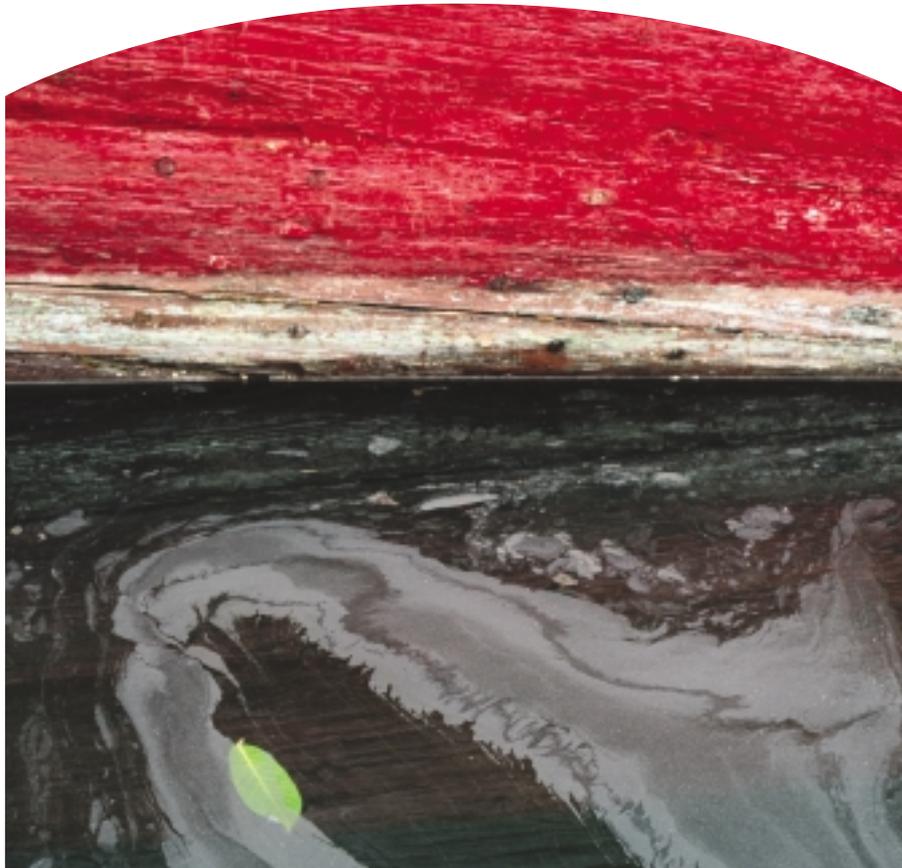


Entreprises et Développement durable



DOSSIER SPÉCIAL
Direction des achats et
développement durable



Une édition du



Comité français pour l'environnement et le développement durable

S o m m a i r e

"Entreprises et Développement durable"

DOSSIER SPÉCIAL

Direction des achats et développement durable



- 3 Introduction
- 4 Le développement durable et le monde économique - enjeux, rôles, compétences : une culture renouvelée du management
 - L'Agenda 21, texte de référence du développement durable*
 - De Rio à Johannesburg : les entreprises et le développement durable*
 - Le développement durable, catalyseur de demandes sociales*
 - La pression de la sphère financière*
 - Éclatement des savoirs, éclatement des pouvoirs : des nécessaires partenariats*
- 11 Le cadre normatif et réglementaire actuel
- 16 Les référentiels pour un management du développement durable :
 - De la déclaration d'intention à la définition d'objectifs évalués*
 - Les engagements et les étapes incontournables*
 - Quelques pistes*
- 27 Pour en savoir plus :
 - Index des sites indiqués dans le guide*
 - Des rapports développement durable disponibles sur Internet*
 - Sites et réseaux ressources*
- 31 Dossier spécial : Direction des achats et développement durable

Avertissement : Bien entendu, il est essentiel de promouvoir le développement durable dans toutes ses composantes, auprès de toutes les entreprises. Il nous semble toutefois que les grandes entreprises et les administrations peuvent et doivent, compte-tenu des moyens d'action dont elles disposent, donner l'exemple et jouer leur rôle de levier, tant culturel qu'économique ou réglementaire. Les recommandations proposées s'adressent donc essentiellement aux multinationales, encore peu à avoir réellement adopté les principes de Rio. Un guide spécifique à l'attention des PME-PMI et de leurs organismes de soutien est en préparation actuellement, avec l'appui du Ministère Délégué à l'Industrie.

Si la plupart des grandes entreprises se réclament du développement durable, encore peu ont acquis une légitimité dans ce domaine.

Le développement durable, projet de société consacré au Sommet de la Terre de Rio, catalyse aujourd'hui des revendications ancrées dans toutes les sphères de la communauté internationale. Les entreprises et les impacts humains, environnementaux, sociaux, financiers de leurs activités sont au cœur de ces revendications.

Sous la pression conjuguée de l'opinion, de la sphère financière et des réglementations, le développement durable fait progressivement son entrée dans les groupes de réflexion économiques et industriels. Or, si la plupart des grandes entreprises s'en réclament, encore peu ont acquis une légitimité dans ce domaine. Quelques groupes pionniers se sont engagés concrètement, en s'appuyant sur des diagnostics, des partenariats multi-acteurs et des processus d'évaluation, pour répondre aux enjeux environnementaux, mais aussi humains et économiques, posés au Sommet de la Terre et rappelés à celui de Johannesburg.

Ce premier guide sur les entreprises et le développement durable a pour objet de rappeler les principes fondateurs du développement durable et les initiatives mises en place, en France, en Europe et à l'international, pour accompagner les entreprises vers un management équitable et responsable*.

Le prochain numéro sera consacré aux retours d'expériences issus des rapports développement durable édités en 2002 et des travaux du programme d'actions du Comité 21 « Entreprises 21 ». Pour toute information ou suggestion : guide@entreprises21.org

** En fin d'ouvrage est proposé un dossier spécial sur l'intégration du développement durable au sein de la direction des achats. Les retours d'expériences ont été réalisés grâce à une consultation des entreprises adhérentes.*

François Gourdon
Président

Anne-Marie Sacquet
Directeur Général

Le Comité 21, Comité français pour l'environnement et le développement durable, est une association loi 1901 fondée en 1995. Il réunit les différentes composantes de la société civile (entreprises, collectivités, associations, établissements de recherche et de formation) pour un ancrage du développement durable dans les pratiques socio-économiques.

Le développement durable et le monde économique

Enjeux, rôles, compétences : une culture renouvelée du management

1.1 L'Agenda 21, texte de référence du développement durable

Une trentaine d'années nous séparent du concept de développement durable. Dès 1972, le Sommet des Nations Unies sur l'environnement de Stockholm met en garde la communauté internationale sur l'épuisement des ressources naturelles. Le développement durable entre dans la sphère institutionnelle en 1987, avec la publication du rapport de Gro Harlem Brundtland, présidente de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement durable. Il y est défini comme un développement, qui « répond aux besoins du présent sans compromettre les capacités des générations futures à répondre aux leurs ».

Le Sommet de la Terre de Rio en 1992 consacre et renforce le concept de développement durable. Ce Sommet mobilise pendant plus de deux semaines, institutions, scientifiques, ONG, peuples indigènes, scientifiques, collectivités locales, « citoyens du monde ». Plus de 9000 journalistes couvrent l'événement. 173 Chefs d'État et de gouvernement signent un programme d'actions pour le XXI^e siècle - l'Agenda 21. C'est un sentiment d'urgence qui provoque cette mobilisation exceptionnelle. Épuisement des ressources, multiplication des catastrophes, exclusion d'une grande partie de l'humanité..., le mode de croissance qui a prévalu jusqu'alors, fondé sur le profit à court terme au bénéfice d'une minorité, a conduit à l'impasse. Pour répondre à cet échec, le développement durable prône un développement capable de répondre aux besoins de tous les hommes et de préserver les équilibres écologiques, sociaux, économiques, y compris dans le long terme. En bref, de construire une communauté viable.

L'Agenda 21 de Rio est le texte de référence du développement durable et ses principes concernent l'ensemble des composantes de la communauté internationale : institutions, États, autorités locales, citoyens, y compris les entreprises. Il définit précisément les conditions d'un présent et d'un avenir susceptibles de répondre aux aspirations humaines. Il préconise, entre autres, de rompre radicalement avec des modes de production et de répartition des richesses destructeurs et discriminatoires. Il mentionne expressément la nécessité d'établir des règles équitables pour le commerce international ; de combattre énergiquement les inégalités, la répression, les discriminations, la corruption ; de lutter pour la paix et pour le désarmement ; d'associer les populations aux décisions qui engagent le présent et l'avenir... Il met l'accent sur le caractère indissociable entre les échanges internationaux, la préservation des ressources, les libertés d'expression...

C'est à ce projet de société, plus responsable, plus équitable, plus humain qu'ont adhéré les participants au Sommet de la Terre. C'est sur la base de ses valeurs que s'est construite une communauté internationale, militant pour « un autre monde ». Méconnaître, réduire, caricaturer ce projet, c'est risquer la rupture avec cette communauté.

L'Agenda 21 de Rio est le texte de référence du développement durable. C'est à ce projet de société, plus responsable, plus équitable, plus humain qu'ont adhéré les participants au Sommet de la Terre.

Texte de l'Agenda 21 disponible sur le site du Comité 21 : <http://www.comite21.org>



1.2 De Rio à Johannesburg : les entreprises et le développement durable

Le bilan du PNUE : Programme des Nations Unies pour l'Environnement

Les gouvernements peuvent faire en sorte que les entreprises à la traîne ou négligentes ne réussissent pas, aux dépens de celles qui investissent dans les meilleures pratiques

Dans le cadre de la préparation du Sommet Mondial du Développement Durable de Johannesburg, le Programme des Nations Unies pour l'Environnement a réalisé, en partenariat avec des entreprises, des organisations syndicales et des ONG, l'analyse des impacts environnementaux de 22 secteurs d'activité (de l'aluminium au transport routier en passant par la gestion des déchets ou de l'eau). Extraits :

« L'état de la planète se dégrade, mais, pour beaucoup, les affaires continuent comme à l'accoutumée.../... Dans la plupart des secteurs industriels, seul un petit nombre d'entreprises se préoccupe sérieusement du développement durable, autrement dit intègre activement les facteurs environnementaux et sociaux dans les processus décisionnels.../... Dans le domaine de l'environnement, les tendances mondiales continuent de s'aggraver avec des problèmes comme le réchauffement de la planète, la perte de biodiversité, la dégradation des sols, la pollution de l'air et de l'eau.../... Tous les rapports sectoriels soulignent le rôle crucial des gouvernements qui peuvent, par une combinaison d'instruments réglementaires, économiques et volontaires, encourager l'innovation sociale et technologique et faire en sorte que les entreprises à la traîne ou négligentes ne réussissent pas, aux dépens de celles qui investissent dans les meilleures pratiques ».

Pour en savoir plus : <http://www.unep.org>

Le bilan du PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement

Extraits du Rapport mondial sur le développement humain 2002 (août 2002) :

A l'échelle de la planète, les inégalités ont atteint un niveau grotesque

« La mondialisation ne concerne pas uniquement les marchés ; elle doit s'étendre au concept d'entreprise citoyenne ».

« Après la déréglementation tous azimuts des années quatre vingt-dix, les gouvernements avaient perdu tout contrôle sur les grands groupes ».

« A l'échelle de la planète, les inégalités ont atteint un niveau grotesque : le revenu des 1 % des pays les plus riches est équivalent à celui des 57 % les plus pauvres ».

« Un habitant pauvre d'un pays en développement vendant ses produits sur le marché est confronté à des barrières douanières deux fois plus élevées qu'un travailleur habitant dans un pays riche ».

« Chaque jour, plus de 30 000 enfants meurent de maladies pour lesquelles existent pourtant un traitement ou une prophylaxie ».

« Certaines entreprises ont défini des normes relatives au travail, à l'environnement, aux droits de l'homme. Très peu de ces résultats auraient pu être obtenu sans les efforts de premier plan des ONG ».

Pour en savoir plus : <http://hdr.undp.org>

Un petit échantillon de la presse quotidienne pendant l'été en France :

« La fonte des glaciers menace de nombreuses zones habitées » *Le Monde*, 26 juin 2002

« L'amiante coûterait de 8 à 10 milliards d'euros dans les vingt prochaines années. En France, près de 200 000 personnes devraient en être victimes d'ici à 2020 » *Le Monde*, 26 juin 2002

« La pollution de l'air précipite 2 800 décès par an (en France) » *Le Monde*, 26 juin 2002

« Coton : l'Afrique tente d'organiser la riposte contre les subventions américaines » *Les Échos*, 28 juin 2002

« 880 cas de légionellose ont été recensés en 2001 contre 582 en 2000 (110 cas en 1995). En cause : les équipements de climatisation et d'eau chaude » *Le Monde*, 16 et 23 juillet 2002

« Un scandale alimentaire menace dans onze pays européens. Des boissons gazeuses et des aliments pour bétail ont été contaminés par des hormones » *Le Monde*, 18 juillet 2002

« L'eau du robinet déconseillée au sud de Mulhouse » *Le Figaro*, 24 juillet 2002

« Shanghai envahie par l'eau sale » *Le Figaro*, 30 juillet 2002

« Entre 1990 et 1999, l'abus de biens sociaux a augmenté de 41 % et les affaires de corruption ont plus que doublé » *Le Monde*, 9 août 2002

« Sécheresses, tornades, pluies diluviennes : le grand chaos climatique » *Le Monde*, 12 août 2002

A consulter également

« **L'atlas mondial du développement durable** », co-édité par le Comité 21 et les Éditions Autrement, avec le concours de Suez. 80 pages, août 2002

Atlas sur l'état du monde dix ans après Rio mesuré à l'aune du développement durable. L'atlas propose trente indicateurs humains, environnementaux, économiques, planisphères, graphes et chiffres à l'appui. Ce travail a été réalisé, sous le patronage du PNUÉ et avec la participation d'un Comité éditorial, composé du Comité 21, de l'Institut Français de l'Environnement, l'Agence Européenne de l'Environnement, l'OCDE, la Confédération du Logement et du Cadre de Vie, WWF France, Radio France Internationale

Et les dossiers consacrés à Johannesburg du Monde Diplomatique, d'Alternatives Économiques et de Politis (août 2002)



En bref:

Le développement durable est loin d'être la suite logique des démarches qualité-sécurité-environnement que développent les entreprises dans le cadre du processus d'amélioration continue. De la même façon, il ne peut aucunement être l'habillage d'une politique de management environnemental, même si celle-ci est indispensable. Il suppose une impulsion politique, une véritable rupture de management, qui passe entre autres par un diagnostic des finalités et des impacts de l'entreprise, réalisé en concertation avec les parties prenantes internes et externes ; par un décloisonnement des directions de l'entreprise ; par l'appropriation par tous les niveaux de l'entreprise du projet défini ; par des engagements chiffrés, et évalués par des organismes indépendants. Les entreprises qui s'engagent dans la mise en œuvre de stratégies de développement durable, rencontrent d'extrêmes difficultés pour juguler les discours « langue de bois » des représentants autorisés, pour obtenir de certaines filiales les données nécessaires à l'évaluation des impacts, pour désamorcer les pratiques de corruption. La tâche est nouvelle, ardue et s'inscrit dans le temps. A proscrire absolument : nous faisons du développement durable depuis toujours !

A quand une évaluation de la dette des multinationales envers les pays en développement ?

De nombreuses multinationales revendiquent, au sein de leurs stratégies de développement durable, leur soutien « aux pays pauvres », dans le cadre des politiques de mécénat, de solidarité, d'action humanitaire. L'Afrique, en particulier, avec les appels lancés par l'ONU ou la Communauté européenne, fait l'objet de toutes les attentions. Là encore, le développement durable suppose à la fois diagnostic et transparence. De nombreuses multinationales françaises ont largement développé leurs profits à partir des ressources africaines, minières, forestières, naturelles, au détriment des populations, et souvent avec les complicités des dirigeants politiques. Il s'agit bien de réparer les préjudices causés et les engagements sont encore très loin du compte. A quand une évaluation de la dette des multinationales envers les pays en développement ? Un programme d'action pour la réhabilitation sociale, économique et environnementale de pays exploités pendant des décennies... ?

De nombreux réseaux économiques plaident en faveur de la libre concurrence pour l'intégration du développement durable dans les entreprises. Or, on a pu constater depuis Rio que, ni les politiques, ni les entreprises ne peuvent agir seuls dans la résolution des déséquilibres mondiaux. Les dénonciations des ONG, les analyses des experts et leur médiatisation, ont déclenché des sursauts salvateurs dans de nombreuses entreprises, sur la nécessité de réduire les risques économiques et financiers, liés aux risques sociaux et environnementaux. La plupart des données concernant les impacts des activités humaines sur les milieux, sur les discriminations, sur les corruptions, sur les exportations illicites de déchets toxiques... sont disponibles grâce aux réseaux d'information tissés par les ONG et grâce aux rapports sur l'environnement et le développement humain du PNUE et du PNUD. Les entreprises devraient s'appuyer sur ces capacités d'information, d'évaluation et d'anticipation, pour lesquelles, actuellement en tout cas, peu d'entre elles sont formées et/ou équipées.

