

# Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises

Livre vert



Emploi & affaires sociales



Commission européenne



# **Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises**

## **Livre vert**

Relations du travail et mutations industrielles

**Emploi & affaires sociales**

**Commission européenne**  
Direction générale de l'emploi  
et des affaires sociales  
Unité EMPL/D.1

Manuscrit terminé en juillet 2001

Document établi sur la base du COM(2001) 366 final.

Si vous souhaitez recevoir le bulletin d'information électronique «EEmail» de la direction générale de l'emploi et des affaires sociales de la Commission européenne, envoyez un courrier électronique à l'adresse suivante: [empl-esmail@cec.eu.int](mailto:empl-esmail@cec.eu.int) — le bulletin d'information paraît régulièrement en allemand, en anglais et en français.

De nombreuses autres informations sur l'Union européenne sont disponibles sur Internet via le serveur Europa (<http://europa.eu.int>).

Une fiche bibliographique figure à la fin de l'ouvrage.

Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes, 2001

ISBN 92-894-1479-0

© Communautés européennes, 2001  
Reproduction autorisée, moyennant mention de la source

Printed in Belgium

IMPRIME SUR PAPIER BLANCHI SANS CHLORE

# TABLE DES MATIÈRES

	<b>RÉSUMÉ</b>	4
1.	<b>INTRODUCTION</b>	5
2.	<b>QU'EST-CE QUE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES?</b>	8
	Responsabilité sociale des entreprises: la dimension interne	9
	Gestion des ressources humaines	9
	Santé et sécurité au travail	10
	Adaptation au changement	11
	Gestion des retombées sur l'environnement et des ressources naturelles	12
	Responsabilité sociale des entreprises: la dimension externe	13
	Communautés locales	13
	Partenaires commerciaux, fournisseurs et consommateurs	14
	Droits de l'homme	15
	Préoccupations environnementales à l'échelle planétaire	17
3.	<b>UNE APPROCHE HOLISTIQUE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES</b>	18
	Gestion intégrée de la responsabilité sociale	18
	Rapports et audits sur la responsabilité sociale	19
	Qualité au travail	21
	Labels sociaux et écolabels	22
	Investissement socialement responsable	23
4.	<b>PROCESSUS DE CONSULTATION</b>	25
	<b>ANNEXE</b>	28

## RÉSUMÉ

Un nombre croissant d'entreprises européennes promeuvent leurs stratégies de responsabilité sociale en réponse à une série de pressions sociales, environnementales et économiques. Elles visent à envoyer un signal aux différentes parties prenantes auxquelles elles ont affaire: salariés, actionnaires, investisseurs, consommateurs, pouvoirs publics et ONG. Ce faisant, les entreprises investissent dans leur avenir et espèrent que leur engagement volontaire contribuera à accroître leur rentabilité.

Dès 1993, l'appel du président Delors aux entreprises européennes, qui leur demandait de prendre part à la lutte contre l'exclusion sociale, s'est traduit par une forte mobilisation et le développement de réseaux européens d'entreprises. Plus récemment, en mars 2000, le Conseil européen de Lisbonne a fait spécialement appel au sens des responsabilités des entreprises dans le domaine social pour les bonnes pratiques liées à l'éducation et la formation tout au long de la vie, à l'organisation du travail, à l'égalité des chances, à l'insertion sociale et au développement durable.

En affirmant leur responsabilité sociale et en contractant de leur propre initiative des engagements qui vont au-delà des exigences réglementaires et conventionnelles auxquelles elles doivent de toute façon se conformer, les entreprises s'efforcent d'élever les normes liées au développement social, à la protection de l'environnement et au respect des droits fondamentaux, et adoptent un mode ouvert de gouvernance, conciliant les intérêts de diverses parties prenantes au sein d'une approche globale de la qualité et du développement durable. Bien que reconnaissant l'importance de tous ces aspects, le présent Livre vert est principalement axé sur les responsabilités des entreprises dans le domaine social.

Une telle action débouche sur de nouveaux partenariats et de nouvelles sphères pour les relations établies au sein de l'entreprise, pour ce qui est du dialogue social, de l'acquisition des qualifications, de l'égalité des chances, de la prévision et de la gestion du changement, au niveau local ou national, concernant la consolidation de la cohésion économique et sociale et la protection de la santé et, de façon plus générale, à l'échelon de la planète, pour la protection de l'environnement et le respect des droits fondamentaux.

Le concept de responsabilité sociale est essentiellement promu par les grandes entreprises, même si des pratiques socialement responsables existent dans tous les types de sociétés, publiques et privées, y compris les PME et les coopératives.

L'Union européenne se soucie de la responsabilité sociale des entreprises, car celle-ci peut apporter une contribution positive à l'objectif stratégique défini à Lisbonne: «devenir l'économie de la connaissance la plus compétitive et la plus dynamique du monde, capable d'une croissance économique durable accompagnée d'une amélioration quantitative et qualitative de l'emploi et d'une plus grande cohésion sociale».

Le présent Livre vert vise à lancer un large débat sur la façon dont l'Union européenne pourrait promouvoir la responsabilité sociale des entreprises au niveau tant européen qu'international et, notamment, sur les moyens d'exploiter au mieux les expériences existantes, d'encourager le développement de pratiques novatrices, d'améliorer la transparence et de renforcer la fiabilité de l'évaluation et de la validation des diverses initiatives réalisées en Europe. Il propose une approche fondée sur des partenariats plus étroits au sein desquels tous les intéressés ont un rôle actif à jouer.



# 1. INTRODUCTION

Le concept de responsabilité sociale des entreprises signifie essentiellement que celles-ci décident de leur propre initiative de contribuer à améliorer la société et rendre plus propre l'environnement. Au moment où l'Union européenne s'efforce d'identifier des valeurs communes en adoptant une charte des droits fondamentaux, un nombre croissant d'entreprises reconnaissent de plus en plus clairement leur responsabilité sociale et considèrent celle-ci comme l'une des composantes de leur identité. Cette responsabilité s'exprime vis-à-vis des salariés et, plus généralement, de toutes les parties prenantes qui sont concernées par l'entreprise mais qui peuvent, à leur tour, influencer sur sa réussite.

Cette évolution est le reflet de ce qu'attendent de plus en plus les citoyens européens et les parties prenantes d'une transformation du rôle des entreprises dans la nouvelle société en mutation d'aujourd'hui. Cette vision concorde avec le message fondamental de la stratégie de développement durable adoptée lors du Conseil européen de Göteborg, en juin 2001, qui est qu'à long terme la croissance économique, la cohésion sociale et la protection de l'environnement vont de pair.

Plusieurs facteurs alimentent cette évolution vers une responsabilité sociale des entreprises:

- les nouvelles préoccupations et attentes des citoyens, consommateurs, pouvoirs publics et investisseurs au vu de la mondialisation et des mutations industrielles de grande ampleur;
- des critères sociaux, qui influent de plus en plus sur les décisions d'investissement des individus ou institutions, aussi bien en tant que consommateurs qu'investisseurs;
- les inquiétudes croissantes suscitées par la détérioration de l'environnement provoquée par l'activité économique;
- la transparence apportée par les médias et les technologies modernes de l'information et la communication dans les activités des entreprises.

## Les entreprises et leur responsabilité sociale

Étant elles-mêmes confrontées, dans le cadre de la mondialisation et, notamment, du marché intérieur, aux défis posés par un environnement en mutation, les entreprises sont de plus en plus conscientes que la responsabilité sociale peut revêtir une valeur économique directe. Bien que leur responsabilité première soit de générer des profits, les entreprises peuvent en même temps contribuer à des objectifs sociaux et à la protection de l'environnement, en intégrant la responsabilité sociale comme investissement stratégique au cœur de leur stratégie commerciale, dans leurs instruments de gestion et leurs activités.

Lorsque la responsabilité sociale de l'entreprise constitue un processus de gestion de ses relations avec tout un éventail de parties prenantes qui peuvent véritablement influencer sur son libre fonctionnement, les arguments commerciaux sont clairs. Par conséquent, la responsabilité sociale de l'entreprise, à l'instar de la gestion de la qualité, doit être considérée comme un investissement et non un coût. Les entreprises peuvent donc adopter une approche intégrant les aspects financiers, commerciaux et sociaux, et aboutir ainsi à une stratégie à long terme minimisant les risques liés aux incertitudes. Elles devraient mettre en œuvre leur responsabilité sociale à l'échelon non seulement de l'Europe, mais aussi de la planète, y compris tout au long de leur chaîne de production.

Dans son avis «Libérer le potentiel d'emploi de l'Europe: la politique sociale européenne à l'horizon 2000: les vues des entreprises», l'UNICE (Union des confédérations de l'industrie et des employeurs d'Europe) a souligné combien les entreprises européennes se considéraient partie intégrante de la société en adoptant un comportement socialement responsable, voyaient dans la réalisation de profits le principal objectif d'une entreprise, mais non sa seule «raison d'être» et optaient pour une réflexion à long terme sur les décisions et les investissements stratégiques.

### Le contexte politique

Le défi à relever au niveau européen consiste à déterminer comment la responsabilité sociale des entreprises peut aider à atteindre l'objectif de Lisbonne, à savoir construire une économie de la connaissance dynamique et compétitive fondée sur la cohésion. Le Conseil européen de Lisbonne a fait spécialement appel au sens des responsabilités des entreprises dans le domaine social pour les bonnes pratiques liées à l'éducation et à la formation tout au long de la vie, à l'organisation du travail, à l'égalité des chances, à l'insertion sociale et au développement durable.

L'agenda social européen de la Commission, auquel le Conseil européen de Nice a apporté son soutien, a souligné le rôle que peut jouer la responsabilité sociale des entreprises dans la gestion des conséquences de l'intégration de l'économie et des marchés sur l'emploi et le domaine social ainsi que pour l'adaptation des conditions de travail à la nouvelle économie. En outre, le sommet européen de Nice invitait la Commission à associer les entreprises à un partenariat réunissant les partenaires sociaux, les ONG, les autorités locales et les organismes gestionnaires des services sociaux afin de renforcer leur responsabilité sociale. Le Conseil européen de Stockholm s'est félicité des initiatives lancées par les entreprises pour promouvoir leur responsabilité sociale, et a décrit le présent Livre vert comme un moyen d'encourager un vaste échange de vues destiné à favoriser de nouvelles actions dans ce domaine.

La communication de la Commission sur le développement durable, à laquelle a souscrit le Conseil européen de Göteborg, a mis en évidence l'importance de la responsabilité sociale des entreprises: *«L'action des pouvoirs publics est également essentielle pour encourager les entreprises à davantage prendre conscience de leurs responsabilités sur le plan social et pour mettre en place un cadre permettant de s'assurer que les entreprises intègrent les aspects environnementaux et sociaux dans leurs activités... Il faudrait encourager les entreprises à intégrer de manière active le développement durable dans les activités qu'elles poursuivent à l'intérieur de l'Union européenne et dans le monde.»*

Ce débat est également lié à la réflexion de la Commission sur le *Livre blanc sur la gouvernance dans l'Union européenne*. Étant donné qu'elle contribue considérablement à créer un climat favorable à l'esprit d'entreprise, la responsabilité sociale se rattache aussi à l'objectif qu'a la Commission de créer l'«entreprise Europe», à savoir une Europe dynamique, innovante et ouverte.

La responsabilité sociale des entreprises a des implications majeures pour tous les acteurs de la vie économique et sociale ainsi que pour les pouvoirs publics, qui devraient en tenir compte dans leurs actions. De nombreux États membres en ont reconnu l'importance et ont adopté des mesures actives pour la promouvoir. Puisqu'ils sont tous confrontés à des défis similaires, les États membres pourraient apprendre de leur expérience respective. Dans l'ensemble, la Commission européenne pourrait favoriser la responsabilité sociale des entreprises à travers ses programmes et ses activités. Les approches de la responsabilité sociale des entreprises doivent de plus être compatibles et en accord avec les politiques communautaires et les obligations internationales. Au Danemark, le ministre des affaires sociales a lancé, en 1994, une campagne intitulée «Une préoccupation commune — La res-

responsabilité sociale des entreprises» et mis ensuite sur pied, en 1998, le Centre de Copenhague.

