

# Sustainable development and trade regulation on the economic activities

## G. Basset

IGR – Université de Rennes 1

e-mail : <guy.basset@univ-rennes1.fr>

&

## P. Robert-Demontrond

CREREG – UMR CNRS Rennes, France

e-mail : <philippe.robert@univ-rennes1.fr>

### Abstract:

The concept of "social labelling" of the offer as a system of auto-regulation of the economic activity is examined. Its empirical and theoretical grounds are presented and its conceptual and operational limits are pointed out.

### Keywords:

Sustainable development, social labelling, marketing

## 1. Introduction.

La mondialisation des échanges économiques, dont sont ici brièvement rappelés les fondamentaux théoriques, implique la définition de nouvelles règles du jeu concurrentiel. Ce qu'il s'agit ici d'examiner, en mettant en évidence la nécessité d'une régulation sociale des activités de production, et en étudiant la capacités des firmes à générer un système d'auto-régulation de leur activité fondé sur la labellisation de leur production.

## 2. Nécessité d'une régulation des systèmes de production.

Le concept de soutenabilité, initialement restreint aux questions écologiques, a été proposé par Bruntland, en 1987, pour caractériser un développement répondant "aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs". A cet effet, trois objectifs (repris sous l'expression "des 3 P") sont estimés devoir être simultanément pensés : l'efficacité économique ("*profit*"), le respect de l'environnement ("*planete*") et l'équité sociale ("*people*"). Ce qui, typiquement, implique une pensée systémique - telle que les différents éléments du problème soient "envisagés comme un tout de façon intégrée et non plus de façon sectorielle et spécialisée" [Jounot (2002)].

### 2.1 Fondements théoriques de la mondialisation.

La théorie standard des avantages comparatifs conclut à la rationalité d'une spécialisation nationale du jeu économique dans les activités où le coût relatif de production est minimal. La mondialisation - le développement du commerce international - apparaît ainsi toujours optimal du point de vue de la création de valeur - sous condition d'une division internationale du travail et du développement d'échanges interbranches. Or, il s'avère actuellement que les entreprises, disposant de capacités accrues de délocalisation de leurs activités de production, au-delà des frontières nationales, peuvent très significativement accroître leur efficience : *i*) en se spécialisant sur un segment de produit particulier, plutôt que d'être présent sur toute la gamme d'une branche d'activité ; *ii*) en ne pensant pas leur offre

de manière holistique, mais comme un ensemble d'éléments composants et en identifiant les localisations permettant la production des composants au coût relatif le plus faible ; *iii*) en se spécialisant sur quelques composants et en externalisant la production des autres - en recourant donc à la sous-traitance ou à des stratégies d'impartition ; *iv*) en se spécialisant dans les seules activités de conception, à très forte intensité en capital immatériel, et en externalisant l'ensemble des tâches de production - à faible intensité capitalistique ou à forte intensité en capital matériel ; *v*) en se spécialisant dans les activités industrielles et commerciales à compétition hors-coût, pour lesquelles les facteurs immatériels ont une importance primordiale. Au final, apparaît également rationnellement fondé le développement d'échanges intrabranches, d'une division internationale du travail fondée non plus seulement sur la branche d'activité, mais également sur des segments d'une même branche d'activité.

## **2.2 Conséquences sur les systèmes de régulation des conditions de travail.**

Définie en ces termes, la mondialisation pose problème. Les entreprises se voient de fait opposer de moins en moins d'obstacles, économiques, techniques, dans la détermination de la localisation de leurs activités. La mobilité du capital, et par dérivé de l'offre d'emploi, devient extrême - au contraire de celle du travail, toujours marquée de fortes attaches territoriales. En conséquence de quoi, afin d'optimiser la compétitivité de leur industrie, et par conséquent leur attractivité, pour les investisseurs - pour les employeurs -, les États sont rapidement incités à étalonner leurs législations nationales en fonction, exclusivement, de critères de profitabilité. Ce qui peut notamment les amener : *i*) à opérer des réductions drastiques de leur fiscalité ; *ii*) à procéder au démantèlement progressif des dispositifs de protection sociale des travailleurs ; sinon même *iii*) à supprimer localement toute législation sociale, par la création de zones franches bénéficiant de statuts d'extraterritorialité - permettant des dévaluations sociales extrêmes pour la construction d'avantages comparatifs. La mondialisation des marchés confère effectivement aux entreprises un pouvoir de négociation permettant l'exercice de pressions souvent décisives sur les États nationaux, pour qu'ils procèdent à la révision de leurs normes du travail, qu'ils concèdent des conditions optimales d'investissement.