Ce mouvement
s'appuie aujourd'hui
sur l'adhésion
croissante de
l'opinion face à
l'accumulation
des risques et
des exclusions

1.3 Le développement durable, catalyseur de demandes sociales

« Dans la période de l'après-guerre, la scène mondiale a été dominée par les gouvernements et les organisations commerciales. Un troisième acteur demande désormais à jouer un rôle aussi important dans l'arène internationale : des organisations qui défendent une grande variété de causes culturelles .../... ». *Jeremy Rifkin*¹, *Le Monde*, 2 juillet 2001

« Les doutes émis sur l'ordre économique mondial, qui vont bien au delà des manifestations organisées, sont à considérer à la lumière à la fois de la misère immense et de la prospérité sans précédent que connaît le monde. » *Amartya Sen (Prix Nobel d'Économie 1998), dix vérités sur la mondialisation, Le Monde, juin 2001*

Dix ans après Rio, malgré la succession des déclarations et des rencontres internationales, le bilan de l'Agenda 21 est loin d'être à la hauteur des espoirs. Cet échec s'explique par la force d'inertie des institutions, par le manque de détermination politique des États, mais aussi par la réticence de la plupart des multinationales à prendre en compte **les valeurs partagées par une opinion grandissante, à la fois en nombre, en expertise et en pouvoir.**

Le développement durable catalyse aujourd'hui les revendications d'intellectuels et d'experts - économistes, écologues, juristes, sociologues..., de syndicats, d'ONG, intervenant dans des champs très diversifiés. Ces réseaux, autrefois isolés, ont prouvé leur capacité de maillage et leur réactivité devant l'ampleur des dégradations environnementales, sociales et humaines. Ce mouvement « culturel », au sens large du terme, ne fera que s'amplifier. Il s'appuie aujourd'hui, non seulement sur des réseaux tissés (notamment grâce à Internet) du local à l'international (ONG, agriculteurs, syndicats, consommateurs), mais aussi sur l'adhésion croissante de l'opinion à ce mouvement, face à l'accumulation des risques et des exclusions.

1.4 La pression de la sphère financière

Les milieux financiers et les investisseurs émettent, eux aussi, des signaux croissants. En 1999, le gérant de fonds suisse SAM crée le « Dow Jones Sustainability Group Index », qui effectue chaque année une enquête sur la prise en compte du développement durable par les 2 000 entreprises ayant la plus grosse capitalisation boursière. Environ 230 groupes mondiaux y sont sélectionnés.

Cet index et le travail d'agences de rating spécialisées dans le développement durable, ont permis le développement des « investissements socialement responsables ». Ils évaluent la performance de l'entreprise, à partir de critères financiers, mais aussi environnementaux et sociaux : prévention des risques et des pollutions, respect des normes sociales, non-discrimination raciale ou sexuelle... Sont ainsi exclus des secteurs tels que l'armement. A rentabilité égale,

¹ Jeremy Rifkin est président de la Foundation on Economic Trends de Washington. Auteur de « L'Age de l'accès », La Découverte, 2000 - « Le siècle biotech », La Découverte, 1998



**A rentabilité égale,
ces fonds permettent
aux investisseurs
de s'engager
concrètement pour
le développement
durable**

ces fonds permettent aux investisseurs de s'engager concrètement pour le développement durable. Ils peuvent aussi influencer sur les décisions des assemblées d'actionnaires. Ainsi, quinze investisseurs institutionnels de Mitsubishi ont repris à leur compte les revendications d'ONG pour contraindre l'entreprise à abandonner un projet d'usine de sel, site de reproduction des baleines.

La majeure partie de ces investissements est réalisée aux États-Unis, où un huitième des sommes épargnées dans les fonds professionnels est engagé dans l'investissement responsable, soit 2 350 milliards de dollars. Mais leur croissance est très rapide en Europe. L'investissement responsable pèse aujourd'hui environ 3 000 milliards d'euros dans le monde. En France, les parts de marché de l'ISR sont de 1 %, avec 1 milliard d'euros d'en-cours. Le nombre des fonds d'investissement socialement responsables est passé d'une dizaine en 1998 à plus de 40 en 2001. Les récentes dispositions légales françaises (cf. infra) devraient accélérer cette progression.

La prise en compte du développement durable est de la responsabilité globale des entreprises, y compris de leur responsabilité économique, dans un contexte où les enjeux du développement durable : protection de l'environnement, transparence, éthique, deviennent partie intégrante de l'évaluation de leur performance.

Pour en savoir plus :

<http://www.sustainability-index.com>

<http://www.eurosif.info/about2.shtml>

<http://www.terra-nova.fr>

<http://www.sri-in-progress.com>

1.5 Éclatement des savoirs, éclatement des pouvoirs : des nécessaires partenariats

La société a changé. Les citoyens, confrontés à des risques technologiques, environnementaux, sanitaires, alimentaires, sociaux, économiques... ne veulent plus être exclus des choix qui engagent le présent et l'avenir. Le modèle autoritariste et unilatéral, qui a prévalu depuis quarante ans commence à produire des effets "boomerang", qui ne seront désamorçés qu'avec l'implication de toutes les composantes de la société.

Les systèmes pyramidaux doivent faire place à des engagements collectifs pour le développement durable, mobilisant l'ensemble des forces vives - salariés, organisations syndicales, actionnaires, investisseurs, fournisseurs, clients - et des partenaires de l'entreprise : institutions internationales, États, pays et collectivités d'implantation, experts indépendants, ONG, consommateurs... L'entreprise doit passer d'une culture de l'offre à une culture de la demande, de l'exploitation des ressources (humaines, naturelles, financières) à l'élaboration de contrats sociétaux, concertés et évalués.

Le développement durable et le monde économique

Le développement durable conduit les entreprises à une culture renouvelée du management

Le développement durable conduit les entreprises à une culture renouvelée du management, fondé sur la responsabilité, et sur une réelle reconnaissance d'acteurs, de savoirs et de modes d'intervention complémentaires. Cette reconnaissance est une source d'innovation (sociale et technologique) et de richesses (économiques et culturelles), sous réserve qu'elle s'appuie sur les partenariats.

Les partenariats entre les ONG et les entreprises sont des vecteurs indispensables à la mise en œuvre du développement durable. Les entreprises doivent s'appuyer sur la capacité d'expertise, de vigilance et d'observance des pratiques des ONG. Les ONG doivent s'appuyer sur les contre-pouvoirs que constituent les quelques entreprises pionnières, pour leurs capacités à projeter à moyen et à long terme et à faire évoluer, au sein de leurs secteurs d'activité, les pratiques des dirigeants.

Les entreprises doivent également tisser des partenariats avec les autorités locales. En France, l'engagement croissant des Régions dans des stratégies intégrées de développement durable et des collectivités (villes, agglomérations, pays, départements) dans les Agendas 21 locaux, devrait contribuer à créer des espaces de concertation et de dialogue où définir à la fois les enjeux et les moyens à mettre en œuvre pour l'ancrage territorial du développement durable, à partir des besoins et des attentes exprimés par les acteurs territoriaux.

Le cadre normatif et réglementaire actuel

2.1 Les normes

La certification n'est pas une fin en soi et aucune norme n'encadre actuellement le management du développement durable. La certification d'un site industriel ne met d'ailleurs pas à l'abri de catastrophes ou de pollutions chroniques. En revanche, l'élaboration de systèmes d'évaluation, de suivi, de contrôle et de communication des impacts environnementaux et sociaux, contribue à construire une culture d'approche systémique et de transparence, inhérente à toute stratégie de développement durable.

Les normes de certification environnementale

La norme ISO (International Standard Organisation) 14001 décrit le système de management environnemental qui permet à l'entreprise d'être en conformité avec les réglementations en vigueur et de limiter ses impacts sur l'environnement, selon une boucle d'amélioration continue. Ce système passe par la réalisation d'un diagnostic environnemental, par l'élaboration d'une politique environnementale, la mise au point d'un plan d'action et d'évaluation, sur la base d'indicateurs de performance.

Le système EMAS (Environment Management and Audit System), appelé aussi Eco-audit, est entré en vigueur dans les États membres en 1995. Elle va au delà de la norme ISO 14001, dont elle intègre d'ailleurs les différentes phases, en imposant la publication, la diffusion et l'audit externe des impacts environnementaux et des résultats acquis, permettant ainsi aux parties prenantes d'être en mesure de suivre l'évolution des progrès environnementaux.

Les normes sociales

La norme SA (Social Accountability) 8000 a été élaboré en 1997 par le Council for Economic Priorities, une ONG américaine, en partenariat avec des entreprises, des syndicats et des experts. La norme est gérée par le Council for Economic Priorities Accreditation Agency, qui accrédite les organismes chargés des audits de certification. Elle s'appuie sur les Conventions de l'Organisation Internationale du Travail, la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et la Convention des Nations Unies sur les Droits de l'Enfant et couvre neuf domaines essentiels :

- le travail des enfants
- le travail forcé
- l'hygiène et la sécurité
- la liberté syndicale et le droit de négociation collective
- la discrimination



Le cadre normatif et réglementaire actuel

- les pratiques disciplinaires
- le temps de travail et les rémunérations.

Pour en savoir plus : <http://www.cepaa.org/introduction.htm>

Les normes comptables

Les scandales financiers mettent en évidence la responsabilité des experts-comptables et des organismes chargés de réaliser les audits des bilans. Deux normes comptables dominent. L'un américain est édicté par le Financial Accounting Standard Board (FASB). L'autre international, par l'International Accounting Standards Committee (ASC) ; son adoption a été rendue obligatoire par le Parlement Européen pour les sociétés cotées à partir de 2005.

Pour en savoir plus sur les labels, qui garantissent aux consommateurs (grand public ou acheteurs « collectifs ») la qualité environnementale, sociale et équitable des produits, voir le chapitre 4 consacré aux achats.

2.2 Le cadre européen

« Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises » Livre vert, juillet 2001.

La Commission Européenne a publié le 18 juillet 2001 un Livre Vert pour « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises ». La responsabilité sociale des entreprises y est définie comme « l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes ». « Être socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aller au delà et investir « davantage » dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes ».

Ces recommandations font notamment référence à l'appel du Président Delors en 1993, qui demandait aux entreprises européennes de prendre part à la lutte contre l'exclusion sociale ou au débat lancé par Kofi Annan, secrétaire général de l'ONU, sur le rôle des entreprises dans la résolution des enjeux sociaux et environnementaux planétaires.

On voit donc apparaître officiellement la responsabilité des entreprises, non seulement dans les impacts environnementaux et sociaux de leurs activités actuelles, mais aussi dans la résolution des déséquilibres nés d'un mode de développement destructeur sur le plan humain et environnemental, auquel, pour beaucoup, elles ont participé.



Pour en savoir plus : http://europa.eu.int/comm/off/green/index_fr.htm

“La responsabilité sociale des entreprises : une contribution des entreprises au développement durable” (juillet 2002)

En complément du Livre Vert. Quelques extraits de cette communication :

« La responsabilité sociale des entreprises (RSE) peut donc contribuer à la réalisation de l'objectif stratégique fixé lors du sommet européen de Lisbonne en mars 2000, à savoir de devenir d'ici l'an 2010 l'outil de "l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde, capable d'une croissance économique durable accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale" ».

« La responsabilité sociale des entreprises est un élément important de nouvelles formes de gouvernance pouvant les aider à réagir aux mutations fondamentales (mondialisation, image, ONG, intervenants financiers). En respectant les normes internationales, les entreprises multinationales peuvent contribuer à assurer un fonctionnement des marchés mondiaux plus propice au développement durable ».

« Les pouvoirs publics ont un rôle à jouer en favorisant des pratiques sociales et environnementales dans les entreprises » :

- Développer les échanges d'expérience et de bonnes pratiques entre les entreprises et entre les États membres.
- Stimuler la responsabilité sociale des PME dont l'obstacle majeur semble être le manque de sensibilisation, suivi par la limitation de leurs ressources. Ce seront probablement les grandes entreprises clientes qui pousseront le plus les PME à adopter des pratiques socialement responsables.
- Promouvoir la convergence et la transparence des pratiques et des instruments: codes de conduite, normes de gestion, mesure des performances, labels, investissement socialement responsable.
- Enfin, créer au niveau de l'UE un forum plurilatéral (en 2004) et intégrer la responsabilité sociale des entreprises à toutes les politiques de l'UE, emploi et affaires sociales, politiques vis-à-vis de l'entreprise, environnement, en faveur des consommateurs, accès aux marchés publics, et politique internationale, en particulier avec les pays en voie de développement.

Pour en savoir plus (en anglais) : http://europa.eu.int/comm/employment_social/soc-dial/csr/csr_responses.htm

La responsabilité sociale des entreprises est un élément important de nouvelles formes de gouvernance pouvant les aider à réagir aux mutations fondamentales

2.3 Le cadre réglementaire national

En 2001, la loi sur l'épargne salariale, la loi sur les nouvelles régulations économiques et la loi sur le fonds de réserve des retraites, ont implicitement intégré dans la législation française les deux notions de l'investissement socialement responsable et de la responsabilité sociale de l'entreprise.

La loi sur l'épargne salariale (février 2001):

La loi sur l'épargne salariale oblige les fonds communs de placement qui recueillent les capitaux de plans d'épargne entreprise, des plans d'épargne interentreprises et de plans partenariaux d'épargne salariale volontaire à rendre compte de leur politique d'investissement socialement responsable (considérations sociales, environnementales ou éthiques). Les conseils de surveillance des fonds peuvent dans ce cadre orienter leurs placements en fonction de considérations socialement responsables.

Les syndicats suivants - CGT, CFDT, CFE-CGC, CFTC - ont créé un comité intersyndical de l'épargne salariale qui a pour objet de labelliser les offres de gestionnaires de fonds pour assister dans leurs choix les salariés membres de ces conseils de surveillance.

Pour en savoir plus : <http://www.epargne-salariale.fr>

La loi NRE (mai 2001): la « transparence » sociale, environnementale, territoriale :

L'Article 116 de la Loi introduit l'obligation, pour les entreprises cotées, de publier dans le rapport annuel des informations relatives au gouvernement d'entreprise et à ses impacts environnementaux et sociaux. Extraits :

Le gouvernement d'entreprise :

« Le rapport visé à l'article L. 225-102 rend compte de la rémunération totale et des avantages de toute nature, durant l'exercice, à chaque mandataire social. Il indique également le montant des rémunérations et des avantages de toute nature que chacun de ces mandataires a reçu durant l'exercice de la part des sociétés contrôlées au sein de l'article L. 233-16. Il comprend également la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercées dans toute société par chacun des mandataires durant l'exercice ».



Sur le plan social :

Le rapport doit exposer la manière dont la société prend en compte l'impact territorial de ses activités en matière d'emploi et de développement régional ; il décrit, le cas échéant, les relations entretenues par la société avec les associations d'insertion, les établissements d'enseignement, les associations de défense de l'environnement, les associations de consommateurs et les populations riveraines.

Il doit indiquer l'importance de la sous-traitance et la manière dont la société promeut auprès de ses sous-traitants et s'assure du respect par ses filiales des dispositions des conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail.

Il indiquera en outre la manière dont les filiales étrangères de l'entreprise prennent en compte l'impact de leurs activités sur le développement régional et les populations locales.

Le rapport indiquera la manière dont les filiales étrangères de l'entreprise prennent en compte l'impact de leurs activités sur le développement régional et les populations locales.

Sur le plan environnemental :

- Les démarches d'évaluation ou de certification entreprises en matière d'environnement
- Les dépenses engagées pour prévenir les conséquences de l'activité de la société sur l'environnement
- L'existence au sein de la société de services internes de gestion de l'environnement, la formation et l'information des salariés sur celui-ci, les moyens consacrés à la réduction des risques pour l'environnement ainsi que l'organisation mise en place pour faire face aux accidents de pollution ayant des conséquences au-delà des établissements de la société
- Le montant des provisions et garanties pour risques en matière d'environnement, sauf si cette information est de nature à causer un préjudice sérieux à la société dans un litige en cours
- Le montant des indemnités versées au cours de l'exercice en exécution d'une décision judiciaire en matière d'environnement et les actions menées en réparation de dommages causés à celui-ci
- Tous les éléments sur les objectifs que la société assigne à ses filiales à l'étranger.

Pour en savoir plus : http://www.legifrance.gouv.fr/citoyen/jorf_nor.ow?numjo=ECOX0000021L

Enfin, l'investissement socialement responsable est apparu dans la **loi définissant les modalités du Fonds de réserve des retraites** (juin 2001).

Les référentiels et les étapes incontournables pour un management du développement durable

3.1 Les référentiels : de la déclaration d'intention à la définition d'indicateurs

Les institutions et organisations internationales ont initié des recommandations ou des principes directeurs, qui vont de la simple déclaration à l'établissement de grilles d'indicateurs pour l'action et l'évaluation.