Au Royaume-Uni, un ministre de la responsabilité sociale des entreprises a été nommé en mars 2000. Un groupe interministériel a été créé afin d'améliorer la coordination des activités visant à promouvoir cette question au sein du gouvernement.

Au niveau international, par le biais, par exemple, de la politique commerciale et de la coopération au développement, l'Union européenne s'implique directement dans des domaines tels que le comportement des marchés. Une approche européenne de la responsabilité sociale des entreprises doit donc être le reflet et faire partie intégrante du cadre plus large dans lequel s'inscrivent les diverses initiatives menées par les organisations internationales, telles que «Global compact» des Nations unies (2000), la déclaration tripartite de l'OIT sur les principes concernant les entreprises multinationales et la politique sociale (1997-2000) ou les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales (2000). Bien que ces initiatives ne soient pas juridiquement contraignantes, elles sont appuyées, dans le cas des principes directeurs de l'OCDE, par la volonté des gouvernements y ayant souscrit de promouvoir leur respect par les entreprises. La Commission européenne s'est engagée à soutenir activement les principes directeurs <sup>(1)</sup> de l'OCDE. Le respect du noyau dur des normes de l'OIT (liberté d'association, abolition du travail forcé, non-discrimination et élimination du travail des enfants) est un aspect crucial de la responsabilité sociale des entreprises; il conviendrait de renforcer leur surveillance et leur respect <sup>(2)</sup>.

La principale contribution d'une approche européenne sera d'apporter une valeur ajoutée aux actions existantes et de les compléter:

- en instaurant un cadre européen global destiné à favoriser la qualité et la cohérence des procédures observées dans le domaine de la responsabilité sociale des entreprises, grâce à l'élaboration de principes, d'approches et d'outils génériques, et à la promotion de bonnes pratiques et d'idées innovantes;
- en soutenant les bonnes pratiques destinées à assurer une évaluation financièrement avantageuse et une vérification indépendante des procédures de responsabilité sociale des entreprises, et en garantissant par là même leur efficacité et leur crédibilité.

Le présent Livre vert vise à lancer un vaste débat et à recueillir les opinions sur la responsabilité sociale des entreprises, aux niveaux national, européen et international. La Commission espère que cette initiative aboutira à un nouveau cadre promouvant la responsabilité sociale des entreprises.

<sup>(1)</sup> Les principes directeurs de l'OCDE incluent également un mécanisme de mise en œuvre impliquant gouvernements et partenaires sociaux au sein de points de contact nationaux. En outre, leur contenu recouvre divers aspects de la responsabilité sociale des entreprises, à savoir le travail des enfants et le travail forcé, les relations sociales, la protection de l'environnement, la protection des consommateurs, la transparence et la publication d'informations, la lutte contre la corruption, les transferts de technologie, la concurrence et la fiscalité.

<sup>(2)</sup> La Commission publiera une communication concernant la promotion des normes fondamentales du travail et l'amélioration de la gouvernance sociale dans le cadre de la mondialisation.



## 2. QU'EST-CE QUE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES?

La plupart des définitions de la responsabilité sociale des entreprises décrivent ce concept comme l'intégration volontaire des préoccupations sociales et écologiques des entreprises à leurs activités commerciales et leurs relations avec leurs parties prenantes.

Être socialement responsable signifie non seulement satisfaire pleinement aux obligations juridiques applicables, mais aussi aller au-delà et investir «davantage» dans le capital humain, l'environnement et les relations avec les parties prenantes. L'expérience acquise avec l'investissement dans des technologies et des pratiques commerciales écologiquement responsables suggère que, en allant plus loin que le respect de la législation, les entreprises pouvaient accroître leur compétitivité. L'application de normes sociales dépassant les obligations juridiques fondamentales, par exemple, dans le domaine de la formation, des conditions de travail ou des relations entre la direction et le personnel, peut également avoir des retombées directes sur la productivité. C'est ainsi que s'ouvre une voie permettant de gérer le changement et de concilier le développement social et une compétitivité accrue.

La responsabilité sociale des entreprises ne devrait néanmoins pas être vue comme un substitut à la réglementation ou à la législation concernant les droits sociaux ou les normes environnementales, y compris à l'élaboration d'une nouvelle législation appropriée. Dans les pays où de telles réglementations n'existent pas, les efforts devraient se concentrer sur la mise en place du cadre réglementaire ou législatif adéquat afin de définir une base équitable, à partir de laquelle les pratiques socialement responsables peuvent être développées.

Même si, à ce jour, la responsabilité sociale des entreprises est principalement promue par de grandes sociétés ou des multinationales, elle revêt une importance dans tous les types d'entreprises et tous les secteurs d'activité, de la PME à la multinationale. Il est capital qu'elle soit plus largement appliquée dans les PME, y compris les microentreprises, puisque ce sont elles qui contribuent le plus à l'économie et à l'emploi. Bien que de nombreuses PME assument déjà leur responsabilité sociale, notamment au travers d'un engagement local, une sensibilisation et un appui plus marqués à la diffusion des bonnes pratiques pourraient faciliter la promotion de la responsabilité sociale parmi cette catégorie d'entreprises. Les coopératives de travailleurs et les programmes de participation, ainsi que d'autres formes d'entreprises de type coopératif, mutualiste ou associatif, intègrent dans leur structure les intérêts d'autres parties prenantes et assument d'emblée des responsabilités sociales et civiles.

Un certain nombre d'entreprises obtenant de bons résultats dans le domaine social ou la protection de l'environnement indiquent que ces activités peuvent conduire à une meilleure performance et générer davantage de profits et de croissance. Pour de nombreuses entreprises, il s'agit d'un nouveau champ d'action requérant encore une évaluation à long terme. L'impact économique de la responsabilité sociale des entreprises peut être ventilé en effets directs et indirects. Des résultats positifs directs peuvent, par exemple, découler d'un meilleur environnement de travail se traduisant par un engagement plus marqué et une plus forte productivité des salariés, ou provenir d'une exploitation efficace des ressources naturelles. En outre, les effets indirects sont le fruit de l'attention croissante des consommateurs et des investisseurs, qui élargira les

possibilités de l'entreprise sur le marché. Inversement, la réputation d'une entreprise peut parfois pâtir des critiques formulées à l'encontre de ses pratiques commerciales. Une telle situation peut nuire aux atouts fondamentaux d'une entreprise, tels que sa marque ou son image.

Les institutions financières ont de plus en plus recours à des listes de critères sociaux et écologiques pour évaluer le risque de prêt ou d'investissement vis-à-vis des entreprises. De même, le fait d'être reconnue comme une entreprise socialement responsable, par exemple, en étant représentée dans un indice boursier de valeurs éthiques, peut jouer en faveur de la cotation d'une entreprise et apporte donc un avantage financier concret.

Les indices sociaux des marchés boursiers constituent des références utiles pour prouver les répercussions positives, sur les performances financières, d'une sélection fondée sur des critères sociaux: depuis son lancement, en mai 1990, le Domini 400 Social Index (DSI) a dépassé de 1 % le S & P 500 en termes de rendement global annualisé (compte tenu d'un ajustement des risques), tandis que le Dow Jones Sustainable Index a progressé de 180 % depuis 1993, contre 125 % pour le Dow Jones Global Index.

Il est difficile d'évaluer avec précision ce qui détermine la rentabilité financière d'une entreprise socialement responsable. Les études (*Industry Week*, 15 janvier 2001) montrent que 50 % des excellents résultats des entreprises socialement responsables sont imputables à leur engagement social, tandis que l'autre moitié s'explique par les performances de leur secteur. Une entreprise socialement responsable est censée enregistrer des bénéfices supérieurs à la moyenne puisque son aptitude à résoudre avec succès des problèmes écologiques et sociaux peut passer par une mesure crédible de qualité de la gestion.

Il serait nécessaire de disposer d'une meilleure connaissance de l'impact de la responsabilité sociale des entreprises sur leurs performances économiques ainsi que de plus amples études sur ce sujet. De nouvelles recherches conjointes pourraient être réalisées dans ce domaine par les entreprises, les pouvoirs publics et les établissements universitaires. Ces efforts pourraient être soutenus par les programmes-cadres de recherche et de développement technologique.

## **2.1. Responsabilité sociale des entreprises: la dimension interne**

Au sein de l'entreprise, les pratiques socialement responsables touchent premièrement les salariés et concernent, par exemple, l'investissement dans le capital humain, la santé et la sécurité, ainsi que la gestion du changement, tandis que les pratiques écologiques responsables ont surtout trait à la gestion des ressources naturelles utilisées dans la production. Elles ouvrent une voie permettant de gérer le changement et de concilier le développement social et une compétitivité accrue.

### **2.1.1. Gestion des ressources humaines**

Aujourd'hui, l'un des défis majeurs des entreprises est d'attirer et de garder les travailleurs qualifiés. Dans un tel contexte, des mesures adéquates pourraient inclure l'éducation et la formation tout au long de la vie, la responsabilisation du personnel, une amélioration de l'information dans l'entreprise, un meilleur équilibre entre le travail, la famille et les loisirs, une plus grande diversité des ressources humaines, l'application du principe d'égalité pour les rémunérations et les perspectives de carrière des femmes, la participation aux bénéfices et les formules d'actionnariat, ainsi que la prise en compte de la capacité d'insertion professionnelle et de la sécurité de l'emploi. Il s'est aussi avéré qu'une gestion et

un suivi actifs des salariés absents pour cause d'incapacité ou d'accident se traduisaient par une réduction des coûts.

Des pratiques responsables — et notamment non discriminatoires — de recrutement pourraient faciliter l'embauche de personnes issues de minorités ethniques, de travailleurs âgés, de femmes, de chômeurs de longue durée et des personnes défavorisées sur le marché de l'emploi. De telles pratiques sont essentielles pour atteindre les objectifs de la stratégie européenne pour l'emploi, à savoir réduire le chômage, augmenter les taux d'emploi et lutter contre l'exclusion sociale.

Pour ce qui est de l'éducation et de la formation tout au long de la vie, les entreprises ont un rôle primordial à jouer, et cela à plusieurs niveaux: en aidant à mieux définir les besoins en formation grâce à un partenariat étroit avec les responsables locaux concevant les programmes d'éducation et de formation, en facilitant le passage des jeunes de l'école au monde du travail au moyen, par exemple, de postes d'apprentis, en valorisant la formation, notamment grâce à la validation de l'expérience antérieure et en instaurant un environnement propice à l'éducation et à la formation tout au long de la vie, plus particulièrement à l'intention des travailleurs les moins éduqués, les moins qualifiés et les plus âgés.

### **2.1.2. Santé et sécurité au travail**

La santé et la sécurité au travail ont traditionnellement été surtout abordées par le biais de mesures législatives et coercitives. Cependant, la tendance à l'externalisation du travail auprès de sous-traitants et de fournisseurs rend les entreprises plus dépendantes de la façon dont ces derniers respectent les normes de santé et sécurité, surtout ceux travaillant dans leurs propres locaux <sup>(3)</sup>.

Les entreprises, les gouvernements et les organisations professionnelles s'intéressent de plus en plus à des formes complémentaires de promotion de la santé et de la sécurité, en faisant de cette question un critère de sélection pour l'acquisition de produits et de services auprès d'autres entreprises et un élément de marketing pour la promotion de leurs propres produits et services. Ces démarches volontaires peuvent être considérées comme complémentaires de la législation et des contrôles des pouvoirs publics puisqu'elles visent, elles aussi, une culture de la prévention, autrement dit un niveau plus élevé de sécurité et de protection de la santé sur le lieu de travail.

Parallèlement à cette focalisation accrue sur les résultats obtenus en matière de santé et de sécurité au travail ainsi que sur les qualités des produits et des services, il est de plus en plus exigé que ces qualités soient mesurées, documentées et communiquées dans le cadre de la politique de marketing de l'entreprise. Des critères de santé et de sécurité au travail ont été inclus, à divers degrés, dans les programmes existants de certification et de label des produits ou des équipements. Des programmes de certification des systèmes de gestion et des sous-traitants, principalement axés sur la santé et la sécurité sur le lieu de travail, ont également été lancés.

