



Les vents portants du Made in France

Vertus économiques, sociétales et environnementales d'une entreprise engagée

Article N°1 - Juillet 2016

Au travers du prisme de la RSE et face au pouvoir d'influence grandissant des consommateurs, la FIMIF apporte dans ce nouveau dossier un éclairage sur les limites du modèle économique et sociétal actuel et met en lumière les initiatives des entreprises « Made in France » qui œuvrent chaque jour au développement d'un rapport nouveau à l'économie, à la production et à la consommation.

Mathieu DECROIX | Porte-parole de la Fédération Indépendante du Made in France (FIMIF)

mathieu.decroix@fimif.fr | www.fimif.fr

Ce dossier est composé d'une série de 4 articles abordant chacun une des questions centrales de la RSE appliquée à des cas concrets d'entreprises qui ont fait le choix de fabriquer, d'innover et de s'impliquer en France :



Face au retrait de l'Etat dans un monde globalisé, à la persistance du chômage et d'une économie « zéro croissance », aux enjeux sociaux et environnementaux occasionnés par la consommation de masse, les entreprises sont souvent tenues pour principales responsables des maux de notre société. Si nombre d'entre elles fonctionnent encore sur un modèle économique devenu obsolète, d'autres ont déjà réussi à intégrer dans leur ADN ce nouveau rôle qui sera désormais le leur : être un acteur impliqué sur le territoire auprès d'une communauté hétérogène que sont ses différentes parties prenantes. Droits de l'homme, gouvernance, relations et conditions de travail, environnement, loyauté des pratiques, développement et ancrage local... Les consommateurs français n'achètent plus seulement « un produit de fabrication française » mais surtout « une entreprise qui propose des produits de fabrication française selon une démarche respectueuse des hommes et de la nature »¹. Dans ce contexte, **la transparence est devenue la vertu cardinale à l'aune de laquelle s'apprécie la performance et la responsabilité sociétale de nos entreprises.**

Ce premier article de notre série s'attache à contextualiser l'émergence de la RSE et à en illustrer les principales applications et bénéfices concrets au travers de l'étude de cas d'école d'entreprises et de filières 100% « Made in France ».

La crise agricole française illustre l'obsolescence de notre modèle économique.

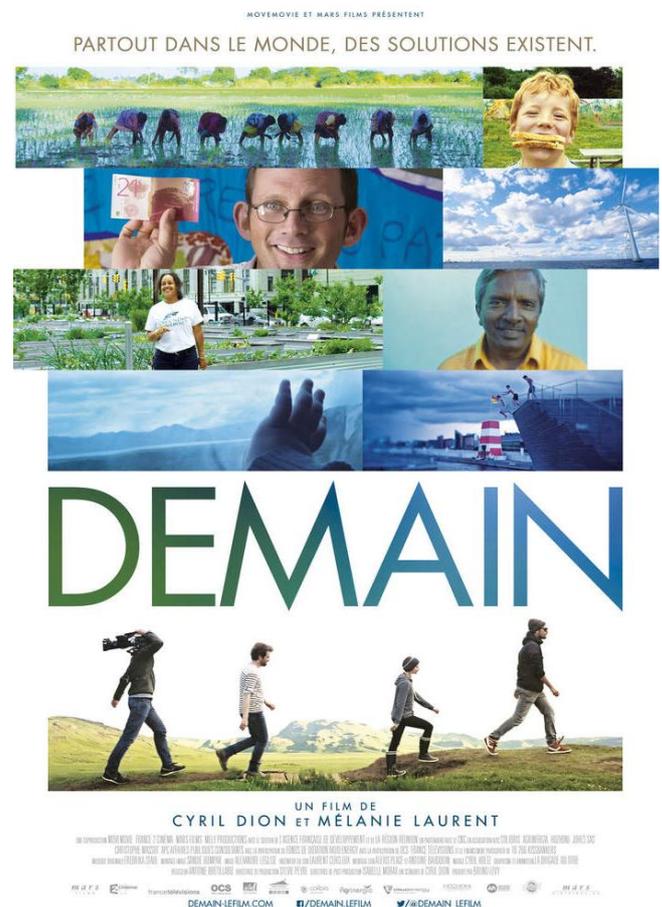
L'état actuel du monde agricole incarne à lui seul les maux et les excès engendrés par un développement économique devenu une contrainte subie plus qu'un choix éclairé. La libéralisation à outrance et la financiarisation du commerce mondial a créé un marché déconnecté des réalités économiques et des besoins vitaux des populations. Les traders spéculent sur les « commodities² », avec à la clé des drames humains comme ceux causés en 2008 par la banque Goldman Sachs³. **Une concurrence par nature déséquilibrée a vu le jour et met en compétition des acteurs et des filières soumis à des normes et des contraintes sociales, environnementales et fiscales sans commune mesure.** La concurrence mondiale est inégalitaire. Elle détruit les emplois des économies développées et maintient dans la précarité les pays dont la faiblesse (ou l'inexistence) des normes sociales et environnementales est devenue le principal avantage compétitif.

Pour chaque acteur de la chaîne agroalimentaire française, il en résulte une fuite en avant vers toujours plus de gigantisme pour rester compétitif dans un modèle économique qui n'a dès lors plus aucune logique sociale ni sociétale. Chacun tente de rester vivant en enfonçant un peu plus ses propres partenaires économiques dans la crise. Les producteurs se retrouvent contraints de vendre à perte afin d'assurer les marges de leurs intermédiaires et in fine des prix compétitifs dans les rayons de nos supermarchés.

Dans le même temps, souvent isolé et en retrait de toute vie sociale, un agriculteur se suicide en France tous les deux jours⁴. Notre agriculture est sous perfusion de subventions publiques depuis des décennies. La PAC Européenne (et donc la France) subventionne à hauteur de 9,5 milliards d'euros par an le secteur agricole français. **Six exploitations françaises sur dix déposeraient le bilan sans ces aides⁵.**

