

■ Développement durable

- Élément moteur du développement durable : la crise environnementale.

Entretien avec Dominique Bourg.

pages 1 à 5

- Le développement durable, point de passage obligé pour entreprise performante.

Entretien avec Alain Jounot.

pages 5 à 7

- Monoprix et le développement durable, douze ans d'affinité.

pages 7 et 8

- Maîtriser les enjeux dans le temps comme dans l'espace.

Entretien avec Thierry Raes.

pages 9 et 10

- Dix années de développement durable.

Par le cabinet Vogel & Vogel.

pages 11 à 13

■ Consommation

Faible progression des achats en mars avril.

pages 14 à 16

Le Bulletin

L'ILLEC

Développement durable : une réaction à la crise environnementale

Le défi pour les deux prochaines générations sera de découpler les flux financiers des flux de matières et d'énergie. Tout en se gardant de l'utopie et de l'angélisme.

Entretien avec Dominique Bourg, directeur du département technologie et sciences de l'homme, à l'université de technologie de Troyes.*

■ Des trois volets du développement durable, l'environnement, le social et l'économie, lequel prévaut ?

Dominique Bourg : Contrairement à ce qui se dit ici ou là sur le développement durable et la prévalence des variables sociales et économiques, la crise environnementale est l'élément moteur. C'est au travers de l'environnement qu'ont été expérimentés de nouveaux instruments concernant la prise de décision publique, telles les conférences de consensus ou la Commission nationale du débat publique.

De manière plus générale, toutes les structures participatives à la prise de décision publique ont eu l'environnement pour origine. Le principe de précaution et l'idée de progrès sont, eux aussi, pensés à l'aune de l'environnement. Toute la dimension sociale et politique du développement durable ainsi que la confrontation à l'incertitude et à la complexité des problèmes prennent leur source dans la crise environnementale.

(Suite page 4)

Editorial

Mémoire durable

L'ennuyeux avec les grands hommes, c'est qu'ils ont raison longtemps avant tout le monde. Ils renvoient par avance à la vacuité des vanités ce que les autres mettront des lustres, voire des siècles à découvrir. A ce point que plus d'un écrivain s'est cru trop tard venu dans un monde trop âgé.

Ainsi nos contemporains découvrent le développement durable. Concept pourtant aussi simple que l'œuf de Christophe Colomb si, comme nous y incite Dominique Bourg, nous rapportons l'urgence qu'il claironne d'agir en faveur de la nature à l'évidence de la crise environnementale. Ou encore, pour en revenir à l'œuf de Colomb : de la planète que nous salissons, sur le sol et dans les cieux, tondons du côté des forêts équatoriales comme laine sur le dos du mouton, creusons tant et plus, entre clowneries à la Charlot et épopée inversée à la Cendrars, en quête du minerai précieux, il ne restera bientôt plus qu'une coquille vide, une fois achevée l'œuvre destructrice de la fouine humaine.

Bertrand de Jouvenel avait pourtant prévenu. En pleine crise de 1968, alors que les enfants gâtés avant l'heure des Trente Glorieuses entraînent la société entière dans leur crise de puberté politique, le père de la prospective à la française songe à une nouvelle Arcadie, fondée sur le respect de la nature et la soumission à l'homme du processus de production. Renversant la flèche du temps, telle que la définissent libéraux et marxistes, aveuglés par l'illusion du progrès, le prospectiviste clairvoyant invente le développement durable. De son message, personne ne se soucie. Point davantage n'est entendu l'avertissement venu de l'autre extrémité politico-philosophique, sous la forme du Principe Responsabilité de Hans Jonas. Vaines ratiocinations de l'esprit ! Et les choses continuent comme devant dans la république des autruches qui, la tête dans le sable, continuent à faire comme si de rien n'était, jusqu'à ce que leur brûle par trop le derrière, sous l'effet du réchauffement climatique !

Autre style, autre métier, mais pareille anticipation avec Antoine Riboud. Celui qui, en 1971, lance l'opération Vacances propres a compris, avant tout le monde, l'impossibilité de vendre de la santé, si des déchets d'emballages au sceau du fabricant polluent la façade maritime. Celui aussi qui, en 1974, affirme dans son discours de Marseille l'insécabilité du social et de l'économique, dans son projet d'entreprise. Celui enfin qui, en 1992, met au monde Eco-Emballages dont il a eu l'idée un peu plus tôt, dans un rapport rédigé à la demande du gouvernement. Avec la société de récupération, la réparation des dommages causés à la nature entre dans le domaine des activités marchandes, qui prennent en charge une nouvelle tâche d'intérêt général.

Inventeurs et précurseurs ont ainsi montré la voie. Leurs intuitions n'auraient cependant guère intéressé si le marché ne s'était emparé d'elles. Bonaparte fut certes héroïque sur le pont d'Arcole, mais son geste ne lui permit de passer à l'histoire, sous le nom de Napoléon, que dans la mesure où il suscita l'enthousiasme de la troupe qui se mit en train.

Ainsi faut-il se féliciter que le développement durable soit devenu un incontournable de la pensée unique, une figure obligée de la gestion éclairée. Les grandes sociétés de conseil se sont emparées du concept et le déclinent, jusque dans ses exigences les plus rigoureuses. Thierry Raes, de PriceWaterhouseCoopers, ne conclut-il pas son propos sur l'idée de découplage qui, il y a quelques années à peine, relevait de l'utopie pure et simple ? Mieux, le thème s'impose peu à peu comme une norme. Son respect ne relève plus du seul bon vouloir des professionnels. Il devient la référence obligée parmi les parties prenantes (insupportable anglicisme en quoi il faut reconnaître le corps social dans son ensemble). L'Afnor, dont le porte-parole est Alain Jounot, est le gardien de la règle.

Qui dit corps social, en économie de marché, dit naturellement consommateurs et, par voie de conséquence, professionnels de la distribution. Parmi les commerçants, si tous paraissent frappés par la maladie du développement durable, seule une enseigne semble mourir de langueur pour lui. Au risque de la béatitude éternelle, naturellement ! Urbaine, nocturne, tendance, Monoprix a pris le bobo par les cornes pour tenter de fonder avec lui une union aussi durable que le développement responsable.

Les respect de la nature est l'enjeu ultime de la question, martèle à propos Dominique Bourg. En tant que tel, il relève de l'ardente obligation. Mais il offre aussi des opportunités de croissance. Celui qui comprend les enjeux, loin de subir un handicap, bénéficie d'un avantage comparatif. Contrairement à ce que pensent certains, le marché n'est point si aveugle, lorsqu'il s'agit de sa propre expansion.

Antoine Riboud, pour en revenir à lui, avait compris tout cela avant tout le monde et il était passé à la mise en œuvre, lorsque nombre de sectateurs de la pensée dominante en étaient encore à vaticiner. Notre feuille manquerait à tous ses devoirs, si elle ne profitait de l'occasion qui lui est donnée par l'actualité pour saluer un personnage hors du commun, un visionnaire de la marque, un immense industriel.

