



Normes et labels : la régulation mondiale par la soft law

L'évolution de la société précède toujours le droit. Si chaque État a construit son cadre législatif et juridique national, le phénomène de mondialisation a mis en lumière le manque de règles au plan mondial. Le pouvoir des instances internationales publiques reste limité, et les consensus sont très difficiles à obtenir. Que ce soit l'Onu, au plan politique, ou ses « branches » comme l'OIT, au plan social, et le PNUE, au plan environnemental, on produit plus de rapports, de recommandations, voire de normes de bonne conduite... que d'actions : aucun organisme intergouvernemental international n'a de réel pouvoir coercitif. Le seul qui en est un réel c'est, paradoxalement l'OMC avec son Organisme de Règlement des Différends (ORD), sorte de « tribunal » commercial international. Paradoxalement, car l'OMC focalise les critiques de certains courants anti-mondialistes, dont le souhait est pourtant de mieux réguler la mondialisation, en particulier d'encadrer les agissements des entreprises multinationales qu'ils accusent de s'engouffrer dans le vide juridique transnational pour maximiser leurs profits, au mépris des règles sociales élémentaires ou de la préservation de la planète.

Pour combler ce vide, des initiatives, privées le plus souvent, sont nées depuis quelques années, visant à réguler l'activité des entreprises : normes ISO 14000 pour le respect de l'environnement sur les sites de production, norme SA 8000, initiée par une ONG américaine, pour faire respecter les droits sociaux minimum dans les sweatshops... Des tentatives de labels essaient également d'informer le consommateur sur la façon dont les produits qui lui sont proposés ont été fabriqués : le Forest Stewardship Council du WWF garantit,

par exemple, que le bois acheté dans des magasins de bricolage ou composant certains meubles, contribue à une gestion durable des forêts.

Mais ces normes et labels privés ont leur limite : la légitimité de leur initiateur. Une ONG, aussi importante soit-elle, défendant certes de justes causes, est-elle légitime à imposer une norme s'appliquant aux entreprises « urbi et orbi » ? Seuls les États ont la légitimité démocratique. C'est pourquoi, après l'échec de l'Accord Multilatéral sur les Investissements (AMI) et devant la montée des protestations de la société civile, l'OCDE a révisé, en 2000, ses Principes directeurs à l'intention de multinationales. C'est aujourd'hui le seul instrument, signé par trente-six États (98 % des multinationales ont leur siège dans l'un des pays de l'OCDE) qui régule, par des recommandations, l'impact social et environnemental des entreprises, où qu'elles opèrent sur la planète. À défaut de lois « dures », qui nécessiteraient un consensus international, avec la création d'outils ayant pouvoir de justice, la régulation mondiale se met en place, à travers ce que les Anglo-Saxons appellent la « soft law », ou la norme.

LES NORMES DE L'ÉCOLOGIE INDUSTRIELLE

L'approche site : ISO 14001 et EMAS

La norme internationale ISO 14001 est un référentiel d'organisation et de gestion à mettre en place par un organisme pour garantir qu'il a pris les dispositions nécessaires au respect de l'environnement et à la recherche d'une amélioration permanente de ses performances environnementales. La trame de fond de cette norme est similaire à celle des normes qualité de la série ISO 9000. Cette norme n'est pas obligatoire, l'industriel s'engageant volontairement à sa mise en place au sein de son site. Cette démarche nécessite un audit complet de l'organisme la première année, des audits de suivi les deux années suivantes et un nouvel audit, complet, la quatrième année. En France, fin 2001, seulement 1 065 entreprises étaient certifiées ISO 14001. Ce chiffre est en retrait par rapport à nos voisins européens.

La norme ISO 14001 est basée sur le principe de l'amélioration continue. L'industriel ne doit pas se satisfaire des résultats obtenus par le management environnemental, il doit sans cesse chercher à améliorer ses prestations afin de réduire les impacts de l'activité de son industrie sur l'environnement. Son Système de Management Environnemental (SME) doit répondre à plusieurs critères :

- engagement de la direction ;
- mise en place d'une politique environnementale ➡ prévention des pollutions, conformité aux réglementations, lois... ;
- planification ➡ une fois les aspects et les impacts environnementaux significatifs déterminés, la direction doit se fixer des objectifs et des cibles à atteindre ;

- mise en œuvre et fonctionnement (formation et de sensibilisation du personnel, définition des responsabilités de chacun : qui fait quoi, quand et comment ?).

Le SME implique également la mise en place de procédures écrites et tenues à jour. En matière d'environnement, il faut se limiter :

- à 20-25 procédures ;
- au contrôle et aux actions correctives (des audits sont réalisés pour vérifier la cohérence du SME vis-à-vis de la norme ISO 14001) ;
- à une revue de direction, qui vérifie que les objectifs prévus ont été atteints.

EMAS est, quant à lui, un système¹ européen de gestion environnementale pour les entreprises. Il vise à inciter des progrès constants de l'environnement dans les activités industrielles en enjoignant les entreprises à évaluer et améliorer la performance environnementale de leurs sites et à en informer le public. La participation se fait sur le volontariat. À la fin 1998, la Commission européenne a adopté une proposition de règlement qui vise à actualiser le système EMAS. Ainsi, vu la proximité des deux systèmes, les entreprises peuvent utiliser désormais ISO 14001 comme élément constitutif de la mise en œuvre d'EMAS. La proposition charge en outre la Commission d'élaborer une stratégie d'information et de promotion pour accroître la participation à EMAS.

