

COLLECTION INTERDISCIPLINAIRE

Série «droits de l'homme»

*Ethique  
économique  
et  
droits de  
l'homme*

*Charte des  
responsabilités  
communes*

*dans l'activité économique*

IIEDH (éd.)

ÉDITIONS UNIVERSITAIRES FRIBOURG SUISSE



*Ethique économique et  
droits de l'homme*

*Charte des responsabilités communes  
dans l'activité économique*

IIEDH (éd.)

Collection «INTERDISCIPLINAIRE»  
(volume 24.2)

Série «droits de l'homme»  
N° 11.2

Nous remercions très vivement les institutions suivantes pour leur soutien:

- le Centre Info
- la Commission Nationale Suisse pour l'UNESCO, Berne
- le Conseil de l'Europe
- le Conseil de l'Université de Fribourg
- la Direction du développement et de la coopération, Berne
- la Faculté des sciences économiques et sociales de l'Université de Fribourg
- la Fondation Antoine Duchemin
- le Rectorat de l'Université de Fribourg
- le Réseau d'Instituts des droits de l'homme
- l'UNESCO

COLLECTION INTERDISCIPLINAIRE  
Série «droits de l'homme»

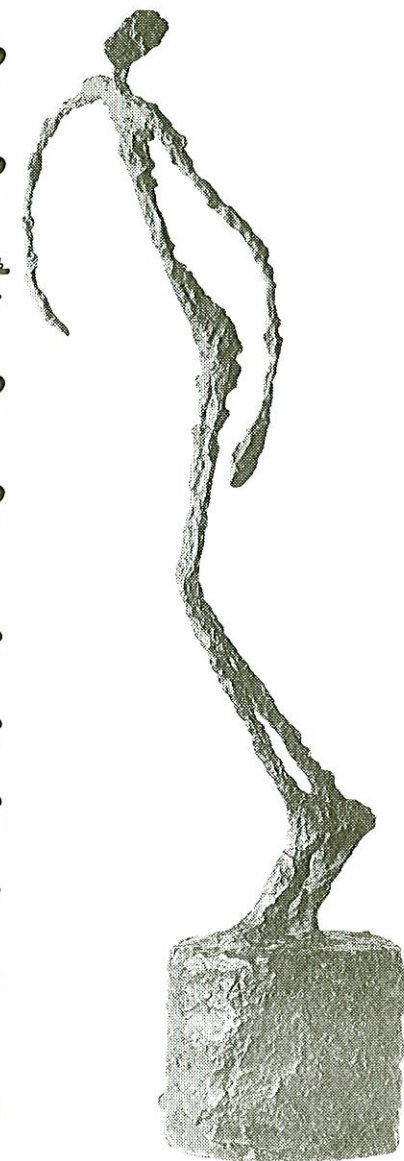
*Ethique  
économique  
et  
droits de  
l'homme*

*Charte des  
responsabilités  
communes*

*dans l'activité économique*

IIEDH (éd.)

ÉDITIONS UNIVERSITAIRES FRIBOURG SUISSE



Institut interdisciplinaire d'éthique et des droits de l'homme

Rue St. Michel 6, CH-1700 Fribourg

E-Mail: [iiiedh@unifr.ch](mailto:iiiedh@unifr.ch) <http://www.unifr.ch/iiiedh>

Tél. 41 26 300 73 44 - fax 41 26 300 97 07

En couverture: *L'homme qui chavire*, bronze, 60 cm, 1950, d'Alberto Giacometti  
Kunsthaus Zurich, Association zurichoise des amis des arts

© 1998 by Editions Universitaires Fribourg Suisse  
Imprimerie Saint-Paul Fribourg Suisse  
ISBN 2-8271-0805-4  
ISSN 1422-4356 (Interdisciplinaire Frbg)

### *Un constat*

L'activité économique lie les hommes dans toute leur existence et leur dignité; elle implique donc le respect de valeurs communes qui demandent à être analysées et définies objectivement.

### *Une carence*

Aucune autorité, ni politique ni religieuse, ne peut plus garantir une ligne de conduite claire et distincte dans les questions actuelles qui touchent à l'économie, à la politique et à l'éthique.

### *Une philosophie*

Et pourtant les droits de l'homme constituent une norme générale de référence, et qui, au moins dans ses dimensions les plus fondamentales, s'impose à toute activité économique.

### *Un objectif*

Indiquer en une charte les responsabilités communes qui sont les bases nécessaires du partenariat éthique entre les trois acteurs de l'économie au sein desquels chaque personne agit: entreprises, associations et pouvoirs publics.

### *Un engagement*

Cette charte est une invitation au dialogue et à la négociation: les bases d'un contrat social que chaque agent économique peut formuler selon son approche originale, pour lui-même et avec ses partenaires.

## Avant-propos

### 1. Il est grand temps

L'économie cherche son éthique, les codes prolifèrent, mais sont fragmentaires. En même temps les Organisations internationales, notamment lors des grandes conférences mondiales, précisent que les droits de l'homme ne relèvent pas seulement de l'autorité des Etats, mais qu'ils sont une norme générale: obligation commune pour tous les acteurs du développement durable.