Pour faire face aux produits importés de pays à bas coûts, y compris de pays européens, les agriculteurs français ont été incités par l'Etat et leur principale fédération, la FNSEA, à devenir des « exploitants agricoles », des ingénieurs, des industriels, voire des chimistes. Le rapport à la terre et à la nature a pratiquement disparu des grandes exploitations françaises. Le recours massif au remembrement durant les années 1960 à 1980 a créé des surfaces agricoles de taille démesurée et les terres exploitées en monoculture ont appauvri les sols, nécessitant toujours plus d'intrants chimiques (pesticides...) pour compenser la stérilité grandissante des terres. Les élevages sont eux aussi devenus des usines de « production de viande », au détriment du bien-être des animaux, des exploitants, et de la qualité des produits qui se retrouvent dans nos assiettes. Dans ce contexte, les exploitants sont pris à la gorge par un système dont ils ne savent plus se libérer. Ils travaillent 60

heures par semaine⁶, pour un salaire (lorsqu'il existe) d'à peine quelques centaines d'euros. En 2014, le revenu moyen avant charges d'un éleveur de bovins s'élevait à 1 204€ par mois. Une fois les charges sociales et fiscales déduites, il lui reste à peine l'équivalent d'un RSA⁷ par mois⁸. **Les prix affichés dans nos supermarchés ne sont de toute évidence pas ceux du travail de nos agriculteurs.** L'association Les Colibris estime que ce que les consommateurs ne paient pas au supermarché, ils le paient 3 fois par ailleurs : en impôts, en subventions et frais médicaux et sociaux. Pourtant, comme solution de sortie de crise, la FNSEA propose les mêmes recettes qui ont conduit nos agriculteurs là où ils en sont aujourd'hui. Il faudrait penser toujours plus grand, acheter du matériel toujours plus coûteux et s'endetter toujours plus pour tirer les prix encore un peu plus vers le bas.



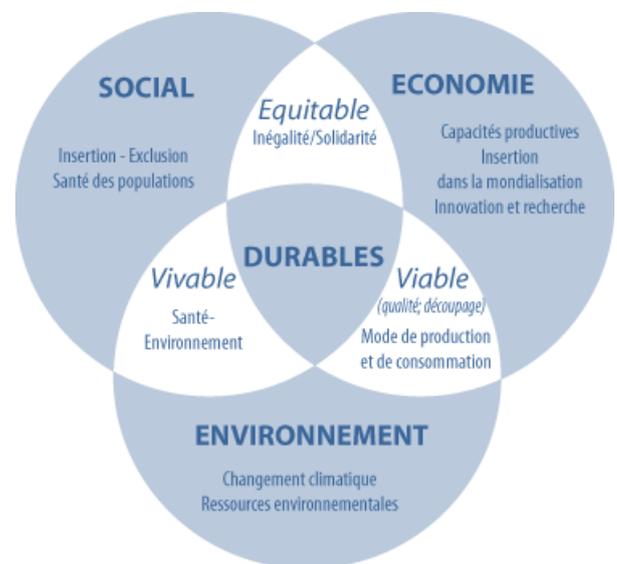
Face à cette impasse économique, sociale et environnementale, certains exploitants font d'autres choix. L'association Terres de Liens⁹ a calculé **qu'une agriculture française et durable 100% relocalisée pourrait créer, au bas mot, 600 000 emplois en France.** Mieux encore, le film Demain, réalisé par Cyril Dion et Mélanie Laurent en 2015, montre l'exemple du Bec-Hellouin, cette exploitation normande cultivée en permaculture qui a des rendements dix fois supérieurs à ceux de l'agriculture conventionnelle, tout en respectant l'environnement. Agroécologie, diversification des cultures et des élevages, labels et

qualité, exploitation à taille humaine, regroupements de producteurs, mutualisation de matériel et d'infrastructures, création de réseaux de distribution partagés et indépendants, vente directe... **Les solutions existent et ceux qui s'en sortent aujourd'hui sont ceux qui ont emprunté des voies alternatives** et qui sont parvenus à regagner tout ou partie de leur indépendance vis-à-vis de la filière industrielle conventionnelle et de ses représentants. Le collectif de fermes du GAEC, fermes bio de l'Aveyron, fonctionne ainsi en autonomie selon une gestion on ne peut plus saine : choix collectif de matériel, nouvel investissement réalisé seulement lorsque les amortissements précédents ont été amortis, ouverture de points de vente collectifs, stratégie orientée qualité et non quantité... La moitié du lait bio produit par ce collectif est distribué en circuit court. Au final, « nous retrouvons le plaisir de travailler, et cela n'est pas dû au seul fait que nous en vivons bien ; le lien avec les consommateurs et le collectif via les points de vente et le sens du partage nous permet de nous retrouver dans une vraie coopération »¹⁰, témoigne Francis Enjalbert, l'un des fondateurs du collectif. La vente directe, en constante progression depuis plusieurs années, occupe désormais 13,2% du marché de la distribution du bio en France.

Ce cas de la crise agricole nous le révèle explicitement, **privilégier le Made in France n'a de sens que lorsqu'un certain nombre de conditions sont réunies**. Ainsi, lorsqu'on sait que **les GMS (Grandes et Moyennes Surfaces) en France détruisent 5 emplois en moyenne lorsqu'elles en créent un seul**¹¹, et que nos producteurs entretiennent avec elles des relations commerciales déséquilibrées qui les forcent pour beaucoup à vendre à perte ou presque, consommer français dans ces conditions n'est ni souhaitable ni souhaité.

Conditions de travail décentes, éthique dans les affaires, transparence dans les pratiques commerciales, fabrication locale et durable, respect de ses parties prenantes et du

territoire comme une condition sine qua none de la performance globale¹² de l'entreprise... Telles sont les considérations qui peuvent donner à la fabrication et à la consommation de biens et services Made in France une véritable légitimité et un intérêt pour la société dans son ensemble. Celles-ci font partie intégrante de ce qu'on appelle le développement durable et, pour les entreprises, la RSE (responsabilité sociétale des entreprises). **La RSE va donc bien au-delà d'une implantation locale sur un territoire**. Elle intègre toutes les composantes économiques, sociétales et environnementales envers lesquelles chaque acteur économique s'efforcera de trouver des zones de compromis, un juste milieu, un développement dit « durable » :



▲ Les trois piliers du développement durable et leurs zones de compromis

▼ Guide de vente directe des produits de la ferme de la ville de Cholet (49)



Qu'est donc la RSE ?

La RSE est définie dans la norme ISO 26000. Cette norme, qui fait mondialement référence, a pour objectif de donner une définition commune à la RSE et de la rendre applicable à tout type d'organisation, qu'il s'agisse des entreprises, des collectivités locales ou encore des ONG. Sept questions centrales ont été définies (voir illustration) et, pour chacune d'elles, des domaines d'actions concrets sont proposés. Son application reste à ce jour entièrement volontaire. Une entreprise respectant les lignes directrices de la norme ISO 26000 pourra prétendre à obtenir les labels AFNOR 26000, LUCIE ou encore B-CORP. A titre d'exemple, les **cuisines Arthur Bonnet**, fabriquées en Vendée depuis 85 ans, ou encore **le fabricant de portes d'entrée Bel'M** en Loire-Atlantique, font partie des entreprises **certifiées ISO 26000**.