Par une série d'éliminations successives, la parabole de Saint-Simon réduit la société à l'essentiel, appréciée à l'aune du critère d'utilité. Nous faisons grâce à nos lecteurs des disparitions successives. Qu'ils se souviennent seulement qu'après élimination de tous les autres demeurent en lice l'agriculteur et l'industriel, longtemps après les gouvernants, les juges et les prélats. Vision certes fort matérialiste de la société. Mais qu'objecter à la figure de celui qui personnifie à la fois l'agriculture et l'industrie d'en France, et dont tout atteste qu'il fut aussi un homme d'esprit ? L'Ilec s'incline respectueusement devant la mémoire d'un grand parmi les grands, dont il s'honore qu'il fut des siens.

Dominique de Gramont

Le développement durable nous conduit-il à repenser la théorie de la croissance économique ?

D. B. : Pour l'industrie, la logique productiviste et pyramidale a vécu. L'heure est à la qualité totale, l'industriel se doit d'être beaucoup plus attentif à la demande. Nous sommes entrés dans un monde où l'acte de produire n'a plus l'évidence d'hier, puisqu'il doit répondre aux attentes et aux inquiétudes de tous les acteurs. Les techniques produisent des biens et, corollairement, des maux. Tout acquis scientifique ne débouche pas nécessairement, comme on le croyait, sur un progrès sans faille conduisant à une amélioration de la condition humaine.

L'environnement nous a également conduits à repenser l'économie et la façon de satisfaire les besoins présents sans hypothéquer ceux des générations futures. Le découplage entre flux de matières et d'énergie d'un côté, dynamisme social, scientifique et technique de l'autre, se fait sous la pression des enjeux environnementaux.

Le développement durable est-il l'aboutissement conceptuel de réformes engagées depuis les années 70, par les cercles de qualité, les économies d'énergie, ou doit-il être considéré comme une rupture dans notre mode de penser et d'agir ?

D. B. : Il n'y a pas de causalité unique. Au commencement était le concept d'éco-développement, mis à mal par les Américains dans les années 70. Il peut aujourd'hui se définir comme le regroupement de différents mouvements à l'œuvre dans la société. Le concept permet de satisfaire aux contraintes environnementales et d'épouser le mouvement de la qualité totale.

En filigrane, ne voit-on pas le mythe de la transparence, de la société parfaite ?

D. B. : Il en est du développement durable comme de la sainteté, on tend vers lui sans jamais l'atteindre. Le rapport Brundtland définissait le développement durable en termes d'orientation à donner à l'action. Croire qu'il est possible de s'y conformer parfaitement est illusoire. Nous devons tendre vers les valeurs promues mais éviter tout angélisme.

Quelle place pour la variable politique, entre l'environnement et le social ?

D. B. : Le développement durable fait de la démocratie participative un point de passage obligé. Dans le rapport Brundtland, la personne humaine est au centre de la société. Une nouvelle définition est cependant donnée à l'intérêt général. Autrefois, construire l'intérêt général consistait à satisfaire les intérêts des générations présentes. La deuxième moitié du XX^e siècle nous a montré l'impact temporel de nos techniques : beaucoup auront à moyen et long terme des effets négatifs. On ne peut donc plus dissocier l'intérêt général au présent de l'intérêt général au futur. La question cruciale du changement climatique l'atteste. Seul le politique peut garantir la défense de l'intérêt général ainsi compris.

Le développement durable doit-il comporter un tronc commun qui s'impose à l'ensemble des pays du monde ?

D. B. : D'un côté, les objectifs sont communs, mais la manière d'y répondre peut s'adapter. Il ne peut y avoir de développement durable unique à l'échelle de la planète. Si certaines contraintes ont un sens planétaire, les déclinaisons doivent correspondre aux différentes cultures.

De l'autre, il est difficile d'échapper à un horizon de justice commun. Si l'on voulait stabiliser les émissions de gaz à effet de serre, il faudrait les faire redescendre sous la barre des trois gigatonnes annuelles. Si l'on divise ce chiffre par le nombre d'habitants sur la planète, chacun de nous a un quota de 500 kg par an. Un Américain émet près de six tonnes, un Allemand un peu plus de deux tonnes, un Français un peu moins de deux tonnes, un Indien trois cents kilos ! Pourquoi et comment imposer à un Indien un quota que l'Américain refuse ? Il est absurde d'exiger des sacrifices sans une juste répartition à terme. Il faut réduire nos consommations d'énergie de 2 % par an sur vingt ans. Soit nous commençons demain, soit nous n'y parviendrons jamais !

Y-a-t-il des sociétés plus ou moins réceptives à cette manière d'être et de penser ?

D. B. : Aujourd'hui, personne n'y est très sensible, car le développement durable contredit nos styles de vie. L'amélioration régulière de notre niveau de vie était, jusqu'alors, inséparable d'un accroissement des flux de matières et d'énergie. Ce n'est pas un mince défi que de rompre avec cette logique.

La formation dans les grandes écoles est-elle incontournable ?

D. B. : La formation est essentielle pour rompre l'inertie de nos schémas mentaux. Si les écoles d'ingénieurs intègrent des cursus liés à l'environnement, nos universités et nos écoles commerciales sont encore de mauvais élèves ! C'est une exception française.

Quelle peut-être la place de l'entreprise comme acteur du changement ?

D. B. : Elle a un rôle moteur à jouer dans beaucoup de domaines. L'entreprise peut conduire ses clients à changer de comportement. L'objectif est d'atteindre la plus haute valeur d'usage en consommant le moins possible de matière et d'énergie, grâce à l'économie de service. Les

industriels, plus qu'ils ne vendent leurs produits, les louent. Conséquence majeure dans le cycle de fabrication : l'intérêt de l'industriel est de fabriquer des produits dont la durée de vie est la plus longue possible et qui exigent le moins de maintenance possible, puisqu'il tire ses ressources de leur location. Avec ce système, nous devrions parvenir, pour la première fois, à déconnecter les flux financiers des flux de matières. Aujourd'hui, 99 % des ressources utilisées pour les biens produits deviennent des déchets au bout de six mois. Il y a urgence !

Propos recueillis par Jean Watin-Angouard



³ Dominique Bourg est l'auteur de *L'Homme-artifice* (Gallimard, 1996), *Nature et technique* (Hatier, 1997), *Peut-on encore croire au progrès ?* (PUF, 2000), *Parer aux risques de demain. Le principe de précaution* (Seuil, 2001).

Développement durable, point de passage obligé pour entreprise performante

Fondé sur la transparence, le consensus et le contrat, le développement durable étend la responsabilité des entreprises dans le temps et dans l'espace. Il ne s'agit pas tant d'une révolution que d'un long cheminement.

Entretien avec Alain Jounot, responsable développement « environnement » à l'Agence française de normalisation (Afnor).

Comment l'Afnor analyse-t-elle le concept de développement durable ?

Alain Jounot : C'est un concept mobilisateur qui concerne aussi bien les fonctions politiques, économiques et sociales. Ses trois piliers – l'efficacité économique, l'équité sociale et la préservation de l'environnement – sont désormais au cœur des préoccupations aussi bien des pouvoirs publics que des entreprises.