### 2. Généralité des valeurs

Quelle peut-être l'utilité d'une charte générale qui prend le parti de définir des valeurs éthiques impliquant tous les agents économiques? Sa généralité ne la conduit-elle pas à rester dans le vague et sans impact réel au niveau personnel?

Les codes d'entreprises et les conventions liant entre eux des agents de même nature, ou des partenaires, sont utiles pour fixer un certain nombre d'obligations. Mais ils ne peuvent avoir d'objectivité générale que dans la mesure où ils se réfèrent à une responsabilité commune par rapport aux valeurs fondamentales.

Une valeur fondamentale n'est pas vague. Elle peut se traduire par des normes générales qui doivent fournir le cadre de l'action des entreprises, associations et pouvoirs publics. Les droits de l'homme sont de ce type: ils obligent tout homme.

### 3. Objet et nature de la présente charte: les "citoyennetés"

La présente charte définit les responsabilités – les devoirs – qui tendent au respect de la dignité humaine – les droits.

Elle est un engagement moral de référence, définissant non seulement des valeurs à reconnaître mais des buts à atteindre, dans un esprit général de partenariat.

## 4. Utilisations possibles

Nous faisons parvenir cette charte aux entreprises, associations et organes publics, intéressés à organiser un débat interne dans leur institution et à la tester. Bien qu'elle ne soit pas de nature juridique, sa portée peut varier selon les utilisations.

Cette charte peut:

- a. être adoptée par un certain nombre d'organisations et largement diffusée; au besoin être réécrite dans une langue plus largement accessible;
- b. servir de référence pour l'établissement des rapports sociaux;
- c. servir pour rédiger des chartes par branche d'activité ou par organisation;
- d. être, en totalité ou en partie, annexée à des contrats.

De toutes les manières, ce document, et ceux qui pourront suivre, sont des textes évolutifs, des propositions pour instrumenter dialogues et négociations précis.

Le groupe de travail<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Le groupe stable fut composé de: Marco Borghi, Antoine Duchemin, Pier-Luigi Giovannini, Maxime Morand, Patrice Meyer-Bisch, Philippe Spicher, Maurice Villet. Mais il est impossible d'énumérer le nom de toutes les personnes qui, à titre individuel ou institutionnel, ont contribué à la rédaction des versions successives.

## I. Principes communs

### 1. Les valeurs éthiques et les droits de l'homme

1,1. Par valeurs éthiques on entend les valeurs nécessaires au respect de la dignité humaine.

1,2. En tant que principes généraux de justice, de liberté et d'égalité, les valeurs éthiques prennent une forme objective dans le système des droits de l'homme, bien que celui-ci soit toujours à perfectionner.

1,3. Pour être mises en oeuvre dans l'ordre économique et politique, ces valeurs impliquent les principes du dialogue général et du respect des initiatives:

- le dialogue général est le principe de fonctionnement: cela signifie qu'une décision est prise selon un processus de dialogue avec les partenaires concernés;
- le respect des initiatives constitue le principe dynamique: toute activité doit favoriser les initiatives qui tendent au développement d'une économie juste.

### 2. Le champ de l'économie vu sous l'angle éthique

2,1. Le but de l'activité économique de production et d'échange est de participer à la satisfaction des besoins essentiels et au développement du bien-être dans le respect des valeurs éthiques.

2,2. La relation économique concerne la dignité humaine dans toutes ses potentialités (l'ensemble des droits de l'homme) et ne vise pas seulement un bien ou un service isolés, dans leur échange ou dans leur production.

2,3. Elle doit être organisée, en tenant compte du respect des générations futures, de façon à favoriser l'équilibre des systèmes suivants:

- a. le système économique et social (droits économiques et sociaux),
- b. l'écosystème (droit à un environnement équilibré),
- c. le système culturel (droits culturels).

2,4. Le marché est bénéfique à cette activité dans la mesure où il permet une bonne diffusion de l'information; mais ses limites, dans l'espace

et dans le temps, ses procédures et ses résultats doivent être constamment ordonnés au respect des valeurs éthiques, sous la responsabilité et le contrôle de tous les agents économiques.

### 3. L'éthique de l'activité économique

L'éthique de l'activité économique: garantit le respect et la promotion de la dignité humaine dans le respect des équilibres; elle analyse les comportements et les valeurs qui les inspirent.

### 4. La citoyenneté

4,1. La citoyenneté est la capacité pour une personne, ou groupe de personnes, de s'engager pour la reconnaissance des valeurs éthiques, dans toutes les organisations publiques ou privées auxquelles elle participe.

4,2. Les obligations définies dans la présente charte sont de nature individuelle et s'exercent aussi collectivement; elles incombent à chaque individu, comme à chaque organisation, privée ou publique, dans la mesure de ses capacités.

4,3. Chaque organisation doit en particulier préserver dans son fonctionnement la liberté d'expression, y compris d'un désaccord fondé sur les principes éthiques de cette charte.

### 5. Le sujet des responsabilités

5,1. La responsabilité est assumée soit par tout individu pour lui-même, soit par tout individu ou organe pouvant être considéré comme agissant au nom et pour le compte de l'agent économique.