▲ Les 7 questions centrales (QC) de la norme ISO 26000 en matière de RSE

Coté législation, la loi Grenelle 2 de l'environnement (2010) impose aux entreprises dépassant 100Mio€ de chiffre d'affaire ou employant plus de 500 salariés de publier toute une série d'informations sociales, environnementales et sociétales dans leurs rapports de gestion. Elle impose également que les informations publiées soient vérifiées par un organisme tiers indépendant et accrédité COFRAC. Les entreprises sont également tenues de publier le bilan carbone de leur activité et les mesures qu'elles prennent pour réduire leurs émissions. Si ces informations sont disponibles sur le site internet des entreprises concernées et en libre accès aux consommateurs, leur lecture reste toutefois complexe faute de d'harmonisation et de comparabilité des données présentées.

L'habillage de façade à combattre

La RSE est donc, pour l'essentiel, une démarche volontaire émanant des entreprises. Lorsqu'elles ne naissent pas sous l'impulsion d'un dirigeant visionnaire, ces stratégies sont les réponses apportées à la pression exercée par les associations et les consommateurs qui réclament davantage de transparence et de considération sociétale et environnementale. Si certaines développent de véritables politiques RSE, d'autres déploient des stratégies de façade dites de « greenwashing » et/ou de « frenchwashing ». Entre Renault qui évoque « le retour de la french touch » sans pour autant fabriquer ses voitures en France¹³, et H&M, passé maître dans l'art de « l'optimisation sociale par le bas »¹⁴, qui lance sa collection « Conscious » en coton

bio, ce type de pratiques est fréquent. Cette volonté de **créer une confusion dans l'esprit du consommateur** - une fabrication française pour Renault et une fabrication éthique et durable pour H&M - frôle habilement la publicité mensongère sans toutefois être punissable au sens de la loi. Pourtant, nombreux sont les consommateurs qui se font prendre au piège.

Si la volonté de se doter d'un habillage « vert » ou « tricolore » est l'unique motivation de nombreuses entreprises, d'autres rencontrent de réelles difficultés à mettre en œuvre leur stratégie RSE. Au-delà du fait qu'il existe au démarrage beaucoup d'incertitudes quant aux bénéfices concrets qui en résulteront, **la vraie complexité réside surtout en l'apparente contradiction entre les trois**

dimensions de la RSE : les performances économiques, sociales, environnementales.

La concurrence mondiale exacerbée, qui est la cause de pressions prédatrices sur les coûts sociaux et environnementaux, n'est jamais présente dans les discours RSE des grandes entreprises. La « complexité » introduite par la RSE dans les décisions prises par les entreprises, en termes d'**horizon temporel** notamment, impliquerait nécessairement un changement de culture de la part des décisionnaires. Mais, à ce jour, les dispositifs d'évaluation de ses performances n'ont pas évolué. Les décisionnaires deviennent alors la cible de demandes non coordonnées et contradictoires. Comment leur demander d'investir du temps et de l'argent sur des projets de moyen et long terme, comme le développement de techniques de fabrication de produits propres et durables, lorsqu'ils sont évalués par leur hiérarchie sur leurs performances à court terme ?

Le cas de H&M illustre en partie cette complexité. Si la marque a probablement la volonté de réduire son empreinte environnementale, elle se retrouve inexorablement confrontée à une volonté plus forte encore et qui est celle de son ADN : la production à moindre coût. Le point de rencontre entre ces deux volontés a abouti au lancement en 2014 de la collection « Conscious » et de ses pulls pour enfants en coton bio à... 3,50€ TTC. Dans le même temps, H&M a commencé dès 2013 à délocaliser certains de ses sites de production du Bangladesh, devenu « trop cher », pour investir l'Éthiopie, le nouvel eldorado des marques en recherche de **dumping social et environnemental**. Des incohérences qui n'ont pour autant pas choqué les blogueurs et la presse spécialisée puisque tous ont applaudi l'engagement inédit d'H&M pour le développement durable. Le greenwashing est malheureusement souvent efficace.

Toutefois, il peut être combattu. De par leurs activités et leur visibilité médiatique, les entreprises ont une vulnérabilité qui est inégale au regard de leur image et de la pression de leurs parties prenantes. **Les entreprises peu visibles médiatiquement ne sont pas incitées à se transformer**. Le rôle des consommateurs, des associations et des médias devient alors déterminant pour accompagner ces transformations et prévenir les tentatives d'habillage de façade à la « mode » H&M.

Le gain de performance imputable à la RSE est de l'ordre de 13%

L'apparente contradiction entre performance économique et performance sociétale ou environnementale n'est pour autant pas insurmontable. Bien réfléchi et bien intégré, la RSE peut même s'avérer très efficace et rentable. Deux familles d'arguments mettent en exergue les résultats concrets et l'effet vertueux dont peuvent bénéficier les

entreprises et leurs parties prenantes en déployant une véritable stratégie RSE.

D'une part, les résultats de l'entreprise se trouvent améliorés grâce à la diminution des coûts qui résultent de l'éco-efficience¹⁵, de la diminution des risques industriels et commerciaux, et de l'amélioration de la qualité, de l'image et de la réputation de l'entreprise. Ces bénéfices contribuent à apporter de la confiance et à fidéliser les consommateurs mais aussi les salariés et les investisseurs. D'autre part, l'obtention d'une certaine légitimité, la fertilisation de l'environnement par l'établissement de relations stables avec les fournisseurs, la contribution à la formation de liens sociaux, le développement de la capacité de gestion des parties prenantes et surtout **le développement d'un potentiel d'innovation pour de nouveaux produits, de nouveaux marchés ou de nouveaux procédés** sont autant d'éléments qui peuvent enrichir les compétences de l'entreprise et lui procurer un avantage compétitif certain. L'artisanat, l'agriculture, l'industrie mais aussi les services « Made in France » sont riches de belles réussites de ce type.