Un défi: le global compact « pacte mondial » de Kofi Annan

Le Pacte Mondial est un appel lancé, en janvier 1999 au Sommet de Davos, par Kofi Annan, secrétaire général des Nations Unies (Prix Nobel de la Paix en 2001). Cet appel met au défi les chefs d'entreprises de contribuer à poser les fondements sociaux et environnementaux nécessaires, pour soutenir une nouvelle économie mondiale et faire en sorte que la mondialisation bénéficie à tous les peuples de la Terre. Il invite le secteur privé à adhérer au Pacte et à travailler avec les Nations Unies, en partenariat avec les organisations syndicales et les ONG, sur la base de neuf principes s'appliquant aux droits de l'homme, aux conditions de travail et à la protection de l'environnement. Le Global Compact a donné une impulsion politique forte à la nécessaire contribution de multinationales aux enjeux mondiaux du développement durable. En revanche, son adhésion par les entreprises ne fait l'objet d'aucune procédure de vérification de ces principes. Certaines d'entre elles ont adopté les principes directeurs du GRI pour l'élaboration de leurs rapports développement durable (entreprises françaises ayant adhéré au global compact : Aventis, Carrefour, EDF, France Telecom, Suez).

Pour en savoir plus : <http://www.unglobalcompact.org>

Des lignes directrices et des indicateurs : Global Reporting Initiative (GRI)

Le GRI a été créé en 1997, à l'initiative du CERES (Coalition for Environmentally Responsible Economies) et le PNUÉ (Programmes des Nations Unies pour l'Environnement). Basé à Amsterdam, il réunit aujourd'hui environ 1500 membres, entreprises, fédérations professionnelles, ONG, experts. Sa mission essentielle consiste à produire des « lignes directrices » pour l'élaboration des rapports annuels de développement durable. Un travail important a été réalisé pour spécifier des normes et indicateurs (plus de 90), d'évaluation de performance, sociaux, environnementaux et économiques. Des grilles de critères ont été élaborées pour harmoniser la communication des performances. Cette initiative marque un progrès important en incitant les entreprises à passer de la déclaration (Engagement, Charte...) à une réelle évaluation des performances, des résultats obtenus et des marges de progrès à atteindre.

Pour en savoir plus : <http://www.globalreporting.org>

Cette initiative
marque un progrès
important en incitant
les entreprises à
passer de la
déclaration à une
réelle évaluation des
performances



Les principes directeurs de l'OCDE (révisés en 2000)

Ces principes directeurs ont été élaborés à l'attention des multinationales par les gouvernements des pays membres de l'OCDE, ainsi que ceux de l'Argentine, le Brésil et le Chili. Ils font partie de la Déclaration de l'OCDE sur l'investissement international et les entreprises multinationales. Objectif : contribuer à améliorer le climat de l'investissement international et à renforcer la confiance mutuelle entre les entreprises multinationales et les sociétés au sein desquelles elles opèrent.

La promotion de ces principes directeurs (non contraignants) revient à des points de contacts nationaux (PCN), qui peuvent fournir des avis si les principes directeurs sont enfreints. Mais ces avis, sans force de loi, n'ont que peu d'efficacité. En France, le PCN est coordonné par le Trésor et réunit représentants du patronat et des syndicats. Il est dommageable que les ONG n'y soient pas associées à part entière.

Faire en sorte que leurs salariés soient bien au fait des politiques de l'entreprise et s'y conforment, notamment par des programmes de formation.

1. Contribuer aux progrès économiques, sociaux et environnementaux en vue de réaliser un développement durable,
2. Respecter les droits de l'homme des personnes affectées par leurs activités, en conformité avec les obligations et les engagements internationaux du gouvernement du pays d'accueil,
3. Encourager la création de capacités locales, en coopérant étroitement avec la communauté locale, y compris les milieux d'affaires locaux, tout en développant les activités de l'entreprise sur le marché intérieur et sur les marchés extérieurs, d'une manière compatible avec de saines pratiques commerciales.
4. Encourager la formation de capital humain, en particulier en créant des possibilités d'emploi et en facilitant la formation des salariés,
5. S'abstenir de rechercher ou d'accepter des exemptions non prévues dans le dispositif législatif ou réglementaire concernant l'environnement, la santé, la sécurité, le travail, la fiscalité, les incitations financières ou d'autres domaines,
6. Appuyer et faire observer des principes de bon gouvernement d'entreprise et mettre au point et appliquer de bonnes pratiques de gouvernement d'entreprise,
7. Élaborer et appliquer des pratiques d'autodiscipline et des systèmes de gestion efficaces qui favorisent une relation de confiance mutuelle entre les entreprises et les sociétés dans lesquelles elles exercent leurs activités,
8. Faire en sorte que leurs salariés soient bien au fait des politiques de l'entreprise et s'y conforment, en les diffusant comme il convient, notamment par des programmes de formation,
9. S'abstenir d'engager des actions discriminatoires ou disciplinaires à l'encontre de salariés qui auraient fait des rapports de bonne foi à la direction ou, le cas échéant, aux autorités publiques compétentes, concernant des pratiques contraires à la loi, aux Principes directeurs ou aux politiques de l'entreprise.

Les référentiels et les étapes incontournables pour un management du développement durable

10. Encourager, dans la mesure du possible, leurs partenaires commerciaux, y compris leurs fournisseurs et leurs sous-traitants, à appliquer des principes de conduite des affaires conformes aux Principes directeurs.
11. S'abstenir de toute ingérence induue dans les activités politiques locales.

Pour en savoir plus : <http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-0-nodirectorate-no-6-26907-0,00.html>
www.oecd.org/daf/investment

Un réseau de multinationales : WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)

Stephan Schmidheiny, chef d'entreprise suisse, fait paraître en 1992 un ouvrage pionnier sur la nécessité de rompre avec un développement destructeur « Changement de cap ». Il fonde à cette époque le BCSD (Business Council for Sustainable Development) qui a fusionné en 1995 avec le WICE (World Industry Council for the Environment). Le WBCSD, basé à Genève, réunit aujourd'hui 160 multinationales et établit des recommandations pour la prise en compte du développement durable dans le monde économique. Des recommandations ont ainsi été conçues pour l'industrie cimentière ou l'industrie automobile (entreprises françaises membres du WBCSD : Adidas-Salomon, Areva, Aventis, EDF, L'Oréal, Lafarge, Michelin, Renault, Suez, Vivendi Environnement).

Pour en savoir plus : <http://www.wbcsd.org>

En France

La charte des entreprises publiques pour le développement durable

En 1999, sous l'impulsion du Comité 21 et de la Commission française pour le développement durable, les présidents de huit entreprises publiques françaises, représentant plus de 413 milliards de francs et 400 000 emplois - ADP, CDC, EDF, GDF, ONF, RATP, SNCF, VNF - ont signé une Charte « dans l'objectif de contribuer à dynamiser les pratiques de développement durable et à les ancrer dans la réalité économique et sociale ».

« Cette Charte constitue en France une première démarche commune de nos entreprises pour affirmer l'intégration du développement durable au sein de nos organisations et de nos stratégies.../... Nous, entreprises publiques.../... avons une responsabilité élargie dans la promotion et la mise en œuvre concrète des valeurs économiques et sociales et de modes de croissance induits par les impératifs actuels et futurs du développement durable ».

La Charte s'appuie sur cinq axes d'engagements : le développement des compétences ; la mobilisation du personnel ; l'expertise technologique ; la recherche ; l'ancrage territorial du développement durable.

Textes de la Charte et des interventions des présidents disponibles sur <http://www.comite21.org>

Nous, entreprises publiques.../... avons une responsabilité élargie dans la promotion et la mise en œuvre concrète des valeurs économiques et sociales



L'AFNOR

L'AFNOR a élaboré au sein d'un groupe de réflexion un guide intitulé « **SD 21 000**, recommandations pour la prise en compte des objectifs du développement durable dans un système de management », à partir de l'analyse des approches, méthodes et outils qui, au niveau mondial, commencent à faire leurs preuves dans ce domaine. Ce guide va faire l'objet d'une large consultation en 2002-2003, avec pour double objectif de recueillir avis et commentaires et d'expérimenter ces recommandations auprès d'acteurs volontaires pour s'assurer de leur application pratique. Une version anglophone sera diffusée auprès des réseaux internationaux investis dans ce domaine.

Pour en savoir plus : <http://www.afnor.fr>

3.3 Les engagements et les étapes incontournables

Le développement durable implique la nécessité d'instaurer, au sein même du management, les principes de responsabilité y compris à long terme, de précaution, de prévention, de transparence, de concertation, inhérentes au concept de développement durable, et de mettre en place les indicateurs qui vont permettre à l'entreprise et à l'ensemble de ses acteurs, de vérifier la validité et l'efficacité des mesures mises en place pour appliquer ces principes.

Les engagements : responsabilité, précaution, transparence, innovation, contribution aux enjeux locaux et mondiaux...

La responsabilité

Les citoyens attendent des entreprises qu'elles reconnaissent et assument la responsabilité humaine et environnementale de leurs activités et de leurs décisions. L'aggravation des risques liés à l'industrialisation et à l'urbanisation a développé au sein de l'opinion une crise de confiance sans précédent. La négociation de l'indemnisation des victimes donne lieu à des tractations qui laissent dans l'intervalle les populations dans la détresse. La sûreté des installations, la faiblesse des réglementations ou de leurs modes de contrôle, l'impunité des dirigeants, sont de plus en plus mises en cause. L'une des recommandations émises par la Communauté européenne dans le livre vert sur la responsabilité sociale est d'« aller au delà des obligations juridiques applicables... ». Les citoyens et les milieux naturels n'ont à assumer ni les conséquences d'activités dangereuses ni les carences de dispositifs réglementaires. Cet engagement de responsabilité conditionne la légitimité de l'activité de l'entreprise.

Les citoyens et les milieux naturels n'ont à assumer ni les conséquences d'activités dangereuses ni les carences de dispositifs réglementaires.

Les référentiels et les étapes incontournables pour un management du développement durable

On peut décliner ce principe aux dégradations des milieux pour lesquelles la répartition des responsabilités est loin d'être juridiquement résolue (les dégazages en mer polluent dix fois plus que les marées noires). Aux pollutions chroniques, aux pratiques de corruption, à l'exportation de déchets toxiques vers les pays en développement... C'est la reconnaissance de cette responsabilité qui rendra "adulte" le concept de développement durable.

... En 1998, Shell a quitté la « Global Climate Coalition » un lobby d'industriels réfutant le réchauffement climatique. ...

“ « Pendant longtemps, l'industrie automobile - et c'est encore vrai dans certains pays - a considéré que la meilleure façon d'assurer son développement était de nier les problèmes environnementaux. C'est un comportement idiot. Le réchauffement climatique est une réalité évidente que nous ne pouvons pas nier. » Intervention de Louis Schweitzer, Président de Renault, au Comité 21, le 15 mars 2001

”

Cette démarche de transparence, en amenant l'entreprise à réaliser un diagnostic de l'ensemble de ses impacts est un gage de progrès et de prévention des risques.

La précaution

Une démarche de précaution fait référence à la nécessité de prévenir tout risque d'atteinte à l'environnement, à la santé, à l'intégrité physique et morale, à la vie... Là encore, au-delà des réglementations applicables dans les pays d'implantation, elle implique discernement et responsabilité dans la politique sociale et environnementale de l'entreprise.

Elle renvoie aussi à un souci de sobriété : produire mieux, consommer moins, consommer mieux. Gérer nos stocks mondiaux avec précaution, c'est reconnaître les déséquilibres passés et actuels et en tirer les conséquences. On sait que les pays développés doivent réduire de manière drastique les impacts de leurs consommations (en particulier énergétiques) pour permettre à la majorité des habitants de la planète d'accéder à des conditions de vie décentes. Les entreprises ont une responsabilité considérable à cet égard, par leurs propres choix de production et de consommation, et par leur capacité d'offre, dans tous les secteurs de la consommation.

La transparence

L'accès à l'information, qui permet de se forger une opinion sur la base d'informations crédibles, donc indépendantes, est désormais une exigence partagée à la fois par les consommateurs et par les milieux financiers. Le « marketing vert », très en vogue dans les années quatre-vingt, ne trompe plus une opinion qui a prouvé sa capacité à sanctionner les effets d'annonce. De même, les déclarations sur le développement durable ne seront prises en compte, qu'à la double condition de n'occulter aucune des dimensions du développement durable et de se traduire dans les faits. Cette démarche de transparence, en amenant l'entreprise à réaliser, en concertation avec les parties prenantes, un diagnostic de l'ensemble de ses impacts et à développer un système d'évaluation et d'information rigoureux, est un gage de progrès et de prévention des risques.



“ « Il faut admettre davantage de transparence, accepter de se soumettre au regard d'autrui. C'est la seule façon d'agir, dans un univers où les règles de production exigent une vigilance de tous les instants, un degré parfait de respect des normes et des précautions. Ce respect est mieux assuré si on est deux à y veiller. C'est ce pluralisme de regards qui, sans doute, a manqué en Europe de l'Est dans l'exploitation des centrales nucléaires, qui ont été et qui sont encore parfois, l'un de nos soucis. » Intervention de François Roussely, Président d'EDF, au Comité 21, le 21 décembre 2001 ”

L'innovation sociale et technologique

Le développement durable définit les conditions de mise en œuvre d'un développement maîtrisé, humainement, écologiquement et socialement acceptable. Les multinationales sont des locomotives essentielles sur l'ensemble de ces fronts. Sur la base de leurs domaines de compétences et de leurs champs d'intervention, leur engagement dans le développement durable passe nécessairement par l'innovation sociale et technologique, par l'expérimentation et la promotion, auprès de leurs fournisseurs et sous-traitants notamment, de modes de production et d'échanges économiques responsables et équitables. Compte-tenu des moyens financiers et de recherche dont elles disposent, elles doivent revendiquer un rôle incitatif dans la reconnaissance et l'ancrage dans le marché de pratiques innovantes et durables: l'écoproduction, l'écologie industrielle, la haute qualité environnementale des bâtiments, le recours aux énergies renouvelables, la non-discrimination à tous les échelons de l'entreprise, l'épanouissement humain et professionnel des salariés, le commerce équitable...

•••Dexia, dans le cadre de ses métiers de gestionnaire de fonds, a développé une offre de plus d'une quinzaine de produits éthiques. Le groupe détenait en juin 2001 6,5 % des parts de marché de l'investissement socialement responsable en Europe. Le groupe a également créé la SICAV Micro-Credit Fund, spécialisée dans le financement des micro entreprises, un des leviers essentiels de l'insertion sociale •••

•••Vivendi Environnement a composté en 2001 environ 40 000 tonnes de déchets végétaux (tailles de haies, tontes de pelouses, élagages) et de déchets de salades issus de l'industrie agroalimentaire, jusqu'alors enfouis en décharge. Le compost est utilisé comme amendement organique accrédité pour l'agriculture biologique (en Angleterre) •••

“ « Nous avons développé la gamme « Monoprix bien vivre », avec des agriculteurs et des nutritionnistes. Par exemple, nous avons constaté que l'introduction du lin dans l'alimentation des poules permet de stabiliser d'une manière naturelle les acides gras essentiels dans les œufs.../...Nous venons de référencer un thé cultivé en Inde du Sud par des petits producteurs, qui respectent les Conventions de l'OIT. Nous avons pris le risque de proposer ces produits, d'un coût de revient plus élevé. Nos consommateurs sont sensibles à l'innovation, aux mouvements sociologiques avancés. Ils ont fait un accueil formidable à ces produits.../... » Intervention de Philippe Houzé, Président de Monoprix au Comité 21, le 13 septembre 2001 ”

Les entreprises sont des acteurs incontournables de la résolution de problèmes clés du développement durable et l'opinion attend d'elles qu'elles prennent une part active à l'instauration de pratiques plus responsables

La contribution aux enjeux locaux, nationaux et globaux du développement durable

Les appels lancés par des personnalités telles que Jacques Delors ou Kofi Annan auprès des grandes entreprises témoignent de la reconnaissance de l'ampleur des impacts, positifs et/ou négatifs, de leurs modes de développement et de leur management. Les entreprises sont des acteurs incontournables de la résolution de problèmes clés du développement durable : lutte contre les inégalités, échanges marchands équitables, accès aux biens essentiels, lutte contre le changement climatique, préservation de la biodiversité, et de la diversité culturelle et économique. Bien entendu, ces enjeux sont avant tout de la responsabilité des institutions internationales et des États. Mais les entreprises ne peuvent faire l'économie d'une réflexion et d'un engagement sur ces enjeux qui sont au cœur de leurs activités. Et l'opinion attend d'elles qu'elles prennent une part active au changement et à l'instauration de pratiques plus responsables. Cette contribution concerne tout particulièrement les entreprises qui gèrent ou qui distribuent des biens collectifs, dont dépendent la vie et le développement humain : air, eau, énergie, santé, alimentation, logement...