La nouveauté réside dans la sensibilisation et l'attente plus fortes de la part d'acteurs externes à l'entreprise que sont les ONG, les médias, les associations de consommateurs, les actionnaires et les investisseurs, regroupés sous l'appellation « parties intéressées ». Même si les attentes sont parfois divergentes, tous ces acteurs partagent le même objectif : le principe de responsabilité sociétale de l'entreprise. Pour la première fois, les sphères politiques et privées convergent vers le même but.

Quelles missions l'Afnor s'assigne-t-elle ?

A. J. : De manière générale, l'Afnor construit des consensus et établit des documents de référence. Dans le domaine du développement durable, nous avons constitué, au début de 2001, un groupe de réflexion afin de partager une vision commune du développement durable appliquée à l'en-

entreprise et créer ainsi une plate-forme d'échange. Constitué de soixante-dix personnes de toutes origines – ministères de l'Équipement, de l'Industrie, entreprises pionnières comme EDF ou Suez, syndicats, ONG... –, il est présidé par Christian Brodhag, le prédécesseur de Jacques Testart à la tête de la Commission française du développement durable, aujourd'hui directeur de recherches à l'École des mines de Saint-Etienne.

Après un an de réflexion, le groupe a remis un rapport intitulé *Entreprises et développement durable*, avec des propositions d'action, en particulier l'élaboration des lignes directrices destinées au management des entreprises. En juin prochain, deux documents devraient être disponibles pour une large consultation de l'ensemble des parties intéressées. L'objectif est de guider et d'aider les entreprises à intégrer le développement durable dans la gestion. Un premier document sera rédigé sous une forme pédagogique, afin de sensibiliser les entreprises de toute taille, jusqu'aux plus petites, en soulignant les éléments clés d'un système de management. Le deuxième document aura également pour objectif de familiariser les entreprises avec les principes du développement durable, mais il sera rédigé sous forme de lignes directrices, s'appuyant sur les normes, en particulier l'ISO 9004. Nous souhaitons préparer ainsi les discussions internationales qui devraient se multiplier au cours des prochains mois.

■ *Quelles sont les étapes que préconise l'Afnor ? Les grands groupes sont-ils mieux armés que les PME ?*

A. J. : Le développement durable doit se concevoir comme un chemin d'apprentissage propre à chaque entreprise. Celle-ci doit d'abord répondre à certaines questions : par rapport à quoi s'engage-t-elle ? À partir de quel état des lieux ? Par rapport à qui ? La profession, les attentes des parties prenantes ? Qu'attend-t-elle en retour de son engagement ? À chaque entreprise correspond des réponses spécifiques, mais l'objectif reste identique : articuler les performances économique, sociale et environnementale. Si les grands groupes étaient mieux armés au début des années 90, avec les normes ISO 9000, les PME ne sont plus aujourd'hui des laissés-pour-compte. L'objectif de notre groupe de réflexion est démontrer que le concept de développement durable concerne toutes les entreprises, de toute taille. Au reste, le programme Agenda 21, publié

lors du « sommet de la Terre », à Rio, en 1992, incite les collectivités locales à sensibiliser et à informer les entreprises implantées sur leur territoire des enjeux du développement durable.

■ *Pourquoi les entreprises sont-elles de plus en plus nombreuses à considérer le développement durable comme un enjeu stratégique pour leur avenir ?*

A. J. : Lors du sommet de la Terre, le débat était accaparé par les politiques, et les entreprises en étaient relativement absentes. Aujourd'hui, elles ont pris conscience des enjeux et des opportunités du développement durable pour beaucoup de raisons. Elles entendent valoriser leur image et préserver leur crédit au sein de la société ; elles souhaitent prendre en compte les besoins des clients de manière plus globale et pérenne, mobiliser leurs salariés, maîtriser les risques et les coûts environnementaux ou sociaux.

Le développement durable étend la responsabilité des entreprises dans le temps et dans l'espace. Il revient à l'entreprise de mettre en œuvre par exemple le concept d'« éco-efficience », qui consiste à produire des biens et des services à un prix compétitif en réduisant l'impact écologique et la consommation de ressources pendant le cycle de vie. L'éco-efficience appelle la réduction de l'intensité en matière des biens et des moyens utilisés dans les services, de l'intensité énergétique, de la dispersion de produits toxiques et des espaces biologiquement productifs. Elle suppose en revanche une augmentation de la recyclabilité des matériaux et de l'intensité des services apportés par les produits, une viabilité accrue de ceux-ci, un usage plus durable des ressources renouvelables.

■ *Quel système de gestion préconisez-vous ?*

A. J. : Les entreprises portent de plus en plus d'intérêt à la mise en place de systèmes de gouvernance privilégiant l'évaluation des impacts avant toute prise de décision et la mesure des effets rétroactifs des actions. Adopté dans l'assurance qualité, le processus « PDCA » (*plan-do-check-act*), dit « roue de Deming », tend à devenir un modèle de management universel. Il se décompose ainsi : *plan*, ou engagement de la direction au travers d'une politique affirmée et planification des objectifs associés à cette politique ; *do*, ou

mise en œuvre des dispositions présentées dans le plan ; *check*, ou vérification et évaluation des résultats et des progrès obtenus ; *act*, ou révision visant à constamment améliorer le système.

L'entreprise doit-elle disposer en interne d'un déontologue ? Doit-on envisager des formations spécifiques dans les universités et les grandes écoles ?

A. J. : Si les documents en cours d'élaboration ne préconisent pas la présence d'un déontologue au sein de l'entreprise, ils soulignent néanmoins le

nécessaire décloisonnement des fonctions marketing, achat, ressources humaines, commerciales, communication, etc. L'enjeu du développement durable est transversal. Il appelle donc des formations spécifiques dans les universités et les grandes écoles. C'est d'ailleurs une recommandation qui pourrait être retenue dans le livre blanc de la commission française, au sommet mondial du développement durable qui se tiendra à Johannesburg.

Propos recueillis par Jean Watin-Augouard



Monoprix et le développement durable : douze ans d'affinité

Par Jean Watin-Augouard

Depuis le lancement, en 1990, de la première gamme de fruits et légumes biologiques préemballés, jusqu'à la charte de développement durable publiée en 2000, Monoprix se singularise par son engagement dans un commerce plus équitable et respectueux de l'environnement.

Vert comme espoir. Monoprix vient d'adopter un manchot vert comme emblème de son engagement en faveur du développement durable, avec pour slogan « *Le développement, d'accord mais seulement s'il est durable* ». Prénommé DD (initiales du concept), cet animal a été choisi parce que « son comportement social, très proche de celui de l'homme, est fondé sur des valeurs de solidarité et de soutien, essentielles à la pérennité de l'espèce », explique Stéphanie Levet, directrice des relations extérieures et du développement durable du groupe. « En outre, poursuit-elle, le manchot est concerné par les atteintes à l'environnement, la pollution des mers, le réchauffement climatique, la pêche intensive et l'écotourisme. »

Monoprix n'en est pas à son coup d'essai en la matière. L'initiative revient à son président, Philippe Houzé. Le lancement, en 1990, de la première gamme de fruits et de légumes frais préemballés, issus de l'agriculture biologique, de Monoprix Vert, première marque distributeur de

produits de qualité environnementale, puis de Monoprix Bio, en 1994, et la conclusion de partenariats avec les filières agricoles (fruits, légumes et élevage) participent de la même volonté : donner aux clients la possibilité d'une consommation de qualité, responsable mais accessible.