▲ Site de la société Pocheo (59)

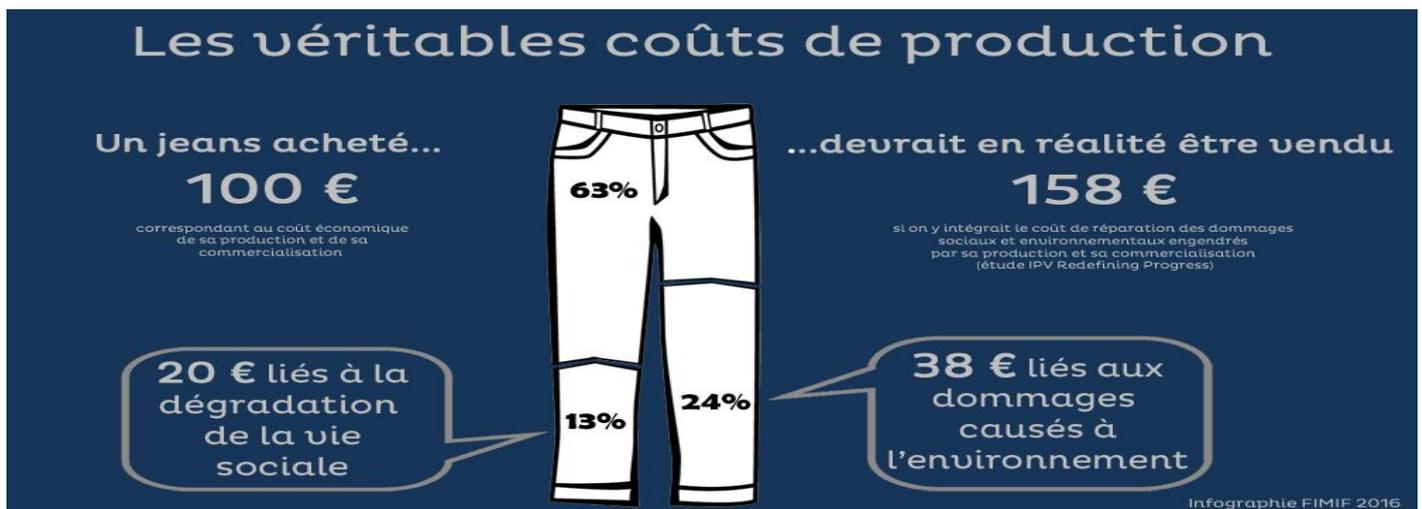
L'entreprise Pocheo - PMI familiale qui fabrique des enveloppes et des pochettes à soufflet depuis 1928 dans le Nord (59) avec 114 salariés - dont la stratégie RSE sera présentée dans l'article 2 de notre série, a su investir 10 millions d'euros sur 15 ans pour réduire son empreinte sociétale et environnementale en repensant ses processus, ses outils et son site de production. Devenue une référence mondiale de « l'économie¹⁶ », l'entreprise a non seulement su préserver son activité dans un marché en fort déclin, mais a en outre économisé 15 millions d'euros de charges de fonctionnement sur la même période. Dans une logique similaire d'écoconception et d'innovation, **La Filature du Parc** à Brassac (81) a réussi à développer une technique de recyclage industriel du coton et de la laine pour fabriquer un nouveau fil 100% recyclé. Les surcoûts du processus de recyclage et de la R&D sont compensés par la

réduction des coûts d'acquisition de la matière première (toiles de coton usagées) et par l'augmentation de l'intérêt de ses clients envers un produit fini local, innovant et écologique. Des marques comme Le Tricolore, Remade in France, Tuff's, ou encore Plus de Pulls, qui fabriquent des jeans et des pulls 100% Made in France, font désormais partie de leurs clients. La Filature parvient à doper ses ventes en proposant des alternatives viables aux fils de coton ou de laine traditionnel importés de Chine, des Etats-Unis ou d'Afrique. Elle se positionne sur un marché de niche, précurseur, porteur de valeurs et à très forte perspective de croissance. Enfin, en tant que pionnière, elle bénéficie d'un éclairage médiatique très puissant.

Plus généralement, **une étude réalisée en Janvier 2016 par France Stratégie¹⁷ auprès de 8 500 entreprises françaises de plus de 10 salariés établit que le gain de performance économique imputable à la RSE est de l'ordre de 13%**. Chaque dimension de la RSE influe positivement sur la performance économique d'une entreprise. Par exemple, l'écart de performance entre les entreprises RSE et les autres est d'environ 5 % pour la relation client-fournisseur et 20% pour les salariés. Les actions que ces entreprises

mettent en œuvre ont vocation à respecter les droits de l'homme et l'environnement (65%), à améliorer l'image de l'entreprise et motiver les salariés (32%), à gérer ses risques (30%), à développer de nouveaux produits (8%) et enfin à réduire les coûts de production (16%). Aux Etats-Unis, les bénéfices obtenus sont également évidents. Les études américaines établissent que les entreprises cotées au « Dow Jones Sustainability Index » ont obtenu des résultats supérieurs de 36,1% par rapport à celles cotées à l'indice Dow Jones traditionnel. Par ailleurs, **les entreprises certifiées B-Corp. (certification RSE américaine) ont été beaucoup moins vulnérables (63%) à la récession de 2007-2009** que les entreprises n'ayant pas déployé de stratégie RSE¹⁸.

L'ancrage territorial d'une entreprise et l'intégration effective de ses parties prenantes (salariés, clients, fournisseurs, concurrents, environnement, associations...) dans son développement lui permettent de **créer un socle solide et stable sur lequel elle pourra s'appuyer tant en période de croissance** (innovation, développement de partenariats...) **que de récession** (fidélisation des clients, des salariés, des partenaires économiques...).



Un jean vendu 100€ devrait en réalité l'être à 158€ !

Officiellement, la France a réduit de 7% ses émissions de CO₂ entre 2000 et 2010, respectant ainsi ses engagements internationaux. Depuis le protocole de Kyoto, les émissions de CO₂ d'un pays sont calculées sur la base de ce qui est produit dans le pays, et non de ce qui y est consommé. Dans un contexte d'échanges et de consommation mondialisés, ce mode de calcul présente des limites. En effet, lorsqu'on intègre les émissions liées aux produits qu'elle importe et que nous retranchons les émissions de CO₂ de ses exportations, **la France a en réalité augmenté de 15% ses émissions** sur cette période¹⁹. **41% des émissions**

réelles de carbone en France sont importées. Et la tendance s'accroît un peu plus chaque année : les importations représentaient à peine 19% du PIB en 1993. Elles comptent aujourd'hui pour plus de 30% du PIB²⁰. Le rapport entre le poids des importations dans le PIB (30%) et la part des émissions de carbone importées (41%) indique par ailleurs que pour l'équivalent d'un point de PIB importé, la France génère 1,34% du total de ses émissions de CO₂, alors que pour 1 point de PIB réalisé en France, elle n'en génère que 0,84%. La différence entre ces émissions indique que **l'importation d'un produit en France génère 58% plus d'émissions de CO₂ qu'un produit fabriqué en France.** Ceci s'explique par le transport d'une part, mais aussi et surtout par l'intensité énergétique (quantité

d'énergie requise pour produire un bien) qui est beaucoup plus élevée dans des pays tels que la Chine que celle que nous connaissons dans nos usines françaises, beaucoup moins énergivores et polluantes. Selon Enerdata, **fabriquer en Chine requiert 64% plus d'énergie que fabriquer en France**²¹, hors transports.