Le label suédois de matériel de bureau TCO labelling scheme est un label adopté sur une base volontaire qui entend stimuler les fabricants à concevoir un équipement plus sûr du point de vue professionnel et plus respectueux de l'environnement, aider les acquéreurs à choisir du matériel moins préjudiciable aux utilisateurs comme à l'environnement externe et fournir aux acheteurs ainsi qu'aux vendeurs un label clairement défini permettant un gain de temps, d'énergie et de coût lors de l'achat.

<sup>(3)</sup> Pour plus d'informations: Agence européenne pour la santé et la sécurité au travail (<http://agency.osha.eu.int/publications/factsheets/facts11/>).

En outre, comme les entreprises et les organisations ont tendance à inclure des critères de santé et de sécurité dans leurs régimes de passation des marchés, il est devenu possible d'élaborer des procédures génériques de passation des marchés fondées sur des exigences uniformes devant être respectées par les systèmes de formation ou de gestion de la santé et la sécurité des contractants, grâce auxquelles une tierce partie peut réaliser la «certification» ou l'approbation initiale du contractant et surveiller l'amélioration continue du régime.

Aux Pays-Bas, la liste de contrôle des contractants en matière de sécurité vise à évaluer et à certifier les systèmes de gestion de la santé et la sécurité des entreprises de contractants proposant leurs services à l'industrie chimique et pétrochimique.

Au Danemark, le système IKA fournit des orientations pour définir les exigences auxquelles doivent être soumis les produits de nettoyage dans les appels d'offres.

### **2.1.3. Adaptation au changement**

Les restructurations à grande échelle observées en Europe suscitent des inquiétudes chez l'ensemble des salariés et des autres parties prenantes, car la fermeture d'une entreprise ou des suppressions massives d'emplois peuvent provoquer une crise économique, sociale ou politique grave dans une communauté. Peu d'entreprises échappent à cette nécessité de restructurer, qui prend souvent la forme d'une réduction des effectifs; au cours de l'année 2000, le nombre de fusions et d'acquisitions a atteint un niveau historique. Sur la base d'une étude, il apparaît que peu de restructurations atteignent leurs objectifs et parviennent à réduire les coûts, à augmenter la productivité et à améliorer la qualité et le service à la clientèle, car elles sont souvent préjudiciables à la motivation, à la loyauté, à la créativité et à la productivité du personnel.

Restructurer dans une optique socialement responsable, c'est équilibrer et prendre en compte les intérêts et préoccupations de toutes les parties concernées par les changements et les décisions. Concrètement, dans une restructuration, la forme est souvent aussi importante que le fond. Il convient notamment d'assurer la participation et l'implication des intéressés par une procédure ouverte d'information et de consultation. En outre, toute restructuration doit être soigneusement préparée, les risques les plus importants devant être identifiés, tous les coûts — directs et indirects — des différentes options stratégiques calculés et toutes les solutions susceptibles de limiter les licenciements évalués.

L'expérience des grandes restructurations effectuées en Europe dans l'industrie sidérurgique, charbonnière ou navale montre que de telles opérations réussissent mieux si elles se fondent sur les efforts conjoints des pouvoirs publics, des entreprises et des représentants du personnel. Ce type de procédure devrait viser à protéger les droits des salariés et à leur proposer, si nécessaire, une reconversion professionnelle, un programme de modernisation de l'outil et des procédés de production pour développer les activités du site, une stratégie de mobilisation des fonds publics et privés et des procédures d'information, de dialogue, de coopération et de partenariat. Les entreprises doivent assumer leur part de responsabilité afin de garantir la capacité d'insertion professionnelle de leurs salariés.

En s'engageant dans le développement local et dans des politiques actives du marché de l'emploi à travers des partenariats en faveur de l'emploi local et/ou de l'insertion sociale, les entreprises peuvent atténuer les retombées sociales, à l'échelon local, des grandes restructurations.

La Fundación Empresa y Sociedad (FES), créée dans le cadre de l'action pilote du FSE sur le capital social local, au titre de l'article 6, constitue un exemple intéressant de participation d'une entreprise privée à la promotion de la cohésion sociale. Cette fondation favorise l'aide aux microprojets, le plus souvent des microentreprises, dans un quartier défavorisé de Madrid. Parallèlement aux microsubventions, un système de tutorat est gratuitement proposé par les professionnels des entreprises privées. La FES a également mobilisé des ressources supplémentaires, sous la forme de microcrédits complémentaires et de donations d'équipement informatique par les entreprises privées.

#### **2.1.4. Gestion des retombées sur l'environnement et des ressources naturelles**

Généralement, une réduction de la consommation des ressources ou des émissions polluantes et des déchets peut entraîner une diminution des répercussions sur l'environnement. Une telle démarche peut aussi profiter à l'entreprise en réduisant sa facture d'énergie et ses frais d'élimination des déchets et en abaissant ses dépenses de matières premières et de dépollution. Des entreprises ont observé qu'une moindre exploitation des ressources peut aboutir à une rentabilité et à une compétitivité supérieures.

Avec les investissements réalisés dans le domaine de l'environnement, tout le monde sort normalement gagnant: l'entreprise comme l'environnement. Ce principe est établi depuis plusieurs années et a été reconnu très récemment dans le sixième programme d'action pour l'environnement de la Commission. Celui-ci explique comment l'Union européenne et les États membres peuvent remplir leur rôle en aidant les entreprises à identifier des créneaux sur le marché et à effectuer des investissements avantageux pour elles comme pour l'environnement. Ce programme définit un certain nombre d'autres mesures à l'intention des entreprises: établissement d'un programme facilitant le respect de la législation qui aide les entreprises à comprendre les exigences de la Communauté européenne en matière d'environnement; élaboration de systèmes nationaux, mais harmonisés, d'octroi de prix aux entreprises, qui identifient et récompensent les bonnes performances environnementales et promotion des engagements et des accords volontaires.

La politique intégrée des produits (PIP) constitue un bon exemple d'une approche autorisant une collaboration des pouvoirs publics et des entreprises. La PIP se fonde sur un examen de l'impact des produits tout au long de leur cycle de vie et suppose un dialogue entre les entreprises et d'autres parties prenantes pour trouver l'approche la plus efficace et la moins coûteuse. Dans le domaine de l'environnement, elle peut donc être considérée comme un cadre solide pour la promotion de la responsabilité sociale des entreprises.

Le système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS) ISO 19000 est une autre approche facilitant la responsabilité sociale des entreprises. Celui-ci encourage les employeurs à mettre en place de leur propre initiative, à l'échelle d'un site ou de l'entreprise, des systèmes de management environnemental et d'audit promouvant une amélioration continue des performances en matière de protection de l'environnement. Leurs objectifs de protection de l'environnement sont rendus publics et validés par des organismes accrédités.

Les entreprises sont aussi conscientes des perspectives que leur ouvre une amélioration de leurs performances environnementales et s'attachent à en tirer systématiquement profit.

L'initiative européenne d'écocoefficacité [European eco-efficiency initiative (EEEI)], une action du World Business Council for Sustainable Development et des European Partners for the Environment, réalisée en partenariat avec la

Commission européenne, entend faire entrer le concept d'écoefficacité dans les entreprises européennes et les politiques économique et industrielle de l'Union européenne (<http://www.wbcsd.ch/eurint/eeeei.htm>).

## **2.2. Responsabilité sociale des entreprises: la dimension externe**

La responsabilité sociale des entreprises s'étend au-delà du périmètre de l'entreprise, jusque dans la communauté locale, et implique, en dehors des salariés et des actionnaires, un vaste éventail de parties prenantes: partenaires commerciaux et fournisseurs, clients, pouvoirs publics et ONG représentant la communauté locale ainsi que l'environnement. Dans un monde caractérisé par des investissements multinationaux et des chaînes de production se déployant à l'échelle de la planète, la responsabilité sociale des entreprises doit aussi dépasser les frontières de l'Europe. La rapidité de la mondialisation a encouragé un débat sur le rôle et le développement d'une gouvernance au niveau planétaire: on peut considérer que l'élaboration de pratiques volontaires dans le domaine de la responsabilité sociale des entreprises y contribue aussi.

### **2.2.1. Communautés locales**

La responsabilité sociale des entreprises a aussi trait à l'intégration des entreprises dans leur milieu local, que ce soit au niveau européen ou international. Les entreprises apportent leur contribution à la communauté, locale notamment, en fournissant des emplois, des salaires et prestations ainsi que des recettes fiscales. Inversement, les entreprises dépendent de la bonne santé, de la stabilité et de la prospérité des communautés qui les accueillent. À titre d'exemple, elles recrutent la majorité de leurs salariés sur le marché local du travail et ont donc un intérêt direct à ce que les qualifications dont elles ont besoin soient disponibles localement. En outre, les PME trouvent également la plupart de leurs clients dans leur environnement immédiat. La réputation d'une entreprise sur son site, son image en tant non seulement qu'employeur et producteur, mais aussi acteur de la vie locale, influent certainement sur sa compétitivité.

Les entreprises interagissent aussi avec leur environnement naturel local. Certaines comptent sur un environnement propre pour leur production ou leur offre de services — propreté de l'air, de l'eau ou axes routiers non congestionnés. Il peut aussi exister une relation entre l'environnement naturel local et la capacité de l'entreprise à attirer des travailleurs dans sa région d'accueil. Par ailleurs, les entreprises peuvent aussi être à l'origine de nombreuses activités polluantes: bruit, lumière, pollution de l'eau, émissions dans l'air, contamination des sols ainsi que tous les problèmes écologiques liés au transport et à l'élimination des déchets. Les entreprises les plus sensibles à la protection de l'environnement interviennent donc souvent dans l'éducation à l'écologie de leur communauté selon une double approche.

De nombreuses entreprises s'engagent dans la vie locale, en particulier en proposant des formations professionnelles supplémentaires, en soutenant les associations de protection de l'environnement à but non lucratif, en recrutant parmi les exclus, en fournissant à leurs salariés des structures de garde d'enfants, en nouant des partenariats locaux, en parrainant des manifestations sportives ou culturelles locales ou en faisant des dons à des œuvres charitables.

Le développement de relations positives avec la communauté locale et, par là même, l'accumulation de capital social sont particulièrement importants pour les entreprises extérieures. Les multinationales ont de plus en plus souvent

recours à ce type de relations pour soutenir l'intégration de leurs filiales sur leurs différents marchés d'implantation. La familiarité des entreprises avec les acteurs locaux, les traditions et les avantages de l'environnement local est un atout sur lequel elles peuvent capitaliser.

Les institutions financières peuvent jouer un rôle particulier grâce à l'investissement solidaire, autrement dit le financement direct de projets bénéficiant spécifiquement à certaines communautés ou circonscriptions, notamment dans des zones défavorisées. Ce type d'investissement revêt généralement la forme de prêts pour des projets peu coûteux d'habitation ou de dépôts auprès de banques de développement local, à des taux soit égaux soit inférieurs à ceux du marché.

De même, reconnaissant qu'un accès universel aux services d'intérêt économique général à des prix abordables est au cœur du modèle européen de société, certaines entreprises, lorsqu'un tel accès n'est pas garanti par la législation, s'efforcent de l'assurer dans le cadre de leur responsabilité sociale, par exemple pour des services bancaires élémentaires. En outre, la CES (Confédération européenne des syndicats) et le CEEP (Centre européen des entreprises à participation publique et des entreprises d'intérêt économique général) ont soumis une proposition conjointe de charte des services d'intérêt général en juin 2000.

### **2.2.2. Partenaires commerciaux, fournisseurs et consommateurs**

En travaillant en étroite collaboration avec leurs partenaires commerciaux, les entreprises peuvent réduire la complexité et le coût de leurs opérations tout en augmentant la qualité. La sélection des fournisseurs ne passe pas toujours exclusivement par une procédure concurrentielle d'appels d'offre. Les relations avec les partenaires au sein d'alliances et d'entreprises communes ou avec les franchisés sont également importantes. À long terme, les relations tissées peuvent se traduire par des prix, des clauses et des attentes équitables, ainsi que par une garantie de qualité et une prestation fiable. Néanmoins, lorsqu'elles adoptent des pratiques responsables dans les domaines social et environnemental, les entreprises doivent veiller à respecter les dispositions pertinentes du droit communautaire et national de la concurrence.

