus-value sur la durée minimale de placement recommandée.* »

Un fonds éthique peut-il être performant ?

La réponse pourrait être négative puisque les critères de sélection peuvent écarter du fonds des titres d'entreprises performantes. Cet argument est surtout vrai pour les fonds éthiques d'exclusion.

Or, comme nous l'avons déjà souligné, la plupart des fonds sont des fonds de développement durable; aussi, aucune entreprise n'est rejetée sur la nature de ses activités.

En outre, il ne faut pas oublier que certains gérants choisissent d'abord leurs titres sur des critères financiers et appliquent un filtre éthique par la suite.

Plusieurs études comparatives ont montré que les fonds éthiques étaient rentables; cependant, compte tenu de leur apparition relativement récente, il faut être prudent.

Des indices boursiers éthiques ont été mis en place afin de répondre à cette problématique. En France, il s'agit de l'indice ASPI (Advanced Sustainable Performance Indices) Eurozone : il est composé de sociétés cotées de la zone euro ayant les meilleures performances selon les critères du développement durable.

D'autres existent : le DSI (Domini Social Index) aux États-Unis, le Footsie4Good en Grande-Bretagne.



Vous trouverez ci-contre les performances sur un et trois ans de quelques fonds éthiques distribués par les réseaux bancaires. La performance est l'un des critères recherchés par les gérants des fonds éthiques; mais cette recherche de performance ne nuit-elle pas à ceux-ci? Comment les gérants sélectionnent-ils les fonds contenus dans leurs OPCVM?

Le rôle des agences de notation

Les fonds éthiques sont des OPCVM composés de titres d'entreprises bien notées sur certains critères. Aussi, pour créer de tels fonds, les gérants font-ils appel à des agences de notation. Leur rôle est de réaliser des études sur la responsabilité sociale et environnementale d'entreprises cotées. Ces études ensuite achevées par les gérants.

La plus connue et la plus sollicitée en France est Vigeo; mais d'autres agences de notation existent: Core Rating (franco-britannique), Eiris (britannique), SAM (suisse).

Vigeo a été créée en 2002 et a absorbé l'Arèse. Elle est dirigée par Nicole Notat. Selon Novethic, sa part de marché en nombre de sociétés de gestion clientes au titre d'une présentation d'évaluation des entreprises est de près de 50 % au 30 septembre 2003.

Vigeo note les entreprises sur les critères suivants:

- les clients et les fournisseurs: leurs intérêts doivent être pris en considération;
- l'environnement: le but est d'étudier les conséquences de l'activité de l'entreprise sur le milieu naturel;
- le gouvernement d'entreprise: il doit être transparent et efficace;
- l'engagement sociétal: l'entreprise doit évaluer les effets de son activité et doit valoriser les intérêts de la société et des territoires dans lesquels elle est implantée;
- les ressources humaines: les aspirations des collaborateurs sont prises en considération;
- le droit humain: ce nouveau critère a été ajouté fin 2003. Ces droits doivent être respectés tant dans la société (respect de la vie privée, de la sécurité de la personne...) que sur le lieu de travail (respect de la liberté syndicale, non-discrimination dans l'emploi, élimination du travail des enfants...).

Malgré la présence de plusieurs agences de notation sur le marché, une majorité de sociétés de gestion font appel à une seule agence de notation, selon Novethic.

À partir de ces études, les gérants créent leurs fonds. Ils peuvent soit croiser des études de plusieurs agences de notation, soit faire appel à des équipes internes (BNP Etheis par exemple), soit encore recourir à des études d'ONG...

Concernant la sélection des critères, les choix s'offrant au gérant sont multiples.

Le fonds éthique peut axer sur un seul critère éthique, l'emploi ou l'environnement.

Pour l'environnement, Actions environnement privilégie les entreprises qui contribuent à réduire la pollution de l'atmosphère, des eaux, du sol; en outre, l'activité de ces entreprises est en général de protéger l'environnement, de le réhabiliter, de fournir des produits permettant sa conservation ou qui dans leur fonctionnement favorisent l'utilisation de matières propres et économes et mettent en œuvre en leur sein une action environnementale spécifique.