L'exemple de l'empreinte carbone, loin d'être anecdotique, témoigne de l'écart qui existe entre les chiffres historiquement utilisés et les nouvelles réalités. Si les émissions de CO₂ de la France sont de toute évidence sous-estimées, nous retrouvons des problématiques similaires auprès d'autres indicateurs clés tels que les prix de nos biens de consommation courante ou encore le PIB. Celui-ci n'intègre par exemple ni les impacts positifs des activités non économiques (le bénévolat par exemple), ni les conséquences sociales et environnementales négatives de la consommation de masse et des activités économiques des entreprises (l'explosion des inégalités par exemple). Le PIB mesure historiquement la production économique réalisée à l'intérieur d'un pays.

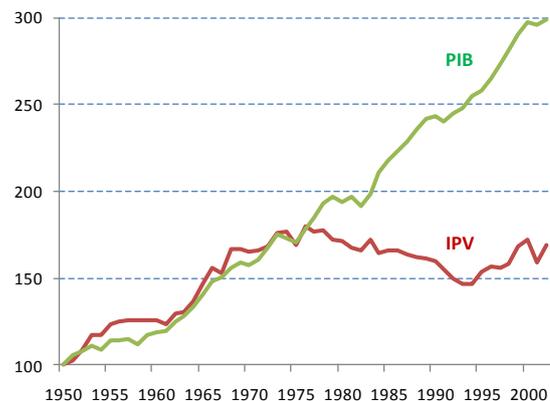
Toutefois, la création de valeur économique serait-elle l'unique source possible de création de richesse et de bien-être ? Pour répondre à cette question, de nouveaux indicateurs, tels que **l'indice de progrès véritable (IPV)** aux Etats-Unis, font progressivement leur apparition. L'IPV a vocation à mesurer l'évolution du bien-être réel d'un pays. Pour ce faire, il ajoute au PIB du pays la valeur estimée des activités économiques non monétaires (travail domestique, activités bénévoles...) et en retranche la valeur estimée des richesses naturelles perdues (dommages à l'environnement, destruction de ressources non renouvelables...) et des dégâts sociaux (chômage, délits, crimes, accidents industriels, maladies au travail, burnout, inégalités...) générés par l'activité économique.

Pour prendre conscience du coût environnemental des activités humaines, prenons l'exemple le plus notoire qui est celui de l'évolution de la biodiversité. Celle-ci s'est réduite de plus d'un tiers depuis 1970 et coûte 545 milliards d'euros à la communauté mondiale du fait des pertes liées aux *services rendus*. Si la trajectoire se maintient, cette perte sera de l'ordre de 14 000 milliards d'euros par an en 2050²². **Les abeilles et la pollinisation représentent à elles seules 153 milliards d'euros (2,8 milliards en France) de services rendus**. Elles assurent la reproduction de 80% des espèces végétales et assurent 35% de la production mondiale de nourriture. Pour autant, elles sont gravement menacées et 30% de leur population est exterminé chaque année en France²³. Les apiculteurs doivent sans cesse renouveler ou élever de nouveaux essaims. Les principales causes ? Traitements pesticides, infections parasitaires, maladies, pollution, réduction de la ressource alimentaire (quantité et diversité des fleurs fournissant nectar et pollen) et des habitats etc. **De l'ordre de 35 000 tonnes par an au début des années 1990, la production annuelle**

française de miel a chuté depuis à 15 000 tonnes, soit une diminution de plus de 50%. Pourtant, la consommation annuelle française est restée stable à 40 000 tonnes par an. La France se voit donc contrainte d'importer, de divers pays de l'Union Européenne, de Chine ou encore d'Argentine, plus de la moitié du miel qu'elle consomme alors qu'elle était autosuffisante il y a à peine 25 ans.

La très sérieuse ONG américaine *Redefining Progress* a fait en 2004 l'exercice de mesurer l'évolution comparée des indicateurs PIB et IPV aux Etats-Unis sur la période 1950 - 2002²⁴. Pour toute société, l'étude indique qu'il **semblerait exister une période pendant laquelle la croissance économique apporte une amélioration de la qualité de vie, mais seulement jusqu'à un certain point au-delà duquel, si la croissance continue, il y a détérioration de cette qualité de vie**.

La courbe de l'IPV correspondrait de fait beaucoup plus à la réalité de la vie quotidienne des populations que celle suivie par le PIB, comme indicatrice de bien-être. Selon l'étude, à partir de la fin des années 1970 aux USA, les bénéfices de la croissance économique ont cessé de compenser les pertes sociales et environnementales occasionnées.



▲ PIB et IPV des Etats-Unis. Source : Redefining Progress. Base 100 en 1950.

Les derniers chiffres calculés par cette étude sont ceux de 2002 (cf. tableau page suivante). Ils nous indiquent que **pour chaque tranche de 100€ consommés** aux Etats-Unis, ce sont 34€ de valeurs positives et non monétaires liées aux services domestiques et au bénévolat qui sont produites. Ils nous indiquent aussi que dans le même temps, **35€ sont détruits du fait de la dégradation de la vie sociale et 60€ du fait de la détérioration de l'environnement**. Au final, pour une consommation globale (PIB) de 100 points, le bien-être réel de la population (IPV) n'est que de 42 points.

La plupart des biens et services que nous achetons n'intègrent à ce jour aucune considération sociale ou environnementale dans la fixation des prix. En extrapolant les résultats de cette étude, cela signifie que le prix réel à

payer pour « compenser » le coût social et environnemental net engendré par la production et la commercialisation d'un produit ou d'un service **devrait être augmenté de 58%** (écart entre PIB et IPV), et probablement plus encore selon l'origine du produit et les conditions sociales et environnementales dans lesquelles il a été fabriqué puis distribué. Prenons par exemple un jeans vendu actuellement 100€. Si l'on prenait en compte les composantes de son coût social et environnemental, le jeans devrait être facturé... 158 € au client.

Consommation des ménages	100 €
+ Services volontaires, domestiques (bénévolat...)	34 €
+ Services issus de biens durables (infrastructures...)	15 €
- Consommation nette de capital et dette extérieure	-12 €
- Coût des inégalités sociales (chômage, salaires...)	-16 €
- Autres coûts sociaux (insécurité, divorces...)	-19 €
- Coûts des pollutions locales (eau, air, bruit...)	-2 €
- Perte de terres agricoles et marais	-10 €
- Perte de ressources non renouvelables (forêts primaires...)	-24 €
- Autres coûts environnementaux (émissions de GES...)	-24 €
= Indice du progrès véritable	42 €

▲ IPV des Etats-Unis en 2002. Source : Redefining Progress.