Le développement durable :
un axe stratégique depuis 2000

Après dix années d'action, le groupe a fait le choix de s'engager dans une démarche qui concilie économie, environnement et social. En publiant sa charte, en juin 2000, Monoprix a fait du développement durable un axe stratégique, autour de cinq thèmes : être leader dans l'offre de produits répondant à la démarche par leur qualité, accroître la qualité de vie dans les magasins, maîtriser les impacts sur l'environnement, promouvoir des actions locales, informer et rendre compte.

« Nous pratiquons la politique des petits pas, nos chantiers sont nombreux et nous avançons à notre rythme », indique Stéphanie Levet, qui coordonne une équipe d'une quinzaine de personnes chargée de conduire la réalisation des engagements arrêtés dans la charte. Dans le domaine du commerce équitable, et sous l'instigation de Philippe Houzé, Monoprix a été la pre-

mière enseigne à commercialiser, en France, en 1998, les marques de cafés nationales Meo et Malongo, dotées du label Max Havelaar. Monoprix a encore été pionnier en 1999, parmi les distributeurs, en créant un café biologique Max Havelaar dans sa gamme Monoprix Bio, puis, en 2001, un thé, avant d'autres références de cafés. Récemment, l'enseigne a noué un partenariat exclusif pendant un an avec la société Alter Eco, première marque de commerce équitable en France. Elle propose dans ses trois cents magasins treize références (riz, jus d'orange, chocolat, thé, café) avec le label Max Havelaar. En phase de lancement, la gamme a un linéaire propre, en tête de gondole. Ultérieurement, elle sera réintroduite dans chaque famille de produit.

« Au fil des ans, le consommateur perçoit mieux le lien entre le produit et le concept de commerce équitable. Le taux de notoriété du commerce équitable est de 20 %. Il faut donc mener des actions pédagogiques importantes, souligne Stéphanie Levet. D'où les animations dans nos magasins, avec des démonstrations de produits. Nos clients de milieux urbains sont les plus réceptifs au discours du développement durable. »

Le non alimentaire en quête d'un référentiel

Selon l'Observatoire national de l'agriculture biologique, près d'un client Monoprix sur quatre achète des produits issus de l'agriculture biologique. Dans le domaine non alimentaire, notamment le textile, l'absence de label fondé sur un référentiel reconnu pose le problème de la traçabilité. Monoprix engage cependant un travail sur son approvisionnement passant par des audits de ses fournisseurs. Il participe aux groupes d'étude sur la norme SA 8000.

L'environnement est également un axe stratégique. Monoprix s'engage à réduire les impacts environnementaux de ses activités et a œuvré avec l'Ademe. « Dans un premier temps, nous devons identifier les impacts, en développant des programmes informatiques et des méthodes comptables, afin de mesurer nos consommations d'eau et d'énergie, nos nuisances sonores et nos émissions de déchets. S'il est difficile de réaliser des réductions importantes, du moins peut-on agir pour les optimiser », précise Stéphanie Levet.

Les collaborateurs, relais du développement durable

Enseigne de proximité et acteur du centre-ville, Monoprix entend développer des actions de partenariat avec les communes et les quartiers. Une mission symbolisée par la signature « *Dans ville il y a vie* ». Depuis 2001, le « Monop'grand prix du centre-ville » récompense les magasins dont les actions ont été les plus en vue, en faveur de l'animation des quartiers, de la solidarité de proximité, de l'environnement et de la convivialité.

Un autre chantier a été programmé, sur trois ans : la sensibilisation et la formation des équipes, au siège et dans les magasins. « C'est, souligne Stéphanie Levet, le chantier le plus stratégique dans le cadre du développement durable. Notre souhait est de voir nos collaborateurs devenir, au quotidien, des relais de cette démarche, auprès de nos partenaires commerciaux et de nos clients. A titre d'exemple, lors du Monop>Show 2001, qui s'est tenu sur le thème du développement durable, nous avons eu l'honneur d'accueillir Monsieur Bill Clinton, qui a prononcé le discours de clôture de cette grande rencontre interne avec nos fournisseurs. »



*A lire dans le prochain bulletin de l'Ilec
un dossier sur la question des marges arrières*

Maîtriser les enjeux dans le temps comme dans l'espace

Le développement durable instaure un nouveau mode de gestion. L'occasion s'offre aux entreprises de démontrer qu'elles sont un creuset d'innovation et d'amélioration continue.

Entretien avec Thierry Raes, associé PriceWaterhouseCoopers, département développement durable.

Associer l'adjectif « durable » au développement, est-ce supposer qu'il existe un développement « précaire » ?

Thierry Raes : De fait, le développement précaire peut se définir comme un développement qui satisfait les besoins immédiats sans se préoccuper des générations futures.

Le développement durable est une affaire de solidarité dans l'espace et dans le temps. Dans l'espace, car nous ne pouvons développer durablement l'économie française sans répondre aux besoins des pays émergents, nos partenaires d'aujourd'hui ou de demain. Dans le temps, parce qu'il n'est pas non plus possible d'imaginer que la France se développe sans tenir compte des besoins des générations futures.

Le développement durable est une problématique politique fondamentale, qui peut concerner, dans l'espace, l'élargissement de l'Union européenne, et, dans le temps, l'épineuse question des retraites. Une problématique qui se déploie aussi à l'échelon des collectivités locales, acteurs déterminants de l'aménagement du territoire, et des entreprises, qui doivent concilier les impératifs économiques du court terme et du long terme, en tenant compte des dimensions sociétales et environnementales. Si l'on ne se préoccupe que du financier et pas de l'intangible, si l'on ne s'occupe que du court terme et pas du futur plus lointain, de nous et pas des autres, notre développement sera extrêmement précaire.

Le développement durable est-il synonyme de développement éthique ?

T. R. : Il est illusoire de se lancer dans le déve-

loppement durable sans les fondations que sont l'éthique, la transparence et la responsabilité. Une entreprise ne peut pas se développer durablement si elle n'a pas pris toutes les mesures pour éviter, par exemple, la corruption. L'éthique est l'un des fondements de la démarche, nécessairement requis.

Le commerce équitable est-il une variable du développement durable ?

T. R. : C'est une variable sectorielle. Le commerce équitable vise à permettre une juste rémunération du producteur. Un article acheté 100 euros sur les Champs-Élysées rapporte souvent moins d'un euro à son producteur d'un pays émergent. Cette situation n'est pas durable : le « consommateur » s'insurge de plus en plus, il est à la recherche de sens dans ses achats, ses investissements, ses voyages...

Nous travaillons beaucoup avec Alter Eco, un importateur de produits issus des filières du commerce équitable. Nous lui apportons modestement notre soutien et aidons les enseignes à référencer ses produits.

Doit-on considérer le développement durable comme une contrainte ou une opportunité ?