5,2. L'exercice de la responsabilité réclame que les décisions soient prises dans un esprit de concertation et de partenariat, respectant à la fois la nature commune des responsabilités et la diversité d'opinion et de fonction, conformément au point 4,3.

## II. Principes de partage

### 6. Partage des responsabilités entre les agents économiques

6,1. Les agents économiques sont les individus et les organisations économiques; celles-ci peuvent être regroupées en trois catégories: les entreprises, les pouvoirs publics, les associations.

6,2. Chaque agent économique est responsable, soit dans l'exercice de sa fonction immédiate, soit dans la mise en oeuvre de ses capacités d'initiative.

### 7. Interdépendance des responsabilités entre les agents économiques

7,1. Les agents économiques sont solidairement responsables du respect et de la promotion des valeurs éthiques, des conditions indispensables à l'exercice des citoyennetés et de la liberté d'initiative; leur collaboration se déroule selon les principes de bonne foi et du partage des informations; principes nécessaires à un esprit de partenariat conscient des valeurs du pluralisme.

7,2. Si nul ne peut assumer seul cette responsabilité, nul n'est autorisé à invoquer le non-respect desdites valeurs par ses partenaires pour se dispenser de faire tout ce qui peut entrer dans sa capacité d'entreprendre, surtout quand il s'agit d'une violation du noyau intangible des droits de l'homme; une responsabilité éthique ne peut être déléguée.

### 8. Valeur et fonction des entreprises

8,1. Dans leur diversité les entreprises réunissent des personnes humaines dans un acte de création de biens et de services qui doivent satisfaire les besoins humains; elles peuvent être aussi constituées d'un seul individu.

8,2. Les entreprises représentent pour la société un facteur de valorisation des ressources disponibles, et de ce fait un capital d'initiative, de richesses, de créativité et de communication.

## 9. Valeur et fonction des associations

N'étant pas liées dans leur existence à une production directe, les associations contribuent plus librement à identifier des besoins fondamentaux et des ressources appropriées; elles représentent pour la société un facteur essentiel de valorisation des libertés et de ce fait un capital d'initiative, de créativité et de communication.

## 10. Valeur et fonction des pouvoirs publics

10,1. Les pouvoirs publics sont garants des conditions favorables à l'exercice général de la citoyenneté; ils sont au service des citoyens et de leurs organisations.

10,2. Ils ont le droit et la responsabilité de garantir le choix démocratique des objectifs économiques au mieux des intérêts de la communauté nationale et internationale, de garantir la satisfaction des besoins essentiels conformément à tous les droits de l'homme, de mobiliser et d'utiliser les ressources nationales de façon optimale, de s'assurer que les infrastructures nécessaires sont développées, de garantir et promouvoir les libertés d'entreprendre et de s'associer.

## III. Responsabilités communes

### 11. Les partenaires de l'activité économique

Les partenaires de l'activité de l'agent économique sont au nombre de six, ce qui permet de déterminer autant de types de responsabilités:

1. les consommateurs, ou clients,
2. les collaborateurs,
3. les collectivités publiques et la société civile, y compris les générations futures,
4. les bailleurs de fonds, actionnaires ou contribuables,
5. les fournisseurs,
6. les concurrents.

### 12. Obligation d'information

L'agent économique répond au besoin d'information de ses partenaires et renonce à toute publicité fallacieuse.

### 13. Responsabilités envers les clients

L'agent économique s'efforce de traiter les clients avec dignité, en leur fournissant des produits et services de qualité respectant les équilibres, ce qui implique notamment qu'ils ne nuisent pas à leur santé et qu'ils respectent l'environnement et leur culture; il assure une information véridique, pertinente et compréhensible sur la nature des produits.

### 14. Responsabilités envers les collaborateurs

Afin que chaque collaborateur puisse jouir d'une protection de sa dignité, et atteindre à l'épanouissement de sa personnalité et de ses compétences, l'agent économique:

14,1. doit créer un esprit interne d'initiative, de communication de l'information et de débat, de participation et de promotion sans discrimination fondée sur la race, le sexe ou la conviction; il favorise pour cela les libertés syndicales, ainsi que toute vie associative;

14,2. s'efforce de créer et de maintenir des emplois de qualité; il doit donner aux collaborateurs les moyens de s'adapter au marché du travail, notamment en favorisant les possibilités de formation de chacun; il ne doit pas considérer le licenciement comme une régulation principale;

14,3. doit fournir des conditions de travail qui respectent la santé, la sécurité, la vie privée, et le droit à un salaire équitable; il favorise l'emploi de personnes handicapées physiquement ou socialement.

### 15. Responsabilités envers les collectivités publiques et la société civile

15,1. Les responsabilités de l'agent économique à l'égard de la société (populations locales, nationales, continentales ou planétaires) sont complexes et souvent indirectes; elles consistent non seulement à contribuer au respect des droits de l'homme et des institutions démocratiques, mais aussi à les promouvoir; ces responsabilités sont accentuées en cas de carence de ses partenaires.

15,2. Ces responsabilités commandent de la part de l'agent économique la connaissance et le respect de l'équilibre des systèmes, en tenant compte de l'avis des partenaires concernés; une responsabilité particulière incombe à l'agent économique en situation de monopole.

