

Septième volet des indicateurs Eurosif/« Le Monde », « El Pais » et « La Stampa » des performances environnementales et sociales des grandes entreprises internationales

# La grande distribution face au consommateur responsable

Le 1<sup>er</sup> février, Lee Scott, directeur général de Wal-Mart, la plus grande entreprise de distribution du monde, a annoncé à Londres le lancement d'une stratégie en six points destinée à faire du géant américain une entreprise « responsable » au cours de la prochaine décennie. Cette stratégie, a précisé M. Scott, fixe des objectifs aussi bien aux 7 000 magasins que l'enseigne compte dans 14 pays qu'à leurs 60 000 fournisseurs dispersés dans le monde entier. Ainsi, ces derniers devront diminuer de 5 % le volume des emballages de leurs produits. De leur côté, les magasins seront tenus d'utiliser exclusivement des sources d'énergie renouvelables, recycler la totalité de leurs déchets et proposer à leurs clients une gamme de produits « durables » issus de l'agriculture biologique ou du commerce équitable. Le but est de parvenir à une diminution significative de l'impact environnemental global des activités de l'enseigne, et d'inciter les clients de Wal-Mart à faire de même par leur mode de consommation.

Deux semaines auparavant, le 27 janvier, le Comité international d'entreprises à succursales (CIES) – une appellation vieillotte qui désigne en réalité un forum des dirigeants de 190 entreprises de la grande distribution alimentaire mondiale, dont Wal-Mart, Carrefour, Tesco, Metro, Auchan, etc., et leurs

principaux fournisseurs dans plus de 150 pays –, annonçait le lancement d'un Programme mondial pour la conformité sociale (Global Social Compliance Programme – GSCP).

Constatant que la plupart de leurs membres s'étaient individuellement lancés dans la création de « codes de conduite » et de procédures d'audit visant à faire respecter par leurs fournisseurs certains principes en matière de droits sociaux et de droits humains – que ce soient les règles de l'Organisation internationale du travail (OIT) ou des standards créés conjointement par des entreprises et des organisations non gouvernementales (ONG), comme la norme américaine SA 8000 ou les normes GRI (Global Report Initiative) –, le CIES a souhaité mettre un peu d'ordre dans ce foisonnement. Le GSCP n'entend pas édicter une nouvelle norme, mais organiser une concertation entre ses membres pour diffuser les « meilleures pratiques existantes ». Pour l'heure, le GSCP, qui regroupe déjà Carrefour, Metro, Migros, Tesco et Wal-Mart, prend contact avec les autres membres du CIES et des ONG pour sonder leurs intentions. Les modalités

de fonctionnement du GSCP et la liste de ses participants seront rendues publiques dans le courant du mois de février.

Ces initiatives peuvent être taxées d'opérations de communication en direction d'une opinion méfiante à l'égard des pratiques de la grande distribution – Wal-Mart est, depuis le 6 février, l'objet d'une procédure collective (« class action ») pour discrimination sexuelle. Mais elles correspondent aussi au fait que les pressions externes sont de plus en plus vives, de la part des investisseurs (nombre de ces sociétés sont cotées) et des pouvoirs publics qui élaborent des réglementations de plus en plus drastiques en matière d'environnement et de traçabilité.

Ce septième volet des indicateurs Eurosif/« Le Monde », publiés également par « La Stampa » (Milan) et « El Pais » (Madrid), montre que les principales enseignes de la grande distribution mondiale s'engagent, à des niveaux encore modestes, dans la voie d'une offre de produits « durables ». Certes, leur part de marché est encore très faible : en 2006, moins de 1 % des produits alimentaires vendus étaient issus du commerce équitable en Europe et aux Etats-Unis ; 4 % étaient issus de l'agriculture biologique aux