● ● ● *Gaz de France est membre fondateur du Fonds prototype Carbone créé à l'initiative de la Banque Mondiale, pour la lutte contre les changements climatiques. Ce fonds finance des projets permettant d'économiser l'énergie et de réduire les rejets de CO2 dans les pays en développement : fermes éoliennes au Maroc et au Costa Rica, biogaz en Inde et en Lettonie... ● ● ●*

“ *« Notre développement international actuel, s'il est facteur de pérennité, nous confronte aussi à des enjeux nouveaux. C'est notamment le contexte socio-économique difficile des pays émergents et notre responsabilité globale face à des enjeux mondiaux comme le réchauffement climatique. Ces responsabilités accrues sont autant de nouvelles attentes qu'expriment chaque jour nos publics: nous devons y répondre » Rapport sur la performance environnementale, sociale et économique 2001 du groupe Lafarge, Editorial de Bertrand Collomb, Président* ”

Et les étapes ? faire partager l'engagement, l'action et l'évaluation

Selon une boucle permanente de concertation, de réflexion stratégique, d'action, d'évaluation...

L'impulsion politique

L'engagement de l'entreprise dans un développement durable sera mesuré à l'aune des avancées effectivement acquises. Le préalable consiste toutefois à définir en concertation et à faire partager les valeurs sur lesquelles s'appuie le projet d'entreprise et auxquelles vont adhérer l'ensemble des échelons de l'entreprise. Le portage de ces valeurs par le dirigeant de l'entreprise va non seulement officialiser le territoire d'intervention au sein duquel va se construire le projet de développement durable, mais bien souvent contribuer à désamorcer les réticences culturelles au sein du management et à susciter l'adhésion progressive de l'ensemble des acteurs de l'entreprise.



“ Il n'est pas contradictoire pour une entreprise qui fait des profits de s'engager dans le développement durable. Toute notre histoire le démontre. Le problème est que la plupart des opérateurs économiques et des autorités gouvernementales ne comprennent pas cela, pour des raisons d'inertie mentale et de manque d'éducation ». Intervention de Pasquale Pistorio, CEO de ST Microelectronics au Comité 21, le 20 juin 2001

Le décloisonnement et la transversalité

Le développement durable suppose une approche systémique, une mise en cohérence de l'ensemble des contraintes et des objectifs environnementaux, sociaux, économiques de l'entreprise. Il faut impérativement intégrer le développement durable dans toutes les composantes du management de l'entreprise et donc décloisonner les directions : ressources humaines, marketing, finances, recherche, développement international...

“ Nous avons mis trois ans pour définir des indicateurs de suivi de performance environnementale qui soient communs à nos trois métiers mondiaux .../... Nous commençons le même travail dans le domaine du social. C'est une démarche transparente et fédératrice, qui responsabilise tous les acteurs de l'entreprise : l'exploitant sur le terrain, le manager, le Conseil d'administration à travers les travaux du Comité d'éthique, d'environnement et du développement durable ». Intervention de Gérard Mestrallet, Président de Suez au sein du rapport d'activité et développement durable 2001

Le diagnostic

Le diagnostic est une étape coutumière dans les méthodes de management ; il va apporter un état des lieux des impacts environnementaux et sociaux de l'entreprise, permettant de définir les marges de progrès et les mesures à mettre en place pour les atteindre. Une stratégie de développement durable implique, dans cette phase de diagnostic, d'aller au-delà de la simple évaluation de l'existant. Il s'agira d'évaluer le positionnement et l'impact de l'entreprise au regard des enjeux du développement durable. D'analyser le contexte social et économique dans lequel s'inscrit l'entreprise, au niveau national, au niveau mondial. De s'interroger sur le capital naturel, écologique, culturel, sociologique, financier... sur lequel se fonde le développement de ses activités. Ce diagnostic consiste ainsi à identifier les éventuelles lignes de fracture, à anticiper sur les nécessaires évolutions de l'entreprise, à projeter des décisions sur le long terme : activités menacées par la réglementation, par le rejet de l'opinion, à court, moyen ou long terme, implantations géopolitiques à risque, choix prioritaires d'investissements ou de diversification... L'association des salariés et des organisations syndicales à ce diagnostic est une des conditions de leur implication concrète dans le projet qui en découlera.

“ Nous verrons, dans le siècle qui vient, une technologie de rupture, avec le déclin des énergies fossiles et la montée en puissance des énergies renouvelables.../... Il existe suffisamment d'énergies renouvelables sur la Terre pour couvrir les besoins énergétiques du futur. Cela ne va pas se faire tout seul. Il faudra faire des efforts en matière de coûts, de stockage, de masse critique ». Intervention de Christian Balmes, président de Shell France au Comité 21 le 5 avril 2002

Les référentiels et les étapes incontournables pour un management du développement durable

Il est aussi indispensable de transmettre au sein de l'entreprise une nouvelle culture de la relation avec les clients, les fournisseurs, les riverains de sites, les administrations et les ONG...

••• Des études de positionnement territorial ont été réalisées entre 1996 et 1999 sur l'ensemble des sites de production des Ciments Calcia. Menées par une équipe de consultants extérieurs, ces études ont permis d'interroger près d'un millier de leaders d'opinion, un panel de clients et l'ensemble des salariés, sur leur vision de l'évolution des territoires concernés à un horizon 10-15 ans. Rapport développement durable 2001 Ciments Calcia •••

La formation au développement durable

La stratégie de développement durable doit être appropriée par tous les échelons de l'entreprise. La crédibilité de l'entreprise sur sa capacité à mettre en oeuvre au quotidien, sur le terrain, les engagements d'innovation qu'elle s'est fixés. Cet objectif passe par un programme de formation initiale et continue sur l'ensemble des implications de la stratégie de développement durable. Il s'agit de faire partager les valeurs de l'entreprise et de mobiliser les salariés, en partenariat avec les représentants syndicaux et les Comités d'entreprises, sur les enjeux sociaux, environnementaux économiques, humains, de son développement, du local au global. Le développement durable implique de nouvelles compétences à tous les échelons de l'entreprise. Si l'on voit apparaître au niveau de la direction de nouvelles fonctions, telles que celle de « déontologue », il est aussi indispensable de transmettre au sein de l'entreprise une nouvelle culture, tant technologique que sociale, de la relation avec les clients, avec les fournisseurs, avec les riverains de sites, avec les administrations, avec les ONG... Si l'ensemble des salariés ne s'approprient pas cette démarche, les progrès risquent de se faire attendre. D'où l'importance d'associer les salariés et les organisations syndicales à tous les stades de construction de la démarche.

Le pilotage

La structure de pilotage est indispensable à l'animation du projet stratégique et à la mobilisation de l'ensemble des directions, de l'ensemble des filiales, de l'ensemble des salariés. Elle va assurer la coordination des démarches de concertation et des processus de négociation, interne et externe, définir les différentes étapes de réalisation et les moyens à mettre en oeuvre, expertiser, valider, actualiser les indicateurs... Les structures de pilotage de ces démarches, encore très émergentes et donc disposant de peu de repères, sont dotées de moyens humains et financiers souvent dérisoires au regard de la responsabilité et du travail colossal qui leur incombent, ne serait-ce que dans la collecte des données nécessaires à l'établissement d'indicateurs de performance...

••• La coordination de la mise en oeuvre de l'Agenda 21 de la Caisse des Dépôts est assurée par une mission développement durable et un Comité directeur développement durable. La mission assure notamment le suivi de tableaux de bord de chacune des directions et l'animation d'un site Intranet destiné à tous les salariés qui propose, entre autres, une base documentaire sur le développement durable, une veille sur la responsabilité sociale et de bonnes pratiques managériales issues de branches ou de filiales. Extrait de l'Agenda 21 du groupe Caisse des Dépôts. •••

La concertation

Les entreprises doivent établir avec leurs parties prenantes une culture de dialogue et de concertation, qui conditionne l'adhésion des interlocuteurs de l'entreprise au projet. Ils seront d'autant plus enclins à y adhérer, qu'ils auront été



Ces processus de concertation, encore balbutiants, doivent s'appuyer sur des règles du jeu clairement définies

associés à son élaboration et à son évaluation. Si ces processus commencent à voir le jour au niveau des groupes, il faut élaborer le même type de démarche au niveau des sites industriels et dans les pays en développement. Un nombre croissant d'entre elles organisent des « stakeholders sessions », en particulier à l'occasion de la préparation ou de la publication de leur rapport développement durable, pour recueillir les avis et propositions des parties prenantes. Ces démarches contribuent à apporter à l'entreprise une évaluation régulière de la stratégie, tant sur l'identification des enjeux, que sur l'évolution des orientations à prendre - au niveau territorial, national, international - à moyen terme et à long terme. Ces processus de concertation, encore balbutiants, doivent s'appuyer sur des règles du jeu clairement définies, sous peine de susciter la défiance des organisations syndicales et des ONG : identification des parties prenantes, périmètre de la concertation, processus d'arbitrage, bilan de la prise en compte des propositions émises... Elles devraient d'ailleurs prendre appui sur l'expertise acquise par un nombre croissant de collectivités en matière de concertation, dans le cadre des groupes de pilotage, chargés de nourrir et d'animer les Agendas 21 locaux, projets territoriaux de développement durable.

••• *Au préalable de la conception de son Agenda 21 de groupe et de son lancement officiel en décembre 2001, EDF a organisé une vaste concertation avec les organisations syndicales et les salariés. 80 000 représentants de l'entreprise ont participé à des forums. 6 000 propositions ont été émises. Parallèlement, la mission développement durable a mobilisé un groupe d'experts et d'ONG, chargé de participer à l'élaboration des indicateurs de développement durable et de vérifier la mise en œuvre effective des objectifs. Extrait du rapport de développement durable 2001*

Depuis 1995, Ciments Calcia a mis en place des commissions de concertation et de suivi de l'environnement, sur l'ensemble de ses sites de production. Elles réunissent une quinzaine de membres : représentants du personnel, élus locaux, administrations, ONG, riverains, et selon le contexte, agriculteurs, représentants de Parcs naturels... Elles peuvent faire appel à des experts, acousticiens, ingénieurs écologues... Tous les projets de développement sont présentés à la commission avant le dépôt de la demande d'autorisation administrative. Extrait du rapport de développement durable 2001 •••

Une évaluation rigoureuse et certifiée ; un rapport pour informer

La transparence de la stratégie de développement durable, condition essentielle de sa légitimité et de sa crédibilité, repose sur deux questions essentielles :

- sur quels indicateurs l'entreprise va-t-elle évaluer et communiquer son efficacité dans sa démarche continue de développement durable ?
- quels sont les processus de certification et de validation de cette évaluation, au niveau territorial, national, international ?

Les référentiels et les étapes incontournables pour un management du développement durable

La liste de ces indicateurs, ainsi que la méthode appliquée pour la mesure et l'évaluation, seront indiquées dans le rapport annuel de développement durable. Il s'agit bien évidemment d'un travail important, en particulier pour l'évaluation de l'existant. Elle peut donc légitimement fixer des échéances ou des étapes pour la réalisation de certains des objectifs. Si l'année 1 du rapport ne peut intégrer l'ensemble des données, il est en tout cas fondamental que l'entreprise exprime, dès le lancement de sa stratégie, une vision politique globale et les évolutions auxquelles elle s'engage, à court ou à moyen terme.

●●● *Le groupe Carrefour a fait appel à la Fédération Internationale des Droits de l'Homme pour former des cabinets d'audits au contrôle des conditions de travail chez ses fournisseurs. 24 audits ont été réalisés en 2000 (Inde, Pakistan, Bangladesh, Vietnam) et 117 en 2001 (Vietnam, Laos, Cambodge, Chine du Nord). Extrait du rapport de développement durable 2001 ●●●*

**Il est fondamental
que l'entreprise
exprime,
dès le lancement
de sa stratégie,
une vision politique
globale et les
évolutions auxquelles
elle s'engage, à court
ou à moyen terme**

En savoir plus

Le Comité 21 - <http://www.comite21.org>

Le Comité 21 réunit 260 adhérents, répartis en quatre Collèges: entreprises, collectivités territoriales, ONG, établissements publics et medias. Le Collège « entreprises » est composé de 73 adhérents, essentiellement entreprises publiques, multinationales et TPE et PME des secteurs de l'environnement et du développement durable (commerce équitable, écodesign et écoproduction, architectes et bureaux d'études HQE, conseil en concertation et en management environnemental...).

Le Programme d'actions « Entreprises 21 » <http://www.entreprises21.org>

En 1999, l'association a créé un programme d'actions intitulé « Entreprises 21 », destiné à promouvoir et à accompagner les entreprises adhérentes dans la conception et la mise en œuvre de stratégies de développement durable. Les travaux de ce programme sont menés dans le cadre d'un groupe de pilotage, réunissant des représentants des quatre Collèges de l'association.

Ce programme a mis en œuvre :

- l'animation d'un groupe de travail sur les entreprises et le développement durable, en coordination avec la Commission française du développement durable, qui s'est traduit par la signature, le 19 octobre 1999, de la Charte des Entreprises Publiques pour le Développement Durable, par les Présidents de huit entreprises: ADP, CDC, EDF, GDF, ONF, RATP, SNCF, VNF.
- La réalisation en 1999, pour le Ministère de l'Aménagement du territoire et de l'environnement, d'une consultation auprès de 110 TPE et PME françaises de l'environnement et du développement durable, pour identifier les besoins de ces secteurs émergents, en terme de partenariats et de financements.
- Un site Internet proposant des informations ressources, en particulier sur les aides proposées aux entreprises pour la mise en œuvre de politiques d'environnement et de développement durable (1 200 aides répertoriées), des textes de référence; des retours d'expériences sur le management du développement durable et sur les pratiques en matière de concertation, de HQE et d'achats « durables »

Par ailleurs, de nombreuses entreprises adhérentes ont participé aux consultations organisées par le Comité 21 en 2001 et 2002 - « Gestion durable des ressources en eau », avec l'Académie de l'Eau, « Initiatives dans la lutte contre les changements climatiques », avec l'ADEME et GDF, « Direction des achats et développement durable », avec le Secrétariat d'État à l'Industrie.

Elles sont également présentes au sein des deux autres programmes permanents du Comité 21 : « Cités 21 » sur les Agendas 21 locaux et les politiques régionales de développement durable, <http://www.cites21.org> et « Contribution des acteurs français aux enjeux mondiaux du développement durable », qui vise à instaurer des plate-forme de partenariats pluri-acteurs pour la coopération internationale.



INDEX DES SITES RESSOURCES INDIQUÉS DANS LE GUIDE

Le développement durable dans le monde

Texte de l'Agenda 21 de Rio
<http://www.comite21.org>

Bilan du PNUÉ
<http://www.unep.org>

Bilan du PNUD
<http://hdr.undp.org>

L'investissement socialement responsable

Aux Etats-Unis: <http://www.sustainability-index.com>

En France: <http://www.eurosif.info/about2.shtml>

Le cadre normatif et réglementaire actuel

Livre vert de la Commission Européenne: "Promouvoir un livre vert pour la responsabilité sociale des entreprises"
http://europa.eu.int/comm/off/green/index_fr.htm

Réponses des partenaires européens à la consultation sur la responsabilité sociale des entreprises
http://europa.eu.int/comm/employment_social/social/csr/csr_responses.htm

Epargne Salariale SA propose un portail internet d'information sur l'épargne salariale
<http://www.epargne-salariale.fr>

Texte intégral de la loi sur les Nouvelles Régulation économiques (NRE)
http://www.legifrance.gouv.fr/citoyen/jorf_nor.ow?numjo=ECOX0000021L

Les référentiels et réseaux

Le « Pacte Mondial » de Kofi Annan
<http://www.unglobalcompact.org>

"Global Reporting Initiative" (GRI)
<http://www.globalreporting.org>

Principes directeurs de l'OCDE
<http://www.oecd.org/EN/document/0,,EN-document-0-nodirectorate-no-6-26907-0,00.html>
www.oecd.org/daf/investment

WBCSD (World Business Council for Sustainable Development)
<http://www.wbcsd.org>

La "Charte des entreprises publiques pour le développement durable"
<http://www.comite21.org>



DES RAPPORTS DEVELOPPEMENT DURABLE DISPONIBLES SUR INTERNET

Caisse des dépôts

http://www.caissedesdepots.fr/fr/devdurable/dev_durable_pres.asp

Ciments Calcia

<http://www.ciments-calcia.fr/fr/developpement/demarche.asp?r=41>

Carrefour

http://www.carrefour.com/docs/carrefour_rapport_fr.pdf

Dexia

http://www.dexia.com/fr/development/docs/susdev_fr.pdf

EDF

<http://developpement-durable.edf.fr/>

GDF

http://www.gazdefrance.com/telechargement/rapports2001/RAPPORT_GDF_ENV_2001.pdf

Lafarge

<http://www.lafarge.fr/lafarge/lafargeV2.nsf/html/FRCODEA6Y?opendocument>

Monoprix

http://www.monoprix.fr/common/res/monoprix/fr/dev_dur_2001/index.htm

Renault

http://www.developpement-durable.renault.com/html/DevDurable_FR_entier.pdf

Shell

http://www.shell.com/home/fr-fr/downloads/connaître_shell/publications/cos_rapport2001.pdf

ST Microelectronics

<http://eu.st.com/stonline/company/environm/report01/index.htm>

Suez

http://www.suez.com/documents/french/instit_2001_fr.pdf

Vivendi Environnement

http://www.vivendienvironnement.com/fr/services/infos/rapport/rapport_enviro.pdf





RESEAUX ET EXPERTISES RESSOURCES AU SEIN DU COMITE 21

Accompagnement stratégique

Gerling Sustainable Development Project :
www.gerling.com-gsdp.marseille@gsdp-gerling.fr