15,3. L'agent économique promeut une éducation et un débat public bien informés sur le fonctionnement des systèmes; il favorise la participation de ses collaborateurs aux affaires publiques et à la vie associative.

### 16. Responsabilités envers les bailleurs de fonds

16,1. L'agent économique rétribue équitablement les capitaux mis à sa disposition.

16,2. Afin de permettre aux bailleurs de fonds, aux actionnaires et aux contribuables d'assumer leur responsabilité, l'agent économique se contraint à la transparence dans tous les domaines qui relèvent de sa responsabilité; il leur reconnaît effectivement le droit de contrôle et de critique.

### 17. Responsabilités envers les fournisseurs

Afin d'assurer au maximum une relation de respect mutuel avec ses fournisseurs, l'agent économique:

17,1. entretient avec eux des relations stables en proportion de la qualité de leur contrepartie; il partage avec eux l'information, notamment sur ses perspectives de développement le concernant;

17,2. s'interdit toute pratique visant à les rendre injustement dépendants; en lien avec les autres agents économiques, il s'efforce de contribuer à leur développement;

17,3. encourage les fournisseurs à respecter l'esprit de cette charte.

### 18. Responsabilités envers les concurrents

L'agent économique doit exercer de façon loyale toute concurrence au service de la juste distribution des biens et des services et concourant au respect des équilibres; pour cela, il:

18,1. n'a pas recours à des paiements ou faveurs contestables, et il respecte les droits de propriété matérielle et intellectuelle;

18,2. tente d'associer ses concurrents dans la définition des déontologies de branche et l'adoption de codes spécifiques.



## IV. Responsabilités propres

### 19. Responsabilités propres aux entreprises et associations transnationales

**19,1.** La nature transnationale d'une entreprise ou d'une association lui impose des responsabilités plus étendues, du fait des interdépendances qu'elle crée en particulier pour les pays les moins développés, et de l'influence de ces interdépendances sur les équilibres.

**19,2.** Ces entreprises ou associations utilisent toutes les voies pour développer respect et promotion des valeurs éthiques, notamment celles du droit national et international, et favorisent tout accord ou règle supplémentaire qui concourt à ce but.

**19,3.** Si les activités économiques dans les pays où on assiste à une carence démocratique favorisent directement des violations graves et répétées des droits de l'homme, ces activités seront analysées avec les partenaires concernés, assorties de conditions, et éventuellement interrompues.

### 20. Responsabilités propres aux pouvoirs publics

**20,1.** Les pouvoirs publics interviennent dans l'activité économique dans la mesure où les institutions privées ne suffisent pas à garantir le respect des équilibres et le développement équitable du bien-être, notamment des plus défavorisés.

**20,2.** Les pouvoirs publics veillent à ce que les efforts de tous les agents économiques en vue de l'équilibre du marché de l'emploi soient soutenus et coordonnés.

**20,3.** Ils promeuvent la connaissance et le respect de l'équilibre des systèmes, indiqués en 2,3, en s'assurant que les informations d'intérêt général sont récoltées et livrées de façon accessible sans aucune réserve, et en s'assurant que l'éducation développe cette connaissance et le sens de ce respect.

**20,4.** Au service des peuples dont ils ont la charge, comme au service de toutes les populations, en particulier les plus pauvres, les pouvoirs publics utilisent et promeuvent tous les instruments de la coopération et de l'entraide internationales.

## V. Application

### 21. Promotion et recherche

Les agents économiques institués qui s'estiment en accord avec la présente charte,

**21,1.** traduisent au besoin cette charte dans leurs documents internes et en font un objet de leur formation permanente;

**21,2.** font connaître cette charte à leurs partenaires;

**21,3.** favorisent la constitution de groupes d'étude spécialisés, indépendants et interdisciplinaires, dans le but de développer les instruments d'analyse et de coopération.

### 22. Engagement

Les agents économiques institués qui s'estiment en accord avec la présente charte,

**22,1.** s'engagent à respecter et promouvoir les valeurs éthiques et les droits de l'homme relevant de leur activité spécifique; ils organisent leur contrôle interne dans le respect des lois et des codes ou règlements spécifiques auxquels ils ont pu adhérer;

**22,2.** publient régulièrement un rapport sur les progrès et les difficultés dans la réalisation des droits et des devoirs définis dans la charte et fixent les objectifs qui restent à atteindre;

**22,3.** reconnaissent qu'une violation du noyau intangible des droits de l'homme est illicite de façon absolue (en particulier les discriminations systématiques, le travail forcé, le travail des enfants, l'absence de libertés syndicales, les atteintes graves et répétées aux équilibres naturels et culturels) et engendre une responsabilité juridique engageant solidairement tous les agents participant au circuit économique concerné;

**22,4.** collaborent à l'élimination de ces violations, par l'information, l'adoption de codes, la négociation et en dernier recours la non coopération avec les partenaires qui pratiquent ou autorisent de telles violations.