## Les enseignes françaises en retard sur leurs concurrentes

Entreprises	Chiffre d'affaires 2005, en millions de dollars	Nombre de références issues du commerce équitable, 2005	Nombre de références labélisées bio, forêt ou pêche « durables », 2005	Nombre d'audits sociaux 2005	Qualité de la démarche dans les approvisionnements de 1 à 4 (10)
Wal-Mart Stores (E-U) (1)	315 654	nc	nc	13 600	3
Carrefour (Fr.) (1)	110 436	248	1 884	474	2
Metro AG (All.) (1)	72 814	–	300	nc	3
Tesco (R-U) (1)	65 594	90	1 200	nc	4
Auchan (Fr.) (2)	49 634	88	nc	84	2
Sainsbury (R-U) (2)	28 649	40	700	233	3
Casino (Fr.) (2)	27 110	20 (3)	88 (4)	62	2
PPR (Fr.)	17 767	nc	nc	369	4
Migros (Suisse) (2)	16 358	nc	1 000	500	4
GAP (E-U) (1)	16 023	–	–	4 438	3
Karstadt (All.) (1)	15 450	42	861 (5)	2 % (9)	4
Ikea (Su.) (1)	14 800	–	12,19 % (6)	1 012	4
Kingsfischer (R-U) (1)	14 484	–	(7)	606	4
Marks & Spencer (R-U) (2)	11 850	nc	nc	nc	3
Kesko (Fin.) (1)	8 322	43	nc	24 % (9)	3
Inditex (Zara) (Esp.) (1)	7 952	–	–	1 039	3
H & M (Su.) (1)	7 952	–	40 (8)	1 997	4
ICA AB (Su.) (2)	7 927	40	400	52 % (9)	2
Waitrose (R-U) (2)	5 700	85	890	406	2
Monoprix (Fr.) (2)	3 300	47	162	25	2

(1) Monde (2) Marché domestique (3) Données 2004 (4) 62 bio, 26 Forest Stewardship Council (FSC), données 2004 (5) 725 bio, 136 FSC (6) Bois FSC (7) Roy.-Uni : 97 % FSC, France 100 % FSC, Chine : 45 produits

(8) En tonnes de coton bio (9) % de fournisseurs certifiés

(10) Seuils de notation : 1 = Existence de questionnaires aux fournisseurs et/ou de listes d'exigences, 2 = Réalisation d'audits (en interne ou par des tiers), 3 = Plan d'action mis en place à la suite des audits, 4 = Mesures prises à la suite des audits (déférencements, formation ou soutien aux fournisseurs pour la mise en conformité)

Source : Ernst & Young, d'après les informations publiées par les entreprises

Etats-Unis, et 2 % en Europe. Mais ces chiffres ont doublé depuis 2002 et progressent plus vite que le marché. Au Royaume-Uni, par exemple, le commerce des produits « durables » a augmenté de 40 % entre 1999 et 2003, contre 14 % de croissance pour le commerce alimentaire. De même que pour les effets du réchauffement climatique, les doutes quant à la contribution réelle de l'agriculture biologique ou du commerce équitable aux causes qu'ils sont censés défendre sont peu à peu levés, et ce type de production intéresse de plus en plus les investisseurs. Les

entreprises créées dans les années 1970 et 1980 sur des concepts « écologiques » sont aujourd'hui soit cotées en Bourse (The Body Shop, Natura), soit rachetées par des fournisseurs de la grande distribution : Aveda par Estée Lauder en 1997, Ben & Jerry's par Unilever en 2000, Mother Earth par Cadbury Schweppes en 2001, Stonyfield Farm par Danone en 2003, The Body Shop par L'Oréal en 2006. La consommation « responsable » dispose de bonnes bases pour poursuivre sa croissance. ■

A. R.

## DONNÉES PUBLIQUES

Les informations reproduites ici ont été collectées et traitées par le cabinet de conseil Ernst & Young, à partir de documents publiés par les entreprises. La sélection des sociétés a été réalisée sur le critère du chiffre d'affaires 2005 publié dans le classement par secteur des Global 500 de Fortune. Six entreprises ont été sorties de l'échantillon de départ, en raison de l'insuffisance des informations publiées : AEON, Seven & I Holding, Woolworths Group, Boots, El Corte Ingles et Eroski. Les labels retenus sont, pour le bois et les produits de la mer, ceux du Forest Stewardship Council (FSC), du Marine Stewardship Council (MSC) et du Marine Conservation Society. SA 8000 est la principale norme de respect des droits humains et sociaux et de gestion « responsable ».