## **3. Emergence d'un marché de labels sociaux.**

Pour répondre aux défis de nature sociale que pose alors la mondialisation plusieurs solutions sont envisageables - qui relèvent : soit *i*) de systèmes exogènes aux entreprises, correspondant essentiellement aux dispositifs gouvernementaux ou supra-gouvernementaux de type "clauses sociales", actuellement mis en place pour l'obtention d'un "commerce loyal" ; soit *ii*) de systèmes endogènes aux entreprises, correspondant essentiellement à l'adoption de dispositifs de type "chartes sociales", engageant publiquement l'entreprise à respecter des normes de production respectueuses des droits fondamentaux. L'effort social peut être alors commercialement supporté par un système d'étiquetage - autrement dit par des labels et des certificats de promotion d'une production socialement responsable.

### **3.1 La demande de labels sociaux.**

De plus en plus, les consommateurs attendent des produits mis sur le marché qu'ils respectent des critères éthiques et que leur mode de production, quelle que soit la localisation géographique, soit conforme aux droits sociaux fondamentaux. Des évolutions se font actuellement jour, qui manifestent une (nouvelle) mutation des critères de choix des consommateurs - ceux-ci intégrant à présent des paramètres éthiques outre ceux économiques dans leurs processus décisionnels [Rocheport (1996)]. Par ailleurs, de plus en plus d'ONG s'engagent actuellement dans la mise en transparence des systèmes de production, des conditions de travail et de rémunération du travail, etc. - et assurent la diffusion des informations ou rapports d'enquête auprès du public en profitant largement du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Un guide de la consommation responsable, "*Shopping for a better world*", est ainsi publié par le C.E.P. depuis 1998 et diffusé à plus d'un million d'exemplaires : les principales entreprises de grande consommation y sont notées sur un

ensemble de critères sociaux (éthiques) et environnementaux (écologiques). Ces récentes évolutions ont deux effets stratégiques immédiats : *i*) une exposition accrue des entreprises à des risques de discrimination négative de leur offre, du fait d'une gestion inhumaine de leur personnel ou des salariés travaillant pour elles, dans des réseaux mondiaux de sous-traitants ; *ii*) une opportunité de construction d'avantages concurrentiels par l'élaboration de chartes sociales, de codes de conduite, permettant une labellisation sociale de l'offre commerciale.

### **3.2 L'offre de labels sociaux.**

Les labels sociaux se différencient des codes de conduite - "engagements pris par les entreprises en vue de respecter les normes fondamentales du travail" -, en ce qu'ils sont conçus par des organismes indépendants - offrant ainsi la garantie que les produits les arborant ont été fabriqués en respectant ces normes. C'est ainsi que la Commission des Communautés européennes définit le label social - dans son livre vert visant à "Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises" -, comme des "mots ou symboles apposés sur un produit dont le but est d'influer sur la décision d'achat des consommateurs en apportant une garantie sur l'impact social et éthique d'un processus commercial sur les autres parties prenantes concernées". A cet effet, le label social doit présenter deux qualités fondamentales : *i*) la fiabilité, afin de permettre aux consommateurs de faire aisément la différence entre les produits respectant les critères sociaux et ceux qui supposés ne pas les respecter ; et *ii*) l'efficacité, ce qui implique d'être immédiatement reconnaissable à l'intérieur des points de vente. Deux catégories de labels sociaux peuvent être alors distingués : *i*) ceux du secteur privé - comprenant ceux du commerce équitable, fondés sur la Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH) et notamment son article 23 précisant que "quiconque travaille a droit à une rémunération équitable lui assurant, ainsi qu'à sa famille, une existence conforme à la dignité humaine" et ceux reposant, souvent partiellement, sur les droits fondamentaux reproduits dans les conventions de base de l'OIT ; et *ii*) ceux officiels du secteur public, ayant pour exigence le respect de toutes les normes définies dans ces conventions de base de l'OIT à savoir : l'interdiction du travail forcé, le droit à la liberté syndicale, le droit à l'organisation et à la concertation collective, l'interdiction de la discrimination en matière d'embauche et de rémunération, l'interdiction du travail des enfants notamment sous ses formes les plus graves.