T. R. : La prise de conscience de la nécessité de changer de mode de croissance a d'abord reposé sur une vision négative, donc sur une contrainte : l'épuisement des ressources naturelles, la pollution, l'effet de serre, le développement inégal... Il faut mettre fin à des situations porteuses de risques et de précarité. Aujourd'hui s'ajoute une dimension positive, donc une opportunité : grâce aux nouvelles techniques, nous vivons dans une civilisation de l'information où les attentes sociales et sociétales vis-à-vis des acteurs économiques se multiplient et circulent très vite. De surcroît, le développement durable rend plus prospères les entreprises qui fondent leurs activités sur la formation des hommes et l'écoconception des produits. Il y a, pour les enseignes, des marchés à prendre et des gains d'image.

La France est-elle en retard par rapport aux pays anglo-saxons ?

T. R. : Je m'inscris en faux contre cette idée reçue. Le savoir-faire des entreprises françaises dans les domaines qui concernent le développement durable est indéniable, notamment en matière d'innovation. Reste que, par rapport aux pays anglo-saxons, la France n'a pas la culture du faire-savoir. Tant qu'elles ne se jugent pas parfaites, trop d'entreprises ne veulent pas communiquer.

Le concept de développement durable doit-il s'adapter aux cultures, aux types d'activité ? La banque n'a pas la même approche que la chimie...

T. R. : Revenons aux sources. Dans sa formalisation, le concept de développement durable est anglo-saxon. Il s'agit de prendre des décisions intégrées dans l'entreprise par rapport à trois préoccupations : économique, sociétale et environnementale. L'entreprise ne doit plus seulement satisfaire les attentes de l'actionnaire-propriétaire, mais prendre en compte les autres parties prenantes. Nous n'en demeurons pas moins, heureusement, en économie de marché : il ne sert à rien de satisfaire des préoccupations sociétales et environnementales si, demain, l'entreprise ferme ses portes. Reste que le profit, de finalité, devient un moyen.

Toutes les entreprises ne voient pas cela de la même façon. Certaines, les industries lourdes (chimie, pétrole, BTP), sont tournées vers des problématiques de sites industriels. D'autres, dans le domaine de la distribution, privilégient des questions relatives aux produits et aux consommateurs. L'automobile évolue très rapidement d'une problématique de site vers une problématique de produits.

Dans la banque, l'essentiel tient à la dimension sociale et sociétale, et la partie strictement environnementale est limitée. Le regard sur l'environnement est spécifique : les financements que j'accorde seront-ils utilisés à des infrastructures ou à des outils de production respectueux de l'environnement ? Voilà un questionnement nouveau.

Le développement durable appelle-t-il une révolution des mentalités dans les entreprises ?

T. R. : Disons une évolution. Il s'agit de prendre des décisions économiques, grandes et petites, en gardant à l'esprit l'intérêt de l'ensemble des parties prenantes. On voit naître des fonctions d'aide

aux entreprises dans la prise en compte de ces nouveaux critères. Outre le rôle de « Monsieur Développement durable », le déontologue, dans la banque et les services, joue celui de conseiller, de confesseur du commercial. Il doit connaître parfaitement les métiers de l'entreprise et les modes de prise de décisions. Souvent, l'impulsion vient de la présidence. Les escaliers se balaient par le haut...

Comment contrôler ?

T. R. : Cela dépend des matières et des pays. Nous avons été les premiers à vérifier la communication environnementale d'une entreprise française, Rhône-Poulenc, en 1993. Depuis, c'est devenu presque banal. Le contrôle des indicateurs de développement durable est de plus en plus normalisé. Cependant, il n'est pas facile de vérifier l'état des lieux dans le domaine social ou dans celui des droits de l'homme: PriceWaterhouseCoopers réalise dix mille audits sociaux par an dans le monde. L'observateur, sur le terrain, risque toujours d'être abusé. Nous travaillons avec des ONG qui, étant sur place, assurent la pérennité d'un regard critique.

Le développement durable fonde-t-il une théorie de la croissance économique ?

T. R. : Si nouveauté théorique il y a, elle porte sur le « découplage » : la consommation de ressources doit être dissociée de la croissance économique. Il ne s'agit pas de revenir à la voiture à cheval, mais d'innover et d'imaginer des modes de production et de consommation en rupture avec nos pratiques actuelles. C'est un des grands projets de l'Union européenne : après le facteur quatre des années 90, il s'agit de réduire d'un facteur dix la consommation de ressources non renouvelables, à production égale.

Aux entreprises d'innover et à l'Etat de donner des signaux vertueux, grâce à la fiscalité, qui permet de renchérir certaines ressources par rapport à d'autres. Aujourd'hui, le travail est trop fiscalisé par rapport à la ressource environnementale. Nous sommes au cœur de la problématique. La fiscalité excessive sur le travail crée du chômage, et l'absence de prix donné aux ressources naturelles détruit, à terme, notre planète. Il ne s'agit pas de choisir entre l'emploi et le cadre de vie : on peut avoir les deux.

Propos recueillis par Jean Watin-Augouard



Dix années de droit du développement durable

Par le cabinet Vogel & Vogel, avec la collaboration d'Anne de Beaumont

Apparue pour la première fois dans le rapport Brundtland, en 1987, le développement durable vise à utiliser les ressources naturelles et humaines pour atteindre des objectifs sociaux et économiques sans nuire à l'environnement dont dépend l'avenir des générations présentes et futures. États et société civile y contribuent, localement et internationalement, au moyen de conventions, de lois ou de codes volontaires. Si un consensus s'est réalisé quant à la nécessité de respecter l'environnement, le développement durable est parfois source de litiges, ce qui a conduit certains à proposer la création d'une organisation mondiale spécifique.

Le concept

« Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs. Deux concepts sont inhérents à cette notion : le concept de besoins, et plus particulièrement des besoins essentiels des plus démunis, à qui il convient d'accorder la plus grande priorité, et l'idée des limitations que l'état de nos techniques et de notre organisation sociale imposent sur la capacité de l'environnement à répondre aux besoins actuels et à venir. Ainsi les objectifs du développement économique et social sont définis en fonction de la durée, et ce dans tous les pays - développés ou en développement, à économie de marché ou à économie planifiée. Les interprétations pourront varier d'un pays à l'autre, mais elles devront comporter certains éléments communs et s'accorder sur la notion fondamentale de développement soutenable et sur un cadre stratégique permettant d'y parvenir. » Cette définition est l'œuvre de la Commission mondiale pour l'environnement et le développement, qui réunissait une vingtaine de personnalités politiques et d'experts de haut niveau en environnement et développement¹.

Le rôle des États

Dès 1992, à l'occasion de la deuxième conférence des Nations unies sur l'environnement et le développement, à Rio, la liaison entre environnement et développement a été consacrée. Cette conférence s'est conclue sur une déclaration qui affirme que le progrès économique à long terme est indissociable de la protection de l'environnement et qu'il exige un partenariat étroit et équilibré entre les gouvernements, leurs peuples et les secteurs clés des communautés humaines. A cette occasion, la création de la Commission du développement durable de l'ONU a été décidée. Cette instance a pour mission principale de surveiller la mise en œuvre du programme d'action des politiques environnementales et de développement définies dans l'Agenda 21², localement et internationalement. Ses compétences sont toutefois limitées : elle ne peut prendre de décisions contraignantes ni élaborer des conventions.