Intégrer les frais sociaux et environnementaux au coût économique pur d'un produit permet de calculer son coût global. **Il s'agit du coût qui permettrait au commerce mondial de devenir plus éthique, durable et équitable.** S'il est à ce jour impossible d'avoir accès à ce type d'information produit par produit, certaines grandes entreprises commencent toutefois à traduire en « équivalent euros » l'impact social ou environnemental de leurs activités. Ainsi, le groupe Kering (ex. groupe PPR, propriétaire des marques Gucci, YSL, Puma...) estime l'impact environnemental de ses activités à 7,7% de son chiffre d'affaire²⁵, soit un coût environnemental annuel de 770Mio€ pour un chiffre d'affaire de 10Mds€ en 2014.

Aussi complexes soient-ils, ces calculs ont le mérite de nous montrer que, pour que la croissance économique (PIB) soit soutenable (IPV), le monde devra trouver le moyen de re-corréler l'évolution du PIB et celle de l'IPV. Concernant la branche économique de l'IPV, les stratégies RSE des entreprises ont pour objectif de jouer ce rôle. Concernant les consommateurs, leur pouvoir d'influence réside dans le fait qu'ils peuvent choisir au quotidien de privilégier les entreprises, les produits et les services dont l'impact social et environnemental est jugé le plus neutre possible, si ce n'est positif. Concernant la branche non économique de l'IPV (services domestiques, bénévolat...), chacun de nous, en tant que citoyen, a là aussi un rôle majeur à jouer à travers un engagement associatif ou civique par exemple.

Croissance et emplois

Si, à l'instar de l'IPV, des indicateurs alternatifs au PIB existent déjà, ils ne sont à ce jour que très peu développés. La pensée économique dominante est toujours celle qui ne valorise que la création économique de richesses monétaires, sans distinguer les créations issues d'évènements positifs (bénéfices liés à une innovation par exemple) de celles issues d'évènements négatifs (impacts économiques dans l'industrie de l'armement suite à une guerre par exemple). Le sacrosaint objectif d'atteindre les 1,5 points de croissance de PIB pour que des créations nettes d'emplois soient réalisées en France n'est qu'une conséquence malheureuse de notre endettement public, amplifié par le déficit commercial chronique de la France. En 2014, la valeur de ses importations a dépassé de 53,8Mds€ la valeur de ses exportations, faisant perdre un équivalent de 2,5 points de PIB à la France. Si nos gouvernements successifs restent attachés à la croissance à tout prix du PIB, c'est tout simplement parce qu'elle les aide à équilibrer leur budget. Plus profondément, les auteurs de *L'Economie qu'on aime*²⁶ nous expliquent que la cause moins avouable de cette fuite en avant est que la croissance est le seul moyen, avec la création monétaire et l'impôt, de continuer à vivre à crédit, avec la promesse souvent illusoire de pouvoir rembourser la dette accumulée depuis 40 ans. Le paiement des intérêts de la dette publique française est le troisième poste de dépenses de l'Etat et compte pour... 11,2% de son budget annuel, soit 2,2% du PIB²⁷ de la France. Le paiement des seuls intérêts de la dette a coûté à la France 46,1Mds€ en 2014 ! Et si, comme nous l'a récemment confié le député Robert Rochefort²⁸, nous cessions de rechercher la croissance à coups de politiques de relance de la consommation vers des produits dont l'essentiel est... importé ? En effet, **une augmentation de 1% de la demande en France provoque à ce jour une hausse de 1,4% des importations**²⁹. De telles politiques sont donc inefficaces et s'avèrent extrêmement coûteuses pour notre pays car elles aggravent notre déficit extérieur.

D'un côté, nous avons donc un déficit extérieur équivalent à 2 points de PIB. De l'autre, nous devons créer 1,5 point de croissance du PIB pour générer de l'emploi. Œuvrons alors à résorber ne serait-ce qu'une partie de notre déficit extérieur en **priviliégiant la fabrication française** - et donc en limitant la valeur de nos importations - mais aussi **en faisant de la France une terre d'innovation durable qui saura se vendre en France mais aussi s'exporter**, et c'est le problème de la croissance, de l'emploi et de l'environnement qui sera traité durablement. Entrepreneurs innovants et consomm'acteurs engagés : l'atteinte de cet objectif ne dépend que nous !

Zoom sur...

L'industrie française du papier

Une filière « Made in France » d'excellence

L'industrie française du papier a su se réinventer et s'adapter aux enjeux environnementaux propres à son activité. Aujourd'hui, le bois français utilisé pour la production du papier est issu pour **70% des bois de coupes d'éclaircie nécessaires à la croissance de la forêt française et pour 30% des déchets des activités des scieries**. Le bois français utilisé par la fabrication de meubles est quant à lui issu à 100% de forêts gérées durablement.

L'industrie papetière française représentait à elle seule **90 sites de production et plus de 13 000 salariés** en 2014. Elle a également su mettre en pratique depuis de nombreuses années le concept d'économie circulaire à travers la collecte et le recyclage du papier. Le papier a l'avantage de pouvoir se recycler 5 fois, et même 7 fois pour le carton. La filière française, très engagée depuis des années dans la promotion d'un usage responsable du papier, est désormais **la première industrie du recyclage en France avec un taux moyen supérieur à 60% pour les papiers-cartons**. L'impact emploi est considérable puisque pour incinérer 10 000 tonnes de déchets, il faut en moyenne 3 employés alors que pour traiter la même quantité de déchets en centre de tri, ce sont 30 employés qui sont sollicités. **Recycler crée donc 10 fois plus d'emplois en moyenne que l'incinération**³⁰. Ces activités représentent plus de **90 000 emplois en France**. De plus, la biomasse a représenté en 2014 50 % de la consommation d'énergie calorifique de l'industrie papetière, ce qui en fait **le plus important secteur industriel français producteur et consommateur d'énergie "verte"**. Cette industrie est donc non seulement fortement génératrice d'emplois mais également très écologique.

Opter pour le papier recyclé est le choix qu'a par exemple fait la société française Edenred. Pour son marché français, elle fait imprimer en France sur papier 100% recyclé les 300 millions de titres de Ticket Restaurant® et Ticket Service® qu'elle distribue chaque année. Les enjeux sont non négligeables : quelques 7 650 arbres sont épargnés et 25 millions de litres d'eau et 1125 MWh d'électricité sont économisés chaque année.