**Stanislas Dupré :** « Les prix garantis par le commerce équitable doivent aider les producteurs les plus pauvres à affronter les règles du marché »

Certains agronomes mettent en doute l'apport environnemental de l'agriculture biologique, en invoquant sa faible productivité : il lui faut deux fois plus de superficie que l'agriculture intensive pour la même production, aux dépens, en particulier, des forêts. Qu'en pensez-vous ?



STANISLAS DUPRÉ

d'« agriculture raisonnée », où l'on adapte les techniques utilisées à la nature de l'écosystème, me paraît beaucoup plus pertinent.

Des économistes font aussi remarquer que, en garantissant au producteur un prix élevé, le commerce équitable pousse les agriculteurs à privilégier une seule culture et au risque d'une surproduction qui fera à terme augmenter la distorsion entre prix de marché et prix garanti...

Même les promoteurs du commerce équitable expliquent que ce fonctionnement ne doit pas être généralisé et ne concerner que les producteurs les plus pauvres, jusqu'à ce qu'ils soient mis en état d'affronter les mécanismes de marché. Plusieurs labels équitables sont d'ailleurs en train de réfléchir au moyen d'aménager la transition vers le retour au marché classique pour certains de leurs fournisseurs dont ils ont constaté la hausse du niveau de vie. L'objection des économistes est, une fois de plus, théorique et ne correspond absolument

pas à une hypothèse qui peut survenir dans la réalité.

Une étude britannique du ministère de l'Agriculture et de l'Environnement révèle, selon le magazine *The Economist*, que la moitié de l'impact environnemental du transport des produits alimentaires est due au déplacement des clients vers les points de vente, et non à la chaîne logistique de la grande distribution. Cet argument ne vient-il pas mettre à mal l'idée selon laquelle acheter des produits fabriqués localement allège l'impact environnemental de la consommation ?

Le raisonnement économique consiste en effet à dire que l'impact de milliers de véhicules particuliers allant chercher un paquet de yaourts chez un petit producteur est supérieur à celui d'un semi-remorque chargé de milliers de paquets de yaourts. Il est également vrai que la production locale d'une mangue ou d'un kilo de veau est beaucoup plus « énérgivore » dans une serre ou un élevage en batterie européen que le transport du même produit issu de la culture en plein air ou de l'élevage extensif en Nouvelle-Zélande. Certes, mais le problème n'est pas de remplacer

la grande distribution par l'achat à la ferme, mais de faire que la grande distribution mette à la disposition de ses clients des produits locaux – ce qui ne modifie en rien l'amplitude de leurs déplacements – et que les consommateurs soient informés systématiquement de l'impact environnemental de l'achat de produits hors saison ou issus d'un élevage industriel. Personne n'est obligé d'acheter des fruits hors saison ou du veau de batterie ! ■

PROPOS RECUEILLIS PAR ANTOINE REVERCHON

## CV

**2005** Stanislas Dupré, manager au cabinet de conseil en développement durable Utopies, pilote le groupe de travail Publicité & Communication Responsables.

**2001** Il réalise une étude internationale sur les acteurs de la notation extra-financière pour l'Observatoire de la responsabilité sociale des entreprises (ORSE) et l'Agence pour l'environnement et la maîtrise de l'énergie (Ademe).