Les organisations internationales, Cnuced, OMC, OCDE, disposent de divisions consacrées au développement durable ou le mentionnent dans leurs textes fondateurs. Ainsi, le préambule de l'accord de Marrakech³ dispose que les rapports entre les États signataires « dans le domaine commercial et économique devraient être orientés vers le relèvement des niveaux de vie, la réalisation du plein emploi et un niveau élevé et toujours croissant du revenu réel et de la demande effective, et l'accroissement de la production et du commerce de marchandises et de services en permettant l'utilisation optimale des ressources mondiales conformément à l'objectif de développement durable, en vue à la fois de protéger et préserver l'environnement, et de renforcer les moyens d'y parvenir d'une manière qui soit compatible avec leurs besoins et soucis respectifs à différents niveaux de développement économique ». Bien entendu, il ne s'agit là que d'une déclaration d'intention, sans valeur contraignante. A l'échelon européen, la défense de l'environnement et le développement durable figurent dans

plusieurs traités et instruments juridiques. L'article 2 du traité de Rome, dans sa version revue à Maastricht, explique que la Communauté a pour mission de promouvoir « un développement harmonieux, équilibré et durable des activités économiques, un niveau d'emploi et de protection sociale élevé, l'égalité entre les hommes et les femmes, une croissance durable et non inflationniste, un haut degré de compétitivité et de convergence des performances économiques, un niveau élevé de protection et d'amélioration de la qualité de l'environnement, le relèvement du niveau et de la qualité de vie, la cohésion économique et sociale et la solidarité entre les États membre ». On retrouve la notion dans le chapitre XX du traité, consacré à la coopération au développement : « La politique de la Communauté dans le domaine de la coopération au développement... favorise le développement économique et social durable des pays en développement et plus particulièrement les plus défavorisés d'entre eux⁴ ». Enfin, le traité d'Amsterdam place le concept de développement durable parmi les objectifs fondamentaux de l'Union : « Les exigences de la protection de l'environnement doivent être intégrées dans la définition et la mise en œuvre des politiques et actions de la Communauté visées à l'article 3, en particulier afin de promouvoir le développement durable⁵. »

L'Hexagone n'est pas en reste. Depuis 1994 existe en France une Commission française du développement durable⁶, organisme indépendant, consultatif, chargé de proposer aux pouvoirs publics les orientations d'une politique de développement durable. L'objectif de développement durable a en outre été inscrit dans le code rural⁷. Depuis plusieurs années, des contrats de plan État-régions (CEPR) constituent un instrument approprié pour l'intégration des préoccupations environnementales dans les stratégies des entreprises. Une circulaire du 11 mai 1999⁸ relative aux CEPR propose aux préfets une méthode fondée sur des critères scientifiques et quantifiables destinés à évaluer la pertinence des projets au regard du développement durable et, en particulier, au vu de leurs effets sur l'emploi et l'environnement et de leurs conséquences sociales. Depuis mai 2002, le développement durable figure officiellement dans l'intitulé du portefeuille gouvernemental naguère consacré au seul environnement. Au ministre de l'Ecologie et du Développement durable est rattaché un secrétaire d'État spécialement chargé de la question⁹.

Le rôle de la société civile

Les États et les organisations internationales ne sont pas les seuls acteurs du développement durable. La société civile et au premier chef les entreprises sont tout autant concernées. La Chambre de commerce internationale a rédigé, dès 1991, une *Charte du développement durable*¹⁰ et s'est fixé un programme d'action qui inclut :

- la promotion de politiques environnementales compatibles avec le maintien d'un système commercial multilatéral et ouvert ;
- le lancement d'une campagne mondiale pour stimuler l'adhésion des PME du monde entier à la charte ;
- le renforcement de l'action de la CCI en faveur de l'auto-réglementation professionnelle ;
- la promotion d'accords de coopération technique dans le domaine de l'environnement entre les entreprises des pays industriels et des pays en développement ;
- l'engagement du secteur privé en faveur du développement durable.

Les organismes de certification et de normalisation ne sont pas en reste. L'organisation internationale de normalisation (ISO) a élaboré, en 1996, des normes de gestion environnementale, appelées ISO 14 000. L'Association française de normalisation (Afnor) avait établi, dès 1991, un programme de normalisation consacré à l'environnement¹¹. À l'échelon européen, il existe un texte spécifique, le règlement n° 761-2001 du 19 mars 2001, qui permet la participation volontaire des entreprises du secteur industriel à un système communautaire de management environnemental et d'audit (SMEA¹²). Il a la particularité, s'agissant d'un texte d'application impérative, de ne prévoir, pour les entreprises et les organismes concernés, qu'une adhésion volontaire au SMEA.

Le développement durable, source de différends

Bien que le développement durable soit une préoccupation de tous, les actions mises en œuvre donnent lieu à des litiges. Les questions environnementales se heurtent à la recherche de liberté mondiale des échanges vers laquelle tend l'OMC. Nombre de décisions des panels de l'organisation mondiale le montrent. Quand la loi américaine

sur la protection des espèces en voie de disparition a interdit la production et l'importation de crevettes pêchées par des chalutiers qui n'appliquaient pas les techniques protégeant les tortues de mer, le panel de l'OMC, saisi par plusieurs pays, a reconnu que les tortues sont des ressources naturelles communes et, à ce titre, dignes de protection, mais il a condamné la législation applicable¹³.

Les stratégies de normalisation volontaire menées par les entreprises peuvent se heurter aux règles nationales et internationales relatives à la concurrence. L'environnement et le développement humain font-ils le poids face à la défense des intérêts commerciaux ?

Vers une organisation mondiale du développement durable ?

Si les États et la société civile ont conscience de l'enjeu, d'aucuns regrettent l'absence de gouvernance mondiale sur la question. Il existe des organisations internationales aux responsabilités diverses en la matière, mais leur capacité à coordonner des dispositifs réglementaires et économiques sans cesse plus étendus semble faiblir, au fur et à mesure que de nouvelles questions font l'objet d'un traitement international. Dès lors, ne serait-il pas judicieux de créer une instance mondiale du développement durable, une sorte d'OMC destinée à lutter contre la pauvreté et la dégradation des écosystèmes ?¹⁴ Certains estiment que le programme des Nations unies pour l'environnement (PNUE) pourrait servir de base à la création d'une organisation mondiale de l'environnement. L'OCDE, de son côté, prône le renforcement de l'expertise environnementale dans les instances dont l'environnement n'est pas le principal objectif.

Les déclarations d'intention et les initiatives individuelles, des États ou de la société civile, pourraient ne pas suffire. Les intérêts des acteurs du développement durable sont divergents. Le dialogue entre les pays du Nord et ceux du Sud, s'il inclut désormais les questions environnementales, se heurte à des préoccupations antinomiques : le Nord prône le respect de l'environnement, alors que les pays développés comptent parmi les premiers pollueurs ; le Sud estime que les pays industrialisés ne se soucient pas de son développement.