Les grandes entreprises ont en même temps des relations commerciales avec de petites sociétés, que ce soit parmi leurs clients, fournisseurs, sous-traitants ou concurrents. Les entreprises devraient être conscientes que leurs performances sociales peuvent pâtir des pratiques de leurs partenaires et fournisseurs tout au long de la chaîne de production. Les retombées des mesures de responsabilité sociale d'une entreprise ne seront pas limitées à cette dernière, mais toucheront également ses partenaires économiques. Tel est, en particulier, le cas des grandes entreprises qui ont externalisé une partie de leur production ou de leurs services et peuvent donc avoir assumé une responsabilité sociale supplémentaire, vis-à-vis de leurs fournisseurs et du personnel de ces derniers; en outre, il ne faut pas oublier que, parfois, la santé économique des fournisseurs dépend principalement ou entièrement d'une seule grande entreprise.

Certaines grandes entreprises manifestent leur responsabilité sociale en promouvant l'esprit d'entreprise dans leur région d'accueil. Citons, à titre d'exemple, les programmes de tutorat à l'intention des *start-up* et des PME locales, ou l'assistance fournie aux petites entreprises pour la rédaction de rapports sociaux ou pour la diffusion de leurs activités en matière de responsabilité sociale.

Le *corporate venturing* constitue une autre manière pour les grandes entreprises de faciliter la création d'entreprises novatrices. Le *corporate venturing* signifie que la grande entreprise acquiert une part minoritaire dans le capital d'une *start-up* prometteuse et promeut son développement. Les avantages

pour les deux partenaires sont multiples, la grande entreprise ayant notamment un meilleur accès aux développements novateurs et la petite entreprise pouvant, par exemple, accéder plus facilement à des ressources financières et au marché.

Dans le cadre de leur responsabilité sociale, les entreprises sont censées fournir, avec efficacité et dans le respect de critères éthiques et écologiques, des produits et des services dont les consommateurs ont besoin et désirent. Des profits plus importants sont attendus des entreprises qui nouent des relations durables avec leurs clients en concentrant l'ensemble de leur organisation sur la compréhension des besoins et des attentes de ces derniers et en leur fournissant une qualité, une sécurité, une fiabilité et un service supérieurs. L'application du principe d'une conception pour tous (à savoir l'élaboration de produits et de services utilisables par le plus grand nombre, y compris par les consommateurs handicapés) constitue l'une des illustrations majeures de la responsabilité sociale des entreprises.

### **2.2.3. Droits de l'homme**

L'une des dimensions de la responsabilité sociale des entreprises est fortement liée aux droits de l'homme, notamment en ce qui concerne leurs activités internationales et leurs chaînes de production à l'échelle de la planète. Cet aspect est reconnu dans des instruments internationaux, tels que la déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail et les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales. Le thème des droits de l'homme est extrêmement complexe et pose des problèmes d'ordre politique, juridique et moral. Les entreprises sont confrontées à des questions épineuses: Comment identifier les circonstances dans lesquelles leur domaine de responsabilité se distingue de celui des gouvernements, comment surveiller le respect de leurs valeurs fondamentales par leurs partenaires commerciaux, quelles doivent être leur approche et leur méthode de travail dans des pays où les droits de l'homme sont fréquemment bafoués? L'Union européenne même a l'obligation, dans le cadre de sa politique de coopération, de veiller au respect des normes de travail, de la protection de l'environnement et des droits de l'homme, et doit relever le défi que lui pose la nécessité de garantir une pleine cohérence entre sa politique de développement, sa politique commerciale et sa stratégie d'expansion du secteur privé dans les pays en voie de développement, notamment en promouvant les investissements européens.

Une importante innovation de l'accord de Cotonou concerne la reconnaissance de la lutte contre la corruption comme «élément fondamental» et la référence explicite à la corruption comme obstacle majeur au développement auquel il faut répondre. Les cas sérieux de corruption «y compris la subornation conduisant à la corruption» pourraient conduire à la suspension de la coopération. L'inclusion d'une clause sur la corruption dans l'accord vise non seulement à donner un signal sans équivoque aux destinataires de l'aide, mais également à promouvoir une plus grande transparence du côté des investisseurs européens et des autres acteurs. L'UE et les pays ACP se sont mis d'accord sur une procédure spécifique pour répondre à de tels cas de corruption (article 9).

Sous la pression croissante des ONG et des groupes de consommateurs, les entreprises et les secteurs d'activité se dotent de plus en plus de codes de conduite traitant des conditions de travail, des droits de l'homme et de la protection de l'environnement, notamment à l'intention de leurs sous-traitants ou fournisseurs. Elles obéissent en cela à diverses raisons, notamment la volonté d'améliorer leur image et de limiter les risques d'une réaction négative des consommateurs. Cependant, les codes de conduite ne doivent pas se substituer à la législation et aux dispositions contraignantes nationales, européennes et internationales: les dispositions à caractère obligatoire garantissent des normes

minimales qui s'imposent à tous, tandis que les codes de conduite et toutes les autres initiatives de nature volontaire ne peuvent que les compléter et promouvoir des règles plus strictes pour ceux qui y souscrivent.

La confédération patronale danoise a lancé une série de lignes directrices sur les droits de l'homme à l'intention des entreprises, invitant ces dernières à rechercher le même niveau de responsabilité sociale dans les nouveaux pays où elles s'implantent que dans leur pays d'origine.

Un nombre croissant de multinationales se sont explicitement engagées à respecter les droits de l'homme dans leur code de conduite et de plus en plus de détaillants européens appliquent des normes éthiques à la production des biens qu'ils importent. En 1998, Eurocommerce a adopté une «recommandation sur les conditions de l'achat social» couvrant le travail des enfants, le travail forcé et le travail des prisonniers.

Plusieurs codes de conduite ont également été signés par les partenaires sociaux au niveau européen, en particulier dans le secteur du textile et de l'habillement et celui du commerce, ce dont la Commission se félicite.

Il est également de plus en plus reconnu que l'impact des activités d'une entreprise sur les droits de la personne de ses salariés et ses communautés locales dépasse le cadre des droits du travail. Tel est, par exemple, le cas dans des situations d'insécurité où les entreprises travaillent avec les forces de l'ordre d'un État connues pour leur non-respect des droits de l'homme.

Le gouvernement britannique, en coopération avec les États-Unis, a convoqué un groupe de travail réunissant certains grands groupes de l'industrie du pétrole, du gaz et du secteur minier, ainsi que des ONG engagées dans la défense des droits de l'homme. Cette rencontre a abouti, en décembre 2000, à l'adoption de principes volontaires sur la sécurité et les droits de l'homme à l'intention des entreprises des secteurs extractif et énergétique.

Même s'ils peuvent contribuer à promouvoir les normes internationales du travail, l'efficacité des codes de conduite dépend de leur application et des vérifications auxquelles ils sont soumis. Les codes de conduite peuvent, par exemple, s'adresser à des sous-traitants travaillant pour plusieurs multinationales et obligés de respecter de multiples critères disparates en ce qui concerne les rémunérations, les heures de travail ou toute autre condition d'emploi. Les codes de conduite devraient donc se fonder sur les conventions fondamentales de l'OIT, telles qu'identifiées dans la déclaration de l'OIT relative aux principes et droits fondamentaux au travail (1998) et les principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales, et prévoir la collaboration des partenaires sociaux et des parties concernées dans les pays en voie de développement.

Les codes de conduite devraient être appliqués à tous les niveaux de la chaîne d'organisation et de production. Dans le cadre d'un dialogue continu, il est important que les entreprises diffusent pleinement les informations dont elles disposent, y compris aux communautés locales. La formation des directions, des ressources humaines et des communautés locales à la mise en œuvre des codes est également essentielle. En outre, l'accent doit être mis sur une «approche perfectible», insistant sur l'amélioration progressive continue des normes et du code même. Sur la question du travail des enfants, par exemple, les entreprises ne devraient pas se contenter de respecter à la lettre les conventions de l'OIT en écartant les contractants ayant recours au travail des enfants, mais devraient aussi, par exemple, lutter contre la pauvreté des enfants en soutenant leur éducation.

Pour ce qui est des droits de l'homme, une vérification continue de l'application et du respect des codes est nécessaire. Une telle vérification doit être conçue et réalisée selon des normes et des règles soigneusement définies aux-

quelles devraient se conformer les organisations et individus réalisant ce que l'on appelle un «audit social». La surveillance, qui doit faire participer les parties prenantes, telles que les pouvoirs publics, les syndicats et les ONG, est importante pour garantir la crédibilité des codes de conduite. Un équilibre entre les programmes internes et externes de vérification pourrait améliorer leur rapport coût/efficacité, en particulier pour les PME. Il convient, par conséquent, de garantir dans les codes de conduite une plus grande transparence et de meilleurs mécanismes de production des rapports sociaux.

Le 15 janvier 1999, le Parlement européen a adopté une résolution sur des «normes communautaires applicables aux entreprises européennes opérant dans les pays en développement: vers un code de conduite». Cette résolution plaide en faveur d'un code de conduite européen qui faciliterait une plus grande standardisation des codes volontaires de conduite, se fonderait sur des normes internationales et la création d'un observatoire européen et inclurait des dispositions sur les procédures de plainte et des mesures coercitives.

#### **2.2.4. Préoccupations environnementales à l'échelle planétaire**

Étant donné qu'un grand nombre de leurs problèmes écologiques ont des répercussions transfrontalières et qu'elles consomment des ressources venant du monde entier, les entreprises sont aussi des acteurs de l'environnement à l'échelon planétaire. Elles peuvent donc chercher à assumer leur responsabilité sociale au niveau européen, mais aussi international. À titre d'exemple, elles peuvent encourager une amélioration des performances environnementales tout au long de leur chaîne de production grâce à l'approche PIP et avoir davantage recours aux outils européens et internationaux liés à la gestion et aux produits.

Le débat sur le rôle des entreprises dans la poursuite d'un développement durable gagne en importance sur la scène mondiale. Le secrétariat général des Nations unies a lancé l'initiative «Global compact», dont le but est d'associer les entreprises à l'amélioration des performances sociales et environnementales à l'échelon planétaire. Les lignes directrices de l'OCDE pour les entreprises multinationales promeuvent également le développement durable. La communication de la Commission intitulée «Rio — dix ans après: préparation du sommet mondial sur le développement durable» [COM(2001) 53] contient de plus amples informations sur la contribution potentielle des entreprises au développement durable mondial.



### **3. UNE APPROCHE HOLISTIQUE DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES**

Bien qu'un nombre croissant d'entreprises reconnaissent leur responsabilité sociale, beaucoup doivent encore adopter des procédures de management appropriées. Lorsque les entreprises doivent intégrer leur responsabilité sociale à la gestion quotidienne de la totalité de leur chaîne de production, leurs salariés et directions ont besoin de mesures de formation et de recyclage pour acquérir les qualifications et les compétences nécessaires. Les entreprises pionnières peuvent soutenir une généralisation des procédures socialement responsables en diffusant leurs bonnes pratiques.

Même si la décision d'assumer cette responsabilité sociale ne peut émaner que des entreprises, toutes les parties prenantes, notamment les salariés, les consommateurs et les investisseurs, peuvent jouer un rôle décisif — que ce soit dans leur propre intérêt ou dans celui d'autres parties concernées, dans des domaines tels que les conditions de travail, l'environnement ou les droits de l'homme — en incitant les entreprises à adopter des pratiques socialement responsables. Elles exigent une véritable transparence sur les résultats des entreprises dans le domaine social ou celui de la protection de l'environnement.

#### **3.1. Gestion intégrée de la responsabilité sociale**

Les entreprises gèrent leurs responsabilités et leurs relations avec les différentes parties prenantes de manière différente selon leurs spécificités sectorielles et culturelles. Au début, les entreprises ont tendance à adopter une déclaration de principes, un code de conduite ou un manifeste énonçant leurs objectifs, leurs valeurs fondamentales et leurs responsabilités vis-à-vis des parties prenantes. Ces valeurs doivent ensuite être traduites en actions dans toute l'entreprise, dans ses stratégies comme ses décisions quotidiennes. À cette fin, les entreprises doivent, par exemple, ajouter une dimension sociale ou écologique à leurs programmes et budgets, évaluer leurs performances dans ces domaines, créer des «comités consultatifs solidaires», réaliser des audits sociaux ou environnementaux et instaurer des programmes de formation continue.