Pour l'emploi, Capital emploi investit dans des entreprises, tous secteurs confondus, créatrices d'emplois au cours des cinq dernières années en France (et qui affichent de bonnes performances financières).

Le fonds peut aussi opter pour plusieurs critères éthiques; ces critères peuvent être équipondérés (Federal Actions Éthiques), ou pondérés de façon différente.

Donnons l'exemple d'Objectif éthique: les ressources humaines sont pondérées à 50 %, le respect de l'environnement à 30 %, la société civile et les relations clients-fournisseurs à 10 %.

De même, la méthode pour sélectionner les entreprises est différente d'un gérant à un autre. Certains ne sélectionnent que les entreprises ayant une note globale positive, d'autres sélectionnent les entreprises ayant une note positive dans un critère...

Ainsi, par exemple:

- Fédéral actions éthiques ne sélectionne que des entreprises dont la note globale est positive.
- Branics éthique exclut les sociétés qui obtiennent une notation moyenne inférieure ou égale à 2,5 et les sociétés qui obtiennent la note 0 pour l'un des critères.
- Génération éthique: d'une part, dans chaque secteur, seules 30 % des entreprises ayant obtenu les meilleures notes (à condition que ces notes soient au moins égales au tiers de celles attribuées à la meilleure entreprise du secteur au niveau mondial); d'autre part, toutes les actions détenues doivent avoir obtenu une note qualifiante par l'agence de notation SAM.

Une information insuffisante

En octobre 2003, l'INC a réalisé une étude sur l'information reçue lors de la souscription de fonds éthiques. Notre enquête est même allée plus loin puisque nous avons interrogé les sociétés de gestion en nous présentant sous l'identité de l'INC. Notre objectif était de savoir si un consommateur peut obtenir une information complète sur le fonds éthique dans lequel il souhaite investir; en effet, les critères éthiques pouvant être différents d'un individu à l'autre, l'information fournie devrait permettre à chacun d'investir dans l'éthique de son choix en toute connaissance de cause.

Nous nous sommes basés sur la liste de fonds éthiques établie par Novethic; cependant, nous avons effectué une sélection: nous avons éliminé les fonds de fonds éthiques, les fonds de droits étrangers, les fonds plutôt dédiés à l'épargne salariale. Compte tenu de tous ces critères, nous avons donc relevé une cinquantaine de fonds éthiques.

Le résultat de cette enquête est édifiant. La documentation fournie est mince. Parfois la seule information disponible est la notice d'information, cette notice ne donnant généralement que les grandes lignes du fonds. Par exemple, la fiche du fonds Hymnos disponible sur le site web du Crédit lyonnais précise simplement que sont sélectionnées «*les entreprises dont les activités s'accordent avec une éthique chrétienne et humaniste*».

À titre d'exemple encore, la notice d'information de CLAM Euro développement durable précise simplement que «*l'objectif de la Sicav est d'obtenir une performance financière à long terme en investissant dans les titres de sociétés qui satisfont aux critères de développement durable*».

Quant à celle de Macif Croissance durable, elle stipule simplement que «*les actifs sont en outre sélectionnés selon des critères sociaux et sociétaux*».

D'autres notices détaillent un peu plus les critères, mais sans être exhaustifs. Citons dans ce cas Génération éthique : «*La Sicav a pour vocation d'investir en valeurs de la zone euro, satisfaisant à des critères économiques, sociaux, environnementaux dits du "développement durable". Les critères de sélection incluent notamment le respect de l'environnement, la qualité des relations sociales dans l'entreprise, les relations avec les fournisseurs, l'interdiction du travail des enfants, le gouvernement d'entreprise, etc. Cette liste n'étant pas limitative.*»

De façon générale, les documents fournis délivrent très peu d'informations sur les critères éthiques retenus.

- Le document ne mentionne pas les critères retenus, ou en mentionne quelques-uns mais en précisant que la liste n'est pas exhaustive. Et que contient le critère retenu? Prenons le

critère environnement : est-ce le recyclage des déchets? les économies d'énergie?