## Note sur le processus d'élaboration de cette charte

1. Dès 1987, l'Institut interdisciplinaire d'éthique et des droits de l'homme de l'Université de Fribourg (à l'époque, Centre interdisciplinaire...) a développé un programme d'éthique économique sur les responsabilités communes et partagées. Après avoir invité de nombreux intervenants lors de cycles de conférences, puis avoir conduit des séminaires, un premier projet de charte a été élaboré et soumis à un petit colloque en 1990, réunissant des universitaires, des entrepreneurs, des associations et des représentants d'organismes publics.
2. Durant les années suivantes, les versions se sont succédé au rythme des avancées de nos deux programmes de recherche principaux: objectivité des droits de l'homme et éthique économique. Les rapports entre les deux domaines ont été accentués, et la pertinence de l'approche tripartite (entreprises, associations, autorités publiques) s'est confirmée. La sixième version a été présentée comme document de base au dixième colloque de l'Institut: *La responsabilité commune. Ethique de l'économie et droits de l'homme: définitions mutuelles*, organisé en partenariat avec l'UNESCO, le Conseil de l'Europe, le Centre Inf., la Commission nationale suisse pour l'UNESCO, et le Réseau des instituts de droits de l'homme.

La septième version ici présentée est issue des travaux et du suivi de ce colloque. Elle est adressée à tous les agents économiques qui y trouveront utilité, selon les buts indiqués en avant-propos.

## Récolte d'exemples

### Cette charte n'est pas une utopie

Une charte n'est crédible que dans la mesure où elle contribue à faire la preuve du bien fondé et du réalisme de son éthique; elle est le prétexte à la récolte et à la communication d'exemples et d'analyses: elle oriente l'observation des pratiques.

Les premiers exemples qui suivent ne sont qu'un échantillon et peuvent être le début d'une large récolte<sup>2</sup>. Il s'agit de cas positifs de mise en oeuvre de la responsabilité commune, ou de situations semi-positives, indiquant des limites à cette mise en oeuvre. Le but est de montrer qu'une telle charte n'est pas une utopie, mais au contraire un "lieu commun" d'expérience.

Tous les lecteurs intéressés, à titre personnel ou institutionnel, sont cordialement invités à nous fournir des exemples qui pourront soit confirmer les principes de la charte et en approfondir la compréhension, soit montrer la nécessité d'une correction. Les résultats seront accessibles sur notre site internet: <http://www.unifr.ch/iiedh>.

Pour l'IIEDH: Marco Borghi, Patrice Meyer-Bisch, Maurice Villet

<sup>2</sup> Cet échantillon avait été demandé lors de la séance finale du colloque. Ces 50 exemples ont été partiellement réunis et rédigés par Frédéric Telley, sur mandat de l'IIEDH, à partir, pour l'essentiel, de la documentation du Centre Info. Plusieurs partenaires du colloque ont corrigé et enrichi ce premier échantillon. On peut trouver beaucoup d'autres exemples, notamment dans: Corporate Initiatives (Businesses Against Exclusion, 100 examples of concrete action in Europe, 1996. Disponible auprès de EBNSC. Commande par fax 32.2.511. 05 32); Partnership for Social Cohesion; Business Initiatives in Europe, Japan, USA (oct. 1997). Ministry of Social Affairs, Homens Kanal 22 Dk-1060 Copenhagen K; Jacques Dermagne, Révolution chez les patrons? l'entreprise citoyenne, Paris, 1997, Bayard.

## Exemples de mise en pratique des responsabilités communes et des responsabilités propres (section I et II de la Charte)

### 2. Le champ de l'économie vu sous l'angle éthique

2/1<sup>3</sup> Après huit ans de négociations avec les Pays-Bas, *Elf Aquitaine* a obtenu, en 1987, l'autorisation d'exploiter un gisement de gaz dans la mer Intérieure de Waddensee. Motif d'un délai aussi inhabituel: l'endroit est une véritable "nursery" pour les phoques de la mer du nord, qui viennent s'y reproduire. Afin de préserver la tranquillité des pinnipèdes, *Elf Aquitaine* s'est engagé à construire une plate-forme de forage et d'exploitation "propre" d'un surcoût environnemental de 17%. Aujourd'hui encore, l'hélicoptère est proscrit; l'accès à la plate-forme, inhabitée et dépourvue d'éclairage, se fait uniquement par bateau. Récupérés dans des conteneurs, tous les effluents sont traités à terre afin que rien ne soit rejeté à la mer. Le succès est tel, à en croire la direction de l'environnement d'*Elf Aquitaine*, que les oiseaux viennent nicher sur la terrasse supérieure de la plate-forme.

*Le Monde des Initiatives* 13/2/96

2/2 Un sondage réalisé en 1989 aux Etats-Unis indiquait que, pour 89% des consommateurs, la réputation d'une entreprise déterminait le choix de leur achat. De même, pour 77% des Américains, la réputation en terme de responsabilité dans la protection de l'environnement affectait leur achat. Le résultat se traduit par le grand succès aux Etats-Unis notamment, des sociétés d'investissements spécialisées dans les entreprises dites "éthiques". Une étude réalisée par *Korn-Ferry International* et *The Columbia School of Business* montre que l'éthique était la première qualité citée comme nécessaire au PDG idéal de l'an 2000. Robert Haas, PDG de *Levi Strauss & Co*, qualifie l'action de son entreprise de "philanthropie stratégique". Son action dans les domaines de l'alphabétisation des jeunes pauvres avec une possibilité d'intégration à l'entreprise est nécessaire puisqu'à moyen terme, la dégradation sociale aura des effets néfastes sur l'activité de l'entreprise. Eugène Wilson, président de la fondation d'*Arco* (énergie, Etats-Unis) considère ses actions citoyennes comme un "portefeuille d'investissement social": elles correspondent aux points de convergence des intérêts de l'entreprise et de la collectivité. Cette fondation a identifié les domaines, à l'intérieur des problèmes sociaux, culturels et d'éducation, qui