Reporting et conseil stratégique

PricewaterhouseCoopers, département développement durable :
www.pwcglobal.com/fr/environnement-thierry.raes@fr.pwcglobal.com

ManCom Consulting : <http://www.man-com.com>
consulting@man-com.com

Communication éthique et responsabilité sociale

Edelman : <http://www.edelman.com>
marie.rouet@edelman.com

Communication

Agence Verte : vsauet@agenceverte.com
Hickory : agence@hickory.fr

Concertation

C & S Conseils : azfusy@csconseils.fr

Gestion intégrée des problématiques environnementales et énergétiques

Ademe : <http://www.ademe.fr> – contact auprès de
votre délégation régionale (coordonnées sur le site
Internet)

Adage Environnement : adage@wanadoo.fr

Investissement socialement responsable

Terra Nova : <http://www.terra-nova.fr>
<http://www.sri-in-progress.com>
eric.loiselet@terra-nova.fr

Commerce équitable

Max Havelaar France :
<http://www.maxhavelaarfrance.org>
info@maxhavelaarfrance.org
Commerceéquitable.com :
<http://www.commerceequitable.com>
courrier@commerceequitable.com

Eco-conception

O2 France : <http://www.o2france.com>
<http://www.ecodesign.fr>
t.kazazian@o2france.com
Ecoeff : www.ecoeff.com
info@ecoeff.com

HQE

Gilles Olive conseil : gilles.olive@asso.hqe.org
ICEB [Institut des Conseillers Environnement pour le
Bâtiment] : <http://www.associationiceb.org>
jhetzel@hsemanagement.com
Jean BOUILLOT : arch.j.bouillot@wanadoo.fr
Bruno BOSCHETTI : biodomus@club-internet.fr

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

4.1 Les achats, partie intégrante du développement durable

4.2 Et les entreprises ?

4.3 Des marchés émergents à soutenir

4.4 La politique nationale et européenne

4.5 Les labels

4.6 **Quelques exemples :** Le Comité d'entreprise d'ADP, CDC, Carrefour, Ciments Calcia, EDF, GDF, L'Oréal, Monoprix, Shell France et Angers, la Communauté Urbaine de Dunkerque, Lille, la Campagne Max Havelaar

Dans le contexte de l'organisation en 2002 du Sommet Mondial du Développement Durable de Johannesburg, le Comité 21 a souhaité consacrer le dossier spécial de ce guide au thème des "achats responsables". L'intégration opérationnelle du développement durable au sein de la direction des achats des entreprises, est pourtant encore très émergente, comme on le verra dans les quelques exemples de réalisation. Un long chemin reste à parcourir pour créer les conditions optimales d'un rapprochement de l'offre et de la demande.

Il apparaît d'autant plus important de mettre l'accent sur les impacts environnementaux et sociaux des décisions des acheteurs, et de rappeler la responsabilité des entreprises, et en particulier des multinationales, dans la mise en œuvre concrète des principes de précaution écologique, de respect des droits fondamentaux et d'instauration de règles équitables dans les échanges économiques, qui président aux engagements pour des achats responsables.

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

Le Comité 21 a créé, début 2002, avec le concours du Ministère délégué à l'Industrie et de la Délégation interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Economie Sociale, un groupe de travail réunissant une trentaine d'adhérents, dont la mission est double :

- Apporter des repères aux acheteurs collectifs : entreprises, collectivités, établissements publics, dans la mise en œuvre de politique d'achats responsables, en particulier par le "décryptage" des démarches, par la mise en réseau de bonnes pratiques et par l'identification de filières pérennes
- Promouvoir les filières du commerce équitable auprès des acheteurs collectifs en France

Une première consultation sur les pratiques d'achats responsables a été organisée cette année auprès des adhérents ; elle a permis d'identifier les expériences pionnières et de mettre en évidence des besoins d'information et de formation cruciaux dans ce domaine. Les réponses témoignent aussi de l'entrée progressive de la problématique des achats dans les stratégies de développement durable (Agendas 21 locaux, politiques régionales, préparation des rapports développement durable de grandes entreprises).

Nous remercions les membres du groupe de pilotage qui nous accompagnent dans cette démarche de mobilisation : la Plateforme Française du Commerce Equitable, Max Havelaar France, la Confédération du Logement et du Cadre de Vie, WWF France, Commerceequitable.com, EDF, O2 France, Shell, le Cercle national du recyclage, la Région Nord Pas-de-Calais, l'Agence Régionale de l'Environnement de Midi Pyrénées, les Villes d'Angers et de Lille et la Communauté Urbaine de Dunkerque, le Bureau du Verdissement et de l'Emploi Solidaire (BVES) du Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable, la Délégation interministérielle à l'Innovation Sociale et à l'Économie Sociale, l'AFNOR, l'ADEME.

Pour toute suggestion ou demande d'information : sacquet@comite21.asso.fr





4.1 Les achats, partie intégrante du développement durable

Quel(s) sens donner aux « achats durables » ? sur quelles valeurs s'appuient-ils ?

Il existe, en France et dans de nombreux pays européens, une tradition déjà ancienne de consommation grand public citoyenne, souvent appelée « consommation éthique » se traduisant par des choix d'achats dépassant le simple rapport qualité-prix, pour intégrer la prise en compte de valeurs, telles que le respect de l'environnement, le respect des droits de l'homme ou la solidarité envers les populations démunies, proches ou plus lointaines.

Cette consommation citoyenne est une demande d'alternative aux modèles dominants de production et de répartition des richesses

Cette consommation citoyenne est une demande, implicite ou explicite, d'alternative aux modèles dominants de production et de répartition des richesses. Elle connaît depuis une dizaine d'années un essor significatif. La multiplication des risques environnementaux et sanitaires, en particulier dans le secteur sensible de l'alimentation, le développement de l'information sur les coûts directs et indirects des catastrophes et des pollutions, la mobilisation conjuguée des ONG pour dénoncer l'exploitation des pays du Sud, amènent une part croissante des consommateurs à adopter un comportement sélectif. L'Agenda 21, adopté par 173 Chefs d'État et de gouvernements au Sommet de la Terre de Rio en 1992, a légitimé et amplifié ce mouvement, en recommandant la mise en place urgente de modes de production et de consommation responsables.

Cette consommation citoyenne repose, en fait, sur plusieurs approches complémentaires.

Les achats plus respectueux de l'environnement (achats dits « verts »)

Une démarche d'achats plus respectueux de l'environnement, telle que définie dans la politique de verdissement des administrations notamment, consiste à sélectionner des approvisionnements aux impacts les moindres possibles sur l'environnement. Parmi les premières gammes « popularisées » de produits verts, on peut citer les lignes de papeterie recyclée, les produits de soins ou d'entretien rechargeables, limitant la production et le traitement des emballages, les produits de l'agriculture biologique, ceux-ci étant motivés par des choix tant sanitaires qu'environnementaux. Monoprix a été, en France, un distributeur pionnier en la matière. Le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable prépare actuellement un site d'information sur les produits plus respectueux de l'environnement (cf. infra : des marchés émergents).

Les achats « solidaires »

C'est peut-être la forme de commerce alternatif la plus connue du grand public. Elle consiste à acheter des produits fabriqués par des associations ou d'insertion professionnelle de personnes à mobilité réduite ou de jeunes en réinsertion... ou des produits dont une partie des ventes est reversée à des associations d'environnement ou de solidarité. Les exemples foisonnent : les cartes de Noël de l'Unicef, les produits d'Handicap International ou les catalogues WWF...

Portail des achats solidaires : <http://www.bootiketik.com/>

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

Les achats « éthiques »

La consommation éthique se réfère à la responsabilité sociale des acheteurs sur le respect des droits de l'homme. Elle dénonce les menaces contre l'intégrité physique et morale des populations et des travailleurs, les pratiques de discrimination raciale ou sexuelle, l'exploitation des enfants, le travail forcé... Elle vise en particulier à faire respecter des conditions sociales et environnementales minimales - liberté syndicale, conditions de travail et rémunérations décentes - fondées sur les textes internationaux tels que ceux de l'OIT (Organisation Internationale du Travail). En France, un travail important d'information, de sensibilisation et de mobilisation, est coordonné par le Collectif « De l'éthique sur l'étiquette », tant auprès des consommateurs que des distributeurs. Ce Collectif, qui rassemble 53 associations et syndicats, promeut la création d'un label social pour apporter aux acheteurs des repères sur les engagements apportés par les produits se réclamant d'une production « citoyenne ».

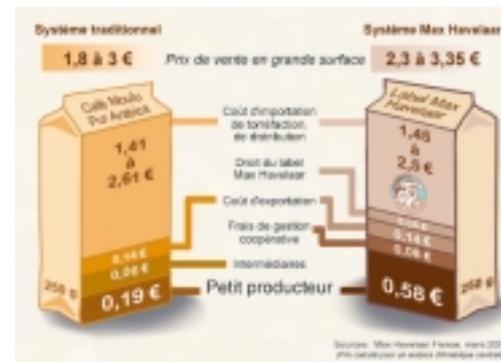
Pour en savoir plus : « De l'éthique sur l'étiquette » : <http://www.crc-conso.com/etic/>

Le commerce équitable.

Le commerce équitable, en adoptant une approche intégrée et en se référant explicitement aux principes du développement durable, est une démarche particulièrement aboutie d'achats « durables ». Il garantit aux producteurs et à leurs familles un revenu décent - en particulier en garantissant un prix minimum d'achat pour les récoltes - et les engage à un mode de production plus respectueux de l'environnement. En préconisant une régulation des règles commerciales, en instaurant des critères à la fois environnementaux et sociaux, le commerce équitable est une des voies essentielles pour la mise en oeuvre concrète de modes de production et de répartition des richesses plus conformes à une communauté responsable. Loin de se positionner comme une alternative, le commerce équitable s'appuie sur des principes partagés par une part croissante de la société civile, des pays développés comme des pays en développement, qui « ont trait aux droits élémentaires de l'homme et à la transparence des relations permettant à chacun de faire valoir ses droits ». De nombreuses associations, d'envergure internationale, plaident pour une prise de position plus déterminée des États et des institutions internationales dans le développement du commerce équitable. Ces engagements impératifs, ainsi que les critères de progrès auxquels ils renvoient, sont énoncés au sein d'une « charte du commerce équitable » consultable sur :

<http://www.commerceequitable.org/fra/plate.php?txtid=2>

Comparons la décomposition du prix, par exemple d'un paquet de café issu du commerce équitable avec celui d'un paquet de café issu du commerce « classique » :



Le commerce équitable est une des voies essentielles pour la mise en oeuvre concrète de modes de production et de répartition des richesses plus conformes à une communauté responsable



Le chiffre d'affaires du commerce équitable au niveau mondial est évalué à 400 millions de dollars US par an soit 0,008 % du commerce mondial (5 000 milliards de dollars/an). (Source: Etude Mondiale sur le Commerce Equitable, Alter Eco PwC Conseil, mai 2001)

Une étude concernant le comportement des consommateurs français face au commerce équitable a été réalisée par Alter-Eco. Elle souligne notamment la forte accélération depuis 2 ans du taux de notoriété assistée du commerce équitable: de 9 à 33,75 %

Le résultat de cette étude est disponible sur : http://www.alter-eco.com/etude/index_fichiers/frame.htm

4.2 Et les entreprises ?

Les choix opérés par l'entreprise pour la restauration collective, par exemple, peuvent influencer, positivement ou négativement, sur la qualité de la production agricole.

L'entreprise qui s'engage dans une stratégie de développement durable est, à plusieurs titres, concernée par le caractère « durable » de ses achats. Les achats des entreprises, et en particulier des multinationales ou des PMI d'envergure internationale, ont des impacts considérables, à la fois sur les écosystèmes, sur les structures sociales, locales et internationales, sur les marchés des matières premières, sur le maintien ou la création de secteurs d'activités... Et on voit difficilement comment, revendiquant une démarche de progrès et d'innovation, tant sociale que technologique, elle pourrait se situer en deçà d'un mouvement porté par les consommateurs eux-mêmes. Il faut, bien entendu, souligner que, contrairement à l'individu-consommateur-citoyen, une entreprise a de nombreuses étapes, culturelles, juridiques, méthodologiques, à franchir pour passer de la décision à la mise en œuvre effective.

Les impacts environnementaux et sanitaires :

Les choix opérés par l'entreprise pour la restauration collective, par exemple, peuvent influencer, positivement ou négativement, sur la qualité de la production agricole. Ses approvisionnements énergétiques, les matériaux de construction ou les revêtements utilisés pour les bâtiments, ses gammes de produits de chauffage et de climatisation, provoquent des émissions de gaz à effet de serre et des nuisances, sanitaires et environnementales. Les voyages d'affaires peuvent porter atteinte à la dégradation de sites naturels...

Les impacts sur la qualité environnementale des fournisseurs et sous-traitants :

Les grandes entreprises françaises, et en particulier, les entreprises publiques, ont une responsabilité dans l'amélioration de la qualité environnementale du tissu de PME-PMI, qui constituent la majorité de la production de biens et de services. C'est à elles que revient le rôle d'introduire la notion de management environnemental chez leurs fournisseurs et sous-traitants. Ce rôle se traduit par l'élaboration de cahiers des charges intégrant des spécifications

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

Les grands acheteurs sont des leviers incontournables pour l'émergence et le développement de nouvelles filières

environnementales ; il peut aller au delà, avec un accompagnement en formation initiale ou continue, en réalisation de diagnostics, en mise à disposition de journées-experts. C'est le cas aujourd'hui d'entreprises telles que la Caisse des Dépôts, Renault, L'Oréal ou Calcia. Cet accompagnement pourrait d'ailleurs être réalisé en coordination avec les établissements publics, tels que l'ADEME, et avec les collectivités territoriales et en particulier les Régions.

Les impacts sur l'innovation technologique, environnementale, sociétale :

Les grands acheteurs, entreprises, collectivités, administrations sont des leviers incontournables pour l'innovation et, par voie de conséquence, pour l'émergence et le développement de nouvelles filières. Monoprix ou Carrefour, par exemple, en proposant des rayons de produits issus de l'agriculture biologique, ont garanti la pérennité d'exploitations. Les 3 Suisses, en alimentant un certain nombre de sites à l'énergie éolienne, ont contribué à la reconnaissance de cette énergie, à une époque difficile pour les producteurs français. Les entreprises qui s'approvisionnent en produits issus du commerce équitable (le café Max Havelaar, par exemple), soutiennent le développement de communautés rurales.

Les décisions des directions des achats sont donc partie intégrante de la responsabilité sociale, sociétale et environnementale de l'entreprise. Actuellement, les directions des achats sont encore très peu associées aux structures stratégiques mises en place par les entreprises - à l'exception du cas particulier des distributeurs - pour définir les champs et les conditions de mise en œuvre du développement durable. Elles peuvent pourtant jouer un rôle très mobilisateur en interne, en associant les différentes directions de l'entreprise, les salariés, les comités d'entreprise, aux choix concrets engagés.

Le préalable à toute stratégie d'achats est la réalisation d'un **diagnostic des impacts de l'ensemble des achats, produits ou services** (les gammes de produits couramment analysées : papeterie, informatique, bureautique, véhicules, mais aussi mobilier, matériaux de construction, énergie, téléphonie, voyages, restauration...). Ce diagnostic fournira à l'entreprise **l'évaluation sociale et environnementale et la traçabilité** de ses produits et services.

La démarche suivante consiste à concevoir des lignes directrices de la politique d'achats qui fixera les objectifs et les engagements que se donne l'entreprise pour intégrer les valeurs et les critères du développement durable au sein de la direction des achats, sur le court, moyen et long terme, y compris par étapes successives. Cette démarche est essentielle pour apporter des repères à l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise : directions, salariés, fournisseurs et sous-traitants, ONG, administrations... Elle permettra également en accordant "officiellement" un rôle déterminant à la direction des achats, de motiver les représentants de cette direction, pour la tâche qu'elle devra porter et faire partager par toute l'entreprise.

Sur la base de ces lignes directrices - qui pourront être actualisées au fur et à mesure de la réalisation des étapes successives, des résultats acquis ou non et des évolutions réglementaires, technologiques et sociétales - on passera à **l'élaboration de spécifications** par gammes de produits.



Si les critères environnementaux commencent à apparaître dans les cahiers des charges - en s'appuyant en particulier sur les labels et les réglementations nationales et européennes - la prise en compte de la solidarité ou du commerce équitable en est aux prémices. Le commerce équitable est pourtant un des principes fondateurs du développement durable. Là encore, c'est à l'administration et aux grandes entreprises de montrer la voie d'une attitude plus conforme aux enjeux du développement durable et aux aspirations de la société.

4.3 Des marchés émergents à soutenir

Le prix

C'est à l'administration et aux grandes entreprises de montrer la voie d'une attitude plus conforme aux enjeux du développement durable

Le prix est la principale cause de réticence exprimée par des acheteurs potentiels: l'achat d'un "produit durable" impliquerait un surcoût par rapport à un produit non durable. Or le surcoût n'est pas inéluctable. Et le principe même du développement durable consiste à passer d'une croissance destructrice pour les hommes et l'environnement à un mode de développement, fondé sur l'équité et la prévention des risques et des pollutions. Il amène donc à intégrer les coûts directs et indirects des impacts environnementaux et sociaux.

