

Conférence de presse «Public Eye Awards 2007» du 10 janvier 2008 à Berne

---

## Responsabilité des entreprises : Être et paraître

*Exposé de Sonja Ribli, Pro Natura – Les Amis de la Terre Suisse*

***Dans les quatre catégories de prix des «Public Eye Awards 2008», la problématique des matières premières et de l'énergie figurent au premier plan. La bataille acharnée pour l'appropriation des richesses de notre planète bat son plein. Seul un public informé, qui ne se laisse pas leurrer par les campagnes de relations publiques et les initiatives de responsabilité sociale et environnementale, mais qui connaît et dénonce les agissements inadmissibles, peut faire pression pour que les choses évoluent.***

Mesdames et Messieurs,

### Responsabilité des entreprises – pourquoi en parler ?

Les «Public Eye Awards» sont décernés par Pro Natura et la Déclaration de Berne à des entreprises dont le comportement est particulièrement irresponsable socialement ou écologiquement. La responsabilité des entreprises est une question complexe et il convient de souligner ici deux aspects en particulier:

1. Dans une économie mondialisée, il est de plus en plus important que les entreprises assument la responsabilité non seulement de leurs actions, mais aussi de ce qu'elles négligent de faire.

Tous les pays n'ont pas une législation économique aussi sévère, des systèmes juridiques aussi solides et des conditions politiques aussi stables que la Suisse. Les pays en développement et les pays émergents ne sont souvent pas en mesure de faire barrage au pouvoir des multinationales. De nombreuses entreprises transnationales en profitent effrontément. Tout en respectant les normes de sécurité, la législation environnementale et les salaires minimaux dans les pays occidentaux, elles ignorent ailleurs systématiquement ces responsabilités.

2. La responsabilité des entreprises est aussi liée, et de plus en plus, à la manière dont elles communiquent. Comment une entreprise se présente-t-elle et présente-t-elle ses activités à ses divers interlocuteurs et au public? Quels sont les aspects qu'elle met en lumière et quels sont ceux qu'elle laisse sciemment dans l'ombre? Les entreprises font souvent en sorte d'éviter que le public ne puisse avoir d'elles une opinion qui repose sur des faits.

Comme on le sait, la tâche principale du département « relations publiques » des entreprises consiste à façonner, préserver et véhiculer une bonne image de marque. Les incidents qui pourraient nuire à la réputation sont dédramatisés. Aujourd'hui, dépenser plusieurs millions pour une campagne de promotion d'image est tout à fait courant. Dans certains secteurs d'activité, les marques constituent le capital le plus précieux d'une entreprise, capital qu'il faut impérativement protéger et préserver. Daimler, par exemple, est la marque allemande la plus valorisée avec 19,5 milliards d'euros; la troisième place est occupée par Bayer.

Ces deux géants se sont associés pour développer en Inde, des semences de jatropha – une plante dont l'utilisation comme agro-carburant et à grande échelle est contestée – ainsi que les produits phytosanitaires nécessaires pour la culture de ce végétal. Nous vous en dirons plus tout à l'heure à ce sujet.

## Procédure de sélection et catégories de prix

C'est en août 2007 qu'a été lancé l'appel mondial aux propositions de nomination pour les «Public Eye Awards 2008». A fin septembre, une quarantaine de dossiers avaient déjà été déposés par plus de 30 organisations non gouvernementales (ONG) du monde entier. Parmi ces propositions, un jury interne de spécialistes a choisi trois cas exemplaires pour chacune des catégories. Il les a inscrits dans une liste finale des nominés («short list»). Les lauréats de chaque catégorie seront dévoilés le jour d'ouverture du Forum économique mondial (WEM).

Les «Public Eye Awards» sont décernés cette année dans quatre catégories. Sont inscrits sur la **liste finale** (voir document séparé) et donc candidats aux prix, par ordre alphabétique:

- **Public Eye Global Award**  
Groupe Areva  
Bayer CropScience  
Dole Philippines Inc.
- **Public Eye Swiss Award**  
Union Pétrolière  
Glencore International AG  
Holcim Ltd.
- **Public Eye Positive Award**  
Care Naturkost GmbH & Co  
Hess Natur – Textilien GmbH  
Soglio-Produkte AG
- **Public Eye People's Award**

Les deux premières catégories visent à éclairer les **zones d'ombre** d'une économie purement tournée vers le profit. La Suisse est l'un des grands bénéficiaires de l'économie mondialisée. Il n'est dès lors pas étonnant que notre pays soit le berceau et/ou l'oasis fiscale de nombreuses entreprises transnationales. Ainsi, en plus du **Public Eye Global Award**, est décerné le **Public Eye Swiss Award** pour les entreprises ayant leur siège en Suisse.

