

Eclairage sur le groupe de travail organisé sur le secteur de l'automobile :

Les enjeux de l'industrie automobile sont considérables. Quelques chiffres permettent d'en prendre conscience :

- 500 millions de voitures dans le monde, ce chiffre devrait doubler en 2010.
- 2,4 millions de salariés dans le monde.

La concentration de ce secteur est importante, certaines études prévoient une répartition du marché entre 5 majors d'ici 2010. Le risque de restructurations douloureuses, telle que celle rencontrée par Daimler Chrysler (30 000 licenciements aux Etats-Unis) est à craindre.

Parmi les difficultés posées par l'industrie automobile, peuvent être évoqués :

- Une forte dépendance des fournisseurs vis à vis de ces industries entraînant une répercussion directe de la réduction des coûts sur les sous-traitants.
- Le respect des droits de l'homme dans les PVD où sont implantées ces industries.
- Les problèmes environnementaux avec le dégagement de CO2 et le recyclage des voitures usagées.

Illustration : le constructeur BMW

Ce groupe a obtenu la meilleure notation dans le secteur de l'automobile. Les raisons en sont multiples : le respect de valeurs sociales (absence de licenciement en 40 ans, meilleur exportateur de pratiques à l'étranger, formation importante des salariés ...), le leadership du groupe en matière environnementale est réel, enfin, son implication dans la société civile est importante (lutte contre la violence et la xénophobie ...).

Illustration : l'équipementier Michelin

Cet équipementier a, lui aussi, dans sa catégorie obtenu la meilleure évaluation. Comme pour BMW, les salariés sont attachés à leur entreprise (80% sont fiers du groupe et la rotation du personnel se limite à 2,1%). Si les rapports avec les partenaires sociaux étaient traditionnellement conflictuels, on note une nette amélioration grâce à une meilleure communication.



204, rue de la Croix Nivert – 75015 PARIS – Tél : 01 53 98 99 80 – Fax : 01 53 98 99 89

www.ethinvest.asso.fr

Bulletin d'adhésion

Merci
d'affranchir
au tarif en
vigueur

**Association Ethique et
Investissement**
204, rue de la Croix Nivert
75015 PARIS



La lettre

de l'Association Ethique et Investissement

Janvier 2003
numéro

7

« Vous n'êtes pas sans savoir la nomination de Sœur Nicole Reille comme Econome Générale de sa Congrégation. Nicole est désormais installée à Rome.

Lors de la dernière Assemblée Générale, nous avons pu, tous et toutes ensemble, lui exprimer notre regret de son départ, la remercier de l'important travail de fondation, de leader, de personne ressource, qu'elle a été pour Ethique et Investissement.

A ce moment clé de l'histoire de l'Association, nous prenons conscience de l'ampleur de la tâche et des nouveaux enjeux qui s'offrent à nous. Nous avons pu l'aborder, lors de l'Assemblée Générale.

Tous au cours de l'année, nous aurons, ensemble, à approfondir ces enjeux et à chercher concrètement les moyens à mettre en œuvre pour réaliser la Mission de l'Association.

A chacun de vous, Ethique et Investissement présente ses meilleurs vœux de Bonne Année, vœux de Justice, de Solidarité, de Fraternité».

Sœur Michelle BARROT
Présidente

M. Barrot

Les dates importantes à retenir :

▪ Le 13 mai 2003 :

Prochaine réunion de
l'Association Ethique et
Investissement.

▪ Le 23 octobre 2003 :

20ème anniversaire de
l'Association Ethique et
Investissement.

Présentation du groupe « CARREFOUR »

Compte rendu de l'assemblée du 27 novembre 2002

« Carrefour » par Chantal Jacquet, Directrice Prévention, Santé, Sécurité, Environnement.

Présent sur trois continents, Carrefour est le 1^{er} distributeur européen et le 2^{ème} distributeur mondial. Le développement international de Carrefour a débuté en 1973. Le groupe est aujourd'hui présent dans 31 pays, emploie 382 000 salariés dans le monde et comptabilise 1,2 milliard de passages en caisse par an.

1. Les missions de Carrefour :

- Discountier la consommation et la qualité.
- Répondre aux attentes des clients en s'adaptant au marché local, aux traditions de chaque pays.
- Etre un acteur économique responsable et citoyen.

2. L'ambition de Carrefour :

L'ambition de Carrefour est d'être la référence sur le plan de la modernité commerciale, en protégeant la santé et en renforçant la sécurité du consommateur et de son environnement.

3. Le contexte mondial :

Les problèmes environnementaux :

- L'effet de serre : avec une hausse de la température.
- L'eau : quantité insuffisante ou eau non potable.
- La perte de la biodiversité : baisse de variétés de semences.
- Les déchets : en France, les déchets se sont multipliés par 4 en 40 ans.