- Les modalités d'application des critères sont rarement connues; les critères retenus sont-ils équipondérés?

- La communication est rare sur la méthode de sélection des entreprises au sein du fonds éthique. Comment sont traitées les valeurs mal notées par l'agence de notation? Sont-elles exclues du portefeuille ou sont-elles simplement sous-pondérées? De même, est-ce la note globale de l'entreprise qui est prise en considération ou est-ce un critère particulier?

En conclusion, lorsqu'un consommateur souhaite investir dans un fonds éthique précis, il doit effectuer un parcours du combattant pour obtenir des informations le renseignant sur les critères effectivement suivis.

UNE SÉLECTION DE FONDS ÉTHIQUES

À titre d'exemple, une sélection de fonds éthiques choisis en fonction de leur accessibilité par les souscripteurs particuliers, à savoir les fonds commercialisés par les grandes banques de dépôt françaises.

17 FONDS D'INVESTISSEMENT ÉTHIQUES PROPOSÉS PAR 12 BANQUES

La banque	Le fonds d'investissement éthique	La société de gestion	Performance sur un an au 7 mai 2004	Performance sur trois ans au 7 mai 2004
BNP-Paribas	BNP Etheis	BNP-Paribas Asset Management	19,15	ND
Caisse d'épargne	Écureuil 1.2.3 Futur	Écureuil Gestion	18,46	-33,48
Crédit lyonnais	CLAM Euro développement durable	Crédit lyonnais Asset Management	20,43	-34,32
	Hymnos		9,17	-20,01
	Dynalion développement durable		20,31	ND
Crédit agricole	CA-AM Activauteurs durables	Crédit agricole	18,79	-38,33
	Atout valeurs durables	Asset Management	18,87	ND
Crédit du Nord	Étoile partenaires	Étoile Gestion	23,03	ND
	Étoile environnement		23,74	ND
Crédit mutuel de Bretagne	Fédéral Gestion éthique	Fédéral Gestion	22,78	-32,17
Crédit mutuel	Crédit mutuel Gestion éthique	Crédit mutuel Finance	19,41	-32,11
Banques populaires	BP Développement durable actions	Banques populaires Asset Management	18,02	ND
Crédit coopératif	Choix solidaire	Crédit coopératif	3,76	ND
	Épargne éthique actions		16,08	-40,02
CCF	HSBC Sélection valeurs responsables	HSBC Asset Management	20,4	-29,17
La Poste	Éthiciel	Sogeposte	21,53	ND
Société générale	SGAM Europe éthique	Société générale Asset Management	21,07	-31,62

QU'EN PENSENT LES CONSOMMATEURS : OPINIONS, RÉACTIONS

Placements éthiques, consommation durable ou équitable, ces notions sont encore fort récentes. Elles trouvent pour autant un écho auprès des consommateurs et d'associations. Dans leur forme de reconnaissance, elles suscitent débat et initiatives associant les diverses parties prenantes comme en témoigne la mise en place du site web Consodurable.

VERS UNE NOUVELLE TENDANCE DE LA CONSOMMATION

38 % des consommateurs disent tenir compte des engagements de citoyenneté des entreprises lorsqu'ils achètent des produits industriels.

De même, 42 % des personnes interrogées se déclarent prêtes à souscrire un produit d'épargne solidaire même si son rendement financier est plus faible (progression de 8 points en deux ans). Enfin, 58 % des Français se disaient en 2000 "beaucoup" ou "assez" incités à acheter un produit dont le fabricant soutient une cause humanitaire.

Tous ces pourcentages témoignent d'une proportion élevée ayant une sensibilité au "consommer durable", mais il s'agit de déclarations d'intention et il y a souvent loin de la coupe aux lèvres. Ce qui est certain, c'est qu'il y a pour le moins un fort courant de sympathie en faveur de cette consommation plus citoyenne.