## **4. Limites opérationnelles et conceptuelles des labels sociaux.**

Le contrôle de la labellisation sociale de la production par des ONG pose des problèmes conséquents en termes : *i*) d'équité, les entreprises ne concédant pas d'effort n'étant *de facto* pas inquiétées ; *ii*) de finalité, les rapports d'enquête, médiatisés, pouvant être exploités sinon même commandités par des entreprises à des fins d'infoguerre - pour déstabiliser des concurrents ; *iii*) de productivité, puisqu'en conséquence immédiate des précédents points, les entreprises pourraient s'avérer incitées à ne pas s'engager dans la construction de chartes sociales, les pénalités médiatiques surpassant potentiellement les avantages en termes de compétition hors-coût ; *iv*) de représentativité et de légitimité des ONG - ceci impliquant que des enquêtes soient commanditées, portant notamment sur leur modalités de financement. Par ailleurs, il s'avère que les codes de conduite au fondement des labels sociaux : *i*) se situent souvent très en deçà des normes internationales applicables en la matière, ne traitant qu'un nombre limité de droits - par conséquent choisis ; *ii*) ne contraignent pas les entreprises à divulguer des informations sur leurs activités ; *iii*) ne contiennent souvent pas de clauses relatives à une vérification indépendante ; *iv*) sont éventuellement pénalisantes pour les entreprises adoptant des codes significativement plus contraignants que leurs compétiteurs, dans des régimes stratégiques de domination par les coûts ; *v*) s'appliquent souvent à des entreprises de sous-traitance ayant plusieurs donneurs d'ordre - les chartes sociales pouvant alors définir des contraintes hétérogènes.

De là l'intérêt des codes sectoriels, auxquels les entreprises peuvent adhérer, qui incluent le plus souvent : *i*) des normes relatives à une vérification indépendante ou à la publication de rapports publics ; *ii*) la définition de mesures correctives en cas de non-respect ; *iii*) des normes relatives à la divulgation publique d'informations sur les conditions de travail. Entre autres exemples, la FSE-THC

(Textile, Habillement et Cuir), en coopération avec l'Union Européenne (la DG Emploi et affaires sociales), débuta en 1992 un programme visant à la création d'une charte sociale - aboutissant le 22 septembre 1997 à la signature d'un accord avec l'organisation européenne des industries textile-habillement. Mais, pour autant qu'un tel accord ait été diffusé à plus de 40% des entreprises européennes du secteur, et intégré dans les conventions collectives de six des pays de l'Union, les comportements des inspecteurs du travail n'ont pas été significativement modifiés - des enfants de moins de 15 ans continuant à travailler en nombre dans plusieurs des pays concernés. Par ailleurs, pour être pertinent, ce système implique que les labels en question ne soient octroyés qu'à condition que l'ensemble de la chaîne de production remplisse des critères de test - *i.e.*, non pas seulement l'entreprise demandant la labellisation, mais également ses fournisseurs et ses sous-traitants. Ce pourquoi la réalisation d'un document précisant le parcours du produit à travers la chaîne des sous-traitants est indispensable. Or, dans le secteur THC, un distributeur travaille en moyenne, directement ou non, avec près de 65 000 fournisseurs... L'idée que chaque entreprise ayant participé au processus de production soit certifiée pour que le produit final obtienne un label garantissant le respect des normes sociales est alors d'applicabilité très limitée..

L'information même peut être émise par : *i)* les entreprises elles-mêmes, qui communiquent sur leurs engagements et assurent la vérification de leur charte sociale auprès de leurs sous-traitants ; *ii)* des organismes indépendants d'évaluation et de certification - comme le CEPAA (*Council On Economic Priorities Accreditation Agency*), qui propose une norme sociale (SA 8000) et informe consommateurs et investisseurs individuels des modes de production des entreprises ; *iii)* des organismes indépendants, des organisations non gouvernementales, assurant la vérification des engagements et organisant une pression continue sur les entreprises pour qu'elles les respectent effectivement ; *iv)* des médias, tout particulièrement des revues et des publications des associations de consommateurs et des mouvements consuméristes ; *v)* des organisations gouvernementales et supra-gouvernementales, finalement, comme l'OIT.

Encore faut-il noter (pour plus de développements, *confere* : Robert-Demontrond, 2002a), quant au point *i)*, que la plupart des entreprises s'opposent actuellement au principe d'une vérification indépendante de leurs engagements - arguant notamment d'une ingérence indue dans leurs affaires. Pour suivre ici sur les exemples traités plus avant, le code de conduite de Levy's, institué en 1992 consécutivement à la révélation de conditions de travail inhumaines dans des manufactures implantées en Chine a ainsi été régulièrement violé depuis. Et Levy's, après avoir très médiatiquement dénoncé le non respect des droits de l'homme en Chine et avoir en conséquence décidé de quitter le pays, y est depuis revenu - fermant incidemment des manufactures en France, dans des conditions d'ailleurs très contestées...

