

## Comité éthique Nouvelle stratégie 50 du 20 juin 2017 (luxe et cosmétiques)

### LE SECTEUR :

---

L'équipe d'Éthique et Investissement participant au comité éthique du fonds NS 50 s'enrichit d'un nouveau membre en la personne de Sœur Evelyne Royer, économiste provinciale de la Congrégation des Sacrés Cœurs et Adoration. Cette dernière travaillera d'ailleurs en collaboration avec le groupe Congrégation E&I pour la préparation et l'exploitation des conclusions du comité éthique. C'est une véritable avancée pour tous de pouvoir conjuguer la vision d'une personnalité du monde religieux avec celle des experts laïcs et des analystes extra-financiers présents à ces comités.

Le dernier comité qui s'est tenu le 20 juin 2017, était consacré à l'analyse du secteur Luxe et Cosmétiques.

Ce secteur regroupe des entreprises qui commercialisent des produits variés: maroquinerie, textiles, cosmétiques et parfums, montres et bijoux , vins et spiritueux , mais aussi des produits d'entretien et des produits de santé. Suivant les cas, ces groupes ont leur origine dans des produits véritablement de luxe ou dans des produits d'hygiène-santé. Leur valeur est très liée à leur image de qualité et d'esthétique et elles présentent donc un risque de réputation élevé. Après un léger ralentissement dû à la crise de 2007, le marché du luxe a repris son développement grâce aux pays émergents dont, notamment, la Chine, malgré la contrefaçon. Un enjeu éthique important réside dans la chaîne d'approvisionnement avec la nécessité de tracer l'origine et la qualité des matières premières : cuir, fibres textiles, métaux et pierres précieuses, matières premières cosmétiques. Le capital humain est aussi très important ; créateurs et savoir-faire « artisanal ». Les valeurs de richesse et d'apparence extérieure véhiculées par cette industrie posent cependant question. Les groupes en sont conscients et plusieurs, tels LVMH et Kering, se sont réunis dans la « Responsible Luxury Initiative ».

Nous avons étudié les entreprises suivantes : Christian Dior, LVMH, Kering, L'Oréal, Henkel, Reckitt Benckiser et Beiersdorf.

Signalons tout de suite que LVMH et Christian Dior sont en fait une seule et même entreprise du fait des liens croisés à travers la famille Arnault. Une simplification capitaliste est d'ailleurs en cours. D'autre part, ces entreprises ne peuvent pas être retenues dans l'univers investissable car l'alcool représente 13 % de leur chiffre d'affaires. Ce type d'exclusion mériterait peut-être une nouvelle discussion car il peut conduire à écarter des entreprises bien engagées dans une démarche volontaire de responsabilisation sociale et environnementale.

Comment ces entreprises répondent-elles aux objectifs de la charte d'Éthique et Investissement ?

Les notes globales Vigeo, concernant les six critères d'analyse, sont assez élevées. Seules deux entreprises sur les sept ont une note inférieure à la moyenne générale de 50, il s'agit de Reckitt-Benckiser et Beiersdorf. A l'inverse, L'Oréal atteint l'excellente note de 72 . Pour les Ressources humaines deux entreprises sont très bien notées : L'Oréal et Henkel, mais Reckitt-Benckiser et Beiersdorf sont faibles. Pour l'environnement les résultats sont bons voire très bons pour L'Oréal, Henkel et Kering, seule Beiersdorf a une note faible. Résultat identique pour le comportement sur les marchés, mais Reckitt-Benckiser aussi a une note faible. La gouvernance est bonne, à l'exception de LVMH/Christian Dior et Beiersdorf, qui sont faibles. L'engagement local est excellent pour L'Oréal, plutôt bon pour Henkel et LVMH/Christian Dior, décevant pour Kering et faible pour Beiersdorf et Reckitt Benckiser. , . Enfin le Respect des droits de l'Homme est généralement bon, voire excellent pour L'Oréal, mais faible encore pour Beiersdorf et Reckitt Benckiser.

Les controverses sont assez nombreuses, ce qui est logique pour des entreprises très exposées médiatiquement. Elles portent essentiellement sur la chaîne d'approvisionnement, mais aussi sur les pratiques Marketing et sur l'éthique des affaires. Ainsi Beiersdorf, Henkel et Reckitt Benckiser ont été condamnées par les autorités de la concurrence pour ententes sur les prix. LVMH a été condamnée pour accumulation illégale du capital d'Hermès. L'Oréal est attaquée à plusieurs reprises pour des « publicités mensongères ». D'autre part, L'Oréal est aussi impliquée dans une controverse sur l'approvisionnement du mica en Inde. L'entreprise se défend en indiquant qu'elle effectue régulièrement des audits de conformité chez ses sous-traitants. Enfin Reckitt-Benckiser a reconnu avoir vendu en Corée des produits ayant des composants toxiques et a plaidé coupable en Nouvelle Zélande pour des publicités mensongères sur un médicament.

	<b>E&amp;I</b>
<b>Kering</b>	Conserver
<b>L'Oréal</b>	Conserver
<b>Henkel</b>	Conserver
<b>Beiersdorf</b>	Conserver