Ce sont les personnes économiquement ou culturellement aisées qui se montrent les plus militantes de la cause. 53 % des titulaires de revenus supérieurs à 3000 € par mois disent qu'ils tiennent compte des engagements éthiques des entreprises, contre 38 % de la population totale. Comme ce sont ces groupes qui sont habituellement les premiers à inaugurer les nouvelles tendances de la consommation, on peut augurer que cette préférence va se diffuser plus largement au sein de la population. Avec 46 % des suffrages, c'est la lutte contre le travail des enfants qui est la première cause que les consommateurs jugent important de défendre. Suivent le respect des conditions de travail des salariés, la promesse de ne pas générer de pollution, l'aide au tiers-monde et l'aide à la recherche médicale, à l'insertion des personnes en difficulté. Aucune cause n'occulte les autres mais des préférences s'expriment selon l'âge, le sexe ou les catégories socioprofessionnelles.

Ainsi l'écologie attire les femmes et les catégories moyennes. La cause humanitaire est plébiscitée par les jeunes et les plus âgés. Globalement les hommes apparaissent plus en retrait que les femmes sur ces préoccupations citoyennes mais, sondage après sondage, on constate néanmoins qu'ils s'en rapprochent. L'attente la plus importante concerne les produits alimentaires. 47 % citent en effet en tête, très largement devant tous les autres, l'exigence qu'ils soient produits par des entreprises citoyennes. Les craintes qui se sont exprimées ces dernières années en matière de sécurité alimentaire sont passées par là. Les produits énergétiques, le textile, n'apparaissent qu'en quatrième et sixième positions par rapport à cette exigence.

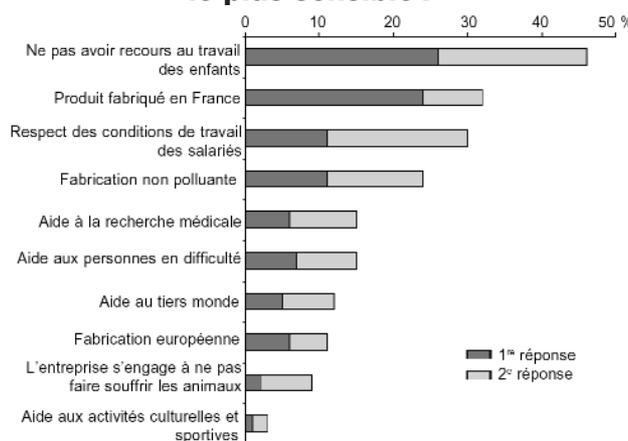
Le prix est souvent évoqué comme un facteur limitant l'accès à cette consommation. De fait, l'enquête réalisée par le Crédoc début 2002 indique que 52 % des Français se disent prêts à accepter un supplément de prix de 5 % pour obtenir certains

engagements de citoyenneté de la part des entreprises. Ce n'est pas rien. Néanmoins, seulement 20 % des consommateurs sont sûrs d'accepter un supplément de prix, et 32 % le seraient peut-être.

Aussi sûrement parmi les raisons qui freinent la consommation citoyenne apparaissent l'information et l'accès aux produits. 30 % déclarent ne pas savoir où les trouver, et à peine 15 % des Français disent savoir ce qu'est l'épargne solidaire.

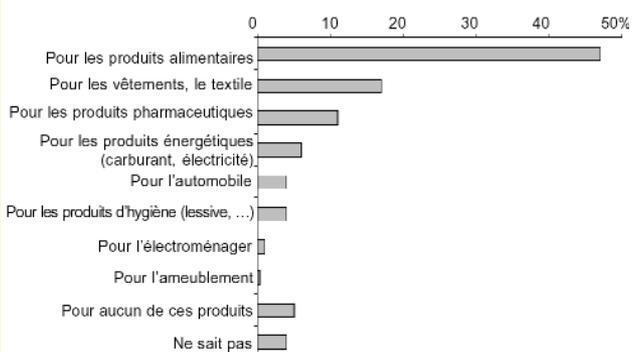
Au total, la situation française apparaît ainsi moins engagée que celle des pays voisins. Les pays du nord de l'Europe et l'Allemagne sont ainsi tout particulièrement sensibles aux thèmes de l'écologie.

Les deux engagements de "citoyenneté" auxquels vous seriez personnellement le plus sensible ?