Comme les enjeux de la responsabilité sociale deviennent partie intégrante de la planification stratégique des entreprises et de leurs opérations quotidiennes, les dirigeants et salariés doivent prendre leurs décisions professionnelles sur des critères autres que ceux qu'ils ont été traditionnellement formés à prendre en considération. Les modèles traditionnels de comportement organisationnel, de gestion stratégique et même d'éthique d'entreprise ne préparent pas toujours à la gestion des sociétés dans ce nouvel environnement.

Face à la nécessité d'incorporer la responsabilité sociale des entreprises à la formation des dirigeants et des salariés et à celle de prévoir les qualifications dont ceux-ci auront besoin à l'avenir, des cours ou modules sur l'éthique d'entreprise se généralisent dans les préparations aux diplômes commerciaux. Néanmoins, ils ne couvrent habituellement qu'un champ limité du concept de responsabilité sociale des entreprises.

CSR Europe et le Centre de Copenhague ont lancé un programme dont le but est de réunir le monde des entreprises et celui des universités pour qu'ensemble ils identifient les besoins en formation des entreprises en matière de responsabilité sociale et que des cours sur ce sujet puissent être introduits ou

diversifiés à tous les niveaux d'études. ([http://www.csreurope.org/csr\\_europe/Activities/programmes/Universities/universities.htm](http://www.csreurope.org/csr_europe/Activities/programmes/Universities/universities.htm))

## 3.2. Rapports et audits sur la responsabilité sociale

De nombreuses multinationales rédigent désormais des rapports sur leur responsabilité sociale. Bien que les rapports sur la protection de l'environnement ou la santé et la sécurité soient courants, ceux abordant, par exemple, les droits de l'homme ou le travail des enfants ne le sont pas. En outre, la conception qu'ont les entreprises de tels rapports est aussi diversifiée que leur approche de la responsabilité sociale. Pour qu'ils soient utiles, un consensus doit se dessiner au niveau mondial sur le type d'information à publier, leur structure et la fiabilité des procédures d'évaluation et d'audit.

Peu fournissent des détails sur leurs politiques et performances concernant la gestion de leurs ressources humaines ou certaines questions comme la négociation et la reconnaissance, la consultation et la formation du personnel ou la responsabilité du conseil d'administration. En 1998, le groupe d'experts à haut niveau sur les implications économiques et sociales des mutations industrielles, créé à la demande du Conseil européen, a invité les entreprises de plus de 1 000 salariés à publier de leur propre initiative un «rapport sur la gestion du changement», autrement dit un rapport annuel sur les conditions d'emploi et de travail. Selon le groupe d'experts, ce rapport devrait être élaboré après consultation des salariés et de leurs représentants, conformément aux traditions nationales. Le groupe suggérait un cadre traitant des politiques, des pratiques et des performances relatives aux conditions d'emploi et de travail, notamment la prévision des mutations structurelles, la communication, la participation des salariés et le dialogue social, l'éducation et la formation, la santé ainsi que la sécurité du personnel et l'égalité des chances.

En outre, comme le suggérait ce groupe d'experts à haut niveau, la Commission, dans son agenda de politique sociale, a proposé la création d'un observatoire du changement, dans le but de définir une approche proactive de la prévision et de la gestion des mutations. La Fondation de Dublin a désormais inclus cette initiative à son programme quadriennal, en soulignant combien elle était importante pour comprendre et anticiper le changement, et donc arrêter de meilleures décisions, ainsi que pour aider les principaux acteurs à appréhender, à prévoir et à gérer les mutations industrielles, grâce à la mise à disposition d'informations fiables et objectives.

Les initiatives des pouvoirs publics encouragent de plus en plus les entreprises à présenter des rapports sur leurs résultats dans le domaine social et celui de la protection de l'environnement.

La recommandation de la Commission concernant la «prise en considération des aspects environnementaux dans les comptes et rapports annuels des sociétés: inscription comptable, évaluation et publication d'informations», adoptée le 30 mai 2001, devrait apporter une contribution significative à l'élaboration d'informations pertinentes et comparables ayant trait aux problèmes d'environnement dans l'UE ([http://europa.eu.int/comm/internal\\_market/fr/company/account/news/01-814.htm](http://europa.eu.int/comm/internal_market/fr/company/account/news/01-814.htm)).

Dans le contexte des négociations commerciales, la Commission a lancé une évaluation de l'impact sur le développement durable du nouveau round, en projet, de négociation de l'OMC et s'est engagée à lancer des «évaluations de l'impact sur le développement durable (EIDD)» pour les autres négociations commerciales telles que celles, en cours, concernant l'UE-Chili-Mercosur.

L'indice social danois est un outil d'autoévaluation conçu par le ministère danois des affaires sociales permettant de déterminer dans quelle mesure une entreprise assume ses responsabilités sociales. Exprimé sous la forme d'un

chiffre allant de 0 à 100, cet indice indique aisément aux salariés et aux parties prenantes externes d'une entreprise quel est le niveau de responsabilité sociale de celle-ci.

L'article 64 de la loi française relative aux nouvelles régulations économiques impose aux entreprises de tenir compte des «conséquences sociales et environnementales» de leurs activités dans leur rapport annuel. Ce texte s'appliquera aux entreprises cotées au premier marché pour leur rapport 2001 et aux autres entreprises pour leur rapport 2002. Le contenu des rapports sera défini dans le décret d'application.

En outre, diverses organisations élaborent des normes relatives à la comptabilité sociale, la présentation de rapports sociaux et l'audit social. Les approches suivies varient — normalisation des processus ou des résultats, volontaire ou obligatoire, sur un seul ou plusieurs sujets — et seules quelques normes couvrent la totalité des enjeux liés à la responsabilité sociale des entreprises.

À l'échelon mondial, certaines grandes initiatives, telles que la norme «responsabilité sociale 8000» ou l'initiative «Global reporting», sont axées sur l'internationalisation des normes sociales. Cependant, la création de normes internationales applicables à n'importe quelle culture ou n'importe quel pays étant tellement complexe, ces initiatives ont soulevé de nombreuses controverses. Les normes internationales, comme les conventions fondamentales de l'OIT telles que spécifiées dans la déclaration de 1998, par leur nature universelle, constituent la base la plus appropriée pour de telles initiatives.

Face à la diversité des codes de conduite, SAI (Social Accountability International) a mis au point une norme sur les conditions de travail et un système de vérification indépendante des entreprises. Cette norme «Social accountability 8000» (SA8000) (<http://www.cepaa.org/introduction.htm>) et son système de vérification s'inspirent de stratégies éprouvées d'assurance qualité (telles que celles utilisées pour la norme ISO 9000), en y ajoutant plusieurs éléments que les experts internationaux des droits de l'homme ont jugé essentiels à un audit social.

Dans le domaine de l'environnement, l'initiative «Global reporting» est actuellement considérée comme un modèle. Ses lignes directrices concernant l'élaboration de rapports sur le développement durable permettent une comparaison entre entreprises. Elles incluent aussi des principes directeurs ambitieux sur la production de rapports sociaux. La communication de la Commission sur une stratégie de développement durable affirme: «*Toutes les sociétés cotées en bourse comptant au moins 500 personnes sont invitées à décrire leur "triple approche" dans les rapports annuels destinés aux actionnaires, qui permet de mesurer leurs résultats par rapport à certains critères économiques, environnementaux et sociaux.*»

En outre, il convient de fournir aux entreprises, notamment aux PME, les conseils et les outils leur permettant de présenter de manière efficace des rapports sur leurs politiques, processus et résultats liés à leur responsabilité sociale. En partageant leur expertise et en mettant à disposition leurs capacités d'action, les grandes entreprises pionnières peuvent aider les PME dans ce domaine.

Pour éviter que ces rapports ne soient critiqués comme des instruments de relations publiques sans substance, il est aussi nécessaire que leurs informations fassent l'objet d'une vérification par des organismes tiers indépendants. De tels services commencent d'ailleurs à être proposés par une série d'entreprises, qui auraient besoin, à cet effet, de se référer à des normes établies. La participation des syndicats et des ONG aiderait aussi à améliorer la qualité de la vérification.

### 3.3. Qualité au travail

Les salariés sont des interlocuteurs majeurs des entreprises. En outre, la mise en œuvre de la responsabilité sociale requiert un engagement de la direction de l'entreprise, mais aussi une réflexion innovante et, par conséquent, de nouvelles qualifications et une participation plus étroite du personnel et de ses représentants, dans un dialogue bilatéral permettant de structurer les retours d'information et les ajustements. Le dialogue social avec les représentants du personnel, qui constitue le principal mécanisme définissant les relations entre l'entreprise et ses salariés, joue donc un rôle crucial dans le cadre plus vaste de l'adoption de pratiques socialement responsables.

De plus, les enjeux de la responsabilité sociale des entreprises étant multiples et liés à la quasi-totalité des activités de celles-ci, les représentants du personnel doivent être longuement consultés sur les politiques, programmes et mesures prévus par l'entreprise, comme le propose le projet de directive de la Commission établissant un cadre général à l'information et à la consultation des travailleurs dans la Communauté européenne [COM(1998) 612]. En outre, le dialogue social doit être étendu aux questions et aux instruments visant à améliorer les performances sociales et environnementales de l'entreprise grâce, à titre d'exemple, à une sensibilisation de la direction et des salariés, à des programmes de formation, à des programmes d'orientation de l'entreprise dans le domaine social ou celui de la protection de l'environnement et à des systèmes de gestion stratégique intégrant des considérations économiques, sociales et écologiques.

Certaines entreprises établissent également un lien entre les performances environnementales et des emplois de meilleure qualité. Une amélioration de la protection de l'environnement peut être amenée par l'adoption de technologies propres. Les technologies propres sont en soi habituellement associées à des emplois davantage liés à la haute technologie et plus gratifiants pour les salariés. Ainsi, leur adoption peut améliorer en même temps les performances en matière de protection de l'environnement et la satisfaction au travail, tout en dopant la rentabilité.

À une époque où la pénurie de personnel qualifié devient problématique dans certains secteurs et où de plus en plus de candidats s'informent des politiques de l'emploi des entreprises, divers instruments peuvent contribuer à améliorer l'information et la transparence sur les bonnes pratiques de gestion des ressources humaines. Certains pays favorisent déjà la promotion d'entreprises constituant des lieux de travail attrayants en publiant une liste des meilleurs employeurs.

L'enquête sur les cinquante meilleurs patrons britanniques (*50 best companies to work for in the UK*), qui a été parrainée par le ministère du commerce et de l'industrie et l'unité «Learndirect» de l'université de l'industrie (UFI), montre que les petites entreprises familiales peuvent être aussi socialement responsables que les grandes multinationales du secteur de la haute technologie.

Initiatives envisageables à l'échelon de l'UE: la publication annuelle d'une liste des meilleurs employeurs européens pourrait être un moyen efficace de récompenser les entreprises qui, par l'attitude et l'action de leur direction, s'efforcent de devenir des lieux de travail attrayants.

À la demande du Conseil européen de Lisbonne, qui a souligné l'importance d'investir dans les ressources humaines, la Commission étudie actuellement comment introduire un prix européen récompensant les entreprises les plus progressistes, afin que soit accordée une priorité accrue à l'éducation et à la formation tout au long de la vie, en tant qu'élément fondamental du modèle

social européen. Des prix similaires récompenseront les entreprises ayant élaboré de bonnes pratiques visant à promouvoir l'égalité des chances ou l'emploi des personnes handicapées.