L'approche produits

Les Eco-labels auto-proclamés

*« Cette lessive ne contient pas de décolorant au chlore. Pas d'agent blanchissant. »...
« Bloc à dessin fabriqué en papier provenant de forêts renouvelables. »... « Nos piles sont fabriquées de manière à réduire au minimum l'utilisation de matériaux toxiques et nous réduisons au minimum l'utilisation totale de matériaux dans nos emballages. »*

Ces exemples viennent du Royaume-Uni, mais tous les consommateurs sont confrontés aux mêmes revendications « vertes » des fabricants : impossible de savoir précisément ce qui est revendiqué et si le produit est vraiment plus vert que les autres.

On voit ainsi se multiplier, sur les produits de grande consommation, des logos de toutes natures, censés indiquer que les produits et / ou leurs emballages présentent un caractère écologique. Les messages transmis par ces marquages ont schématiquement trois types de signification :

- l'objet est recyclé (fabriqué, en tout ou partie, à partir de matières premières secondaires, c'est-à-dire de déchets récupérés) ;
- l'objet peut être valorisé en fin de vie, à l'état de déchet (notion qui prête à interprétations diverses : ce qui est « recyclable » ne sera pas toujours « recyclé ») ;

1. Règlement CEE n° 1836 / 93, cf. J.O. L. 168 du 10 juillet 1993.

- l'objet se veut respectueux de l'environnement (prise en compte des impacts du produit sur l'environnement, depuis sa fabrication jusqu'à son abandon après usage en passant par les différentes phases de distribution, utilisation, etc.).

MONOPRIX VERT

En France, dès 1990, Monoprix a ainsi lancé la première gamme de distribution de produits de qualité environnementale, « Monoprix Vert ». Elle concerne les produits non-alimentaires : entretien, papeterie et hygiène. Les procédés ayant évolué, Monoprix a fait réaliser, dès 1995, l'évaluation des produits de sa gamme Monoprix Vert par l'agence d'éco-conception, O2 France, en partenariat avec l'ADEME et l'association Les Amis de la Terre. Seuls restent, dans la gamme, les produits les plus performants en termes d'usage et de qualité environnementale. En 1997, dans la continuité de cette action, le distributeur a souhaité informer ses clients de la qualité écologique des produits Monoprix Vert au moyen d'une information claire et lisible, afin de les guider vers des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Six pictogrammes ont été créés et validés par un comité de concertation (O2 France, ADEME, Eco-emballages, ainsi que des associations de consommateurs et d'environnement, des collectivités, des syndicats professionnels...).

L'ANGE BLEU

En Allemagne, « l'Ange Bleu » est attribué aux produits qui se comportent de façon favorable vis-à-vis de l'environnement. Son label consiste, de fait, en une aide à l'achat pour le consommateur allemand particulièrement sensible à l'écologie. Il n'est décerné qu'à des produits répondant aux normes d'un cahier des charges très strict.

Premier programme d'auto-étiquetage, l'Ange bleu a été établi, dès 1977, pour promouvoir les produits respectueux de l'environnement par rapport aux produits similaires dans la même catégorie. Le programme se fonde sur l'information, sur la collaboration volontaire, ainsi que sur la motivation de chacun à vouloir contribuer à la protection de l'environnement. Il s'adresse à tous les producteurs du marché et permet tant aux détaillants qu'aux consommateurs de choisir consciemment des produits de remplacement respectueux de l'environnement.

LE PROGRAMME CYGNE BLANC

Le programme de labellisation Cygne blanc, lancé en 1989, dans quatre pays scandinaves (Finlande, Islande, Norvège et Suède) est un exemple d'éco-label couronné de succès. C'était le premier programme multinational et indépendant du monde, incluant à l'heure actuelle plus de 1000 produits dans 40 catégories. Entre 1992 et 1995, le nombre de consommateurs au courant du label Cygne blanc grimpa de 10 à 80, 90 %. Et, plus important, le comportement des consommateurs changea aussi, ce qui eut un effet marqué sur le marché ainsi que sur l'environnement. Par exemple, le nombre de détergents ayant reçu l'éco-label augmenta de 20 à 75 % sur le marché, et les émissions de polluants et d'éclaircissants nuisibles à l'environnement furent ainsi énormément réduites.

Les labels créés par des ONG

Le 9 juin 2000 a été créée, en France, sous l'égide du WWF, une organisation non gouvernementale internationale, le club ProForêts, qui affiche un double objectif :

- fédérer les entreprises de la filière bois – de l'exploitation à la distribution – afin qu'elles s'investissent dans une gestion responsable des forêts ;
- fournir aux consommateurs, par l'apposition d'un label sur les bois et produits dérivés, l'assurance que leurs achats contribuent à une gestion durable du patrimoine forestier mondial.