Parmi les candidats au prix de cette catégorie, on trouve cette fois-ci, aux côtés de plusieurs «habités», des noms dont la présence suscite a priori l'étonnement. Ainsi, Pro Natura entretient de longue date, en Suisse, une bonne collaboration avec Holcim (Suisse) SA dans le cadre de la renaturation de carrières et de gravières. Mais, en réponse à l'appel mondial de propositions de nomination pour le «Public Eye Swiss Award», la Tribal Welfare Society, en Inde, a suggéré cette candidature. Dans leur pays, les expériences faites avec **Holcim Ltd.** sont bien moins réjouissantes qu'en Suisse : d'une part, le cimentier qui n'est actif que depuis peu en Inde, ne verse pas à ses collaborateurs le salaire légalement dû dans ce secteur d'activité ; d'autre part, la multinationale suisse de matériaux de construction tente actuellement par voie judiciaire, de faire déclarer nulle la base légale sur laquelle est fondée cette norme salariale. Sa propre crédibilité étant en jeu, Pro Natura ne peut et ne veut pas fermer les yeux sur l'attitude irresponsable de Holcim Ltd. en Inde. L'association suisse exhorte Holcim Ltd. à traduire dans le monde entier et dans les faits, ses principes de responsabilité sociale et environnementale, louables en soi.

## Problématiques actuelles

Un coup d'œil aux nominations proposées, et plus particulièrement à la liste finale des nominés, permet d'identifier sur le plan mondial deux problématiques particulièrement aiguës en matière de responsabilité des entreprises.

Beaucoup de nominations concernent cette année l'**extraction de matières premières** (les cas d'**Areva** et de **Glencore**, inscrits sur la liste finale, sont représentatifs à cet égard): qu'il s'agisse d'or, d'uranium, de charbon ou de pétrole, la bataille pour l'appropriation des richesses de notre planète bat son plein. Dans cette lutte, des gens sont exploités sans ménagement et quelques-unes des dernières forêts pluviales et des zones côtières encore intactes de la planète, ainsi que d'autres milieux naturels précieux, sont sacrifiés sur l'autel du profit à court terme. Dans le cas de la société **Glencore**, par exemple, qui exploite des mines de charbon en Colombie, l'eau utilisée pour nettoyer la houille est refoulée dans les cours d'eau sans avoir été filtrée. Elle contamine des herbages et met ainsi en danger humains et animaux. Un autre exemple: la multinationale nucléaire française **Areva**, qui exploite des mines d'uranium au Niger, n'informe ses employés que de manière lacunaire sur les importants risques sanitaires qu'ils encourent par leur activité. Cela a des conséquences catastrophiques pour les mineurs.

L'autre grande problématique qui s'est cristallisée dans les propositions de nomination concerne l'**énergie (Areva, Bayer CropScience, Glencore)**. Ce mois-ci, le cours du pétrole a grimpé pour la première fois au-dessus de 100 dollars. Les énergies douces ont par conséquent la cote. Notamment les agro-carburants, qui font l'objet d'un gros battage médiatique dans les pays occidentaux, sensibilisés à cette problématique depuis le débat sur le climat. L'agro-carburant est entre autres fabriqué à partir d'huile de palme, de soja, de maïs – ou de jatropha (**Daimler/Bayer**). Les agro-carburants sont une affaire à double tranchant. Pourtant, les géants de l'agrochimie et l'industrie automobile ne parlent que des avantages de cet agent énergétique soi-disant renouvelable, préférant taire ses inconvénients: déboisements à grande échelle dans les forêts pluviales, recours aux manipulations génétiques et aux pesticides, dépendance des agriculteurs. Ici, l'importance d'une information transparente saute aux yeux. Si l'on ignore les répercussions négatives que les agro-carburants peuvent avoir, alors on cautionne une prétendue solution miracle qui, en réalité, pose plus de problèmes qu'elle n'en résout.

Mais d'autres aspects de la responsabilité des entreprises dont Pro Natura et la Déclaration de Berne parlent depuis des années, restent d'une brûlante actualité: travail des enfants dans des plantations, salaires de misère, mépris des droits des travailleuses et travailleurs et des salaires minimaux, monocultures destructrices – autant de conséquences terribles d'une exploitation à grande échelle et purement marchande des ressources agricoles, sylvicoles et minières. Dans les plantations d'ananas de **Dole** aux Philippines, par exemple, les conditions de travail sont exécrables. Des produits phytosanitaires hautement toxiques sont utilisés, entre autres par des enfants car le quota de travail ne peut pas être rempli sans leur aide.

Heureusement, le **Public Eye Positive Award** permet lui de montrer des **signes d'espoir**. Il s'agissait ici de rechercher des initiatives entrepreneuriales remarquables et exemplaires.

Des négociants et producteurs de matières premières, prônant la culture biologique et mettant l'accent sur des modes de production durables et respectueux de l'être humain et de la nature, prouvent que produire autrement est possible. Parmi eux, **Hess Natur** qui diffuse des vêtements en coton bio et promeut ainsi la culture de coton bio au Burkina Faso. Ou l'importateur de matières premières bio **CARE Naturkost**, qui a introduit au Brésil la biocertification d'huile de palme. Ou encore la petite fabrique de cosmétiques **Soglio-Produkte** dans le Val Bregaglia, aux Grisons (CH): elle démontre que dans l'arc alpin également, on peut générer de la valeur ajoutée sans contrevenir aux principes de la durabilité.

Le 23 janvier 2008 à Davos, vous saurez qui, cette année, a récolté un cactus ou une rose lors du «Public Eye». Nous serions ravis de vous rencontrer à cette occasion.

**Sonja Ribli**

Pro Natura – Les Amis de la Terre Suisse  
tél. +41 61 317 92 42, mobile +41 79 216 02 06, sonja.ribli@pronatura.ch