### 3.4. Labels sociaux et écolabels

Des enquêtes <sup>(4)</sup> ont montré que les consommateurs veulent non seulement acheter des produits corrects et sûrs, mais aussi savoir qu'ils ont été fabriqués selon des critères socialement responsables. Dans leur majorité, les consommateurs européens accordent de l'importance aux engagements sociaux d'une entreprise lors de l'acquisition d'un produit ou d'un service. Une telle attitude révèle des perspectives intéressantes sur le marché puisqu'un nombre significatif de consommateurs affirment être tout à fait disposés à payer plus de tels produits, bien que, à l'heure actuelle, seule une minorité le fasse. Les principales préoccupations des consommateurs européens sont la protection de la santé et la sécurité des travailleurs, le respect des droits de l'homme dans le fonctionnement de l'entreprise et tout au long de la chaîne de production (par exemple le fait de ne pas recourir au travail des enfants), la protection de l'environnement en général et, plus particulièrement, la réduction des émissions des gaz à effet de serre.

En réponse à cette tendance, un nombre croissant de labels sociaux ont été créés par des fabricants (labels ou marques autodéclarés) ou des secteurs d'activités, des ONG ou des gouvernements. Il s'agit là d'une incitation du marché (plutôt que des autorités de réglementation) qui peut contribuer à un changement social positif parmi les entreprises, les détaillants et les consommateurs. Les initiatives de labels sociaux et d'écolabels ne peuvent cependant bénéficier que d'un champ d'action et d'un impact potentiel limités, car elles sont généralement circonscrites à des niches spécifiques du marché de la vente au détail et, en ce qui concerne les labels sociaux, le plus souvent restreintes à des produits d'importation et uniquement accessibles aux consommateurs aisés. Par conséquent, leur part de marché augmente, mais reste relativement faible, ce qui prouve que leur efficacité doit être améliorée.

Les labels sociaux et écolabels, qui sont censés garantir une fabrication exempte de toute forme d'exploitation ou de mauvais traitements, ont tendance à se caractériser par un manque de transparence et l'absence de toute vérification indépendante de leurs affirmations. Contrairement aux labels portant sur le contenu ou la sécurité des produits, de telles assertions ne peuvent être vérifiées sur le produit même. Pour être crédibles, les labels sociaux et les écolabels devraient reposer sur une vérification constante des lieux de travail, réalisée selon des normes convenues.

L'écolabel européen porte sur les performances environnementales de certains produits. Le nombre d'entreprises disposant de produits porteurs d'un écolabel s'accroît rapidement (<http://europa.eu.int/comm/environment/ecolabel/>).

De plus, la multiplication des labels sociaux en Europe pourrait nuire à leur efficacité, car la diversité des critères utilisés et l'absence de signification claire d'un label à l'autre est source de confusion pour le consommateur.

Fairtrade Labelling Organizations International est une organisation-cadre dont le but est de coordonner les initiatives nationales de commerce équitable, de réaliser des programmes de surveillance plus efficaces et d'introduire un label international unique dans le domaine du commerce équitable.

<sup>(4)</sup> Source: MORI 2000.

Il devient aussi de plus en plus nécessaire de débattre de la valeur et de la pertinence — dans le cadre du marché intérieur et des obligations internationales — des actions des pouvoirs publics visant à améliorer l'efficacité des labels sociaux et des écolabels. Ces actions incluent, par exemple, un soutien à l'information et à la sensibilisation sur le thème des conditions de travail, la promotion de bonnes pratiques grâce au parrainage des prix décernés aux entreprises, l'aide aux partenariats pluripartites, l'élaboration de normes de label social et le recours aux marchés publics et aux incitations fiscales pour favoriser les produits porteurs de label.

### 3.5. Investissement socialement responsable

Ces dernières années, l'investissement socialement responsable (ISR) a vu sa côte de popularité augmenter fortement auprès des grands investisseurs. Des politiques responsables dans le domaine social et celui de la protection de l'environnement sont pour les investisseurs une indication fiable d'une bonne gestion interne et externe. Elles contribuent à minimiser les risques en anticipant et en prévenant les crises susceptibles de nuire à la réputation de l'entreprise et de provoquer une chute spectaculaire du prix des actions. La demande de fonds ISR allant croissant en Europe, les principales sociétés d'investissement réagissent en proposant de plus en plus de fonds de ce type; cependant, peu d'informations sont publiées sur leur nombre, leur taille et leurs performances, si ce n'est au Royaume-Uni où l'investissement responsable représente 5 % de la totalité des fonds investis.

Les fonds ISR placent leurs capitaux dans des entreprises respectant des critères sociaux et environnementaux spécifiques. Ces critères peuvent être négatifs et exclure le secteur du tabac, de l'alcool ou le commerce des armes. Ils peuvent aussi être positifs et inclure des entreprises à la démarche volontariste dans le domaine social et celui de la protection de l'environnement. L'engagement dans l'activisme actionnarial est une autre option majeure offerte aux investisseurs pour inciter la direction d'une entreprise à adopter des pratiques socialement responsables. L'activisme actionnarial devrait prendre de l'ampleur à mesure que s'accroissent l'importance accordée à la gouvernance d'entreprise et le développement des fonds de pension.

Néanmoins, pour que l'ISR soit en mesure de progresser, les marchés financiers doivent être davantage sensibilisés à son potentiel de rentabilité. Dans la lignée du Social Investment Forum instauré en 1991 au Royaume-Uni, des forums consacrés à l'investissement social (FIS) ont été récemment créés en Allemagne, en France, en Italie et aux Pays-Bas, dans le but de fournir des informations sur les politiques de responsabilité sociale des entreprises et de favoriser et d'encourager le développement de l'ISR. Le forum européen prévu sur l'investissement social, formé d'un réseau de FIS nationaux, devrait soutenir l'expansion future de l'investissement socialement responsable.

En mai 2000, à Lisbonne, la Commission européenne a organisé la première conférence européenne sur le thème de l'investissement selon la triple approche en Europe ([http://europa.eu.int/comm/employment\\_social/social-dial/csr/csr\\_conf\\_lisbon.htm](http://europa.eu.int/comm/employment_social/social-dial/csr/csr_conf_lisbon.htm)).

Au Royaume-Uni, la task-force «Investissement social» (UK Social Investment Taskforce) a été créée en l'an 2000 afin d'identifier les obstacles à l'expansion de l'investissement socialement responsable et les solutions pour les surmonter.

Depuis juillet 2000, une loi britannique (*Trustee Act*) impose à tous les administrateurs de fonds de pension de communiquer leur politique en matière d'investissement socialement responsable.

La loi française sur l'épargne salariale oblige les fonds communs de placement qui recueillent les capitaux des plans d'épargne entreprise, des plans d'épargne interentreprises et des plans partenariaux d'épargne salariale volontaire à rendre compte de leur politique d'investissement socialement responsable dans un rapport.

L'ISR est un marché émergent sur lequel de nombreuses agences spécialisées de sélection (analystes non financiers) recourent à divers outils et instruments de mesure. Par conséquent, les entreprises semblent ployer sous l'excès des demandes d'information divergentes qui leur sont adressées. Le développement de l'ISR pourrait donc se heurter à l'aversion croissante et au manque de coopération des entreprises. Les premiers efforts de normalisation consacrés aux rapports sur les performances sociales des entreprises, auxquels se sont associées les grandes agences de sélection, constituent une première réponse positive à cette situation. Il est cependant nécessaire d'assurer une plus grande convergence des indicateurs conçus par les entreprises et des critères utilisés par les analystes pour évaluer les performances sociales et environnementales de celles-ci. En outre, le manque de transparence caractérisant les méthodes d'évaluation employées par les agences de sélection pourrait aussi dissuader les grands investisseurs de s'orienter massivement vers l'investissement socialement responsable. Il convient donc de progresser encore sur la voie de la normalisation, de l'harmonisation et de la transparence des outils et des instruments de sélection des agences.

En août 2000, onze groupes de recherche sur l'investissement ont réuni leurs compétences au sein du groupe SIRI afin de publier des profils harmonisés d'entreprise sous une forme comparable.

En septembre 2000, l'association Global Partners for Corporate Responsibility Research a révélé ses «dix exigences pour des normes supérieures d'information au XX<sup>e</sup> siècle»; celles-ci prônent un panachage d'approches fondées sur l'initiative volontaire, la réglementation et la loi du marché, afin de parvenir à une amélioration considérable de l'accès aux données sur les entreprises, de l'intégrité et de l'exhaustivité de l'information — conditions indispensables à tout audit et étalonnage corrects des performances.

Le Conseil européen de Stockholm a reconnu la nécessité de créer un marché européen dynamique et efficace des valeurs mobilières d'ici à la fin de 2003. Dans un tel contexte, les indices identifiant, sur le marché européen, les entreprises obtenant les meilleurs résultats dans le domaine social et celui de l'environnement deviendront de plus en plus indispensables au lancement des fonds d'investissement socialement responsable et à la comparaison des performances sur laquelle repose ce type d'investissement. Pour garantir la qualité et l'objectivité de ces indices, l'évaluation des performances sociales et environnementales des entreprises devrait se fonder sur l'information soumise non seulement par la direction de l'entreprise, mais aussi toutes ses parties prenantes. En outre, les audits externes et les procédures internes d'assurance qualité devraient servir à surveiller et à préserver l'exactitude des données fournies, des procédures d'évaluation et de leurs résultats.



## 4. PROCESSUS DE CONSULTATION

Le présent Livre vert invite les pouvoirs publics à tous les niveaux, y compris les organisations internationales, les entreprises — des PME aux multinationales — les partenaires sociaux, les ONG, ainsi que toute autre partie prenante ou personne intéressée, à exprimer leur opinion sur la manière de bâtir un partenariat destiné à ériger un nouveau cadre favorisant la responsabilité sociale des entreprises, en tenant compte des intérêts à la fois des entreprises et des diverses parties prenantes. Les entreprises doivent collaborer avec les pouvoirs publics pour trouver des moyens innovants de faire progresser leur responsabilité sociale. Un tel partenariat pourrait considérablement contribuer à la promotion d'un modèle de responsabilité sociale des entreprises fondé sur les valeurs européennes.

Le mot «cadre» doit être interprété au sens large. Les propositions doivent partir du caractère volontaire de la responsabilité sociale des entreprises et montrer comment celle-ci peut faciliter le développement durable et un mode plus efficace de gouvernance. Le niveau d'implantation et le contenu d'un tel cadre seraient à clarifier lors des discussions prévues au cours du processus de consultation du livre vert.

Les institutions européennes — Parlement, Conseil de ministres, Commission — ainsi que le Comité économique et social et le Comité des régions peuvent stimuler le débat, apporter un soutien politique et organiser un échange d'informations et de connaissances sur la responsabilité sociale des entreprises.

Comme indiqué dans l'introduction, le principal objectif du présent Livre vert est de sensibiliser et de stimuler le débat sur les nouvelles formes de promotion de la responsabilité sociale des entreprises. À ce stade, la Commission ne souhaite pas préjuger des résultats de ce débat en soumettant des propositions concrètes d'action. Le présent Livre vert sera largement diffusé et — nous l'espérons — débattu, aussi bien aux niveaux local et national qu'au niveau européen.

Tout commentaire doit être envoyé par écrit, avant le 31 décembre 2001, à l'adresse suivante:

Commission européenne  
Consultation sur le livre vert sur la responsabilité sociale des entreprises  
Rue de la Loi/Wetstraat 200  
B-1049 Bruxelles/Brussel  
E-mail: [cscr@cec.eu.int](mailto:cscr@cec.eu.int)

Les principales questions sont les suivantes:

### LE RÔLE DE L'UE

Comment l'Union européenne pourrait-elle promouvoir le développement de la responsabilité sociale des entreprises aux niveaux européen et international? L'UE devrait-elle en particulier compléter les activités socialement responsables existantes et leur apporter une valeur ajoutée:

- en élaborant un cadre européen global, en partenariat avec les principaux acteurs de la responsabilité sociale des entreprises, afin de promouvoir la transparence, la cohérence et les bonnes pratiques dans ce domaine;
- en favorisant un consensus sur les bonnes pratiques en matière d'évaluation et de vérification de la responsabilité sociale des entreprises et en soutenant ces bonnes pratiques;
- et/ou par quel autre biais?