Neuf entreprises – dont 3 Suisses, Carrefour, Nature et Découvertes, etc. – en étaient membres, à sa constitution. Par ailleurs, le club ProForêts est la seule organisation, à ce jour, à avoir établi un système fiable de certification forestière et de labellisation des produits bois déjà opérationnel au plan international. Il soutient le label FSC (*Forest Stewardship Council*, ou Conseil de gestion responsable des forêts). Ce label, créé en 1994 par des ONG environnementales (WWF, Greenpeace, Amis de la Terre, etc.) et des entreprises du secteur bois (producteurs, distributeurs), a en effet pour but de certifier les forêts par un processus d'inspection permettant de vérifier que ces forêts sont bien gérées selon les standards définis par l'ONG. Un système de traçabilité, audité de façon indépendante, permet également de remonter du produit fini à sa forêt d'origine, autorisant le produit final à porter le logo FSC (marque internationale déposée). Des produits comme les ustensiles de cuisine en bois, les portes et les chambranles peuvent déjà porter le logo, et le nombre de produits labellisés devrait croître au fur et à mesure que les forêts seront certifiées. La création du Club ProForêts est ainsi la première étape du processus d'apparition sur le marché français de produits labellisés FSC.

Dans la même veine, le WWF et Unilever (qui représente 25 % des achats mondiaux de poisson blanc) ont créé, en 1997, le Marine Stewardship Council (MSC, ou Conseil de bonne gestion marine) pour essayer de lutter contre la « surpêche ». En effet, selon la FAO, 75 % des ressources marines sont surexploitées : la production mondiale, officiellement estimée à 78 M de tonnes, serait en fait de 150 M de tonnes ! Les scientifiques s'alarment et craignent que la surpêche ne fasse de l'océan un désert. Le MSC, devenu indépendant de ses deux créateurs en 1999, travaille sur le même principe que le FSC : il labellise, en amont, des pêcheries pratiquant une pêche « durable » (6, pour le moment) et, en aval, des distributeurs (deux chaînes de supermarchés britanniques), des marques de surgelés (par exemple, Igloo d'Unilever) et même des restaurants... pour permettre aux consommateurs de faire un choix préservant la diversité des océans, grâce au logo MSC (un poisson stylisé).

La marque NF environnement

La marque NF environnement est le label écologique français dont la gestion est assumée par l'AFNOR. Il est né dans les années 1990, du foisonnement des éco-labels auto-proclamés qui a conduit les pouvoirs publics à s'intéresser à la protection des consommateurs par la création de cette marque.

La marque NF environnement est destinée à certifier que les produits sur lesquels elle est apposée présentent un impact négatif moindre sur l'environnement, tout en garantissant une qualité d'aptitude à l'usage au moins équivalente à celle d'autres produits analogues sur le marché. Elle concerne à la fois le produit et son emballage.

NF Environnement concerne treize catégories de produits : peintures et vernis, sacs-poubelles, colle pour revêtements de sols, auxiliaire mécanique de lavage, aspirateurs à traîneau, composteurs individuels de jardin, ameublement (mobilier scolaire et d'éducation), filtres à café, etc. Aujourd'hui, la marque NF est attribuée à 250 produits.

Le label écologique communautaire

Également nommé Eco-label européen, il s'agit du label écologique commun à tous les pays de l'Union européenne. Ce label volontaire a été institué par le règlement (CEE) n° 880 / 92, du Conseil du 23 mars 1992, publié dans le *JOCE* du 11 avril 1992.

Il vise à promouvoir la conception, la production, la commercialisation et l'utilisation de produits ayant une incidence moindre sur l'environnement pendant tout leur cycle de vie. Il a également pour objectif de mieux informer les consommateurs des incidences qu'ont les produits sur l'environnement, sans pour autant compromettre la sécurité du produit ou des travailleurs, ou influencer de manière significative sur les qualités qui rendent le produit propre à l'utilisation.

Le label écologique communautaire repose sur le principe d'une approche globale qui *« prend en considération le cycle de vie du produit à partir de la fabrication y compris le choix des matières premières, la distribution, la consommation et l'utilisation jusqu'à l'élimination après usage »*.

S'il a été attribué à environ 250 produits, pour le moment, il faut bien constater que les pays membres de l'Union européenne ont eu bien des difficultés à s'accorder sur des normes communes et que les producteurs ne semblent guère intéressés à demander le label. Le résultat, c'est que l'éco-label européen est méconnu des consommateurs.

Vers un label international ?

On a critiqué les éco-labels en les assimilant, au pire, à des astuces marketing, au mieux, à un moyen de promouvoir des petits changements sur le marché, sans vraiment influencer les problèmes mondiaux de l'environnement. Il est peut-être vrai que les éco-labels eux-mêmes ne mèneront pas à des changements radicaux de styles de vie et de modèles de consommation nécessaires à garantir un développement durable. Mais il est également vrai qu'ils sont le seul moyen pour le consommateur de se repérer, d'acheter « vert », s'il le désire.

Le programme de l'Union européenne et les labels nationaux environnementaux européens ont également été critiqués par certains pays hors de l'Europe, qui l'accusent de créer des obstacles techniques au commerce, contraires aux accords de l'OMC. Les pays en voie de développement, pour une fois d'accord avec les États-Unis, affirment que les

critères reflètent les normes industrielles locales et favorisent donc les intérêts nationaux par rapport aux produits importés.

Le développement d'une norme internationale ISO – l'organisation travaille sur une norme internationale « *corporate social responsibility* », incluant l'environnement –, qui permettrait aux fabricants de rédiger leurs propres éco-labels pour leurs produits, pourrait lever ces critiques concurrentielles. En effet, on a pu penser que « l'éco-profil » entier d'un produit, nouvelle approche globale, déjà utilisée à petite échelle aux États-Unis, pourrait résoudre le problème des restrictions commerciales (l'idée étant de fournir aux consommateurs des informations complètes concernant l'impact sur l'environnement des produits, leur permettant ainsi de prendre leurs propres décisions). Mais les informations techniques approfondies ne permettent pas seules de comparer les produits. Les éco-profil devraient donc toujours être alliés à un éco-label indépendant, comme le Cygne blanc nordique.