D'aucuns estiment cependant qu'une des causes de la dégradation de l'environnement global est l'état de sous-développement de la majorité des pays¹⁵. Si une organisation internationale de l'environnement ou du développement durable devait être créée, il est à souhaiter qu'elle ne se borne pas à être un forum d'échanges environnement-développement, mais qu'elle devienne un lieu de prise de décisions entre pays développés et en développement.

¹³ *Notre avenir à tous*, Commission mondiale pour l'environnement et le développement, 1987, p. 51. Cet ouvrage est plus connu sous le nom de « rapport Brundtland ».

¹⁴ Programme d'action adopté lors de la Conférence de Rio qui vise à placer le XXI^e siècle sous le signe du développement durable.

¹⁵ Qui a entériné la création de l'OMC en 1994.

¹⁶ Article 177 du traité.

¹⁷ Article 6 du traité d'Amsterdam.

¹⁸ Décret n°93-744 du 29 mars 1993.

¹⁹ Par ex, cf. art. L 111-1, dans sa rédaction issue de la loi n°99-574 du 9 juill. 1999.

²⁰ Disponible sur le site Internet du ministère de l'écologie et du développement durable.

²¹ Décret du 7 mai 2002, JORF du 8 mai 2002.

²² Charte disponible sur le site de la CCI : <http://www.iccwbo.org/sdcharter/charter/principles.asp>.

²³ Cf. J.-Y. Faberon, « Entreprise et développement durable : le règlement communautaire sur le système de management environnemental et d'audit », *Les Petites Affiches*, 22 juin 1999, n°123, p. 4.

²⁴ Règlement n°761/2001 permettant la participation volontaire des organisations à un système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS), JOCE L 114 du 24 avr. 2001, p.1. Ce texte abroge un autre règlement consacré à la même question, le règlement n°1836-93, JOCE L 168 du 10 juill. 1993, p. 1.

²⁵ Affaire citée par R. Romi, in « OMC, mondialisation et environnement : qui a peur du grand méchant loup... », *Les Petites Affiches*, 10 janvier 2000, n°6, p. 5.

²⁶ *Mondialisation et développement durable, quelles instances de régulation ?*, Solagral, 1999.

²⁷ Par exemple Pierre-François Mercure, « Le choix du concept de développement durable plutôt que celui du patrimoine commun de l'humanité afin d'assurer la protection de l'atmosphère », 41 R.D. McGill 595 (1996).



Faible augmentation des achats en mars-avril

D'après Consoscan et avec la collaboration de Bernard Pinet Consultant

Les achats par les ménages de produits courants ont progressé modestement au cours des troisième et quatrième périodes de quatre semaines allant du 25 février au 21 avril 2002 : 2,7 % puis 1,3 % en valeur, 0,3 % puis 0,5 % en volume. Le prix du panier, qui prend en compte les arbitrages des consommateurs entre familles de produits, marques et modèles, a augmenté de 3,6 % lors de la troisième période et de 2 % lors de la quatrième. Depuis le début de l'année, le rythme de progression des achats s'est ralenti et les prix ont fait preuve de sagesse, particulièrement en janvier et en avril.

En vedette : croissants
et laits de croissance

Les achats d'articles d'épicerie ont été dans l'ensemble mal orientés, surtout en avril. Les féculents, la biscuiterie sucrée et les aliments pour animaux ont réalisé de piètres performances en valeur et plus encore en volume. Au cours des douze mois se terminant fin avril, le rayon alimentaire pour animaux a perdu près de 9 % en volume et a quasi stagné en valeur. Ce sont les produits pour chiens, particulièrement les aliments humides qui sont les plus délaissés. A l'opposé, les conserves de légumes, la pâtisserie industrielle, les aliments infantiles et les produits pour apéritifs ont été distingués par le chaland. En annuel mobile, fin avril, les plus fortes augmentations, dans l'épicerie, ont concerné la pâtisserie industrielle (un peu plus de 7 % en volume) et les aliments infantiles (près de 5 % en volume). La viennoiserie a eu particulièrement le vent en poupe, ainsi que les laits infantiles.

Avril a été plus favorable que mars aux achats de liquides. Au cours des deux périodes, seuls les achats de BRSA ont été bien orientés, alors que les eaux et surtout les bières ont baissé. En douze mois, fin avril, les bières ont perdu plus de 7 % en volume et plus de 5 % en valeur. Les achats de cidre ont été stables.

Saurisserie et produits traiteur
au palmarès du frais

Mars a été plus bénéfique qu'avril aux produits frais, mais les deux mois ont connu des évolutions positives par rapport aux périodes correspondantes de l'année 2001. La famille beurre-œufs-lait a régressé au cours des huit semaines observées, à cause du beurre, de la margarine et des œufs. Les fromages se sont bien comportés, tandis que le frais non laitier, la charcuterie, les produits traiteur, la saurisserie et le saumon fumé ont connu une vive progression. En annuel mobile, fin avril, les produits traiteur et la saurisserie-saumon fumé ont enregistré des augmentations voisines de 7 % en volume et en valeur. La charcuterie a progressé en valeur beaucoup plus qu'en volume (10,3 % et 1,7 %).

Les changes pour bébés
en augmentation notable

Les achats de produits à base de papier ont été soutenus au cours des deux périodes. Sur une année, ils ont augmenté de 5,1 % en valeur et de 3,4 % en volume. Ce sont surtout les produits d'incontinence et les changes pour bébés qui y ont contribué. La droguerie et l'entretien du linge ont baissé en volume. Le prix du panier d'articles de droguerie a augmenté sensiblement, de 12 % en avril et de 8,4 % sur un an.

Dans l'ensemble, les deux périodes ont été favorables aux achats de produits d'hygiène et de beauté surtout le mois d'avril. En annuel mobile, toutefois, ils sont stables en volume et en augmentation de seulement 2,3 % en valeur.



Evolution de la consommation des ménages

Indices Ilec - Sécodip (source : panel de consommateurs ConsoScan)
% d'évolution par rapport à la période correspondante de l'année 2000