### LES ENTREPRISES ET LEUR RESPONSABILITÉ SOCIALE

- Quel est le rôle de la responsabilité sociale dans la stratégie commerciale des entreprises?
- Quelles sont les raisons poussant les entreprises à assumer leur responsabilité sociale? Quelles sont les attentes derrière de tels engagements? Dans quels domaines ces engagements se concentrent-ils? Quel bénéfice les entreprises en retirent-elles?
- Quelles sont, pour les entreprises, les principales bonnes pratiques leur permettant d'assumer et de gérer leur responsabilité sociale? Quelles sont les bonnes pratiques pour les PME?
- Comment faire avancer au mieux l'invitation adressée aux entreprises dans la proposition de la Commission sur une stratégie de développement durable pour que celles-ci décrivent, dans leurs rapports annuels destinés aux actionnaires, la «triple approche» leur permettant de mesurer leurs résultats par rapport à certains critères économiques, environnementaux et sociaux?
- Quels sont les meilleurs moyens d'établir des passerelles entre les dimensions sociale et environnementale de la responsabilité sociale des entreprises?
- Quelles sont les meilleures façons de promouvoir une connaissance plus poussée des arguments économiques en faveur de la responsabilité sociale des entreprises et de sa valeur ajoutée?

## LES PRINCIPAUX ACTEURS ET PARTIES PRENANTES

- Quels sont les meilleurs moyens pour instaurer et étoffer un processus de dialogue structuré entre les entreprises et leurs différentes parties prenantes sur la responsabilité sociale?
- Quels devraient être les rôles respectifs des principaux intervenants, à savoir les entreprises, les partenaires sociaux, les pouvoirs publics et les ONG, dans la promotion de la responsabilité sociale des entreprises?
- Comment l'Union européenne peut-elle promouvoir une plus large application des principes de la responsabilité sociale à travers ses politiques, tant en Europe qu'au niveau international, y compris dans le cadre de son dialogue politique et de ses accords de partenariat, dans ses programmes et grâce à sa présence dans les instances internationales?

## ÉVALUATION ET EFFICACITÉ

- Quelle est la meilleure façon de développer, d'évaluer et de garantir l'efficacité ainsi que la fiabilité des instruments de la responsabilité sociale des entreprises, tels que les codes de conduite, les rapports et audits sociaux, les labels sociaux et écolabels ou l'investissement socialement responsable?

## ACTIONS ÉTAYANT LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES

- Quelles sont les actions les plus appropriées pour encourager et soutenir le développement de la responsabilité sociale des entreprises? Quels sont les niveaux d'intervention (entreprise, sectoriel, local, régional, national, européen et international) les plus adéquats pour réaliser de telles actions?

Ces actions pourraient inclure:

- un soutien à la formation et à la réadaptation pour que le personnel de direction dispose des qualifications et des compétences nécessaires au développement et à la promotion de la responsabilité sociale des entreprises;
- la diffusion et l'échange d'informations, notamment sur les bonnes pratiques de responsabilité sociale des entreprises, la définition de normes, l'étalonnage et la surveillance, la comptabilité, l'audit et la rédaction de rapports;
- les analyses et recherches portant sur la politique sociale à moyen terme;
- l'analyse du rôle du cadre juridique.

## ANNEXE

### Concepts

- **Activisme actionnarial:** volonté des actionnaires d'améliorer le comportement éthique, social et/ou écologique d'une entreprise en favorisant le dialogue, en exerçant des pressions, en soutenant une gestion responsable et en votant aux assemblées générales annuelles.
- **Audit social:** évaluation systématique de l'impact social d'une entreprise par rapport à certaines normes et attentes.
- **Audit éthique:** application de critères éthiques, non financiers, à une décision d'investissement.
- **Capital social:** ensemble des valeurs communes et relations de confiance au sein d'une communauté. Le capital social constitue le préalable indispensable à la coopération et l'organisation d'activités humaines, y compris dans le monde des affaires. Le capital social peut être transformé, consommé et reconstitué, comme le capital financier.
- **Citoyenneté d'entreprise:** gestion de la totalité des relations existant entre une entreprise et ses communautés d'accueil à l'échelon local, national et mondial.
- **Code de conduite:** déclaration officielle des valeurs et des pratiques commerciales d'une entreprise et, parfois, de ses fournisseurs. Un code énonce des normes minimales et atteste de l'engagement pris par l'entreprise de les observer et de les faire observer par ses contractants, sous-traitants, fournisseurs et concessionnaires. Ce peut être un document extrêmement élaboré exigeant le respect de normes précises et prévoyant un mécanisme coercitif complexe.
- **Commerce éthique:** entend élever les conditions de travail sur les grandes chaînes de production au niveau de normes minimales fondamentales et éliminer les formes les plus dures d'exploitation de la main-d'œuvre, telles que le travail des enfants, le travail forcé ou les ateliers clandestins. Les critères des labels se fondent généralement sur les conventions fondamentales de l'OIT.
- **Commerce équitable:** se définit comme une solution de remplacement au commerce international traditionnel. Il s'agit d'un partenariat commercial promouvant un développement durable des producteurs exclus ou défavorisés en améliorant leurs conditions d'échanges et en misant sur la sensibilisation et les campagnes d'information. Les critères appliqués aux produits du commerce équitable varient, mais portent généralement sur des points tels que la garantie des prix, une rétribution préalable et le paiement direct aux producteurs ou à leurs coopératives.
- **Droits de l'homme:** les droits de l'homme reposent sur le principe selon lequel la reconnaissance de la dignité intrinsèque ainsi que de l'égalité et de l'inaliénabilité des droits de tous les membres de la famille humaine constitue la base de la liberté, de la justice et de la paix dans le monde. Ils sont définis dans la déclaration universelle des droits de l'homme (1948). Au niveau européen, l'article 6 du traité sur l'Union européenne réaffirme que l'Union européenne «est fondée sur les principes de la liberté, de la démocratie, du respect des droits de l'homme et des libertés fondamentales, ainsi que de l'État de droit, principes qui sont communs aux États membres». De plus, la convention européenne des droits de l'homme adoptée par le Conseil de l'Europe est juridiquement contraignante dans

tous les États membres. Enfin, la charte européenne des droits fondamentaux, adoptée à Nice en décembre 2000, est un instrument favorisant le respect des droits fondamentaux par les institutions européennes et les États membres dans leur action au titre de la législation communautaire.

- **Écoaudit:** application de critères environnementaux, non financiers, à une décision d'investissement.
- **Écoefficacité:** concept selon lequel une amélioration de l'utilisation des ressources peut limiter une dégradation de l'environnement et réduire les coûts.
- **Entreprise responsable:** concept des Nations unies reconnaissant que les entreprises ont un rôle à jouer dans l'obtention d'un développement durable et qu'elles peuvent gérer leurs opérations de manière à stimuler la croissance économique et à renforcer la compétitivité tout en garantissant la protection de l'environnement et en promouvant leur responsabilité sociale.
- **Évaluation de l'impact environnemental:** analyse de l'impact d'un projet ou d'une opération d'une entreprise sur l'environnement.
- **Évaluation de l'impact social:** analyse systématique de l'impact d'un projet ou d'une opération d'une entreprise sur la situation sociale et culturelle des communautés concernées.
- **Gouvernance d'entreprise:** ensemble de relations entre la direction d'une entreprise, son conseil d'administration, ses actionnaires et les autres parties prenantes. La gouvernance d'entreprise fournit également le cadre au sein duquel sont fixés les objectifs de l'entreprise et définis les moyens de les atteindre et de surveiller les performances (code OCDE — 1999).
- **Investissement engagé ou solidaire:** soutien d'une cause ou d'une activité particulière par le biais d'un investissement destiné à son financement. Contrairement aux donateurs, les investisseurs engagés veulent récupérer leur investissement initial, par le biais soit de paiements (pour les prêts), soit de transactions (pour les actions).
- **Label social:** mots ou symboles apposés sur un produit dont le but est d'influencer 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.
- **Norme:** ensemble de procédures, de pratiques ou de spécifications bénéficiant d'une large reconnaissance.
- **Partie prenante:** personne, communauté ou organisation influant sur les opérations d'une entreprise ou concernées par celles-ci. Les parties prenantes peuvent être internes (salariés par exemple) ou externes (clients, fournisseurs, actionnaires, financiers, communauté locale, etc.).
- **Rapport social:** document présentant les résultats d'une évaluation de l'impact social.
- **Sélection éthique:** prise en compte ou exclusion d'actions dans un portefeuille d'investissement sur des bases éthiques, sociales ou écologiques.

- **Surveillance:** processus de collecte régulière d'informations visant à contrôler des performances à l'aune de certains critères.
- **Triple approche:** conception selon laquelle les performances globales d'une entreprise doivent être mesurées en fonction de sa contribution combinée à la prospérité économique, à la qualité de l'environnement et au capital social.
- **Vérification:** certification par un auditeur externe de la validité, de la pertinence et de l'exhaustivité de la comptabilité, des rapports ou des déclarations d'une entreprise.

Commission européenne

**Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises —  
Livre vert**

Luxembourg: Office des publications officielles des Communautés européennes

2001 — 30 p. — 21 x 29,7 cm

ISBN 92-894-1479-0



Venta • Salg • Verkauf • Πωλήσεις • Sales • Vente • Vendita • Verkoop • Venda • Myynti • Försäljning  
http://eur-op.eu.int/general/en/s-ad.htm

BELGIQUE/BELGIË

**Jean De Lannoy**  
Avenue du Roi 202/Koningslaan 202  
B-1190 Bruxelles/Brussel  
Tél. (32-2) 538 43 08  
Fax (32-2) 538 08 41  
E-mail: jean.de.lannoy@infoboard.be  
URL: http://www.jean-de-lannoy.be

**La librairie européenne/  
De Europese Boekhandel**  
Rue de la Loi 244/Wetstraat 244  
B-1040 Bruxelles/Brussel  
Tél. (32-2) 295 26 39  
Fax (32-2) 735 08 60  
E-mail: mail@libeurop.be  
URL: http://www.libeurop.be

**Moniteur belge/Belgisch Staatsblad**  
Rue de Louvain 40-42/Leuvenseweg 40-42  
B-1000 Bruxelles/Brussel  
Tél. (32-2) 552 22 11  
Fax (32-2) 511 01 84  
E-mail: eusales@just.fgov.be

DANMARK

**J. H. Schultz Information A/S**  
Herstedvang 12  
DK-2620 Albertslund  
Tlf. (45) 43 63 23 00  
Fax (45) 43 63 19 69  
E-mail: schultz@schultz.dk  
URL: http://www.schultz.dk

DEUTSCHLAND

**Bundesanzeiger Verlag GmbH**  
Vertriebsabteilung  
Amsterdamer Straße 192  
D-50735 Köln  
Tel. (49-221) 97 66 80  
Fax (49-221) 97 66 82 78  
E-Mail: Vertrieb@bundesanzeiger.de  
URL: http://www.bundesanzeiger.de

ΕΛΛΑΔΑ/GREECE

**G. C. Eleftheroudakis SA**  
International Bookstore  
Panepistimiou 17  
GR-10564 Athina  
Tel. (30-1) 331 41 80/1/2/3/4/5  
Fax (30-1) 323 98 21  
E-mail: elebooks@netor.gr  
URL: elebooks@hellasnet.gr

ESPAÑA

**Boletín Oficial del Estado**  
Trafalgar, 27  
E-28071 Madrid  
Tel. (34) 915 38 21 11 (libros)  
913 84 17 15 (suscripción)  
Fax (34) 915 38 21 21 (libros),  
913 84 17 14 (suscripción)  
E-mail: clientes@com.boe.es  
URL: http://www.boe.es

**Mundi Prensa Libros, SA**  
Castelló, 37  
E-28001 Madrid  
Tel. (34) 914 36 37 00  
Fax (34) 915 75 39 98  
E-mail: libreria@mundiprensa.es  
URL: http://www.mundiprensa.com

FRANCE

**Journal officiel**  
Service des publications des CE  
26, rue Desaix  
F-75727 Paris Cedex 15  
Tél. (33) 140 58 77 31  
Fax (33) 140 58 77 00  
E-mail: europublications@journal-officiel.gouv.fr  
URL: http://www.journal-officiel.gouv.fr

IRELAND

**Alan Hanna's Bookshop**  
270 Lower Rathmines Road  
Dublin 6  
Tel. (353-1) 496 73 98  
Fax (353-1) 496 02 28  
E-mail: hannas@iol.ie