Si la santé de l'industrie papetière et des forêts françaises est bonne, la situation reste mal engagée du côté de l'industrie de la coupe et de la transformation du bois. Depuis 30 ans, la France importe massivement des meubles fabriqués en Asie à partir de bois non certifié, issu de la déforestation. Au niveau mondial, ce sont toujours 7,3 millions d'hectares de forêt primaire qui disparaissent chaque année. Chaque seconde, ce sont **3 000 m² de forêt qui sont coupés sans être replantés**. L'effet sur la planète, les écosystèmes naturels et les populations concernées est

désastreux. Acheter des produits fabriqués en France à partir de bois français offre donc une garantie évidente de ne plus cautionner par ses achats la déforestation qui sévit de l'autre côté du globe.



Crédit Photo Fotolia

Une autre problématique moins connue du grand public menace aujourd'hui les quelques 500 000 emplois³¹ de l'industrie de la scierie et de la transformation du bois en France. Les professionnels de la FNB (Fédération Nationale du Bois) s'inquiètent de l'exportation massive des grumes³² de la forêt française vers la Chine. Ce marché représente un million de mètres cubes de bois pour la seule année 2013. Vendu 100 €/m³ aux démarcheurs chinois, le chêne français revient, là où il a mis un siècle à pousser, sous forme de lattes de parquet ou de meuble à un prix pouvant atteindre 2000 €/m³. **La valeur ajoutée liée à la transformation du bois échappe à la France et fragilise le premier maillon de l'industrie française du bois : les scieries**. Exporter des bois sciés plutôt que des grumes, c'est aussi une manière de conserver la valeur ajoutée, et donc le travail, en France.

Deuxième conséquence de ce phénomène, les importations chinoises de grumes de chêne français ont flambé à un rythme tel - +137% rien qu'en 2010 - qu'ils provoquent des tensions sur les marchés et des hausses du prix de la matière première « bois » dans les scieries françaises qui ont de plus en plus de mal à s'approvisionner en bois local et bon marché. Quant aux industries françaises de seconde transformation (les fabricants de meubles et autres produits en bois), elles subissent la concurrence accrue de produits chinois très bon marché qui, d'une certaine manière, « reviennent » en Europe : le bois brut exporté vers la Chine est revendu sur le marché européen en produits finis ou semi-finis, chargé d'une valeur ajoutée chinoise « low cost » et défiant toute concurrence.



A vous de jouer...

QUE FAIRE ?



Certaines banques font beaucoup d'efforts pour être fossil free, c'est-à-dire libérées des énergies fossiles. Elles veulent à être également éthiques, coopératives, transparentes, etc.

1 Choisir sa cible

Pour se repérer entre les banques, l'association les Amis de la Terre a fait ça :

Banques françaises	Impacts environnementaux et sociaux
La Nef Crédit coopératif	Impacts positifs
Banque postale Banque populaire	Impacts faibles à modérés
Caisse d'épargne Crédit mutuel - CIC	Impacts maximums
Crédit agricole - LCL Société générale BNP Paribas	Impacts maximums



2 Je suis venu te dire que je m'en vais

La première solution pour réduire énormément votre empreinte carbone, c'est de quitter immédiatement votre banque sale et d'aller déposer/prêter votre argent à un établissement propre !

3 Pour plus de précisions, notamment sur les produits « propres » d'épargne ou de crédit, le guide de la mobilité bancaire est disponible sur Internet et dans tous les établissements bancaires.



C'est hyper facile : la clôture d'un compte courant ou d'un livret est totalement gratuite ! c'est la loi !



En plus, votre banque doit vous proposer un « service d'aide à la mobilité » pour transférer automatiquement vos virements et prélèvements. C'est gratuit aussi. Et si vous avez un crédit en cours, il ne vous empêche absolument pas d'ouvrir un compte dans une autre banque.

3 Les placements éthiques

Si vous avez des économies, choisissez soigneusement où vous les placez. Demandez d'abord à votre conseiller où va votre épargne... s'il le sait !

Ensuite, privilégiez les placements éthiques, responsables, solidaires, etc. Pour faire le bon choix, les Amis de la Terre ont également créé un site : financeresponsable.fr



Consomm'acteurs...

Quel rôle pour votre épargne dans le développement de l'économie réelle ?

Notre épargne ne finance que très peu l'économie locale et cause une pollution dite « indirecte » qui ne se retrouve que partiellement comptabilisée dans les chiffres de l'observatoire du bilan carbone car elle n'a pas lieu sur notre territoire. Telle qu'elle est placée aujourd'hui, notre épargne émet à elle seule 15 tonnes équivalent de CO2 par habitant et par an, selon Stanislas Dupré, ancien Directeur de cabinet Utopies. C'est deux fois ce que nous émettons de manière directe au quotidien ! Elle est utilisée à hauteur de 54% pour le financement de grandes multinationales, souvent très polluantes (Total, Areva, British Petroleum, GDF Suez, Rio Tinto, Bayer, BNP Paribas, Société Générale...). Elle est également placée en obligations d'Etat (dépense publique) pour 10% et en produits dérivés (titres spéculatifs) pour 19%. Et c'est seulement le solde de 17% qui est injecté sous forme de prêts dans l'économie locale.

Vous souhaitez redonner une véritable utilité sociétale et environnementale à votre épargne ? Confiez-la à des établissements transparents et éthiques. Un établissement tel que la Nef vous permet par exemple, lors de vos dépôts, de choisir de financer prioritairement des projets liés par exemple à l'agriculture biologique, la formation, l'art, la culture, le développement social et solidaire, l'écologie et l'environnement... La transparence est de rigueur : vous pourrez trouver sur leur site internet la liste de tous les projets financés chaque année avec l'argent collecté. Cette banque bénéficie des mêmes protections que les toutes les autres banques françaises et vos dépôts sont 100% sécurisés.

Attention toutefois aux offres affichées comme « vertes », telle que Livret de Développement Durable, qui ne financent en rien l'économie durable.

Entrepreneurs...

Quelle démarche RSE adopter et quelles premières actions mettre en place ?

Éléments de réponses avec Olivier Canonne, fondateur du cabinet de conseil en RSE Alteractive FIMIF : Le tissu économique français est composé pour l'essentiel de TPE et petites PME pour lesquelles la mise en place d'une stratégie RSE au sens de la norme ISO26000 peut se révéler coûteux et chronophage. Quels conseils leur donneriez-vous pour pouvoir facilement mettre le pied à l'étrier ?

Olivier Canonne : D'un premier abord, la Responsabilité Sociétale semble une démarche complexe, mais aussi couteuse en temps et en argent. Or, si on s'en tient à la logique de la RSE, qui est de minimiser ses impacts sur l'environnement, en matière sociale et dans ses relations économiques, cela n'est pas si compliqué. En effet, une PME connaît un certain nombre de ses impacts, ne serait-ce que parce que les médias en parlent, mais aussi ses clients, salariés ou pouvoirs publics. Agir pour maîtriser ces impacts permet assez rapidement de répondre à leurs attentes et ainsi améliorer la relation avec eux, source de performance. J'inciterai donc les entreprises qui démarrent à engager un dialogue avec leurs salariés, clients et fournisseurs sur ces questions et les impliquer dans les solutions à mettre en place.