NORMES SOCIALES : L'IMPOSSIBLE LABEL ?

Codes de conduite : la foire d'empoigne

La première réaction des multinationales prises dans des affaires de violation des droits humains a été de nier ou de dire que ce n'était pas leur responsabilité. Ce stade est, aujourd'hui, généralement dépassé... La seconde réaction a été d'établir des codes de conduite internes (voir « Éthique, corruption, blanchiment », p. 175). Elle dépend tout d'abord de la qualité de leur contenu, souvent incertaine. En 1998, le BIT avait trouvé très incomplets les deux cent quinze codes étudiés :

- moins de la moitié intégrait le travail des enfants ;
- 25 % seulement interdisait le travail forcé ;
- 15 % à peine englobait la liberté syndicale.

L'efficacité de ces codes dépend également :

- de la réelle volonté de l'entreprise à les faire appliquer ;
- des moyens mis en place pour les diffuser en interne, former le management et le personnel, et surtout pour en contrôler la bonne application.

N. Klein a une vision de ces codes, critique mais assez juste : « *Les codes de conduite sont d'une redoutable subtilité. À la différence des lois, ils ne sont pas applicables. Et à la différence des contrats syndicaux, ils n'ont pas été rédigés en collaboration avec des administrateurs d'usine pour répondre aux exigences et aux besoins des salariés* ».

Il existe également des codes de conduite édictés au niveau d'une profession comme celui de la Fédération internationale des articles de sport, le *World Federation of the Sporting Goods Industry Model Code of Conduct*, développé par son comité d'éthique en 1995 pour servir de modèle aux entreprises membres. Ce code, revu en 2000, est basé sur les principales conventions de l'OIT, et a servi, par exemple, de base au code

interne d'Adidas. On pourra également citer, aux États-Unis, l'*Apparel Industry Partnership Workplace Code of Conduct*, concernant les entreprises liées au secteur du vêtement (fabricants, grossistes, détaillants) et établi avec le ministère américain du Travail. Ce code concerne essentiellement le travail dans les *sweatshops* (partout dans le monde) et a permis de mettre en place *The Fair Labor Association*, structure d'audit et de certification de l'application du code.

Il existe aussi des codes de conduite édictés par des ONG. On citera, concernant la défense des droits humains, deux des plus connus : celui d'Amnesty International, « Principes relatifs aux droits humains à l'intention des entreprises », édicté en janvier 1998, qui s'appuie sur les principaux textes internationaux comme la DUDH, les deux pactes internationaux (droits civils et politiques, droits économiques, sociaux et culturels), les conventions de l'OIT, etc., et celui du *Clean Clothes Campaign*, dont la branche française est le collectif l'Éthique sur l'étiquette, *The CCC's Code of labour Practices*.

Il existe de nombreux autres codes concernant les droits sociaux créés, par exemple, par des universités américaines, par des lobbies d'entreprises... ce qui n'a pas été sans créer une certaine confusion et entretenir l'idée qu'ils étaient plutôt des paravents servant à redorer l'image des entreprises, mais que bien peu l'appliquaient réellement.

SA 8000 : la norme sociale universelle ?

Le Social Accountability International (SAI) a été créé en 1997 par le Council on Economic Priorities (CEP), institut de recherches sur la responsabilité sociale des entreprises, lui-même fondé il y a trente ans par l'Américaine Alice Marlin-Teppler. Le CEP est surtout connu pour son best-seller, *Shopping for a better world*, qui analyse les politiques sociétales des entreprises américaines. SAI a pour mission de donner aux entreprises les moyens d'assumer leur responsabilité sociale :

- en associant les principaux *stakeholders* (syndicats, ONG, etc.) à l'élaboration de normes, selon une démarche volontaire et consensuelle ;
- en désignant des organismes qualifiés (sociétés d'audit) pour vérifier le respect des engagements pris ;
- en sensibilisant davantage le public à ces normes ;
- en favorisant leur mise en œuvre au plan mondial.

La SA 8000, première norme établie par SAI, concerne le respect des droits sociaux et s'appuie sur les conventions de l'OIT. Elle est basée sur les procédures de l'ISO et se veut l'équivalent, dans le domaine social, de ses normes de qualité, type ISO 9000. Dans le processus SA 8000, ce sont les producteurs ou sous-traitants qui sont certifiés.

Mais les donneurs d'ordre peuvent également s'engager dans la certification, comme Signatory Members. C'est le cas de certaines entreprises américaines, notamment Avon Products, Dole Food, Eileen Fisher, Toys'R'Us. SAI accrédite également les

sociétés d'audit chargées de vérifier la norme : elles sont sept actuellement, dont SGS et le Bureau Veritas.

L'objectif clairement affiché de SAI est de faire de SA 8000, « LA » norme internationale dans le domaine social. Mais cette initiative privée n'est pas sans poser quelques questions de fond, la première étant sa légitimité. C'est ainsi que Juan Somavia, directeur général du BIT, exprimait récemment ses réserves sur la SA 8000² : « ... *Le risque existe toujours que ces organisations privées fassent leur marché parmi les droits sociaux fondamentaux. Qu'elles permettent aux entreprises d'afficher une image de responsabilité sociale sans garantir vraiment le respect de l'intégrité de ces droits. La tendance naturelle serait d'aller vers des contacts plus étroits entre l'OIT et les entreprises. Comment ? Nous n'en sommes encore qu'au stade de la réflexion et des premiers contacts dans ce domaine.* »

Vers des labels éthiques ?