<sup>3</sup> Le numéro indiqué avant la / est celui du § de la Charte.

pourraient avoir un impact direct à moyen terme pour *Arco*. A partir de là, des points spécifiques ont été ciblés, et des experts ont été consultés pour chacun de ces points afin de bien définir pour les actionnaires les impacts sur *Arco*. Enfin, l'analyse des données, la stratégie et la fixation d'objectifs ont été mises en oeuvre.

*L'Expansion Management Review*, sept. 1996

2/3 Une étude portant sur les entreprises américaines ayant été récompensées par le *Public Service Award* (récompenses en matière de service de l'intérêt général) sur les trente dernières années a montré que celles-ci avaient vu une croissance de 11% de leurs profits, soit trois fois plus que la moyenne totale des entreprises américaines. *The Body Shop* a vu ses ventes augmenter de plus de 50% par an pour dix années sur les quinze depuis sa création. *Arco* a fait un démarrage étonnant dans la vente de pétrole, alors qu'elle n'avait aucune expérience en ce domaine; elle est maintenant leader sur le marché californien. *Patagonia*, dont le chiffre d'affaires s'élève à 92 millions de dollars, a connu une croissance extrêmement rapide.

*L'Expansion Management Review*, sept. 1996

### 9. Valeur et fonction des associations

9/1 Depuis 1982, les pays producteurs de café peuvent compter sur la fondation *Max Havelaar* pour bénéficier d'un revenu supérieur à celui qu'ils recevaient dans un circuit commercial habituel. Le prix payé aux pays producteurs est ainsi environ deux fois et demi supérieur à celui du marché mondial officiel du café. On peut estimer qu'un petit producteur disposant de 1,5 h de terre cultivable peut ainsi vivre modestement mais de façon plus correcte. Le succès de cette action a encouragé la fondation à étendre son label à d'autres produits tels que: miel, thé, cacao et sucre. Dès 1998, ce sont les fleurs coupées qui pourront bénéficier de l'effort *Max Havelaar*. Le personnel des exploitations de production de fleurs touchera un salaire assurant le minimum vital et répondant aux normes sociales internationales.

*Max Havelaar*

9/2 Le label DIP "Double Income Project" signifie "Projet Revenu doublé". L'idée, lancée par Herbert Ammann à l'office Suisse d'expansion commerciale (OSEC) vise à garantir aux consommateurs (principalement dans le textile) que les produits ont été fabriqués dans des conditions respectables. Afin d'améliorer les conditions sociales des tra-

vaillieurs, le fabricant local s'engage à respecter une série de critères sous contrôle régulier. Les normes ne sont pas imposées de façon stricte aux entreprises qui adhèrent à ce concept. L'idée est de conserver une certaine souplesse: élever les normes progressivement par le dialogue plutôt que d'exiger tout et tout de suite. Dans le cadre de cette opération, plusieurs maillons de la chaîne commerciale y vont de leur bonne volonté: les premiers magasins qui ont accepté de distribuer les produits DIP (des T-shirts du Kenya) sont: *Globus, El Tumi et C&A*. La compagnie *Kenya Airways* facilite le transport tandis que le *Crédit Suisse* se charge de gérer et d'envoyer à la bonne adresse les centimes additionnels du revenu doublé, dont les intérêts financent au passage le fonctionnement de la fondation.

*La Liberté 21/3/95*

9/3 Six associations et fondations ont créé une Fondation (STEP) pour des conditions équitables dans la production et le commerce de tapis. La Fondation STEP fait signer un Code de conduite qui donne droit au label STEP, afin de promouvoir une production de tapis d'Orient socialement équitable et respectueuse de l'environnement, et de lutter résolument contre le travail abusif des enfants. La Fondation a impliqué dans son initiative de nombreuses entreprises et des organes publics.

*STEP, Monbijoustr. 31, CP, CH 3001 Bern, fax 41-31/382 75 85*

### **Exemples de mise en pratique des responsabilités communes et des responsabilités propres (section III et IV de la Charte)**

#### **12. Obligation d'information**

12/1 De plus en plus d'entreprises publient les mesures des nuisances causées à l'environnement. Par exemple, BP a publié des données sur les émissions dans l'air, l'épuration de l'eau, le traitement, l'utilisation et le recyclage des déchets, l'épuration de l'eau, l'utilisation et l'assainissement du matériel à risque. Les données historiques permettent de constater la progression des efforts du pétrolier sur six années. Le groupe NCP a publié des données sur l'utilisation des ressources. On peut y voir non seulement les émissions des divers déchets et la quantité des produits qui sort des usines, mais aussi les ressources nécessaires aux activités de celles-ci. Les données sont ensuite traitées sous forme d'indices de performance qui servent de base aux comparaisons annuelles. La *Société Ecosuisse des eaux* à, quant à elle, rapporté les incidents, plaintes et poursuites

dont elle a été victime dans un tableau avec les mesures de correction engagées et les résultats obtenus.