**2000** Il rejoint Utopies, où il est chargé de la recherche et de la méthodologie.

HISTOIRE ÉCONOMIQUE  
Impôts et transmission des inégalités

CHRONIQUE  
JACQUES-MARIE VASLIN

LA QUESTION de la reproduction des inégalités n'est pas nouvelle. Platon mettait déjà en garde quand il affirmait que « si un Etat veut éviter la désintégration sociale, il doit veiller à ne tolérer aucune augmentation de l'extrême pauvreté comme de l'extrême richesse ». La redistribution fait partie des prérogatives de l'Etat, et le rôle de l'impôt sur le patrimoine et les revenus est, jusqu'à aujourd'hui, l'objet de débats.

C'est parce que la fiscalité de l'Ancien Régime était fortement inégalitaire que la Révolution a décidé d'appliquer le principe d'universalité de l'impôt. L'égalité de tous devant l'impôt est alors inscrite dans l'article 13 de la déclaration des droits de l'homme. Des impôts directs sont ainsi créés comme la contribution foncière, remplacée par la taxe foncière, la contribution personnelle-mobilière, ancêtre de la taxe d'habitation, la contribution des patentes, équivalent de la taxe professionnelle, et enfin la contribution des portes et fenêtres, définitivement supprimée par la loi du 19 juillet 1925. Surnommées plus tard les « quatre vieilles », ces taxes constituent le socle de l'imposition directe au XIX<sup>e</sup> siècle. A ces impôts s'ajoute, le 22 frimaire an VII (12 décembre 1798), un nouveau droit de succession.

Ces impôts sont tous placés sous le signe de l'égalité. Du moins en théorie. Force est de constater que les réformes fiscales de la Révolution ont surtout visé les propriétaires fonciers, majoritairement issus de l'aristocratie, épargnant en grande partie la bourgeoisie industrielle naissante. Mais surtout le faible montant de ces taxes n'a eu que peu d'impact sur la répartition de la richesse. Les « quatre vieilles » ponctionnaient au total environ 2 % du revenu, et les droits de succession 1 % seulement.

Pour mesurer la transmission du patrimoine, des chercheurs de l'Ecole normale supérieure ont réalisé un véritable travail de bénédictin (Jérôme Bourdieu, Gilles Postel-Vinay et Akiko Suwa-Eisenmann, « Défense et illustration de l'enquête des 3 000 familles », *Annales de démographie historique* n° 1, 2004). Ils ont étudié les successions d'un échantillon de 3 000 couples mariés entre 1800 et 1830, et dont le nom commence par T, R ou A. Ils ont constaté une forte corrélation entre la richesse des parents et celle des enfants. Pire, les inégalités se perpétuent inexorablement sur plusieurs générations, jusqu'à la première guerre mondiale.

L'économiste Thomas Piketty impute ce résultat à l'absence d'impôt progressif à cette époque. L'impôt a en effet deux conséquences avérées sur les inégalités. L'effet redistributif permet de financer des institutions qui offrent une chance de promotion sociale (éducation nationale, les bibliothèques, les musées...). Le deuxième effet est de limiter la concentration des capitaux, ce qui permet de renouveler les élites économiques, à condition que l'impôt soit progressif. Jean Jaurès allait dans ce sens quand, dans un discours de 1894, il affirme que « l'impôt progressif vient corriger une sorte de progression automatique et terrible de la puissance croissante des capitaux ». Un pays de rentiers étouffe la croissance, ce capital stérile ne participe pas au progrès économique mais est plutôt placé dans les emprunts ou le foncier, actifs peu risqués.

Le XX<sup>e</sup> siècle va changer la donne. Le 25 février 1901, les droits de succession deviennent proportionnels et, surtout, l'impôt sur le revenu est créé en 1914. D'un montant relativement faible au départ, la dernière tranche va rapidement augmenter pour faire face aux besoins toujours plus grands de l'Etat. On assiste alors à une chute des inégalités, aidée par l'inflation et les différentes crises de la première moitié du XX<sup>e</sup> siècle. ■ Jacques-Marie Vaslin est maître de conférences à l'IAE d'Amiens, chercheur au Crisea.