La Santé

La crise de la vache folle a fait prendre conscience qu'il était possible de mourir en se nourrissant. Nous sommes passer d'un climat d'insouciance à celui de méfiance irréversible.

Le climat social :

Le climat social se dégrade avec le développement de la violence et de l'insécurité. Plus un pays est pauvre, plus la violence y est présente.

→ Tout ceci fait naître chez le consommateur de nouvelles attentes :

- Sur la sécurité des produits.
- Sur la transparence de la relation commerciale.
- Sur la solidarité et l'éthique.
- Sur le respect des droits sociaux fondamentaux des travailleurs.
- Sur la préservation de la nature.
- Sur le retour aux vraies valeurs.

→ Conséquences :

Le consommateur choisit son produit, il est devenu un :

« consom'acteur »

Le couple « prix/produit » ne suffit plus. Les consommateurs veulent connaître les conditions de fabrication du produit. La qualité prend une nouvelle dimension.

Les besoins implicites sont en perpétuelle évolution (évolutions économiques et sociales) et varient en fonction des convictions des consommateurs de chaque pays.

Les objectifs de Carrefour :

- Répondre aux besoins des consommateurs.
- Elargir l'offre commerciale.
- Motiver et mobiliser les équipes internes : l'entreprise doit avoir un sens pour les salariés.
- Valoriser l'image corporative.

4. Carrefour et le développement durable :

« Le développement durable permet de satisfaire aux besoins des populations actuelles sans compromettre ceux des générations futures ».

Le développement ne peut être durable que si la durabilité est à la fois économique, sociale et environnementale.

En application de ce principe, Carrefour a pris dès 1996 position sur les OGM : le manque de recul et de données scientifiques et l'irréversibilité du risque a conduit à la précaution.

Le socle de Carrefour :

Il faut proposer des produits de qualité au bon prix. Cette valeur ajoutée doit être un outil de fidélisation et de différenciation.

Depuis un an, les entreprises cotées en bourse ont l'obligation de communiquer sur leurs actions et leurs impacts environnementaux et sociaux, en France comme à l'étranger.

Cette démarche est relativement contraignante : le décret d'application oblige les entreprises à se fixer des objectifs et à les évaluer.

Le décret veut insuffler une démarche de progrès. Chaque année, l'entreprise devra faire part des évolutions et des progrès réalisés, ceux-ci doivent être contrôlables.

5. Les engagements de Carrefour :

Sur le plan économique :

- Démocratiser la qualité à prix discount : l'approche qualité est importante.

- Assurer la croissance de l'entreprise pour rémunérer les parties prenantes.
- Participer au dynamisme de l'économie locale : depuis 1991, la viande proposée est uniquement française.
- Favoriser les échanges entre les fournisseurs des différents pays.

Sur le plan environnemental :

Carrefour s'engage à tout mettre en œuvre pour baisser les impacts environnementaux liés aux activités directes et indirectes :

- Proposer des alternatives aux sacs de caisse.
- Diminuer l'édition de prospectus de 20%. Un partenariat avec WWF a été noué afin que pour chaque arbre coupé, un programme de replantation soit lancé (principe des forêts FSC).
- Organiser une réunion avec les partenaires, les transporteurs, toutes les parties prenantes afin de trouver des solutions pour baisser l'émission de CO2.
- Réaliser un rapprochement avec Gaz de France afin d'utiliser des véhicules moins polluants.

Sur le plan social :

- Assurer la protection de la santé et la sécurité des clients.
- Préserver localement l'équilibre du tissu social.
- Créer les conditions d'un épanouissement harmonieux pour l'ensemble du personnel de l'entreprise avec la mise en place d'un système d'écoute.
- Assurer la protection des salariés dans tous les pays : Carrefour s'oblige à adopter dans ce domaine les normes européennes dans tous les pays.
- Respecter des droits fondamentaux (Association Infans)
- Participer aux initiatives locales pour le développement des régions d'implantation.

Bulletin d'adhésion

■ Je souhaite adhérer à l'Association Ethique Investissement, cotisation annuelle 2003 :

40 € pour les personnes physiques
100 € pour les Congrégations
200 € Autres personnes morales

■ Je souhaite recevoir une invitation à la prochaine assemblée semestrielle.

■ Veuillez envoyer un dossier de l'Association à la personne suivante :

NomPrénom.....
Adresse.....

■ Mes coordonnées :

Nom.....
Prénom.....
Adresse.....
.....
Téléphone.....Fax.....

Je règle par chèque joint, émis à l'ordre de :
Association Ethique et Investissement.

Fait à le.....
Signature :