ITALIA

**Licosa SpA**  
Via Duca di Calabria, 1/1  
Casella postale 552  
I-50125 Firenze  
Tel. (39) 055 64 83 1  
Fax (39) 055 64 12 57  
E-mail: licosa@licosa.com  
URL: http://www.licosa.com

LUXEMBOURG

**Messageries du livre SARL**  
5, rue Raiffeisen  
L-2411 Luxembourg  
Tél. (352) 40 10 20  
Fax (352) 49 06 61  
E-mail: mail@mdl.lu  
URL: http://www.mdl.lu

NETHERLAND

**SDU Servicecentrum Uitgevers**  
Christoffel Plantijnstraat 2  
Postbus 20014  
2500 EA Den Haag  
Tel. (31-70) 378 98 80  
Fax (31-70) 378 97 83  
E-mail: sdu@sdu.nl  
URL: http://www.sdu.nl

ÖSTERREICH

**Manz'sche Verlags- und  
Universitätsbuchhandlung GmbH**  
Kohlmarkt 16  
A-1014 Wien  
Tel. (43-1) 53 16 11 00  
Fax (43-1) 53 16 11 67  
E-Mail: manz@schwinge.at  
URL: http://www.manz.at

PORTUGAL

**Distribuidora de Livros Bertrand Ld.º**  
Grupo Bertrand, SA  
Rua das Terras dos Vales, 4-A  
Apartado 60037  
P-2700 Amadora  
Tel. (351) 214 95 87 87  
Fax (351) 214 96 02 55  
E-mail: dib@ip.pt

**Imprensa Nacional-Casa da Moeda, SA**  
Sector de Publicações Oficiais  
Rua da Escola Politécnica, 135  
P-1250-100 Lisboa Codex  
Tel. (351) 213 94 57 00  
Fax (351) 213 94 57 50  
E-mail: spooe@incm.pt  
URL: http://www.incem.pt

SUOMI/FINLAND

**Akateeminen Kirjakauppa/  
Akademiska Bokhandeln**  
Keskuskatu 1/Centralgatan 1  
PL/PB 128  
FIN-00101 Helsinki/Helsingfors  
P./tfn (358-9) 121 44 18  
F./fax (358-9) 121 44 35  
Sähköposti: sps@akateeminen.com  
URL: http://www.akateeminen.com

SVERIGE

BTJ AB

Traktorvägen 11-13  
S-221 82 Lund  
Tlf. (46-46) 18 00 00  
Fax (46-46) 30 79 47  
E-post: btjeu-pub@btj.se  
URL: http://www.btj.se

UNITED KINGDOM

**The Stationery Office Ltd**  
Customer Services  
PO Box 29  
Norwich NR3 1GN  
Tel. (44) 870 60 05-522  
Fax (44) 870 60 05-533  
E-mail: book.orders@theso.co.uk  
URL: http://www.itsofficial.net

ISLAND

**Bokabud Larusar Blöndal**  
Skólavörðustíg, 2  
IS-101 Reykjavík  
Tel. (354) 552 55 40  
Fax (354) 552 55 60  
E-mail: bokabud@simnet.is

NORGE

**Swets Blackwell AS**  
Østernjoveien 18  
Boks 6512 Etterstad  
N-0606 Oslo  
Tel. (47) 22 97 45 00  
Fax (47) 22 97 45 45  
E-mail: info@no.swetsblackwell.com

SCHWEIZ/SUISSE/SVIZZERA

**Euro Info Center Schweiz**  
c/o OSEC  
Stampfenbachstraße 85  
PF 492  
CH-8035 Zürich  
Tel. (41-1) 365 53 15  
Fax (41-1) 365 54 11  
E-mail: eics@osec.ch  
URL: http://www.osec.ch/eics

BÄLGARIJA

**Europress Euromedia Ltd**  
59, blvd Vitosha  
BG-1000 Sofia  
Tel. (359-2) 980 37 66  
Fax (359-2) 980 42 30  
E-mail: Milena@mbox.cit.bg  
URL: http://www.europress.bg

ČESKÁ REPUBLIKA

**UVIS**  
odd. Publikaci  
Havlikova 22  
CZ-130 00 Praha 3  
Tel. (420-2) 22 72 07 34  
Fax (420-2) 22 71 57 38  
URL: http://www.uvis.cz

CYPRUS

**Cyprus Chamber of Commerce and Industry**  
PO Box 21455  
CY-1509 Nicosia  
Tel. (357-2) 88 97 52  
Fax (357-2) 66 10 44  
E-mail: demetrap@ccci.org.cy

EESTI

**Eesti Kaubandus-Tööstuskoda**  
(Estonian Chamber of Commerce and Industry)  
Toom-Kooli 17  
EE-10130 Tallinn  
Tel. (372) 646 02 44  
Fax (372) 646 02 45  
E-mail: einfo@koda.ee  
URL: http://www.koda.ee

HRVATSKA

**Mediatrade Ltd**  
Pavla Hatza 1  
HR-10000 Zagreb  
Tel. (385-1) 481 94 11  
Fax (385-1) 481 94 11

MAGYARORSZÁG

**Euro Info Service**  
Szt. István krt.12  
II emelet 1/A  
PO Box 1039  
H-1137 Budapest  
Tel. (36-1) 329 21 70  
Fax (36-1) 349 20 53  
E-mail: euroinfo@euroinfo.hu  
URL: http://www.euroinfo.hu

MALTA

**Miller Distributors Ltd**  
Malta International Airport  
PO Box 25  
Luqa LQA 05  
Tel. (356) 66 44 88  
Fax (356) 67 67 99  
E-mail: gwirth@usa.net

POLSKA

**Ars Polona**  
Krakowskie Przedmiescie 7  
Skr. pocztowa 1001  
PL-00-950 Warszawa  
Tel. (48-22) 826 12 01  
Fax (48-22) 826 62 40  
E-mail: books119@arspolona.com.pl

ROMÂNIA

**Euromedia**  
Str.Dionisie Lupu nr. 65, sector 1  
RO-70184 Bucuresti  
Tel. (40-1) 315 44 03  
Fax (40-1) 312 96 46  
E-mail: euromedia@mailcity.com

SLOVAKIA

**Centrum VTI SR**  
Nám. Slobody, 19  
SK-81223 Bratislava  
Tel. (421-7) 54 41 83 64  
Fax (421-7) 54 41 83 64  
E-mail: europ@ttb1.sltk.stuba.sk  
URL: http://www.sltk.stuba.sk

SLOVENIJA

**Gospodarski Vestnik**  
Dunajska cesta 5  
SLO-1000 Ljubljana  
Tel. (386) 613 09 16 40  
Fax (386) 613 09 16 45  
E-mail: europ@gvestnik.si  
URL: http://www.gvestnik.si

TÜRKIYE

**Dünya Infotel AS**  
100. Yil Mahallesi 34440  
TR-80050 Bağcilar-Istanbul  
Tel. (90-212) 629 46 89  
Fax (90-212) 629 46 27  
E-mail: infotel@dunya-gazete.com.tr

ARGENTINA

**World Publications SA**  
Av. Cordoba 1877  
C1120 AAA Buenos Aires  
Tel. (54-11) 48 15 81 56  
Fax (54-11) 48 15 81 56  
E-mail: wpbooks@infovia.com.ar  
URL: http://www.wpbooks.com.ar

AUSTRALIA

**Hunter Publications**  
PO Box 404  
Abbotsford, Victoria 3067  
Tel. (61-3) 94 17 53 61  
Fax (61-3) 94 19 71 54  
E-mail: jpdavies@ozemail.com.au

BRESIL

**Livraria Camões**  
Rua Bittencourt da Silva, 12 C  
CEP  
20043-900 Rio de Janeiro  
Tel. (55-21) 262 47 76  
Fax (55-21) 262 47 76  
E-mail: livraria.camoes@incm.com.br  
URL: http://www.incem.com.br

CANADA

**Les éditions La Liberté Inc.**  
3020, chemin Sainte-Foy  
Sainte-Foy, Québec G1X 3V6  
Tel. (1-418) 658 37 63  
Fax (1-800) 567 54 49  
E-mail: liberte@mediom.qc.ca

Renouf Publishing Co. Ltd

5369 Chemin Canotek Road, Unit 1  
Ottawa, Ontario K1J 9J3  
Tel. (1-613) 745 26 65  
Fax (1-613) 745 76 60  
E-mail: order.dept@renoufbooks.com  
URL: http://www.renoufbooks.com

EGYPT

The Middle East Observer

41 Sherif Street  
Cairo  
Tel. (20-2) 392 69 19  
Fax (20-2) 393 97 32  
E-mail: inquiry@meobserver.com  
URL: http://www.meobserver.com.eg

INDIA

EBIC India

3rd Floor, Y. B. Chavan Centre  
Gen. J. Bhosale Marg.  
Mumbai 400 021  
Tel. (91-22) 282 60 64  
Fax (91-22) 285 45 64  
E-mail: ebicindia@vsnl.com  
URL: http://www.ebicindia.com

JAPAN

PSI-Japan

Asahi Sanbancho Plaza #206  
7-1 Sanbancho, Chiyoda-ku  
Tokyo 102  
Tel. (81-3) 32 34 69 21  
Fax (81-3) 32 34 69 15  
E-mail: books@psi-japan.co.jp  
URL: http://www.psi-japan.co.jp

MALAYSIA

EBIC Malaysia

Suite 45.02, Level 45  
Plaza MBF (Letter Box 45)  
8 Jalan Yap Kwan Seng  
50450 Kuala Lumpur  
Tel. (60-3) 21 62 92 98  
Fax (60-3) 21 62 61 98  
E-mail: ebic@tm.net.my

MÉXICO

Mundi Prensa México, SA de CV

Río Pánuco, 141  
Colonia Cuauhtémoc  
MX-06500 México, DF  
Tel. (52-5) 533 56 58  
Fax (52-5) 514 67 99  
E-mail: 101545.2361@compuserve.com

PHILIPPINES

EBIC Philippines

19th Floor, PS Bank Tower  
Sen. Gil J. Puyat Ave. cor. Tindalo St.  
Makati City  
Metro Manila  
Tel. (63-2) 759 66 80  
Fax (63-2) 759 66 90  
E-mail: eccpcom@globe.com.ph  
URL: http://www.eccp.com

SOUTH AFRICA

Eurochamber of Commerce in South Africa

PO Box 781738  
2146 Sandton  
Tel. (27-11) 884 39 52  
Fax (27-11) 883 55 73  
E-mail: info@eurochamber.co.za

SOUTH KOREA

The European Union Chamber of Commerce in Korea

5th Fl. The Shilla Hotel  
202, Jangchung-dong 2 Ga, Chung-ku  
Seoul 100-392  
Tel. (82-2) 22 53-5631/4  
Fax (82-2) 22 53-5635/6  
E-mail: euock@euock.org  
URL: http://www.euock.org

SRI LANKA

EBIC Sri Lanka

Trans Asia Hotel  
115 Sir Chittampalam  
A. Gardiner Mawatha  
Colombo 2  
Tel. (94-1) 074 71 50 78  
Fax (94-1) 44 87 79  
E-mail: ebicsl@slnet.lk

UNITED STATES OF AMERICA

Bernan Associates

4611-F Assembly Drive  
Lanham MD 20706-4391  
Tel. (1-800) 274 44 47 (toll free telephone)  
Fax (1-800) 865 34 50 (toll free fax)  
E-mail: query@bernan.com  
URL: http://www.bernan.com

ANDERE LÄNDER/OTHER COUNTRIES/  
AUTRES PAYS

**Bitte wenden Sie sich an ein Büro Ihrer  
Wahl/Please contact the sales office of  
your choice/Veuillez vous adresser au  
bureau de vente de votre choix**

Office for Official Publications of the European  
Communities  
2, rue Mercier  
L-2985 Luxembourg  
Tel. (352) 29 29-42455  
Fax (352) 29 29-42758  
E-mail: info-info-opoce@cec.eu.int  
URL: http://eur-op.eu.int



OFFICE DES PUBLICATIONS OFFICIELLES  
DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES

L-2985 Luxembourg

ISBN 92-894-1479-0



9 789289 414791 >