*BP. Guide to environment and energy reporting and accounting*

12/2 "Nous informerons de manière appropriée toute personne pouvant être affectée par une situation causée par notre compagnie qui pourrait mettre en danger la santé, la sécurité ou l'environnement. Nous demanderons régulièrement l'avis et le conseil des collectivités situées près de nos installations en dialoguant avec les personnes concernées. Nous ne prendrons pas de mesures à l'encontre des employés qui rapporteront des incidents ou des conditions de travail dangereux directement à la direction ou aux autorités compétentes". Il s'agit d'un des dix principes CERES (*Coalition for Environmentally Responsible Economies*) adoptés par plus d'une cinquantaine de sociétés dont *General Motors Corporation, Polaroid Corporation et The Timberland Company*.

*Annuel CERES Company Conference, 1995*

#### **13. Responsabilités envers les clients**

13/1 L'augmentation des incidents dus à la résistance des pestes aux produits chimiques a développé la prise de conscience des consommateurs à propos de l'impact de l'utilisation des pesticides sur l'environnement et la santé. Au Royaume Uni, le distributeur *Sainsbury* mène la promotion des produits naturels en intégrant le standard ICM (Integrated Crop Management – gestion intégrée des cultures) dans sa politique. *Sainsbury* se profile comme étant le plus "vert" des distributeurs anglais. L'utilisation de ce label préconise la réduction (voire la suppression) de l'utilisation de la chimie, spécialement des insecticides, partout où c'est possible. Le concept est simple: rotation des cultures, sélection des sites, désherbage à la main, utilisation rationnelle et précise des doses de produits chimiques nécessaires en utilisant les technologies informatiques. Par l'utilisation de ICM, *Sainsbury* entend échapper au syndrome de la multiplication des Eco-labels. Selon le Dr Geoff Spriegel, directeur des Services Scientifiques de *Sainsbury*, "nous voulons tout simplement être capables de dire que nos fruits et légumes, d'où qu'ils proviennent, sont cultivés en accord avec ICM".

13/2 Coûts élevés, désinformation, trafics en tous genres..., les habitants des pays pauvres ont accès aux médicaments dans des conditions difficiles. La publicité abusive prend des formes diverses: recommandation d'un traitement dont l'efficacité n'est pas prouvée, effets secondaires non mentionnés, précautions d'emploi ou contre-indications "oubliées". Le

MALAM (Medical Lobby for Appropriate Marketing) invite ses membres à envoyer chaque mois une lettre de protestation type à une firme pharmaceutique dont une publicité est jugée trompeuse. De nombreuses sociétés, soucieuses de leur image de marque, réagissent favorablement aux lettres.

#### 14. Responsabilités envers les collaborateurs

**14,1/1** IBM est reconnue comme une compagnie sociale. En septembre 1996, IBM annonçait qu'elle voulait étendre ses avantages médicaux, dentaires et ophtalmologiques aux partenaires des employés homosexuels aux Etats-Unis. Elle est ainsi la plus grande compagnie à avoir adopté une politique non-discriminatoire à l'égard de la minorité homosexuelle.

*Franklin Research's Insight 15/11/96*

**14,1/2** Carrefour a une politique volontariste d'insertion des jeunes et des handicapés sur le marché du travail. 1'290 jeunes ont été accueillis en contrat d'apprentissage, d'adaptation et de qualification ainsi qu'en contrat initiative emploi. Plus de 4'500 jeunes ont effectué un stage dans les magasins dans le cadre de leurs études. Les magasins continuent de développer leurs actions en faveur des personnes handicapées en développant leur insertion en partenariat avec des associations. 1'154 personnes présentant un handicap sont salariées de Carrefour en 1996.

*Bilan social Carrefour 1996*

**14,1/3** Des entreprises investissent pour restaurer leur image de marque. Texaco vient d'accepter, pour mettre un terme à une action judiciaire conduite par des employés noirs pour non respect de leur personne, de déboursier un montant de US\$ 176 millions, dont 115 millions en faveur de 1400 employés noirs, 26 millions pour l'augmentation du salaire des Noirs, et 35 millions pour des programmes de formation. Texaco a mis sur pied un groupe "Independent Equality an Tolerance Task Force", qui devra rendre compte deux fois par année au Conseil d'administration de l'évolution en matière de politique d'emploi.

**14,2/1** Volkswagen a conclu en 1993 un accord de deux ans avec le syndicat IG Metall. Il a permis de sauver 20'000 emplois, grâce notamment à une réduction de la durée hebdomadaire de travail de 36h à 28.8h répartie sur quatre jours, ainsi qu'une diminution de salaire parallèle de 20%. Le renouvellement de cet accord majeur en 1995 introduit surtout la flexibilité voulue par l'employeur. Il porte de fait la durée moyenne du travail à 30 heures par semaine (de 38.8 h à 28.8 h selon les besoins) avec une aug-

mentation de salaire de 4% et, pour 94'000 salariés, la garantie d'un emploi jusqu'en 1997.