Comme dans le domaine environnemental, le problème de l'information reste entier : tous ces codes de conduite, toutes ces normes sociales, ne sont pas connus des consommateurs ; d'où l'idée de créer un ou des labels éthiques, qui permettraient au consommateur de choisir ses produits, en connaissance de cause. Il faut avouer que le consommateur averti a de quoi être perplexe : comment savoir, par exemple, vers quelle marque se tourner pour acheter des baskets « politiquement correctes » ?

Le label éthique, c'est l'objectif d'une ONG comme Clean Clothes Campaign. Mais un objectif à long terme, comme le reconnaît P. Errard, qui ne voit pas un label se mettre en place avant dix ans ! Mais le problème majeur reste le même : qui vérifiera, qui certifiera et avec quelle crédibilité ? Lors du lancement, fin 1999, d'une initiative européenne pour une production et une consommation éthique, la Confédération internationale des syndicats libres rappelait ainsi : « *Il ne peut être question de cautionner une opération de ressources humaines ou de relations publiques qui viserait à remplacer les syndicats par les ONG sans représentativité, créées par les entreprises pour les besoins* ». Autant dire que le label éthique, concept généreux, risque de rester une belle utopie. D'autant plus que, en France, la FCD (syndicat de la grande distribution) y est opposée au motif d'un risque de distorsion de concurrence entre ses fournisseurs...

En Europe, seule la Belgique est à la pointe : une loi a institué, début 2002, un label social public, basé sur les huit principales conventions de l'OIT. En effet, l'idée qu'un label public serait plus crédible face à des labels privés d'ONG a levé de nombreuses oppositions : risque de distorsion de concurrence pour la Commission européenne, entrave au commerce, incompatible avec les règles de l'OMC qui interdisent la prise en compte des conditions de production dans les relations commerciales...

2. *Alternatives Économiques*, n° 191, avril 2001.

Le problème crucial des normes sociales : l'audit

Les beaux principes ne servent à rien, s'ils ne sont pas correctement appliqués. Pour savoir s'ils le sont, une seule solution, se référer au vieil adage du *business* américain : *always check* (toujours vérifier). Mais si l'audit financier, qui demande un réel savoir-faire, est bien maîtrisé, si l'audit environnemental semble rodé dans les grands cabinets anglo-saxons, car il se rapproche par certains côtés de l'audit financier, l'audit social est encore balbutiant. Il pose des problèmes spécifiques, difficiles à résoudre.

L'audit social n'existe que depuis quelques années. Il n'est pas motivé par des raisons légales, mais par la « peur » des entreprises dénoncées par les ONG. Cet audit n'a pas lieu dans l'entreprise, mais chez ses fournisseurs. En effet, l'auditeur n'a pas de pouvoirs de police, sa mission est limitée dans le temps, le fournisseur audité n'a pas que cela à faire et peut très bien le mettre dehors si le client qui l'envoie n'est pas un grand compte pour lui.

Il faut dire qu'avec la multiplication des normes et des audits, un fournisseur chinois qui travaillerait pour plusieurs multinationales, pourrait ainsi recevoir la visite de plusieurs auditeurs, chacun avec ses méthodes et son souci de voir si le code de conduite de son client est bien appliqué... PwC, l'un des quatre grands cabinets internationaux, réalise déjà 15 000 audits sociaux dans le monde par an, dont les trois quarts en Asie. Mais ce type d'audit, on l'a vu avec Nike, présente des limites. Comment tout voir en deux jours (durée moyenne d'un contrôle), alors que l'on a souvent en face de soi des « manipulateurs » ? Ainsi, le rapport³ du Comité chrétien de l'industrie de Hongkong révèle les habituelles ruses de la direction pour tromper les auditeurs⁴ : « *Les ouvriers de deux usines ont signalé que leurs usines sont nettoyées de fond en comble avant l'arrivée de visiteurs. Les ouvriers de trois usines ont parlé de double comptabilité pour les salaires, de falsification des cartes de pointage pour dissimuler les heures supplémentaires travaillées et / ou d'ouvriers obligés à signer de fausses fiches de paye. Dans deux usines, on donnait aux ouvriers un jeu de réponses type et on les entraînait à répondre aux questions des visiteurs. Des ouvriers d'une troisième usine ont dit qu'ils étaient menacés de licenciement, s'ils ne répondaient pas aux questions correctement. Des ouvriers d'une de ces usines ont dit que la direction les avait avertis de ne rien dire de négatif aux visiteurs. Dans une usine, les ouvriers ont signalé que les très jeunes ouvriers étaient retirés de l'usine avant l'arrivée des visiteurs.* »

Dans les conversations *off the record* avec des auditeurs, on parle même du cas d'une usine chinoise construite spécialement pour la visite des auditeurs... et de cas de plus en plus fréquents d'usines modernes que l'on montre volontiers, alors qu'une partie de la production est sous-traitée dans de petits ateliers jamais contrôlés, ou encore à des

3. Rapport concernant les conditions de travail dans les usines sous-traitantes fabriquant des produits Disney, et réalisé de mars à novembre 2000.