Total supérieur à 100 %, les enquêtés pouvant citer deux réponses.

Pour quel produit est-il le plus important d'avoir des engagements de "citoyenneté" ?



Source : CREDOC, Enquête « Conditions de vie et Aspirations des Français », début 2002

DES ASSOCIATIONS ENGAGÉES

Donner du sens à ses achats, connaître les conditions de fabrication des produits, faire pression sur les marques pour plus de transparence, telles sont les motivations principales des consommateurs citoyens (ou responsables ou engagés), appelés aussi "consom'acteurs". Depuis une décennie, plusieurs associations regroupent ces nouveaux consommateurs, pour lesquels consommer est un acte politique et donc un moyen d'agir pour transformer la société.

Action consommation a été créée en octobre 2001 par des membres d'Attac et d'autres associations de solidarité internationale. La consommation citoyenne se veut un moyen de lutte contre la mondialisation et un outil de réflexion sur le développement durable. Au travers de campagnes d'actions, l'association pousse les consommateurs à s'interroger sur l'acte d'achat et sur ses conséquences politiques et économiques.

Action consommation – 21 ter, rue Voltaire – 75011 Paris
01 34 13 38 13 – www.actionconsommation.org

Réseau consommation citoyenne est apparu en janvier 2002, à l'initiative d'acteurs proches de l'économie sociale et solidaire. L'association a pour objet de sensibiliser à la consommation responsable, en particulier les publics scolaires et des collectivités locales. Le Réseau a contribué à la réalisation d'un guide pour *Alternatives économiques* : "La consommation citoyenne", hors-série pratique n° 10, mars 2003.

Réseau consommation citoyenne – 97, rue Pelleport
75020 Paris – www.consommation-citoyenne.org

Le collectif "**De l'éthique sur l'étiquette**" est né en 1995. Artisans du monde a regroupé des ONG, des associations et des syndicats (quarante structures associées en 2004) autour d'un projet visant à sensibiliser les consommateurs afin de les inciter à acheter des produits de bonne qualité sociale et à créer un label social. Son principal moyen d'action demeure les campagnes de pétition organisées tous les ans. En 2004, la campagne pour le respect des droits de l'homme au travail dans l'industrie du sport s'intitule "Jouez le jeu pour les JO". Cent vingt collectifs locaux appuient son travail en régions. Le collectif apporte aussi son soutien à un réseau de villes citoyennes qui souhaitent faire des achats publics éthiques.

Collectif de l'éthique sur l'étiquette – c/o Artisans du monde – 53, boulevard de Strasbourg – 75010 Paris
01 56 03 93 54 – www.ethique-sur-etiquette.org

Le réseau **Biocoop** est le plus important réseau de magasins bio. Il existe depuis 1987 et compte aujourd'hui 230 magasins (10 % du marché des produits bio en France). On trouve 7000 références en rayon, issues de l'agriculture biologique (un partenariat existe avec la Fédération nationale de l'agriculture biologique) et du commerce équitable. Les produits sont contrôlés par Ecocert. Certains ont en plus l'agrément Biocoop, parce qu'ils respectent le cahier des charges du réseau; d'autres encore portent le logo "Ensemble pour plus de sens". Les magasins sont organisés en coopératives et sont soutenus par des équipes de bénévoles. Le mensuel *Consom'action* est disponible gratuitement dans les biocoops.

SA Coop Biocoop – 157, rue des Blains
92220 Bagneux – 01 45 36 17 17 – www.biocoop.fr

Le Réseau **Cocagne** regroupe depuis 1991 des jardins collectifs qui emploient des personnes en insertion et mettent en vente les produits de leurs récoltes. Les consommateurs adhérents doivent s'abonner pour la fourniture de paniers de fruits et légumes, cultivés dans une démarche d'agriculture biologique. Les 75 jardins fédérés dans le Réseau Cocagne signent la charte de qualité du réseau.