Quant au point *ii)*, si l'adoption d'une norme universelle est couramment présentée comme devant prévenir la rédaction de codes de conduite s'avérant sur le fond trop laxistes - comme, pour l'essentiel, ceux actuels, incomplets quant aux droits syndicaux, aux problèmes de discrimination, de niveau minimal de rémunération et de niveau maximal de travail - les enjeux économiques et les divergences axiologiques, socio-culturelles, sinon civilisationnelles, sont tels que l'accord sur une norme, s'il se fait jamais, risque fort de ne finalement se faire, justement, que sur des bases minimales. C'est ainsi que le droit de grève est très régulièrement ignoré des protocoles d'audit social et de construction des normes et chartes sociales, parce que non pris en considération aux États-Unis - alors même que son importance paraît souvent d'évidence pour les Européens.

Quant au point *iii)*, les cas d'entreprises qui, telles GAP, ont finalement accepté la vérification indépendante de leur code de conduite, restent encore très marginaux. Pour l'essentiel, les entreprises exposées à une contestabilité politique de leur système de production - comme Adidas, Nike et Reebok, etc. -, font effectuer des contrôles ponctuels de l'application de leurs codes de conduite respectifs par leurs propres collaborateurs et par des sociétés d'audit qu'elles sélectionnent elles-mêmes.

Quant au point *iv*), le contrôle par les médias de la réalité de l'effort social est limité par leur dépendance financière, actionnariale et commerciale - au travers les pressions publicitaires - à l'égard des grands groupes industriels. Les annonceurs n'hésitent plus à présent à exiger de certains titres le sommaire de leur numéro à venir, et à indiquer que les sujets n'ayant pas leur assentiment exposeront les journaux les traitant à des sanctions financières... Au niveau individuel même, en dehors donc de toute politique rédactionnelle, la précarisation professionnelle des journalistes influe également sur le contenu de l'information - beaucoup trouvant dans l'établissement de relations privilégiées avec les dirigeants des grands groupes industriels un statut social compensant significativement la faiblesse de leurs revenus...

Quant au dernier point évoqué, le contrôle par l'OIT est notamment limité par le fait que ses fonctionnaires ne peuvent jamais enquêter que si, et seulement si : *i*) une plainte pour infraction au droit du travail est déposée à l'OIT ; *ii*) les conventions enfreintes ont été préalablement ratifiées ; *iii*) le gouvernement en place accorde à l'OIT la possibilité d'envoyer une commission d'enquête. Or : *i*) beaucoup des membres de l'OIT n'ont ratifié qu'une partie seulement de ses conventions ; *ii*) beaucoup des membres de l'OIT ayant ratifié une large partie de ses conventions les appliquent de manière très laxiste ou ne les appliquent pas ; *iii*) les mesures d'exécution sont notoirement faibles. Par ailleurs, la définition retenue par l'OIT des droits fondamentaux pose problème. C'est ainsi que ne sont notamment pas visés, parmi les droits consacrés par la DUDH : *i*) la protection contre le chômage (art. 23) ; et *ii*) le droit au repos et à la limitation raisonnable de la durée du travail (art. 24) - droits précisés aux articles 7 et 8 du Pacte international de 1966, relatif aux droits économiques, sociaux et culturels. Qui plus est, la Déclaration du BIT de juin 1998 ne retient plus comme droits présentant un caractère prioritaire que : *i*) la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit de négociation collective ; *ii*) l'élimination de toute forme de travail forcé ; *iii*) l'abolition du travail des enfants ; *iv*) l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession. Ce qui place l'OIT en situation de retrait relativement aux chartes et normes sociales promues par les ONG et développées par les entreprises... Et illustre clairement le risque évoqué plus avant d'une convergence finale des référentiels éthiques vers des bases minimales.