4. transnationale.org

travailleuses à domicile, en général, celles qui travaillent déjà dans l'usine moderne et qui rapportent du travail chez elle.

D'ailleurs, devant ces difficultés, les grands cabinets anglo-saxons seraient prêts à abandonner ce nouveau marché à des structures plus petites, plus spécialisées, comme SGS ou Bureau Veritas : le prix de vente moyen de la journée d'audit social ($\pm 1\ 000$ \$) ne peut pas rentabiliser l'effort de formation de leurs équipes et les risques inhérents à ce type d'audit, puisque leurs conclusions sont souvent contredites, après coup, par des ONG travaillant et vivant sur le terrain.

Devant ces problèmes, certaines entreprises se sont tournées en désespoir de cause vers les ONG, en leur demandant de les aider à contrôler leurs sous-traitants. Mais elles ont touché là les limites de ces ONG, qui ne sont pas structurées pour ce type de missions. Certains militent alors pour des solutions mixtes, réunissant auditeurs classiques et ONG. P. Errard, de son côté, veut essayer des solutions mixtes, mais combinant auditeurs et sociologues : *« Souvent, les ouvrières sont de jeunes femmes, entre 16 et 18 ans, qui viennent se constituer une dot avant de repartir dans leur village. Il y a tout un problème d'alphabétisation, d'éducation. Cela dépend un peu des zones, mais il y a un minimum d'éducation à acquérir, pour faire reconnaître ses droits, pour ne pas accepter tout et n'importe quoi. L'audit, en tant que tel, c'est un métier. Mais il y a d'autres outils pour évaluer une situation comme, par exemple, le diagnostic social en entreprise qui est une méthode plus sociologique et qui est tout à fait utilisable. On réfléchit sur une équipe mixte avec un auditeur classique et une sociologue qui a une autre méthode pour voir justement comment l'une et l'autre peuvent s'enrichir mutuellement et aboutir à de meilleurs pratiques et une meilleure information sur la situation sociale. »*

Si l'on arrive un jour à régler ces problèmes techniques, il n'en restera pas moins un soupçon fondamental sur l'audit : celui qui paie a toujours raison. Dans la plupart des cas, c'est le donneur d'ordre, la multinationale, qui est à l'initiative des audits et qui en supporte le coût. Même si ces audits sont réalisés par des tiers (ce qui est déjà plus crédible que par des équipes internes), lesquels sont des entreprises mondialement reconnues. Il n'en restera pas moins un doute sur les conditions de la mission de l'auditeur. L'audit a un coût non négligeable. La question est donc de savoir si le donneur d'ordre, qui peut avoir des milliers de sous-traitants, est prêt à investir les sommes nécessaires pour que les audits soient faits dans les règles de l'art...

SA 8000 a essayé de contourner le problème, en laissant l'initiative et le coût de la certification au sous-traitant. Mais quand on connaît les ficelles des entrepreneurs des pays en voie de développement pour ne pas respecter les codes, le scepticisme est de rigueur.

LES NORMES ÉDICTÉES PAR DES OIG : VERS UNE RÉGULATION MONDIALE...

La Déclaration tripartite des Principes de l'OIT

Les organismes intergouvernementaux (OIG) interviennent également dans la régulation sociale de la mondialisation. C'est ainsi que la Déclaration tripartite des Principes sur les entreprises multinationales et la politique sociale de l'OIT, qui datait de 1977, a été amendée en novembre 2000. C'est le seul ensemble de principes de ce genre, puisqu'il est à la fois agréé par les entreprises, les syndicats et les gouvernements. Ces principes sont basés sur les conventions et les recommandations de l'OIT, mais ne comportent aucune obligation, à l'inverse des conventions qui doivent être ratifiées par les gouvernements. Ils s'adressent à la fois aux entreprises multinationales, aux travailleurs, aux syndicats et aux gouvernements. Ils constituent une base minimale pour la mise en œuvre du concept de travail décent, dans les investissements des multinationales à l'étranger. Ils sont également un *benchmark* (élément comparatif) pour ces entreprises, par exemple pour l'élaboration de leurs propres codes de conduite.

Cependant, les principes de l'OIT sont et resteront surtout des *benchmarks* car ils n'ont pas de véritable système de mise en œuvre. En revanche, ils convergent avec d'autres initiatives publiques comme les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des multinationales ou encore les neuf principes du Global Compact de l'Onu (voir ci-après), deux initiatives à vocation plus large, prenant aussi en compte les aspects environnementaux et éthiques de la politique des entreprises. Au contraire, le chapitre social des Principes directeurs de l'OCDE reprend ceux de l'OIT, de même pour les quatre principes concernant les aspects sociaux du Global Compact.

Les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des multinationales

Plus d'un tiers du commerce mondial est désormais réalisé au sein des firmes multinationales, entre filiales et maisons mères, ou entre filiales. Les ventes réalisées par les firmes multinationales dépassent aujourd'hui les exportations mondiales. De plus, leur rôle dans l'investissement international est prédominant : les flux d'investissement ont progressé de 2 500 % depuis 1950, contre 1 600 % pour les échanges de biens et de services, et les investissements directs étrangers ont dépassé le record historique de 1 000 Mds de \$ en 2000.