Réseau Cocagne – 2, Grande Rue – 25220 Chalezeule
03 81 21 21 10 – www.reseaucocagne.asso.fr

RAP (Résister à l'agression publicitaire) est une association apparue en 1992 à l'initiative de groupes citoyens. Elle dénonce l'impact de la publicité et du marketing sur les modes de consommation. Son action se traduit par des manifestations comme la journée sans achat, la semaine sans télé ou des happenings dans le métro. Son combat est illustré dans la revue *Casseurs de pub*, éditée par une association proche.

RAP – 53, rue Jean Moulin – 94300 Vincennes
01 43 28 39 21 – www.antipub.net

Sous l'égide de **Finansol**, association de promotion de la finance solidaire, une tentative de regroupement d'acteurs de la consommation citoyenne a eu lieu en 2002. Le **collectif Engagements citoyens dans l'économie** a pour but de donner une nouvelle dimension aux approches citoyennes de l'économie. Il rassemble en outre Action consommation, le Forum pour l'investissement responsable et la Plateforme pour le commerce équitable. Le collectif est aujourd'hui en sommeil.

Engagements citoyens dans l'économie
c/o Finansol – 133, rue Saint-Maur – 75011 Paris
01 53 36 80 60 – www.finansol.org

Le plus ancien de ces réseaux est **France Nature Environnement**, qui date de 1968. Il regroupe 3000 associations locales et plus de 300000 membres. Outre la protection de la nature et de l'environnement, son action se porte de plus en plus vers l'éco-citoyenneté (achats, eau, transports, énergie) et les modifications du comportement des consommateurs. Chaque association dispose de correspondants sur ces thématiques. France Nature Environnement diffuse plusieurs lettres sur ses chevaux de bataille. Elle siège aussi dans des instances nationales.

France Nature Environnement – 6, rue Dupanloup
45000 Orléans – 02 38 62 44 48 – www.fne.asso.fr

Les associations de consommateurs s'illustrent aussi dans la promotion du développement durable

Si toutes inscrivent ce thème dans leurs préoccupations, on peut plus particulièrement signaler les initiatives prises par :

CLCV (Consommation, logement et cadre de vie), agréée association de protection de l'environnement et aussi d'éducation populaire. Elle fait la promotion d'une consommation éco-citoyenne et affiche plusieurs manifestations dans le cadre de la semaine du développement durable.

CLCV – 17, rue Monsieur – 75007 Paris
01 56 54 32 10 – www.clcv.org

L'association **Léo-Lagrange pour la défense des consommateurs (ALLDC)** s'illustre dans le développement de l'éducation

à la consommation responsable et dans l'appui à la réalisation de normes.

**Association Léo-Lagrange pour la défense des consommateurs – 153, avenue Jean-Lolive – 93500 Pantin
01 48 10 65 82 – www.leolagrange-conso.org**

L'UFC-Que choisir s'est fortement engagée pour une agriculture raisonnée. Elle représente les consommateurs au Conseil supérieur du développement durable.

**UFC-Que choisir – 11, rue Guénot – 75011 Paris
01 43 48 55 48 – www.quechoisir.org**

L'Asséco-CFDT, émanation de la CFDT dans la défense des droits des consommateurs, développe le lien entre la consommation responsable et le monde de l'entreprise, notamment dans la lutte contre l'exclusion et pour une entreprise éthique.

**Asséco-CFDT – 4, boulevard de la Villette – 75019 Paris
01 42 03 82 53 – www.cfdt.fr/siteassec**

L'Indécosa-CGT manifeste le plus grand intérêt pour le développement durable. Elle a consacré à ce thème un numéro de son bulletin d'information en février 2003.

Indécosa-CGT – 263, rue de Paris – 93516 Montreuil cedex – 01 48 51 55 03 – www.cgt.fr/indecosa

La FNAUT, qui rassemble 150 associations, inscrit dans ses objectifs prioritaires une politique intermodale des transports respectueuse du cadre de vie quotidien et de l'environnement. Ses associations publient en particulier des bulletins intitulés *Réseau vert* et *Défense de la bicyclette*.

