



## *La communication économique et financière*

de l'Association Éthique et Investissement

---

### **Obligations vertes ... et propres ?**

Surfant sur la médiatisation bien justifiée du dérèglement climatique, le marché des obligations « climatiques » ou « vertes » ou « green » s'est beaucoup développé.

La plupart de ces obligations mettent en avant comme gage de qualité, le respect des « Principes sur les obligations vertes », adoptés par des dizaines de banques dans le monde. Hélas dans ces principes la question de la corruption n'est pas évoquée, pas plus d'ailleurs que celle des droits humains.

Un croisement entre les pays où sont situés les projets financés par ces obligations et la notation de ces mêmes pays par Transparency International est édifiant : Plus de 40% du marché total des obligations climatiques ont un indice de perception de la corruption inférieur à 50. A noter qu'en 2017, plus des deux tiers des 180 pays notés par Transparency International sur la perception de la corruption dans leurs secteurs publics ont un indice inférieur à 50, avec une moyenne de 43 sur une échelle de 0 très corrompu à 100 très propre.

En complément de l'indice de perception de la corruption de Transparency International, la matrice de risque de corruption de Trace International fait apparaître que 38% du marché de ces obligations a un haut niveau de risque essentiellement du fait du Brésil, de la Russie et de la Chine.

Heureusement le label français Transition Énergétique et Écologique pour le Climat (TEEC) attribué aux fonds d'investissement « verts » exige l'exclusion de projets finançant des entreprises "contrevenant aux normes internationales relatives au respect des droits humains et à la préservation de l'environnement". Hélas, sur un marché global des obligations climatiques de \$694 Mds seuls 22 fonds, avec un total géré de trois milliards d'euros, ont reçu le label TEEC. C'est un nombre et un montant d'actifs qu'il serait nécessaire de voir augmenter fortement.

Le lancement par Amundi d'un fonds obligataire « vert », Amundi Planet Emerging Green One (EGO) va-t-il venir grossir les encours des fonds ayant obtenu la label TEEC ? Il est trop tôt pour le savoir même si l'on sait déjà que, dans le cadre de ce fonds, près de 2 milliards de dollars seront investie par de grands investisseurs institutionnels dans des obligations « vertes » finançant des projets dans les pays émergents. Sur les 80 pays ciblés par ce fonds, 10 pays sont à risque de corruption faible ou très faible, 39 ont un risque modéré et 31 pays ont un risque élevé voire très élevé selon les indices de Trace International.

Finalement face à ce tableau édifiant on serait tenté de recommander aux investisseurs de faire preuve de curiosité face aux offres de placement en obligations « vertes », et à tout le moins de privilégier les produits ayant reçu le label TEEC, en attendant que les règles contenues dans les « Principes sur les obligations vertes » intègrent des critères exigeants de niveaux de corruption et de respect des droits humains.

Claude Morice - Adhérent de Ethique et Investissement

Les acteurs de ce secteur, appartenant au grand marché de l'industrie des médias et des loisirs, sont les régies publicitaires, les agences de presse et les sociétés de production. La Publicité, emploie dans le monde près d'un milliard de personnes ; ce secteur a crû de 1,9% par an sur les cinq dernières années. Dans de nombreux pays du sud, le taux de croissance des « Loisirs et Médias » est supérieur à celui du PIB .

La moitié des revenus vient d'Internet, mais la télévision reste l'un des canaux principaux, alors que l'affichage extérieur ne représente plus que 5,5 % du total. Le secteur doit faire face à des mutations sociétales (nomadisme des consommateurs et défiance vis-à-vis de la publicité) et à des mutations structurelles (multiplication des canaux et des espaces publicitaires, concentration des budgets et des acteurs, flexibilité et valorisation de l'innovation numérique, concurrence des GAFAs).

Nous avons étudié les entreprises suivantes : Vivendi , JCDecaux, Publicis , WPP, SKY, ITV, ProSiebensat.1 Media.

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

Le secteur est assez hétérogène. Les notes globales Vigeo, concernant les six critères d'analyse, sont réparties de 63 à 39. Trois entreprises sur les huit étudiées ont une note supérieure à 50, il s'agit de Vivendi, JCDecaux et WPP. Pour les Ressources humaines trois entreprises sont correctement notées : Vivendi, JCDecaux et Publicis, les autres étant très mal notées. Pour l'environnement Vivendi, JCDecaux, WPP et SKY sont très bien notées, ITV et ProSiebensat.1. Media sont très mal notées. Pour le comportement sur les marchés, seule Vivendi est très bien notée, les autres notes sont inférieures à 50. La gouvernance est bonne pour tous, voire très bonne pour WPP. L'engagement local est excellent pour Vivendi, bon pour JCDecaux et SKY, moyen pour les autres. Enfin le respect des droits de l'homme est excellent pour Vivendi, très bon pour JCDecaux et WPP et moyen pour les autres.

Les controverses sont très nombreuses dans ce secteur. Vivendi, malgré sa bonne notation, a une image très détériorée : controverses concernant l'éthique des affaires (Affaire Morandini), la corruption (concessions portuaires en Afrique) ou la gouvernance (prise de participation dans Mediaset en Italie). WPP a vu se développer une forte controverse sur la rémunération et la gouvernance de son DG. SKY aussi a eu des controverses concernant la gouvernance et plus particulièrement son président Mr Murdoch.

Voilà nos conclusions :

Société	E&I
Vivendi	Exclure
JCDecaux	Conserver
Publicis Groupe	Intégrer
WPP	Exclure
Sky	Ne pas intégrer
ITV	Ne pas intégrer
ProSiebenSat.1 Media	Ne pas intégrer
RTL Group	Ne pas intégrer
Eutelsat Communications	Ne pas intégrer
SES	Ne pas intégrer