L'impact des multinationales est donc trop important, les inquiétudes nées de la mondialisation et de ses excès trop fortes, pour qu'on puisse leur imposer des règles de bonne gouvernance. En effet, les activités des entreprises multinationales ont de grandes répercussions sur les milieux sociaux dans lesquels elles opèrent. Leurs investissements influent à la fois sur les échanges commerciaux et sur l'économie des pays d'accueil. L'accroissement et la libéralisation des flux d'investissements peuvent donc

être perçus comme déstabilisants par les opinions publiques. Si les investissements directs étrangers créent de la richesse et des emplois, ils peuvent aussi en détruire, lorsque des restructurations touchent certaines parties de l'entreprise, donc ses travailleurs ou son bassin d'emploi. Pour maximiser les bénéfices des investissements, tout en minimisant leurs éventuels effets négatifs, les entreprises doivent assumer leur responsabilité sociale, adopter un comportement citoyen, admettre qu'elles ont des droits mais aussi des devoirs.

Mais cette régulation, qui vise l'intérêt général pour être légitime, devait associer toutes les parties prenantes : gouvernements, organisations internationales, Parlements, entreprises, société civile et ONG. C'est la tâche à laquelle s'est attelée l'OCDE, en révisant ses Principes directeurs à l'intention des multinationales, et qui font partie de la Déclaration de l'OCDE sur l'investissement international.

Ces Principes sont des recommandations, adressées par les trente pays membres de l'organisation (plus l'Argentine, le Brésil, le Chili, l'Estonie et la Lituanie) pour que les entreprises adoptent des normes de conduite responsables dans tous les pays où elles opèrent. Ils couvrent l'ensemble de leurs activités : emploi, relations professionnelles, Droits de l'homme, environnement, etc. Ils sont le seul instrument international élaboré par des États, réglementant les impacts sociaux et environnementaux des entreprises.

Bien que ces recommandations ne soient pas légalement contraignantes (le respect des Principes par les entreprises reste volontaire), il existe un mécanisme original pour leur application : les Points de Contact Nationaux (PCN). Généralement tripartites (État, entreprises, syndicats), ces PCN ont vocation à favoriser le respect des Principes sur le territoire national, à veiller qu'ils soient bien connus et compris des milieux d'affaires nationaux, à répondre aux demandes d'information.

En effet, tout PCN peut être saisi par une personne ou une organisation pour avoir une précision sur une question de mise en œuvre concrète des Principes ou être porté à sa connaissance un cas de non-respect supposé. Dans ce cas, le rôle du PCN est d'auditionner les parties (souvent une ONG ou un syndicat et l'entreprise multinationale, « coupable » *a priori*), sans publicité aucune, et d'essayer de trouver des solutions conformes aux Principes. En cas d'échec, il peut mettre le cas sur la place publique par un communiqué de presse, par exemple.

En deux ans, selon un bilan présenté par l'OCDE à Paris, en juillet 2002, vingt-cinq cas ont été traités par les différents PCN. Ainsi, le PCN français a rendu public un avis défavorable pour Marks & Spencer sur la fermeture de ses magasins français, rappelant « *qu'indépendamment des contraintes imposées par le droit boursier anglais, les entreprises sont l'objet d'un droit positif en matière sociale. Marks & Spencer n'avait pas consulté les représentants des salariés sur ses projets de fermeture des magasins français, avant d'en informer la bourse de Londres, en contradiction avec le droit français et les Principes directeurs de l'OCDE* ». Il a également publié des recommandations pour les entreprises françaises opérant en Birmanie, sur le problème du travail forcé, comme le recours à un contrôle externe, la promotion de la législation contre le travail forcé ou la vérification par la direction locale du comportement des sous-traitants.

Ainsi s'élabore, avec des échanges de pratiques entre PCN, une jurisprudence internationale, une ébauche de réglementation. Bien sûr, l'OCDE ne dispose pas de pouvoirs de police, ni de « casques bleus » pour faire respecter ses Principes. Mais tels qu'ils sont, ils représentent le meilleur étalon au monde des obligations éthiques des entreprises : exhaustifs, ayant pris ce qui se faisait de mieux dans les législations nationales. Même s'ils ne sont que de la *soft law*, demandant une obligation de moyens plus qu'une obligation de résultats, ils sont le meilleur outil actuel pour une mondialisation équilibrée.

Le Global Compact

C'est en janvier 1999, au Forum économique de Davos (Suisse), que Kofi Annan a lancé l'idée d'un partenariat avec les entreprises. Baptisé *Global Compact* (Pacte global) son objectif est, selon sa propre formule, « d'unir la force des marchés à l'autorité des idéaux universels ». Concrètement le *Global Compact* propose aux entreprises, en particulier aux multinationales, d'adhérer, de mettre en pratique et de promouvoir, dans le cadre de leurs activités, un ensemble de neuf principes dans les domaines des droits de la personne, du travail et de l'environnement. Ces principes sont tirés de la DUDH, des principes fondamentaux du BIT sur le droit du travail, ainsi que des principes adoptés au sommet de Rio, en 1992, sur l'environnement et le développement.

De plus, les entreprises adhérentes sont invitées à travailler en partenariat avec les agences de l'Onu (OIT, Haut Commissariat des Droits de l'Homme, PNUE, etc.) et à renforcer ainsi le rôle de l'Onu. Ainsi, Ericsson, dans le cadre d'un programme initié par l'Onu, appelé « *Les premiers sur place* », mettra à disposition de personnels humanitaires des téléphones portables et des satellites, pour assurer les communications dans les régions frappées par des catastrophes naturelles.

