



n° 13- avril 2018

La communication économique et financière de l'Association Éthique et Investissement

Un an après son adoption, quelle mise en œuvre de la loi sur le devoir de vigilance ?

Rappelons d'abord que cette loi impose aux grandes entreprises, sociétés-mères ou donneuses d'ordre françaises, d'adopter, de publier et de mettre en œuvre un plan de vigilance visant à éviter les violations des droits humains fondamentaux et les atteintes à l'environnement par leurs filiales, fournisseurs ou sous-traitants opérant à l'étranger. À défaut, elles s'exposent à être condamnée à une amende et à réparer les dommages.

Les premiers plans de vigilance portant sur l'exercice 2017 commencent à être publiés dans les rapports annuels des entreprises concernées. Les cabinets B&L évolution et EDH ont analysés les rapports de 55 entreprises.

En majorité les entreprises ont « joué le jeu » même si le niveau de maturité sur le sujet est encore assez hétérogène entre les entreprises.

Une cartographie des risques présentés par les fournisseurs, première étape du processus de vigilance, a été généralement effectuée. En revanche, les « réponses » à ces risques, ainsi que les processus d'alerte, mériteraient encore d'être précisées et développées.

Sur les démarches liées aux droits humains et à l'environnement, les enjeux mentionnés sont souvent généraux et la méthodologie d'identification des risques encore assez vague, même si « certaines entreprises ont développé des réponses ciblées et opérationnelles et ont déjà intégré les droits humains dans leurs processus internes (évaluation de nouveaux projets par exemple) ».

Globalement, ce premier bilan est encourageant. Le sujet est bien « pris en main » par les entreprises ayant déjà développé une sensibilité à ces questions qui, rappelons-le, ne sont qu'une transposition dans le droit français de « recommandations » émanant de l'ONU et de l'OCDE.

Pour les entreprises qui « découvrent » le sujet, il y a encore beaucoup de chemin à parcourir. Souhaitons que ce parcours soit l'occasion pour les dirigeants « d'emmener » l'ensemble du corps social dans une démarche collaborative et que cette démarche soit incluse dans une démarche plus globale de responsabilité de l'entreprise.

Geoffroy de Vienne – Président – geoffroy.devienne@sfr.fr

Ce secteur regroupe les entreprises de la Grande Distribution, qui opèrent aussi bien des supermarchés, que des hypermarchés, des magasins de proximité ou de hard discount et du commerce électronique. Après un développement exponentiel des « super » et des « hyper », marchés entre 1960 et les années 2000, le secteur est en mutation, face à la concurrence du e-commerce et de nouveaux modes moins impersonnels de consommation : commerce de proximité, magasins spécialisés, drive, livraison à domicile. Ainsi en France les magasins spécialisés Bio ont une croissance de 25% par an et, dans le monde, l'offre discount ne cesse de gagner des parts de marché. Parallèlement la réglementation évolue : lutte contre le gaspillage alimentaire, devoir de vigilance vis-à-vis des sous-traitants, équilibre des relations avec le secteur agricole, délais de paiement et relations fournisseurs. Les risques (traçabilité, protection des données, émissions de CO2..) et les opportunités (marchés émergents, alimentation bio, circuits courts, robotisation...) ne manquent pas.

Nous avons étudié les entreprises suivantes : Carrefour, Groupe Casino, Jéronimo Martins, Ahold Delhaize, METRO AG, Kesko et Tesco.

Les notes globales Vigeo, concernant les six critères d'analyse, font apparaître deux groupes bien différenciés : deux entreprises, Carrefour et Casino, ont la très bonne note de 67, les cinq autres notes sont moyennes entre 47 et 43. Pour les Ressources humaines, l'Environnement, le Comportement sur les marchés, l'Engagement local et les Droits de l'Homme, la situation est identique : notes élevées voire très élevées pour Carrefour et Casino, notes nettement moins bonnes pour les cinq autres, en particulier pour les Ressources humaines. Concernant la Gouvernance, Tesco a la meilleure note et seules deux entreprises Métro et Kesko ont une note inférieure à 50.

Ce secteur étant très exposé médiatiquement, les controverses sont en général nombreuses. C'est le cas de Carrefour, que nous n'avons pas éliminé en raison de ses bonnes notations, mais dont nous suivons attentivement la réalisation du plan de modernisation. Les controverses concernent souvent les pratiques anti-compétitives et l'éthique des affaires. Ainsi Tesco a plusieurs controverses de niveau élevé touchant l'éthique des affaires. Métro a dû être exclu, car son chiffre de ventes d'alcool aurait dépassé la limite de 5%. Ahold-Delhaize enfin est exposé à plusieurs controverses concernant le dialogue social dans l'entreprise.

Carrefour	Conserver
Groupe Casino	Conserver
Jerónimo Martins	Intégrer
Ahold Delhaize	Exclure Manque d'amélioration dans la politique sociale et la gouvernance
METRO AG	Exclure > 5% du CA lié à l'alcool
Kesko	Conserver