1. Certes, le travail des enfants, l'exploitation des travailleurs clandestins, l'extraction des ressources minières, agricoles, forestières des pays du Sud à des prix dérisoires, la dégradation des ressources naturelles, le dégazage en mer... réduisent considérablement les coûts de production. En revanche, le commerce équitable (exemple de décomposition du prix d'un paquet de café en 4.1) induit un surcoût, qui tend d'ailleurs à se réduire avec le développement des filières. Les agriculteurs biologiques, quant à eux, grâce à des pratiques responsables, évitent à la collectivité d'assumer les coûts de nappes et de sols contaminés par les produits chimiques. Quelle société veut-on construire? Jusqu'où est-on prêt à mettre en œuvre dans les faits le développement durable?

2. Le surcoût est loin d'être inéluctable. Parmi les catégories de produits qui ont pris des parts significatives de marché, on trouve aujourd'hui des gammes de papiers, produits d'entretiens, peintures, offrant des garanties environnementales... aux mêmes niveaux de prix que des produits « non durables ». Les entreprises, au même titre que les autorités publiques et locales, ont un rôle moteur à jouer pour stimuler l'innovation et permettre à ces offres émergentes de passer de la niche au marché.

3. L'analyse du coût ne doit pas se limiter au prix d'achat. Les achats éco-efficaces peuvent engendrer des économies de fonctionnement non négligeables. L'utilisation d'ampoules basse consommation, par exemple, allège considérablement la facture d'énergie. Sur le même schéma, la direction des achats doit veiller à la prévention des risques sanitaires ou environnementaux liés aux achats, source de risques, y compris financiers. L'amiante en est un bon exemple.

Les distributeurs pionniers, tels que Monoprix ou Carrefour, ont largement contribué à l'amélioration de l'offre

Les approvisionnements

Le véritable enjeu du développement d'achats responsables est le rapprochement de l'offre à la demande, en terme de volumes et de pérennité des filières d'approvisionnement et en terme d'identification des produits et fournisseurs.

1. Dans des catégories de produits comme le papier recyclé, les produits d'entretien, plus respectueux de l'environnement, les produits issus de l'agriculture bio, le café labellisé Max Havelaar... l'offre s'est progressivement adaptée aux attentes des acheteurs.
2. Les entreprises qui s'engagent dans des politiques d'achats durables, les distributeurs pionniers, tels que Monoprix, Leclerc, Auchan et plus tard Carrefour, ont largement contribué à l'amélioration de l'offre, en qualité et en quantité. Quelques entreprises, publiques et privées, accompagnent leurs fournisseurs dans l'élaboration de cahiers des charges ou dans la formation. Les politiques publiques devraient quant à elles renforcer un rôle incitatif encore très faible dans ce domaine.
3. L'information : à l'initiative du MEDD, Bio Intelligence Service, Andersen et O2 France préparent une base de données sur 36 familles de produits. Définissant les caractéristiques environnementales de chaque famille, mais aussi de chaque produit, ainsi que le niveau d'offre du marché, elle sera accessible sur Internet. Une première liste de 8 familles devrait être disponible d'ici fin 2002.

Liste de produits disponibles :

Produits issus du commerce équitable : <http://www.maxhavelaarfrance.org>

Produits solidaires : <http://www.bootikethic.com>

Produits écolabellisés : <http://www.afnor.fr>

Produits recyclés : <http://www.produits-recycles.com>

Guide pratique d'achats publics verts proposé par la Commission Européenne : http://europa.eu.int/comm/environment/index_fr.htm

4.4 Les politiques nationale et européenne

Le « verdissement » des administrations : « pour une administration plus respectueuse de l'environnement »

En 1995, lors du sommet du G7 à Hamilton (Canada), les Ministres de l'environnement ont préconisé la mise en œuvre, dans les activités internes des administrations, de démarches qualifiées de « verdissement ». En France, cette démarche repose sur un comité de pilotage interministériel : le Bureau du Verdissement et de l'Emploi Solidaire (BVES). Les enjeux



sont de 3 types : la préservation de l'environnement ; des économies budgétaires ; des emplois préservés, voire créés, dans des domaines, tels que l'énergie, l'eau, les déchets, les achats, les véhicules, le non-bâti et les bâtiments.

En ce qui concerne les achats, la politique consiste à développer des approvisionnements plus respectueux de l'environnement, dans l'objectif de réduire les impacts sur l'environnement liés à la commande publique et de créer un effet d'entraînement sur le marché.

Elle implique que l'on s'interroge sur l'ensemble des éléments associés au produit : ses emballages, ses consommables, que l'on identifie l'offre d'écoproduits, c'est-à-dire de produits offrant des impacts moindres sur l'environnement, à un coût global équivalent ou inférieur, tout en respectant un processus transparent, non discriminatoire et objectif

Différents labels permettent d'identifier les produits susceptibles de répondre aux objectifs d'une telle politique (cf. les labels).

L'information et la formation

***Le Bureau du
Verdissement et de
l'Emploi Solidaire
(BVES) a créé
un module
de formation
consacré aux achats***

Le bureau du verdissement des administrations du Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable (MEDD), a créé un module de formation consacré aux achats, afin de sensibiliser les décideurs, élus ou chefs de service, à cette démarche et de renforcer la capacité des acheteurs publics à définir une politique d'achats. Elle est dispensée sur deux jours et propose les modules suivants :

Introduction aux achats "verts"

- les achats verts : définitions, objectifs
- la qualité écologique des produits : notions clés
- l'offre d'écoproduits : connaître et reconnaître
- les pièges à éviter, les pistes pour agir

Les achats "verts" en pratique

- le code des marchés publics
- les grands principes de la réforme
- les possibilités offertes pour intégrer l'environnement
- le dispositif de formation et d'information des acheteurs publics

Une publication du MEDD, Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable et de l'ADEME (Agence de l'Environnement et de Maîtrise de l'Energie) explicite les composantes du « verdissement ».

Pour plus d'infos : <http://www.environnement.gouv.fr/> ***ou*** <http://www.ademe.fr/>

Le nouveau code des marchés publics

En France :

La réforme française du Code des marchés publics, entrée en vigueur en septembre 2001, offre des possibilités pour intégrer des préoccupations environnementales dans la commande publique, sous réserve que celles-ci ne soient pas discriminatoires à l'égard des candidats potentiels. à travers la mise en application des articles 5, 6, 14 et 53, au niveau de :

- la définition des besoins à satisfaire, qui se concrétise dans la rédaction de l'objet du marché et dans la référence aux normes ou aux labels écologiques nationaux et internationaux.
- la définition des conditions d'exécution d'un marché, qui peut viser à promouvoir l'emploi des personnes rencontrant des difficultés particulières d'insertion, à lutter contre le chômage ou à protéger l'environnement.
- la sélection des candidatures (Article 45 1)

Au titre de l'évaluation des capacités techniques et professionnelles des entreprises candidates, l'existence d'un système de management environnemental peut constituer un élément favorable d'appréciation du matériel technique de l'entreprise, sans que cela soit discriminatoire.

- le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse (article 53 2) : parmi la liste indicative des critères de choix de l'offre, au moins 4 d'entre eux peuvent être utilisés par l'acheteur public pour une approche environnementale de l'analyse des offres : le coût d'utilisation, la valeur technique, les qualités esthétiques et fonctionnelles, le service après-vente et l'assistance technique.

Pour plus d'infos : <http://www.finances.gouv.fr/daj/regl/codemp.htm>

Ce site propose le texte du nouveau code des marchés publics, et une série de questions/réponses sur l'interprétation du texte.

En Europe :

Au niveau européen, il existe une communication interprétative de la commission sur le droit des marchés publics et sur les possibilités d'intégrer des considérations environnementales (COM 2001 274 final). « Les pouvoirs adjudicateurs sont libres de définir pour des aspects spécifiques qu'ils exigent, un niveau de protection de l'environnement plus élevé que celui fixé par la législation ou par les normes, à condition que le niveau exigé ne réduise pas l'accès au marché et ne mène pas à une discrimination au détriment de soumissionnaires potentiels ». Le texte ajoute : « Les frais engagés au cours du cycle de vie d'un produit et supportés par le pouvoir adjudicateur peuvent être pris en compte pour l'évaluation de l'offre économiquement la plus avantageuse ».

Texte intégral sur : http://europa.eu.int/eur-lex/fr/com/cnc/2001/com2001_0274fr01.pdf

Les frais engagés au cours du cycle de vie d'un produit peuvent être pris en compte pour l'évaluation de l'offre économiquement la plus avantageuse



A consulter également sur le site d'EPE « European Partners for Environment », des guidelines pour les achats verts :

<http://www.epe.be/workbooks/gpurchasing.index.html>

4.5 Les labels

Le label garantit qu'un organisme, en général indépendant, a vérifié la conformité d'un produit à des critères imposés. Ces derniers sont réévalués régulièrement, afin de tenir compte des évolutions technologiques ou sociales. Les pages suivantes proposent une sélection de labels, fondée sur à la fois la qualité des critères et l'efficacité de la certification.

Les labels et logos écologiques

Les écolabels officiels

Ils répondent à un double objectif :

- informer les consommateurs de l'impact des produits sur l'environnement
- encourager la fabrication, la commercialisation et l'usage d'écoproduits

L'écolabel européen



Créé en 1992, le label écologique européen est attribué, en France, par l'AFNOR (Association Française de Normalisation), à des produits respectant un cahier des charges environnemental très précis. Reconnu dans les 15 pays de l'Union européenne, il est caractérisé par son logo : une petite fleur verte et bleue aux 12 pétales en forme d'étoiles. Liste des produits consultable sur le site de l'écolabel européen : <http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/>

La marque française : NF Environnement



Créé en 1991, c'est le label écologique français. Il certifie des produits qui présentent des impacts moindres sur l'environnement, tout en ayant une aptitude à l'usage au moins équivalente à des produits similaires. Géré par l'AFNOR, il est représenté par un logo type, attestant de la conformité du produit à des critères préétablis, spécifiques à chaque catégorie de produits.

Liste actualisée des produits : <http://www.marque-nf.com/frpage/cadrenfenvironnement.htm>

Dossier spécial : direction des achats et développement durable



L'écolabel allemand : Ange Bleu

Créé en 1977, ce premier programme d'éco-étiquetage fait encore aujourd'hui figure de pionnier et référence en la matière.

<http://www.blauer-engel.de>



L'écolabel nordique : Cygne Blanc

Le cygne, créé en 1989, est le label scandinave qui regroupe la Norvège, la Suède et le Danemark.

<http://www.sfs.fi>



L'écolabel hollandais : Milieukeur

Créé en 1992, le poing néerlandais est fondé sur les principes de l'écolabel allemand Ange Bleu.

<http://www.milieukeur.nl>



L'écolabel canadien : Environmental Choice

Lancé en juin 1988 par le Ministère de l'environnement

<http://environmentalchoice.com>

Les labels officiels de l'agriculture biologique

L'Agriculture Biologique recourt à des pratiques culturales et d'élevage soucieuses du respect des équilibres naturels. Ainsi, elle exclut l'usage de pesticides, d'engrais chimiques ou solubles, et limite l'emploi d'intrants. Depuis la crise de la "vache folle", les produits issus de l'agriculture biologique commencent à faire leur apparition dans la restauration collective, en particulier dans les cantines scolaires et les restaurants d'entreprises.



Le logo Bio Européen

En mars 2000, la commission européenne a créé ce logo "Agriculture Biologique, système de contrôle CE" afin d'indiquer aux consommateurs les produits issus à 95 % au moins d'une production biologique provenant du territoire de l'Union Européenne.

Pour plus d'infos : http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/index_fr.htm

Depuis la crise de la "vache folle", les produits issus de l'agriculture biologique commencent à faire leur apparition dans la restauration collective



La marque AB, Agriculture Biologique

Propriété du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, la marque AB est apposée aux produits issus d'un mode de production biologique.

Elle garantit :

- le respect de la réglementation européenne pour la production végétale (ou d'origine)
- le respect d'un cahier des charges homologué par les pouvoirs publics pour la production animale (ou d'origine)
- que l'aliment est composé au moins de 95 % de produits issus de l'agriculture biologique
- que l'aliment a été contrôlé par un organisme certificateur comme Ecocert.

La liste des organismes certificateurs se trouve sur : <http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/agri/orgacertifi.html>

Pour plus d'infos : <http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/agri/welcome.html>

A côté des labels officiels, il existe de nombreuses initiatives privées :

Economie d'énergies



Le label Energy Star

Ce label américain garantit une optimisation de la consommation d'énergie des équipements bureautiques (ordinateurs, photocopieurs...). Il impose notamment un seuil de consommation en veille à ne pas dépasser. Pour plus d'infos : <http://www.energystar.gov/>

Un programme de coopération entre l'Union Européenne et les États-Unis, concernant l'étiquetage des produits économes en énergie, devrait être formalisé sous peu. Les producteurs et vendeurs, dans un premier temps d'appareils grand public, pourront adhérer au programme et apposer sous certaines conditions le logo "Energy Star". L'objectif de ce programme est de réaliser des économies d'énergie de l'ordre de 10TWh d'ici 2015, soit l'équivalent d'une réduction de 5 millions de tonnes de CO₂. (Source : Le Moniteur, 11 mars 2002)

Gestion durable des forêts



Le label FSC (Forest Stewardship Council). Créé par des ONG au début des années quatre-vingt-dix, il figure sur le bois et les produits en bois provenant de forêts certifiées à "gestion forestière écologiquement appropriée, socialement bénéfique et économiquement viable". Il est particulièrement bien adapté à la labellisation de grandes parcelles puisque cette dernière est attribuée par unité économique, autrement dit pour chaque propriétaire.

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

Le WWF (première organisation mondiale de protection de la nature) a entrepris la création d'un réseau d'entreprises s'engageant à commercialiser du bois certifié FSC: Carrefour, Nature et Découverte, Castorama, les 3 Suisses... Actuellement 23 millions d'hectares de forêts sont certifiés FSC dans le monde, dont 70 % en Europe. Pour plus d'infos: <http://www.fscoax.org/>

La marque PEFC (Pan-European Forest Certification ou Programme Européen des Forêts Certifiées)



Marque de certification d'une gestion durable des forêts, elle a été créée en juin 1999, à l'initiative de professionnels européens de la forêt. La marque PEFC garantit ainsi au consommateur qui achète un produit en bois qu'il contribue à la gestion durable des forêts, selon les critères définis par les résolutions d'Helsinki en 1993 et Lisbonne en 1998 sur la protection des forêts d'Europe. A l'heure actuelle, 43 millions d'hectares de forêts sont certifiés PEFC à travers le monde.

Pour plus d'infos: <http://www.pefc.org>

A consulter: l'étude comparative des différents labels de gestion forestière du WWF
<http://www.wwf.fr/pdf/derrierelelabel.pdf>

De nombreux efforts concernant la qualité mécanique et esthétique du papier recyclé ont été réalisés ces dernières années



Produits recyclés :

A l'heure actuelle, les logos caractérisant les produits recyclés ne concernent quasiment que le papier et les cartons. Le recours au papier recyclé permet de protéger l'environnement (par une réduction de l'exploitation des ressources forestières) et de limiter l'utilisation des ressources naturelles (le papier recyclé consommant moins de bois, d'eau et d'énergie pour sa fabrication). De nombreux efforts concernant la qualité mécanique et esthétique du papier ont été réalisés ces dernières années.

L'association APUR (Association des Producteurs et des Utilisateurs de papiers cartons Recyclés) a mis en place un logo afin d'offrir une garantie quant au taux d'utilisation des Fibres Cellulosiques de Récupération (FCR) pour la fabrication du produit. Ce taux est mentionné à côté du logo, ici de 100 %. Pour plus d'infos: <http://www.apur-papiersrecycles.com>

Autres labels concernant le recyclage :



Le point vert d'Eco-Emballages

Le logo d'Eco-Emballages ne signifie pas que le produit sur lequel il est apposé sera recyclé. Il indique que l'industriel fabriquant le produit verse une contribution à Eco-Emballages; cette société, créée en 1992, est dotée d'une mission d'intérêt général: instaurer un financement pérenne de la valorisation des emballages en faisant participer les entreprises au financement du recyclage



des emballages qu'elles génèrent. Aujourd'hui, près de 10 000 industriels s'acquittent d'une contribution financière annuelle, confiant à Eco-Emballages la responsabilité de valoriser leurs emballages. Cette participation financière qui, en 2002, représente un total de 280 millions d'euros, est modulée, suivant le poids et le nombre de l'emballage mis sur le marché, et les coûts liés à sa collecte, son tri et son recyclage. L'application du principe pollueur-payeur permet d'aider financièrement les collectivités à mettre en place des systèmes de collecte sélective. Pour plus d'infos: <http://www.eco-emballages.com>

La norme ISO 14 021 sur les auto-déclarations environnementales :

On trouve sur le marché de nombreux labels auto-déclarés, dont il est parfois difficile d'identifier la pertinence, du fait des imprécisions entourant, non seulement les critères pris en compte, mais aussi les initiateurs. La norme ISO14021, relative aux auto-déclarations environnementales, a été élaborée en septembre 1999.