	part de marché valeur	Valeur		Volume		Prix du panier	
		du 25/2/02 au 24/3/02 3e période	du 19/3/01 au 24/03/02 12 mois	du 25/2/02 au 24/3/02 3e période	du 19/3/01 au 24/3/02 12 mois	du 25/2/02 au 24/3/02 3e période	du 19/3/01 au 24/3/02 12 mois
Ensemble produits	100,0	2,7	3,2	0,3	0,0	3,6	3,7
Epicerie	32,3	0,7	2,4	-1,5	0,1	3,2	2,8
petits déjeuners	5,2	-4,5	-1,0	-4,7	-1,7	0,8	1,1
confiserie	4,0	9,1	4,4	3,9	1,1	6,6	3,6
aliments pour animaux	2,6	-3,2	1,0	-5,6	-3,6	3,2	5,1
plats cuisinés	1,2	-2,2	0,1	-6,0	-3,4	4,5	3,7
féculents	1,5	-3,7	2,3	-4,5	0,7	1,3	1,7
aides à la cuisine	5,1	-3,5	1,4	-6,0	-1,0	3,5	2,8
conserves de légumes	1,9	7,5	3,6	3,7	1,1	4,8	2,7
biscuiterie sucrée	2,3	-3,5	2,6	-7,9	-1,3	5,5	4,3
aliments infantiles	1,3	4,9	4,4	10,2	4,4	-3,9	0,4
produits pour apéritif	1,4	4,7	3,7	3,4	0,9	1,7	3,2
pâtisserie industrielle	2,4	6,0	8,0	3,6	6,8	3,0	2,4
conserves de poisson	1,1	-3,6	2,9	-8,3	0,7	5,8	2,4
Liquides	10,6	-2,1	0,7	-2,6	-0,8	1,1	1,7
BRSA	3,5	1,8	2,4	1,5	-0,3	0,7	2,9
alcools	3,5	-1,8	1,4	-3,1	0,3	2,1	1,2
bières et cidres	1,2	-8,5	-5,5	-9,2	-7,2	1,5	2,2
eaux	2,5	-5,0	0,6	-4,5	0,2	-0,1	0,4
Entretien	10,2	2,3	3,3	-0,7	-0,9	5,5	4,7
droguerie	2,9	-0,2	3,1	-9,2	-4,1	14,5	8,0
papier	4,1	6,3	4,7	6,3	2,7	2,0	2,4
entretien du linge	2,6	-0,5	2,5	-2,8	-2,2	2,6	5,1
Hygiène-beauté	8,9	2,6	2,1	-0,3	-1,4	4,7	3,8
capillaires	1,9	5,5	4,0	5,1	-0,1	1,3	4,5
hygiène corporelle	3,7	3,7	1,8	1,7	-0,7	2,9	2,9
soins et beauté	2,5	-5,3	2,4	-11,0	-1,7	8,4	4,3
Produits frais	38,0	5,8	5,0	3,1	0,9	3,8	4,7
ultra-frais	8,8	6,4	5,8	5,4	1,9	1,6	4,3
Beurre, œufs, lait	7,2	-1,7	2,4	-5,5	-2,4	4,2	5,1
surgelés	7,4	6,3	1,9	2,1	-0,5	5,7	2,6
charcuterie LS	5,0	10,7	10,4	7,5	0,8	4,3	10,9
traiteur LS	3,1	11,7	8,1	10,1	7,0	4,1	2,2
fromages LS	5,6	5,0	5,0	1,9	1,4	4,1	3,9
Saurisserie, saumon fumé	0,9	14,5	6,7	18,7	7,0	-1,4	0,5

Evolution de la consommation des ménages

Indices Ilec - Sécodip (source : panel de consommateurs ConsoScan)
% d'évolution par rapport à la période correspondante de l'année 2000

	part de marché valeur	Valeur		Volume		Prix du panier	
		du 25/3/02 au 21/4/02	du 16/4/01 au 21/4/02	du 25/3/02 au 21/4/02	du 16/4/01 au 21/4/02	du 25/3/02 au 21/4/02	du 16/4/01 au 21/4/02
		4e période	12 mois	4e période	12 mois	4e période	12 mois
Ensemble produits	100,0	1,3	2,9	0,5	-0,1	2,0	3,5
Epicerie	31,7	-1,5	2,0	-3,2	-0,3	2,9	2,8
petits déjeuners	5,0	-3,4	-1,0	-4,2	-1,8	1,2	1,1
confiserie	3,6	-17,6	2,0	-16,0	-1,0	1,6	3,1
aliments pour animaux	2,5	-5,3	0,5	-11,3	-4,5	7,8	5,5
plats cuisinés	1,1	1,4	0,2	-3,8	-3,4	5,9	3,8
féculents	1,4	-3,2	1,8	-4,4	0,4	1,5	1,5
aides à la cuisine	5,0	-2,2	1,2	-3,8	-1,3	2,4	2,8
conserves de légumes	2,1	8,0	3,6	4,5	1,1	4,4	2,8
biscuiterie sucrée	2,3	-2,0	2,1	-5,4	-1,8	4,5	4,3
aliments infantiles	1,3	7,6	4,8	12,3	4,8	-3,4	0,4
produits pour apéritif	1,5	5,9	3,4	6,6	0,9	0,6	2,8
pâtisserie industrielle	2,2	6,3	8,3	5,1	7,2	2,0	2,2
conserves de poisson	1,3	3,0	2,7	-2,4	0,3	6,7	2,7
Liquides	11,4	1,4	0,4	0,6	-1,1	1,2	1,6
BRSA	3,7	2,2	1,9	2,1	-0,6	0,6	2,7
alcools	3,8	4,6	1,3	4,1	0,2	1,2	1,2
bières et cidres	1,3	-0,9	-5,1	-1,4	-6,6	0,7	1,9
eaux	2,6	-3,5	-0,1	-5,7	-0,7	2,5	0,7
Entretien	10,2	4,1	3,4	1,3	-0,7	4,5	4,7
droguerie	3,0	4,3	3,3	-4,1	-4,3	12,0	8,4
papier	4,1	6,9	5,1	7,5	3,4	0,4	2,0
entretien du linge	2,6	1,7	2,4	-1,5	-2,3	3,8	5,1
Hygiène-beauté	9,5	5,4	2,3	7,4	-0,7	-1,0	3,4
capillaires	2,0	8,1	4,5	7,5	0,7	1,7	4,2
hygiène corporelle	3,8	3,2	1,5	1,7	-0,9	1,4	2,7
soins et beauté	2,9	4,5	3,1	11,8	0,1	-5,6	3,3
Produits frais	37,1	1,7	4,6	1,7	0,7	1,6	4,3
ultra-frais	8,0	-4,6	4,9	-2,7	1,1	1,8	4,0
beurre, œufs, lait	7,1	-1,2	2,0	-3,4	-2,6	2,6	4,9
surgelés	7,4	-1,0	1,4	-1,4	-0,9	1,2	2,5
charcuterie LS	5,0	10,5	10,3	11,4	1,7	0,5	9,9
traiteur LS	2,9	7,4	7,8	8,4	7,1	0,2	1,8
fromages LS	5,6	4,8	4,7	2,6	1,2	2,7	3,7
Saurisserie, saumon fumé	1,0	15,7	6,8	20,4	7,6	-1,4	-0,1

Directeur de la Publication : Dominique de GRAMONT - Editeur : TRADEMARK RIDE - Rédacteur en chef : Jean WATIN AUGOUARD
 Secrétariat de rédaction : François EHRARD - Maquette et mise en pages : GRAPH'I PAGE - Isabelle VIDALIE
 Abonnement France (1 an) : 45€ - Abonnement Etranger (1 an) : 45€ + 5€ de port - Prix au numéro : 5€
 TRADEMARK RIDE - 93, rue de la Santé 75013 Paris - Tél : 01 45 89 67 36 - Fax : 01 45 89 78 74 - Email : jwa@libertysurf.fr
 Imprimé par : CELER - 17, avenue Aristide-Briand - 91550 Paray-Vieille-Poste - Reproduction interdite sauf accord spécial - www.ilec.asso.fr