Ce Pacte est fondé sur la base du volontariat des entreprises. Il n'exige pas d'engagement formel ou contraignant (contrat écrit, par exemple). Ce n'est pas, selon l'Onu, « un code de conduite, mais un cadre de référence et de dialogue destiné à faciliter la convergence entre les pratiques du secteur privé et les valeurs universelles ». L'Onu précise clairement que le contrôle et la vérification des pratiques des entreprises adhérentes ne fait pas partie de son rôle. Le *Global Compact* serait plutôt une sorte de *benchmark* permettant aux entreprises de partager et d'apprendre, à partir des meilleures pratiques : site Internet (*Global Compact, Learning Forum*) présentant les initiatives, remise de prix aux meilleures opérations, etc...

Si le *Global Compact* connaît un grand succès dans le milieu du *business* et a déjà reçu le soutien de plus de 300 entreprises et organisations mondiales (même des pays du Sud, comme l'Inde ou le Brésil), il est aussi vivement critiqué par les ONG, qui lui reprochent de leur permettre de faire du *bluewashing* (jeu de mots avec le *greenwashing*... le drapeau de l'Onu étant bleu). Les multinationales qui s'y sont engagées, comme Aventis (et son maïs OGM Starlink) ou Nike (pour le travail dans les *sweatshops*), se voient reprocher de contrevenir à plusieurs principes du Pacte et de n'y

adhérer que pour arborer le logo de l'Onu et pour que leur P-DG soit pris en photo, servant la main de Kofi Annan !

En définitive qu'est-ce que le *Global Compact* a apporté dans cette tentative de régulation de la mondialisation ? Ses neuf principes ont apporté un poids supplémentaire aux conventions onusiennes existantes sur les Droits de l'homme, les droits sociaux et environnementaux. Il a eu l'avantage de créer un débat et d'être une source de *best practices* sur la responsabilité sociale des entreprises. Mais, on peut se demander si certaines initiatives prises par des multinationales adhérentes au *Global Compact*, comme celle de Shell contre le travail des enfants dans les champs de canne à sucre au Brésil, n'auraient pas été lancées, même sans le Pacte onusien...

En tout cas, quels que soient les reproches qu'on puisse adresser à Kofi Annan, comme ceux de certains gouvernements qui considèrent le partenariat de l'Onu avec le *big business* comme sacrilège, ou comme ceux des ONG anti-mondialistes sur le *bluwashing*, il faut lui reconnaître le mérite d'avoir ouvert la porte à la société civile et au secteur privé. Comme il l'a déclaré lors de son entrée en fonction en 1997, « *l'Onu devrait être un pont entre la société civile et les gouvernements* », reconnaissant ainsi le rôle désormais incontournable de la société civile.

VERS UNE CONVERGENCE DES NORMES...

La prochaine étape pour ces instruments « publics » de responsabilité des entreprises sera l'étude des convergences entre eux, ainsi qu'avec les initiatives privées comme la *Global Reporting Initiative* (voir le *reporting*, p. 205). Ainsi, début 2002, la GRI et l'Onu ont annoncé la création d'une structure de coopération commune. Ce rapprochement permettra aux entreprises ayant adhéré à la GRI d'adhérer au *Global Compact* : une mesure logique... et de simplification, qui donnera une certaine crédibilité au Pacte onusien, poussant les entreprises à aller au-delà de l'engagement d'indiquer simplement, une fois par an, un effort accompli pour améliorer ses performances sur l'un des neuf principes. C'est d'ailleurs le sens de la déclaration de Georg Kell, directeur exécutif du *Global Compact*, lorsqu'il a expliqué le sens de ce rapprochement : « *Les compagnies participant aux deux initiatives ont longtemps compris que la GRI était l'expression pratique du Global Compact du secrétaire général de l'Onu... En conséquence, les entreprises peuvent maintenant utiliser leur participation dans le GRI comme un exemple de leur engagement dans le Global Compact. Cette reconnaissance permet de confirmer la complémentarité entre le Global Compact et la Global Reporting Initiative et facilitera l'engagement des entreprises dans les deux initiatives.* »

Quand on sait que l'OCDE est également en train de se rapprocher de la GRI pour le *reporting* de ses Principes directeurs, on comprend que c'est à une véritable tentative de régulation de la mondialisation que l'on assiste. Une tentative à laquelle adhère d'ailleurs l'Union européenne. L'avis de la Commission européenne sur la responsabi-

lité sociale des entreprises du 2 juillet 2002, faisant suite au *Livre vert* de juillet 2001, reconnaît qu'il n'est pas nécessaire d'ajouter une réglementation européenne sur le sujet, alors que des instruments internationaux comme les Principes directeurs de l'OCDE et la GRI existent déjà !

La responsabilité sociale des entreprises ne passera pas par la loi, mais par la norme.

POUR ALLER PLUS LOIN

Déclaration des principes tripartite de l'OIT concernant les entreprises et la politique sociale : www.ilo.org/multi

Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales : www.oecd.org/daf/investment/guidelines/mnetextf.htm

Global Compact : www.unglobalcompact.org/

SA 8000 (site de Social Accountability International et de sa norme sociale) : www.cepaa.org/

Codes of conduct (portail présentant les différents codes de conduite qu'ils soient d'entreprises, d'ONG, de syndicats, d'universités...) : www.codesofconduct.org/