**FNAUT – 32, rue Raymond-Losserand – 75014 Paris
01 43 35 02 83 – www.fnaut.asso.fr**

SUR LA MISE EN PLACE D'UN DISPOSITIF DE RECONNAISSANCE DES INITIATIVES ENGAGÉES PAR LES ENTREPRISES EN FAVEUR D'UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Une concertation au sein du Conseil national de la consommation (CNC)

La concertation engagée le 13 mars 2003 et qui a abouti à un avis du CNC en juillet 2003 est intéressante à plusieurs titres.

Tout d'abord, introduite par le ministre chargé de la consommation, elle témoigne de la préoccupation des pouvoirs publics de donner au développement durable une dimension majeure et de l'intégrer dans les politiques publiques. L'ambition est de sensibiliser sans tarder et très concrètement les consommateurs aux conséquences de leurs choix de consommation courante, sans attendre même que les critères d'attribution des signes soient établis de manière exhaustive et définitive.

Mais elle a montré aussi la position réservée des professionnels à la mise en place de tout nouveau signe distinctif «*si cet ajout n'est pas précédé d'une mise en ordre des signes déjà existants*». Ajouter un signe distinctif supplémentaire ne peut qu'augmenter la confusion, disent-ils. De surcroît, toute initiative actuellement prise dans un cadre national doit être étendue à un cadre au moins européen. Tout cela nécessite des travaux approfondis.

Les associations de consommateurs a contrario ne se montrent pas hostiles. Mais cette approbation s'accompagne de nombreuses observations.

• Pour l'Asséco-CFDT et la CSF, ce qui est en cause d'abord ce sont nos modes de consommation.

• L'Afoc est totalement hostile à la création d'une marque collective dont les entreprises pourraient disposer sans contrôle.

• L'Adécic et l'UFCS donnent leur préférence à un label entreprise plutôt qu'à un label produit.

• Pour l'ALLDC, une société socialement responsable devrait répondre à cinq critères relativement précis consistant à appliquer les règles de l'Organisation internationale du travail, les règlements ou normes environnementaux, les futures normes européennes du commerce éthique et équitable, les référentiels de produits et de services existants dans leur domaine.

• Pour Familles rurales, le préalable à toute signalétique est aussi la définition de critères tenant compte des trois piliers du développement durable. Il existe un réel consensus au sein du collège consommateurs pour rejeter la reprise sur les produits des autoproclamations des entreprises.

Après discussion, les parties ont convenu d'objectifs communs :
– créer un lieu d'échanges permanent entre les associations et les organisations professionnelles;

– assurer le suivi des nouveaux modes de consommation autant que de l'information que pourraient faire les entreprises;

– mettre en œuvre un inventaire et un audit exhaustif de l'ensemble des signalements existants;

– suivre et évaluer les initiatives et les expérimentations volontaires engagées par les entreprises;

– suivre et soutenir les travaux normatifs;

– porter la réflexion française aux niveaux européen et international;

– promouvoir un site web (outil indépendant et ouvert à la discussion).

Le site www.consodurable.org

Ce site a ouvert ses portes au mois de juin 2004. Il est porté par l'association Consodurable, créée sous l'impulsion du secrétariat d'État aux PME, à l'artisanat et à la consommation, et de la secrétaire d'État au développement durable.

L'association regroupe des fédérations professionnelles, des représentants des pouvoirs publics et des établissements publics, des organisations de consommateurs et de défense de l'environnement.

Consodurable a pour objet de mettre à la disposition des consommateurs des informations utiles, pédagogiques et pratiques sur les actions engagées en faveur du développement durable par les entreprises ou les associations professionnelles actives dans le secteur des biens de grande consommation.

L'idée est de valoriser ces démarches et de permettre au consommateur d'orienter ses achats vers des produits ou services qui s'inscrivent dans les objectifs du développement durable. On trouve aussi sur le site un espace ludique et un abécédaire.

L'association reçoit directement ses informations des entreprises et des associations professionnelles. Les informations publiées sur le site doivent respecter les conditions de la charte de publication. En particulier :

– elles peuvent ne concerner qu'un seul objectif du développement durable (respect de l'environnement, droits de l'homme, droit du travail...);

– elles sont concrètes et vérifiables.

Un comité de rédaction contrôle les informations avant leur mise en ligne.