Par ailleurs, le rôle de l'OIT décline face aux institutions de Bretton Woods (FMI et Banque Mondiale), et face à l'OMC - seule institution d'envergure internationale détenant un pouvoir coercitif, de sanction économique. Ce contre quoi s'inscrit la proposition faite au Forum économique de Davos, en janvier 1999, par le secrétaire général de l'ONU, Kofi Annan, de définition des règles du jeu économique selon neuf principes essentiels, inscrits dans : *i*) la Déclaration de 1948 ; *ii*) la Constitution du BIT ; *iii*) les résolutions du sommet de Copenhague sur les questions sociales, de 1995 . A défaut d'être un code de conduite, cet engagement, *Global Compact*, apparaît comme un cadre de référence utile à la convergence des pratiques entrepreneuriales vers des valeurs universelles - dont l'ONU se porte garant. Il s'agit essentiellement de construire une espèce de "contrat moral", par lequel les entreprises signataires s'engagent à "embrasser, promouvoir et faire respecter une série de valeurs fondamentales touchant les droits de l'homme, les conditions de travail et l'environnement". Mais, le projet est : *i*) dénué de la précision et de la prévisibilité juridiques convenant pour que leur exécution soit associée aux règles régissant le commerce international ; *ii*) sans contraintes juridiques *a priori* - les entreprises ne s'engageant que délibérément, ce qui, techniquement, signifie soit de manière déontologique (par conditionnalité, par rationalité économique, pour gérer un risque commercial ou bénéficier d'une opportunité commerciale), soit de manière téléologique (par conviction morale), le second cas apparaissant empiriquement moins fréquent que le premier ; *iii*) sans contraintes juridiques *a posteriori* - les entreprises n'ayant pas à signer de documents les obligeant à respecter les principes énoncés ; *iv*) sans contrôle du respect effectif des différents engagements souscrits par les entreprises - qui pourront donc se contenter d'une souscription symbolique au *Global Compact*, sans qu'aucun changement conséquent n'intervienne dans leurs comportements ; *v*) contraire à son projet explicite, en inclinant à l'absence de progrès social - par l'illusion entretenue d'un engagement, sans réelle attestation, des entreprises dans un processus de responsabilisation ; *vi*) contraire à son objet, en consacrant finalement une instrumentalisation des valeurs, en proposant les droits de l'homme comme une disposition facultative du jeu concurrentiel, éventuellement utile à la croissance économique - à l'optimisation des profits sur le long terme... Les sociétés participant à l'initiative sont censées afficher

périodiquement, sur le site de *Global Compact* leurs réalisations en matière de défense des droits de l'Homme - avec possibilité pour les ONG et syndicats participant à l'initiative d'émettre des commentaires sur les affirmations des entreprises. Mais, plus d'un an à présent après le début du programme, aucune contribution ne figure sur le site en question - alors même que les entreprises se prévalent massivement, sur leurs propres pages Web, de leur partenariat avec l'ONU... De là l'obligation d'un contrôle exogène, comme celui organisé par l'ONG *CorpWatch* - qui enquête sur le comportement des entreprises partenaires de *Global Compact* et publie très régulièrement, sur son site, les cas de violations manifestes des engagements pris par les entreprises.

## 5. Conclusion.

Au total, du fait de l'actuelle asymétrie d'information, des insuffisances et inefficiences des systèmes de contrôle, de régulation et d'audit social, les firmes se voient offertes l'opportunité d'un développement de politiques de communication sur leur responsabilité sociale non proportionnées à leur réel effort social. Ce qui, évidemment, est très profitable sur le court terme, mais n'est pas une pratique durable puisqu'elle est affectée négativement la confiance des consommateurs dans la crédibilité des labels. Si sa nécessité paraît acquise, l'auto-régulation des systèmes de production par la mise en place d'un protocole de labellisation sociale de l'offre commerciale ne suffit donc pas..

## Références

- Duarte, G. (2002). Ethique et toc dans la distribution. *Etude Dia-Mart*, juin.
- Hilowitz, J. (1997). Label social et lutte contre le travail des enfants : quelques réflexions. *Revue Internationale du Travail*, n°2.
- Jounot, A. (2002). Prise en compte des enjeux du développement durable dans la stratégie et le management de l'entreprise. *Etude AFNOR*, Juillet.
- Klein, N. (2001). *No logo. La tyrannie des marques*. Léméac / Actes Sud.
- Leroy, M. (2002). *Le guide du consommateur responsable*. Marabout.
- Loisel, J.P., Couvreur, A. (2001). Les Français, la qualité de l'alimentation et l'information. *INC, Journées du droit des consommateurs*, 9 août.
- Robert-Demontrond, P. (2002a). Portée stratégique de l'effort de soutenabilité sociale du développement économique. *XIIIe Congrès de l'AGRH*, Nantes, 21 et 22 novembre 2002.
- Robert-Demontrond, P. (2002b). Clauses, normes et chartes sociales : principes et enjeux de nouvelles règles du jeu concurrentiel. *Sciences de la société*, 2.
- Rocheffort, R. (1996). La consommation engagée progresse. *Consommation et Modes de vie*, Centre de Recherche pour l'étude et l'Observation des Conditions de Vie, n° 106.