- * Elle proscrit les déclarations imprécises telles que "vert", "soucieux de l'environnement", "respecte la planète"...
- * Elle interdit toute déclaration mentionnant le développement durable, notion complexe en cours de vulgarisation.
- * Elle préconise la plus grande prudence face à l'usage de "sans" comme "papier sans chlore" par exemple.

Elle définit 12 catégories possibles de messages auto-déclarés :

- contenu en recyclé
- économe en ressources
- énergie récupérée
- réduction de déchets
- consommation énergétique réduite
- économe en eau
- longue durée de vie
- réutilisable ou re-remplissage
- recyclable
- conçu pour le désassemblage
- compostable
- dégradable

Pour plus d'infos : <http://www.afnor.fr>

Les labels et normes à vocation sociale :

La responsabilité sociale



La norme Social Accountability 8000, SA 8 000

Cette norme spécifie des exigences de responsabilité sociale pour permettre à une entreprise de :

- a) développer, tenir à jour et appliquer des politiques et procédures afin de gérer les questions sur lesquelles elle exerce un contrôle ou une influence
- b) démontrer aux parties intéressées que les politiques, procédures et pratiques sont conformes aux exigences de la présente norme

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

Les exigences de cette norme seront universellement applicables, quels que soient la situation géographique, le secteur et la taille de l'entreprise.

Énoncée par le CEPAA (Council on Economic Priorities Accreditation Agency), elle a pour objectif de faire respecter les conventions et les traités internationaux concernant les droits fondamentaux des travailleurs. Les exigences de responsabilité sociale concernent les domaines :

- la main-d'œuvre infantile
- la main-d'œuvre forcée
- la santé et la sécurité
- la liberté syndicale et le droit de négociation collective
- la discrimination
- les pratiques disciplinaires
- les heures de travail
- la rémunération
- les systèmes de management

Quand plusieurs législations sont en vigueur, la clause la plus sévère sera applicable. Ainsi, lorsqu'un site est certifié SA 8000, la responsabilité sociale de l'organisme est pleinement garantie.

Pour plus d'infos : <http://www.cepaa.org/>

Futur label social à l'initiative du Collectif "De l'éthique sur l'étiquette"

Le collectif "De l'éthique sur l'étiquette", regroupe 53 organisations (associations de solidarité internationale, syndicats et associations de consommateurs). Il participe à la création d'un label social avec tous les acteurs concernés : entreprises, pouvoirs publics, syndicats, ONG... Ce label, probablement une étiquette placée sur les produits, garantira aux consommateurs la bonne qualité sociale de leurs achats, selon les critères d'un code de conduite pertinent. La responsabilité des producteurs, mais aussi celle des distributeurs, est ainsi mise en avant.

Le collectif a d'ores et déjà mis en ligne des carnets de notes d'entreprises de la grande distribution, exprimant leur degré d'implication dans l'évaluation des pratiques sociales de leurs fournisseurs.

Pour plus d'infos : <http://www.crc-conso.com/etic/>

Le collectif "De l'éthique sur l'étiquette", regroupe 53 organisations (associations de solidarité internationale, syndicats et associations de consommateurs)



**A ce jour,
seuls les labels
de commerce
équitable intègrent
des critères
à la fois sociaux,
environnementaux,
et économiques.**

Le commerce équitable

A ce jour, seuls les labels de commerce équitable intègrent des critères à la fois sociaux, environnementaux, et économiques.

Le label Max Havelaar



Organisation indépendante implantée dans 17 pays du Nord et membre de FLO (Fairtrade Labelling Organizations), Max Havelaar contribue au développement durable des pays du Sud en accordant son label aux produits qui respectent les standards internationaux du commerce équitable.

Max Havelaar contrôle la stricte application des principes suivants :

Développement économique

- Assurer aux producteurs marginalisés un prix décent pour leurs récoltes
- Etablir des relations plus directes et durables des producteurs aux consommateurs
- Faciliter l'accès au marché par une mise en rapport direct avec les industriels
- Permettre aux producteurs de fournir des produits de qualité

Equité sociale

- Améliorer les conditions de travail en faisant respecter les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), qui excluent toute forme de travail forcé, de travail des enfants et de discrimination
- S'assurer du fonctionnement démocratique et transparent des organisations de producteurs
- Favoriser des projets communautaires (centre de santé, école...) par une prime au développement

Protection de l'environnement

- Favoriser les projets respectueux de l'environnement et encourager l'agriculture biologique

Max Havelaar accompagne environ 800 000 producteurs de café, de thé, de bananes, de cacao, de miel, de riz, de sucre et d'oranges dans 38 pays d'Amérique Latine, d'Afrique et d'Asie.

Pour plus d'infos : www.maxhavelaarfrance.org - a.bonnet@maxhavelaarfrance.org

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

Il existe au sein de l'Union Européenne 4 appellations de commerce équitable :

« *Max Havelaar* » (en France, Belgique, Danemark, Suisse et aux Pays-Bas)

« *Transfair* » (en Autriche, Allemagne, Luxembourg et Italie)

« *Fairtrade Mark* » (en Irlande et au Royaume Uni)

« *Rättvisemarkt* » (en Suède)

Les organismes d'homologation (dont le nom est identique à celui du label) sont tous affiliés à FLO (Fair Trade Labelling Organizations International), qui assure, depuis sa création en 1997, la coordination internationale des pratiques de commerce équitable.

Norme FTA 200

Le développement du commerce équitable passe par une meilleure visibilité des critères et leur standardisation. La norme FTA a pour objectif de dresser un état du niveau de respect des règles du Commerce Equitable pour un centre de production donné. La notation de l'ensemble des critères permet de dresser une analyse comparative (performance économique, sociale et environnementale) des différents centres de production. Pour plus d'infos : <http://www.alter-eco.com>

4.6 Quelques exemples d'achats « durables »

La Quinzaine du

Commerce Equitable,

permet de sensibiliser les

salariés aux enjeux des

relations équitables et de

promouvoir cette forme

de commerce trop

méconnue

Le Comité d'Entreprise d'Aéroports de Paris : le commerce équitable

A l'initiative du Comité d'entreprise d'ADP, les cafétérias des restaurants d'entreprise servent exclusivement du café labellisé Max Havelaar. Cette initiative permet à chaque salarié de contribuer concrètement au développement des pays du Sud. L'implication dans cette démarche ne s'arrête pas à cette seule initiative : le Comité d'entreprise participe également, en collaboration avec la Plateforme du Commerce Equitable, à la Quinzaine du Commerce Equitable. Cette manifestation nationale, qui se déroule chaque année au printemps, permet de sensibiliser les salariés aux enjeux des relations équitables et de promouvoir cette forme de commerce trop méconnue. Des espaces d'information et de dégustation ont été installés pendant 5 jours sur les sites d'Orly et de Roissy - CDG.

Contact : Franck Legall - franck.legall@adp.fr - <http://www.adp.fr>



La Caisse des Dépôts : un dossier de spécification pour les achats informatiques

Dans le cadre de la politique «d'achats d'informatiques», le groupe Caisse des Dépôts et Consignations a organisé en 2002 une consultation visant à sélectionner un prestataire de services. Le dossier de spécification précise des garanties à fournir pour la présentation de l'offre concernant le respect de l'environnement et des normes sociales. Extraits :

1. Le respect de l'environnement ; composante du développement durable, c'est une valeur fondamentale du groupe CDC. La démarche suivie se traduit par des exigences en matière de politique d'achat, en particulier dans la sélection des entreprises chargées de la maintenance.

En concluant un accord avec le groupe CDC, l'entreprise s'engage à :

- Respecter les législations et réglementations
- Fournir sur demande les éléments et pièces justificatives garantissant la bonne application des exigences du Groupe
- S'assurer qu'aucun déchet ne se trouve en dehors des filières de valorisation ou de traitements agréées. La destruction sera conduite en informant la CDC d'un bordereau de suivi des déchets apportant la preuve de la filière d'élimination
- Prendre en compte les problèmes environnementaux dans son activité en déterminant et suivant des indicateurs de performance et en mettant en place des actions nécessaires à la protection de l'environnement
- Répondre aux questionnaires d'évaluation environnementale que la CDC pourrait lui transmettre
- Faire un état des certifications environnementales obtenues, certifications, systèmes (système de management environnemental) s'il en existe
- Transmettre chaque année à la CDC un rapport "Environnement" de son entreprise s'il y en existe

2. Le respect des normes sociales : le fournisseur adressera à la CDC une attestation sur l'honneur comme quoi :

- Il s'engage à ce que les salariés affectés, le cas échéant, à la réalisation de la mission soient régulièrement employés au regard de la législation applicable à tout employeur exerçant une activité économique en France
- Le fournisseur s'engage à respecter l'ensemble des dispositions légales applicables (notamment les dispositions sociales et fiscales) et en particulier à respecter les articles L 124-1 et suivants (relatifs au travail temporaire), les articles L 125-1 et suivants (relatifs au marchandage), les articles L 143-3 et L 620-3 du Code du Travail. Le fournisseur s'engage également, dans le cas où il aurait l'intention de faire appel, pour l'exécution des présentes, à des salariés de nationalité étrangère, à ce que ces salariés soient lors de leur intervention autorisés à exercer une activité professionnelle en France

Contact : Elisabeth Guingand - elisabeth.guingand@caissedesdepots.fr - <http://www.caissedesdepots.fr>

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

L'entreprise a engagé un partenariat original avec la Fédération Internationale des Droits de l'Homme pour former des auditeurs au contrôle des conditions de travail

Carrefour : pour un commerce responsable

Le groupe Carrefour a introduit au sein de la centrale d'achats de nombreuses composantes du développement durable : préservation de l'environnement ; commerce équitable ; conditions de travail ; certification sociale et environnementale ; appui aux PME ; partenariat avec les ONG... Le rapport développement durable du groupe revendique l'application du principe de précaution : le groupe a pris position en 1997 contre les OGM, contre les antibiotiques comme facteur de croissance dans l'alimentation animale, contre les boues d'épandage...

Depuis 1992, Carrefour soutient l'agriculture biologique. En 2002, la gamme Carrefour Bio en France compte plus de 150 produits. En Tchéquie, 18 % de la viande bovine vendue dans les magasins est biologique. En ce qui concerne le papier et le bois, dont le volume d'achats est considérable (en 2001, Carrefour Europe a consommé 200 000 tonnes de papier), le groupe s'est donné pour objectif à l'horizon 2008 de n'utiliser que du bois provenant de forêts gérées durablement, sur la base du label FSC.

Les produits du commerce équitable sont référencés essentiellement en France et en Belgique. Le groupe a par ailleurs initié au sein de ses marques propres un commerce qualifié de solidaire. En 2001, 54 tonnes de café mexicain « Carrefour Bio » ont été vendues en France. Les 3 000 producteurs bénéficient de contrats pluri-annuels, de facilités de crédits et d'accompagnements (coopératives d'achats, formation à l'hygiène...). L'entreprise a engagé un partenariat original avec la Fédération Internationale des Droits de l'Homme pour former des auditeurs au contrôle des conditions de travail en Inde, au Pakistan, au Bangladesh, au Cambodge, en Chine...

Contact : Chantal Jaquet - developpement_durable@carrefour.com - <http://www.carrefour.com>

Ciments Calcia: les audits environnementaux

Le programme achats durables de l'entreprise a démarré en 2002. Il se traduit par l'évaluation de tous les fournisseurs en matières premières, selon des critères économiques et de qualité, comme c'était déjà le cas, mais également selon des critères environnementaux. Deux représentants de la direction des achats ont bénéficié d'une formation aux audits environnementaux pour être en mesure de réaliser des contrôles sur sites des sous-traitants. L'entreprise accompagne ses fournisseurs, en particulier les PME, dans la mise en oeuvre de démarches de développement durable, en mettant à disposition l'expertise et le savoir-faire environnemental de Calcia.

Afin d'économiser des matières premières naturelles, des produits de substitution sont de plus en plus utilisés dans les processus de fabrication. Les cendres de charbon venant des centrales thermiques d'EDF contiennent de l'alumine et du fer et peuvent se substituer aux argiles dans le cru. L'extraction de 80 000 tonnes d'argile par an a ainsi été évitée. Quant au gypse synthétique, sous-produit de l'industrie des phosphates, il remplace en partie le gypse naturel.

Contact : Daniel Choumert - dchoumert@ciments-calcia.fr - <http://www.ciments-calcia.fr>



La politique d'achats du groupe EDF et l'environnement

La Direction des Achats du Groupe EDF a engagé une réflexion globale et de moyen terme sur la politique d'achats et l'environnement, concrétisée par un programme d'actions qui s'inscrit dans la démarche des 21 principes directeurs pour le développement durable (Agenda 21 du Groupe). La fonction achats d'EDF a obtenu en avril 2002 la certification ISO 14001. Le Directeur des achats a adressé début 2002 un courrier à l'ensemble des syndicats professionnels de fournisseurs s'appuyant notamment sur la démarche de certification ISO 14001 du Groupe et sur la Communication Interprétative « Marchés publics et environnement » diffusée en juillet 2001 par la Commission Européenne :

- pour qualifier le couple fournisseur/produit (évaluation de la préoccupation environnementale du fournisseur et de son mode de gestion de l'environnement et évaluation de la qualité écologique de son produit), s'il s'agit d'un marché de fournitures,
- pour qualifier le couple prestataire/intervention (préoccupation environnementale du prestataire et qualité écologique de l'intervention), pour les marchés de travaux ou services,
- pour réaliser un retour d'expérience sur la performance environnementale des fournisseurs (mise en place progressive d'une cotation environnementale pour les marchés de fournitures, travaux et services).

Parallèlement, une démarche de sensibilisation du personnel de la direction des achats a été mise en place :

- définition, contexte et enjeux des achats responsables,
- comment reconnaître une offre d'écoproduit,
- comment s'approprier et utiliser les guides d'achats verts pour les industriels,
- comment utiliser et intégrer des critères d'attribution de labels écologiques officiels aux cahiers des charges.

Les achats durables s'appliquent aujourd'hui concrètement aux secteurs suivants :

- les marchés de travaux (chantier propre, tri, collecte et suivi des déchets, protection des sols...) ;
- le papier recyclé, avec un recours croissant pour les cartes de visite, les journaux internes, les feuilles de paie... (depuis juin 2002, les agents reçoivent leurs bulletins de paie édités sur un papier 100 % recyclé) ;
- la collecte, le tri et la défabrication, voire si possible en vue de la réparation, des compteurs, des disjoncteurs BT et des relais ;
- la mise en place d'une procédure de sélection et d'approvisionnement des produits dangereux pour maîtriser notamment le risque chimique.

A l'avenir, un travail par sous-ensembles d'achats permettra d'intégrer au cas par cas des critères environnementaux dans les cahiers des charges. Une charte éthique doit être mise en place en 2002. Elle conduira à intégrer des critères sociaux dans les marchés (cf. exigences de la norme SA 8000) selon une approche comparable à celle utilisée pour l'environnement.

La fonction
achats d'EDF
a obtenu
en avril 2002
la certification
ISO 14001

Contact : Dominique Ganiage - dominique.ganiage@edf.fr - <http://www.edf.fr>

Gaz de France : la sécurité, l'environnement et le développement local

Pour ses achats de production, Gaz de France s'est engagé à remplacer ou adapter, d'ici 2010, les 45 stations de compression (permettant de propulser le gaz dans les gazoducs de transport et de distribution en le comprimant) par des modèles émettant moins de gaz à effet de serre. Les stations de Taisnières (Nord) et Vindecy (Est) ont été rénovées en 2001 et les nouvelles stations de Pitgam (la plus puissante de France) et de Morelmaison, équipées de turbocompresseurs bas Nox. GDF souhaite ainsi contribuer aux efforts, national et international, de réduction des gaz à effet de serre.

Au sein des bâtiments administratifs, le papier recyclé a fait son apparition dans les bureaux de l'entreprise, tout comme les poubelles à deux bacs permettant de trier papier et plastique, ainsi que les systèmes de récupération des cartouches d'encre en poudre des imprimantes et des photocopieuses.

Gaz de France privilégie les sous-traitants certifiés ISO 9000 et/ou ISO 14001 et accompagne ses fournisseurs dans l'atteinte des niveaux de sécurité pour le personnel.

L'entreprise favorise l'accès de PME/PMI locales ou régionales à certains de ses marchés (chantiers de travaux de pose de canalisations par exemple) pour favoriser le développement local.

Contact : Luc Lallemand - luc.lallemand@gazdefrance.com - <http://www.gazdefrance.com/>

L'Oréal : les droits de l'homme et la protection de l'environnement

La Charte éthique de L'Oréal pose les engagements suivants :

- Respect du droit (prohibition du travail des enfants, du travail forcé... mais aussi respect des législations fiscales, des règles de la concurrence...)
- Respect de la personne humaine
- Respect du consommateur
- Respect de l'environnement
- Partenariat avec ses clients, ses distributeurs et ses fournisseurs
- Principes de loyauté et d'intégrité

L'Oréal impose à ses sous-traitants (clause contractuelle) d'adhérer à cette charte ; depuis juillet 2002, l'entreprise réalise des audits externes pour contrôler le respect de ces engagements. Ainsi, en Chine, deux sites de production ont fait l'objet d'audits, avec visites sur sites, afin de vérifier le respect des droits de l'homme et celui des enfants.