FIMIF : Quel type d'accompagnement ou une société comme Alteractive peut-elle offrir à ce type d'entreprises qui démarrent ?

Olivier Canonne : Alteractive peut les aider à identifier plus finement leurs impacts, avec son regard extérieur et expert. Ensuite, nous nous appuyons sur leur expérience métier, enrichie des bonnes pratiques que nous connaissons, pour leur préconiser des actions simples et efficaces. Enfin, nous pouvons les aider à structurer leur démarche et mettre en œuvre les actions sur le terrain, en impliquant les salariés, les clients, fournisseurs ou autres partenaires.



Consomm'acteurs et entrepreneurs...

La FIMIF vous conseille des lectures et des documentaires

- *L'économie qu'on aime : relocalisations, création d'emplois, croissance : de nouvelles solutions face à la crise.* Par Amandine Barthélémy, Sophie Keller, Romain Slitine. Rue de l'Echiquier. Mai 2013
- *Ecolonomie : entreprendre sans détruire.* Par Emmanuel Druon. Actes Sud. 2016.
- *Made in local : emploi, croissance, durabilité : et si la solution était locale ?* Par Raphaël Souchier. Eyrolles. 2013.
- *La responsabilité sociale d'entreprise.* Par Michel Capron. Collection Repère. 2010.
- *Demain Le Film.* Film documentaire. Par Cyril Dion et Mélanie Laurent. 2015. Egalement disponible en livre chez Actes Sud.
- *Le Monde selon Monsanto.* Documentaire. Par Marie-Monique Robin. Arte Vidéo. 2008.
- *Sacré Croissance.* Documentaire. Par Marie-Monique Robin. Arte Vidéo. 2013.
- *Prêt-à-jeter : l'histoire méconnue de l'obsolescence programmée.* Documentaire. Par Cosima Dannoritzer. 2010.

Notes et références

1 Voir l'enquête réalisée par la FIMIF en avril 2016 sur les « pratiques d'achats de produits et services Made in France »

2 Terme communément utilisé dans le milieu de la finance pour désigner les denrées alimentaires.

3 Les pratiques spéculatives portant sur des denrées alimentaires et pratiquées par la banque Goldman Sachs en 2008 ont résulté en une augmentation nette de la famine dans le monde de 250 millions de personnes. Les populations des pays pauvres n'ont plus eu les moyens de s'offrir une alimentation de base suite à l'envolée soudaine des cours des matières premières provoqués par la bulle boursière créée par les traders de cette banque.

4 Source : Institut de Veille Sanitaire

5 Source : France Info

6 Source : www.pleinchamps.com. Le temps de travail annuel des agriculteurs serait en moyenne de 2.500 h alors qu'il se situe à 1.600 h pour les autres catégories CSP (hors indépendants).

7 Le montant du RSA socle était de 499€ par mois en 2014

8 Source : Le Figaro et la Fédération Nationale Bovine (FNB)

9 L'association Terre de Liens rachète des terrains agricoles pour permettre à de petites exploitations de pouvoir s'y installer et de développer une activité. A fin 2014, l'association a acheté en France 122 fermes représentant 2 485 hectares, toutes dédiées au développement de l'agriculture biologique.

10 Interview réalisée dans le Midi Libre du 1/3/2016

11 Source : Christian Jacquiau, expert comptable et auteur du livre "Les coulisses de la grande distribution" (Albin Michel, Mars 2000)

12 Performance à la fois économique, sociétale et environnementale.

13 Fabrication française de véhicules Renault : Renault use du slogan « La French touch revient en force » dans ses campagnes publicitaires. Dans l'imaginaire collectif, Renault, une marque française, qui revendique la « french touch » doit possiblement fabriquer en France. Pourtant, sur ses 5 modèles de référence, seul un est fabriqué en France, et encore... pour 30% seulement.

14 Après de multiples délocalisations en Asie, entre la Chine et le Bangladesh notamment, H&M a délocalisé une partie de sa production d'Asie en Ethiopie pour préserver ses marges et faire face à l'augmentation des salaires et des revendications sociales en Asie. Ces pratiques de dumping social provoquent régulièrement des drames dont le plus médiatisé fut l'effondrement de l'usine de confection textile Rana Plaza en 2013 qui avait fait plus de 1000 morts au Bangladesh, et dans lequel H&M était impliqué.

15 L'éco-efficience d'une entreprise est atteinte par la distribution de biens à un prix compétitif qui satisfasse les besoins humains et apportent de la qualité de vie, tout en réduisant progressivement les impacts écologiques et l'usage des ressources tout au long du cycle de vie.

16 Selon Pochecho, il est plus économique de travailler de manière écologique. Les objectifs poursuivis sont les suivants : réduction de l'impact sur l'environnement et la prévention des pollutions, réduction du risque au travail et la baisse de la pénibilité des postes, amélioration de la productivité de l'activité et du site industriel. Cette démarche est appelée l'écolonomie : savoir fabriquer sans détruire.

17 Dossier complet à retrouver sur www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/fs_etude_rse_finale.pdf

18 Source : B-Corp

19 Source : rapport « Omissions de CO2 » publié par Mes Courses Pour La Planète

20 Source : INSEE, 2014

21 Source : Enerdata, Global Energy Statistical Yearbook 2015. L'intensité énergétique de la Chine est de 0,203 en 2014 quand celle de la France est de 0,124.

22 Source : INRA

23 Source : Un toit pour les abeilles

24 Chiffres et analyse complète disponibles sur www.redefiningprogress.org

25 Source : Rapport Développement Durable du groupe Kering

26 L'économie qu'on aime : relocalisations, création d'emplois, croissance : de nouvelles solutions face à la crise. Amandine Barthélémy, Sophie Keller, Romain Slitine. Rue de l'Echiquier. Mai 2013.

27 Source : www.vie-publique.fr

28 Député européen centriste. Interview réalisée en septembre 2015 par PréFRance.fr pour l'édition 2016 du journal Le Bottin du Made in France

29 Source : La Fabrique de l'industrie

30 Source : Zéro Waste France

31 Selon la FNB, le secteur des scieries représente 50 000 emplois en France. S'y ajoute le secteur de la transformation : 450 000 emplois.

32 Tronc d'arbre abattu dont on a coupé les branches mais qui est toujours recouvert de son écorce.