Au niveau de la politique d'achats, l'entreprise s'équipe de papier recyclé pour les photocopies, de cartouches recyclées pour les imprimantes, de voitures électriques pour les trajets inter-établissements. Pour les achats de matières premières, L'Oréal privilégie les matières premières renouvelables. Aujourd'hui plus de 55 % sont d'origine végétale, tels que les dérivatifs végétaux ou marins.



Contact: Winfried Hoelzer - whoelzer@dgt.loreal.com - <http://www.loreal.com/fr/>

Monoprix : pour une consommation citoyenne et novatrice

Initiée il y a plus de 10 ans, la démarche de développement durable de Monoprix a été formalisée en 2000 dans une charte de développement durable, présentant les objectifs et les engagements pris par l'enseigne.

Vers les consommateurs : Monoprix a été, en 1990, la première enseigne à proposer une gamme de produits plus respectueux de l'environnement, "Monoprix Vert". En 1995, cette dernière a été réévaluée pour ne conserver que les produits dont les garanties environnementales étaient les plus satisfaisantes. En 2001, les magasins proposaient 41 références, dont 10 produits écolabellisés NF environnement ou écolabel européen. Monoprix a été une entreprise pionnière dans la promotion du commerce équitable : dès 1998, les consommateurs pouvaient trouver dans les rayons de ses magasins du café labellisé Max Havelaar ; en 1999, du café Monoprix Bio labellisé Max Havelaar, titulaire du label AB. En 2002, l'enseigne référence 15 produits issus du commerce équitable. De même, depuis 1990, une gamme de fruits et légumes frais préemballés issus de l'agriculture biologique est proposée dans les magasins. En 2001, Monoprix comptait 146 références de produits biologiques.

Vers les fournisseurs : Monoprix s'appuie sur la norme SA 8000 pour engager ses fournisseurs à une plus grande responsabilité sociale. En 2001, 36 audits de sites, en particulier en Chine et en Inde, ont été réalisés par des entreprises indépendantes (ITS et AGS). Objectif 2002 : 57 audits supplémentaires. L'analyse de ces audits permet à l'enseigne d'informer ses fournisseurs sur les actions correctrices à mettre en place. Un audit de contrôle est ensuite programmé.

Actuellement, le Groupe prépare la mise en place d'une politique d'achats verts pour le siège et les magasins.

Contact: Stéphanie Levet - slevet@monoprix.fr - <http://www.monoprix.fr>

Shell France : le refus du travail des enfants

La responsabilité sociale est inscrite dans la stratégie de développement durable de l'entreprise. Exemple : le choix des cadeaux offerts aux clients du « programme fidélité » (clients réguliers des stations services). La direction des achats exige des fournisseurs des garanties de respect des droits de l'homme et des enfants. Cette garantie est fournie par :

- la signature d'une déclaration engageant le fournisseur au non-travail des enfants
- des visites des usines afin de vérifier les conditions de travail

Contact: Valéria Thomassin - Valeria.thomassin@shell.com - <http://www.shell.fr>

**En 2001,
36 audits de sites,
en particulier en
Chine et en Inde, ont
été réalisés par des
entreprises
indépendantes**

Les exemples de politiques d'achats des collectivités, souvent pionnières en matière de développement durable, peuvent apporter également des repères aux entreprises. En voici quelques-uns.

Angers, acheteur militant

Dans le cadre de son Agenda 21 local, la Mairie d'Angers s'est donnée pour objectif de développer les achats « éco-responsables ». Ce programme, développé en partenariat technique et financier avec l'ADEME, vise les trois objectifs suivants :

- utiliser des produits plus respectueux de l'environnement
- réaliser des économies, en achetant mieux et en prenant en compte le coût global
- être acteur de solidarité, en favorisant l'économie solidaire et le commerce éthique

Sa réalisation passe par un diagnostic des achats effectués, une sensibilisation de la direction des achats et des entreprises à la qualité sociale et écologique des produits, et enfin par des engagements et des actions concrètes.

Parmi les actions déjà engagées, la Mairie a demandé à ses fournisseurs en matériel scolaire de fournir des produits respectueux du droit des enfants. Cette initiative est menée en coordination avec le collectif "De l'éthique sur l'étiquette" dont la ville d'Angers soutient les actions depuis plusieurs années. La ville vient également d'initier la création d'une régie de quartier recrutant du personnel parmi les habitants en recherche d'emploi ou en réinsertion, pour tous les travaux confiés par les services municipaux et les organismes de logement social. La municipalité privilégie le recours, dans les bâtiments municipaux, au papier recyclé, aux ampoules basse consommation d'énergie, aux produits Max Havelaar.

Fin 2002, début 2003, suite à un travail concerté entre la ville d'Angers, l'ADEME et le Ministère de l'écologie et du développement durable, une politique plus globale et plus ambitieuse devra être mise en place. Elle sera suivie d'une campagne de communication pour amener les Angevins eux-mêmes aux achats "éco-responsables".

Contact : Christelle Six - christelle.six@ville-angers.fr - <http://ville-angers.fr>



La communauté urbaine de Dunkerque, pédagogue des achats éco-responsables et équitables

A l'heure actuelle, l'intégration d'un critère (qu'il soit éthique ou environnemental) dans un appel d'offre réduit de 50 à 80 % le nombre de fournisseurs répondant au marché.

La Communauté Urbaine de Dunkerque a intégré des critères environnementaux dans ses appels d'offre depuis 1999 (peintures, produits d'entretien, papier...). Membre actif du collectif "De l'éthique sur l'étiquette", la communauté a ensuite intégré les critères du commerce équitable (thé, café), sur la base d'engagements signés par les prestataires.

Afin de clarifier et d'étendre ces nombreuses initiatives, la CUD a réalisé un recensement de ses produits de base et défini les objectifs d'intégration des critères environnementaux et sociaux pour chacun d'entre eux. A partir de septembre 2002, un bureau d'étude est chargé d'accompagner la CUD dans la mise en place d'une "démarche cadre" de conception et de suivi des contrats.

La CUD est par ailleurs membre d'un groupe de travail réunissant une dizaine de collectivités, représentant 50 à 60 % de la population de la région Nord Pas-de-Calais. Ce groupe est chargé de promouvoir et de systématiser l'intégration de critères sociaux et/ou environnementaux dans les appels d'offre publics. Une des priorités est de sensibiliser les fournisseurs aux attentes des collectivités, sachant qu'à l'heure actuelle, l'intégration d'un critère (qu'il soit éthique ou environnemental) dans un appel d'offre réduit de 50 à 80 % le nombre de fournisseurs répondant au marché. La prise en compte de ces attentes par les entreprises est donc cruciale.

La Communauté Urbaine de Dunkerque joue un rôle moteur de pionnier mais aussi de pédagogue; elle propose notamment aux collectivités des modules de formation aux achats "éco-responsables".

Contact: Audrey Leclercq - audrey.leclercq@dgl.cc - <http://www.communaute-urbaine-dunkerque.fr/>

Lille : des produits recyclés dans la ville

La Ville de Lille privilégie les produits recyclés pour ses achats de papier mais aussi, fait beaucoup plus rare, pour ses achats de mobilier urbain. Quelques exemples : le long de l'avenue Mathias Delobel (près du parc zoologique), lisse en plastique recyclé; le matériau utilisé possède de nombreux avantages: entretien réduit, longue durée de vie, imputrescible, recyclable à 100 %, composé à 100 % de plastiques recyclés. Sur la promenade des remparts, bancs et tables recyclés. Le long de l'avenue Cuvier (près du Champ de Mars), équipement de protection de 16 arbres en plastique recyclé.

Dans le cadre de son Agenda 21 local, la collectivité a engagé différentes démarches pour s'inscrire dans une politique de développement des approvisionnements plus respectueux de l'environnement : création d'un groupe de travail interne; engagement en faveur d'une consommation éthique; non-utilisation des bois issus des forêts primaires, ou gérées non durablement.

Dossier spécial : direction des achats et développement durable

La municipalité va missionner à l'automne 2002 un bureau d'études pour former les principaux acheteurs municipaux et accompagner la collectivité dans la recherche de produits de substitution, ayant un impact moindre sur l'environnement. Il aura également pour charge la rédaction des cahiers des charges. Lille a ciblé six produits sur lesquels elle souhaite travailler en priorité : le papier, les peintures, les encres d'imprimantes, les produits d'entretien, l'éclairage public, le bois.

Contact : Christelle Timmerman - ctimmerman@mairie-lille.fr - <http://www.mairie-lille.fr>

« 500 villes s'engagent pour le commerce équitable » : campagne signée Max Havelaar France

A partir de 1998, quelques acteurs publics français se sont engagés dans la consommation de produits équitables portant le label Max Havelaar : l'Elysée, Matignon, le Sénat, l'Assemblée nationale, quelques ministères, conseils régionaux et villes. Si l'on compare la situation aux Pays-Bas où 50 % des collectivités locales consomment des produits équitables, il est urgent de mobiliser les administrations et les collectivités françaises. A l'occasion de la 2^e Quinzaine du commerce équitable (mai 2002), l'association Max Havelaar France a lancé la campagne « 500 villes s'engagent pour le commerce équitable ». Cet engagement se décline selon deux axes :

- la consommation de produits équitables dans les différents services et lieux de restauration gérés par la municipalité
- l'information et la sensibilisation des employés municipaux et des habitants sur le commerce équitable (dégustation publique, expositions, affichages municipaux, campagnes presse, conférences...)

Contact : v.david@maxhavelaarfrance.org

Aux Pays-Bas,
50 % des collectivités
locales
consomment des
produits équitables



Liste des premières villes signataires et de leur maire

Communautés urbaines

Dunkerque Grand Littoral (59) Michel DELEBARE

Grandes villes (de plus de 50 000 habitants)

Champigny-sur-Marne (94) Jean-Louis BARGERON

Clermont-Ferrand (63) Serge GODARD

Dunkerque (59) Michel DELEBARE

La Rochelle (17) Maxime BONO

Lille (59) Martine AUBRY

Lyon (69) Gérard COLLOMB

Montreuil (93) Jean-Pierre BRARD

Mulhouse (68) Jean-Marie BOCKEL

Nantes (44) Jean-Marc AYRAULT

Niort (79) Bernard BELLEC

Paris (75) Bertrand DELANOE

Saint-Denis (93) Patrick BRAOUEZEC

Tours (37) Jean GERMAIN

Villeurbanne (69) Jean-Paul BRET

Villes moyennes (20 000 à 50 000 habitants) :

Auxerre (89) Guy FERREZ

Bègles (33) Noël MAMERE

Forbach (57) Charles STIRNWEISS

Libourne (33) Gilbert MITTERRAND

Rézé (44) Gilles RETIERE

Valenciennes (59) Jean-Louis BORLOO

Vaulx-en-Velin (69) Maurice CHARRIER

Petites villes (moins de 20 000 habitants) :

Ambillou-Château (49) Michel OGHEREAU

Anjouley (90) Jean-Marc GREBAUT

Argentan (61) Pierre PAVIS

Aubevoye (27) Jean RECHER

Bagnères de Bigorre (65) Rolland CASTELLS

Bouaye (44) Marie-France BURGAUD

Bouguenais (44) Françoise VERCHERE

Bures-sur-Yvettes (91) Philippe JANIN

Buxières-sur-Arce (10) Hélène GAUTHEROT

Chavagnes-les-Raux (49) Maurice BARREAU

Clos-Fontaine (77) Gilbert LECONTE

Coutances (50) Yves LAMY

Grandpuits-Bailly-Carrois (77) Annie JACCON

Halluin (59) Jean-Luc DEROO

Hambach (57) Gaston MEYER

La Hauteville (78) Marc COURTEAUD

La Turbale (44) René LEROUX

Limeil-Brevannes (94) Joseph ROSSIGNOL

Louerre (49) Lucien LANDREA

Montreuil-Bellay (49) Paul LOUPIAS

Mouans-Sartoux (06) André ASCHIERI

Murs-Erigné (49) Philippe BODARD

Pressins (38) Serge REVEL

St Genis les Ollières (69) Françoise ROGER-DALBERT

Séné (56) Patrick SALIC

Souzay-Champigny (49) Georges DAHEUILLE

Yutz (57) Patrick WEITEN

Liste des villes consommant déjà des produits équitables, mais non signataires à ce jour :

Agen, Angers, Annecy, Bourg-en-Bresse, Cusset, Fougères, Issy-les-Moulineaux, Le Plessis-Trévisé, Pessac, Quimper, Rennes, Strasbourg.



DIRECTION DES ACHATS ET DÉVELOPPEMENT DURABLE SUR INTERNET

Sites portail de produits

Produits issus du commerce équitable :

<http://www.commerceequitable.com>

<http://www.maxhavelaarfrance.org>

Produits éthiques : <http://www.crc-conso.com/etic/>

Produits solidaires : <http://www.bootiketik.com>

Produits écolabellisés : <http://www.afnor.fr>

Produits recyclés : <http://www.produits-recycles.com>

Publications, guides

Guide pratique d'achats publics verts de la Commission Européenne :

http://europa.eu.int/comm/environment/index_fr.htm

Communication interprétative de la commission européenne sur le droit des marchés publics et sur les possibilités d'intégrer des considérations environnementales

http://europa.eu.int/eur-lex/fr/com/cnc/2001/com2001_0274fr01.pdf

Lignes directrices d'EPE « European Partners for Environment » pour les achats verts

<http://www.epe.be/workbooks/gpurchasing.index.html>

Publication du Ministère de l'Environnement et du Développement Durable (MEDD) et de l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) sur le verdissement des administrations :

<http://www.environnement.gouv.fr/> ou <http://www.ademe.fr>

Les écolabels

Ecolabel européen

<http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/>

Ecolabel français

<http://www.marque-nf.com/frpage/cadrenfenvironnement.htm>

Ecolabel allemand

<http://www.blauer-engel.de>

Ecolabel nordique

<http://www.sfs.fi>

Ecolabel canadien

<http://environmentalchoice.com>

Label biologique européen

http://europa.eu.int/comm/agriculture/qual/organic/index_fr.htm

Liste des organismes certificateurs du label écologique français

<http://www.agriculture.gouv.fr/alim/sign/agri/orgacertifi.html>

Label américain privé sur les économies d'énergie

<http://www.energystar.gov/>

Label créé par des ONG sur la gestion durable des forêts

<http://www.fscoax.org/>

Label créé par des professionnels sur la gestion durable des forêts

<http://www.pefc.org>

Etude comparative des labels de gestion forestière par WWF

<http://www.wwf.fr/pdf/derrierelelabel.pdf>

Label de l'association APUR sur les produits recyclés

<http://www.apur-papiersrecycles.com>

Eco-emballages

<http://www.eco-emballages.com>

La norme SA (Social Accountability) 8000

<http://www.cepa.org/introduction.htm>

Le commerce équitable

Plate-forme française pour le commerce équitable

<http://www.commerceequitable.org/fra/plate.php?txtid=2>

Association Max Havelaar en France

www.maxhavelaarfrance.org

Etude de Alter-Eco sur l'attitude des consommateurs français face au commerce équitable:

http://www.altereco.com/etude/index_fichiers/frame.htm

Ce premier guide « Entreprises et développement Durable » est édité par le Comité 21, avec le concours du Ministère Délégué à l'Industrie, de la Délégation Interministérielle à l'Innovation sociale et à l'Economie sociale et de la Caisse des Dépôts et Consignations.

Il est téléchargeable sur le site du Comité 21 : <http://www.comite21.org>

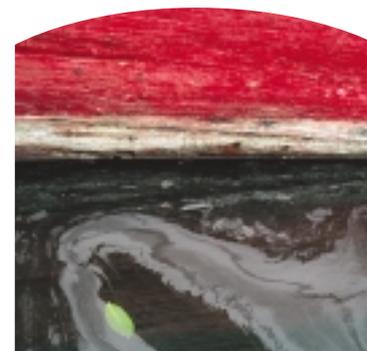
*Directeur de la publication : Anne-Marie Sacquet -
réalisation du dossier achats : Karen Delchet - Ont également participé à la rédaction de ce guide : Elisabeth Demaure, Gilles Merlier, Etienne Ruth.*

*Création graphique : Les Graphistes de la Main d'Or
graphistes@maindor.com*

Photo de couverture : Alex L. Fradkin/Getty Images

Imprimé sur papier Cyclus Print mat, 100% recyclé.

*Pour toute suggestion ou information :
guide@entreprises21.org*



3, Villa d'Orléans
75014 PARIS
tél. : 01.43.27.84.21
fax. : 01.43.27.84.20
e-mail : comite21@comite21.asso.fr
<http://www.comite21.org>
<http://www.entreprises21.org>

ISBN 2-911520-04-1
9782911520044