**14,2/2** Conscient de l'atout que représentent les collaborateurs, Bopst, machines pour l'industrie de l'emballage, a pris en 1993 des mesures pour éviter les licenciements et conserver son personnel, d'un haut niveau de qualification, et être ainsi en mesure de profiter pleinement et rapidement de la reprise.

**14,3/1** Dans son rapport social de 1995, *The Body Shop* démontre de manière exhaustive son souci des conditions de travail de ses collaborateurs. L'étude, réalisée en collaboration avec un consultant externe, fait apparaître les préoccupations, opinions, problèmes et satisfactions des employés vis-à-vis de la société. Les objectifs de la firme pour le futur tiennent largement compte de leur point de vue. De plus, il est à noter que l'objectif pour l'an 2000 est de favoriser l'intégration de personnes handicapées au sein du groupe.

**14,3/2** La politique en faveur des employés de *Levi Strauss & Co* contribue à leur bien-être: le programme *Red Tab* aide un employé en difficulté financière exceptionnelle par un don ou un prêt sans intérêts.

*L'Expansion Management Review, sept. 1996*

**14,3/3** Les industries de chaussures de sport et de vêtements ont largement recours à la sous-traitance (*Nike* par exemple, ne fabrique elle-même aucune chaussure). La situation de ces travailleurs est toute différente de celle des employés directs de ces entreprises. Les grandes compagnies telles que *Nike*, *Levi's* et *Reebok* sont toutes accusées par des organisations des droits de la personne, de ne pas faire respecter leurs codes de conduite. De nombreux cas ont été relevés à propos de conditions de travail déplorables, d'horaires excessifs, de brutalités, de licenciements abusifs. Les droits d'expression et d'association sont également très souvent brimés. Jusqu'à maintenant, toutes ces compagnies refusent la vérification indépendante que leur demandent de mettre sur pied les organisations des droits de l'homme. *Nike*, depuis quelques mois, à cause de la pression publique, a adopté des mesures qui vont un peu plus loin, par exemple: la distribution d'extraits de son code de conduite à ses travailleurs d'Asie.

*Développement et paix, Montréal*

**14,3/4** La compagnie *Hewlett-Packard* (HP), située à Palo Alto, Californie, consacre une attention particulière à l'amélioration de l'environnement et au bien-être de ses employés. La politique pratiquée par la

société californienne se veut ouverte et responsable. Quand les affaires changent rapidement, on pratique le redéploiement au lieu du licenciement. Un employé de trop a la possibilité de chercher un autre emploi à l'intérieur de la société dans les 90 jours. Durant ce laps de temps, il est libéré des responsabilités de son emploi. Si aucun emploi n'est trouvé, le responsable de l'employé prend en main la recherche et l'étend au niveau national. Si l'employé décide de rejeter la proposition qu'on lui fait, il se verra allouer de conséquentes indemnités. La politique envers les employés ne s'arrête pas là: l'échelle salariale est parmi les plus hautes de l'industrie, elle offre une couverture d'assurance maladie complète ainsi qu'une participation aux bénéfices sous la forme de primes et d'achat d'actions de la société. L'horaire libre, le partage du travail, les semaines de travail compressées et les arrangements de travail à la maison font aussi partie des avantages de l'employé HP. Enfin, les collaborateurs peuvent demander jusqu'à une année de congé pour une naissance, une adoption ou une large palette de raisons particulières, avec une garantie de maintien de la place de travail et sans aucun changement de la couverture santé.

*Research report april/may 1996*

**14,3/5** BMW a introduit le programme de congé familial (*Family Break Programme*) pour les parents qui désirent passer plus de temps avec leurs enfants que ne le prévoit le congé parental. Cette pause peut être maintenue pendant une période de dix ans. Durant ce laps de temps, on donne la possibilité aux employés d'adapter continuellement leurs connaissances et compétences dans des séminaires et cours de mise à niveau. Ainsi, ils sont préparés à une reprise possible de leur emploi. De plus, un service des enfants a été mis sur pied pour fournir de l'aide supplémentaire. Depuis 1992, les employés peuvent prendre un congé sabbatique, seulement une fois et jusqu'à une année, pour prendre soin d'un membre de la famille malade.

*ACCA, research report nr 41, p. 30*

## 15. Responsabilités envers les collectivités publiques et la société civile

**15,1/1** Veillon, entreprise suisse de vente par correspondance, a adopté une politique en matière de travail des enfants chez ses fournisseurs de tapis. Cette politique élaborée en partenariat avec une ONG spécialisée dans les questions de travail forcé des enfants, l'Association François-Xavier Bagnoud, a permis une approche réaliste. Le distributeur reste prudent sur les effets de sa politique, des dérapages n'étant pas à exclure.

*J. Zwahlen, in: La responsabilité commune, Editions universitaires, Fribourg, 1998.*

**15,1/2** La *Lyonnaise des eaux* attaque l'Etat en justice. A Guingamp (France, Côtes-d'Armor), l'entreprise qui alimente le district en eau potable depuis dix ans annonce sa décision de ne plus assumer la responsabilité d'une distribution d'eau non conforme aux normes sanitaires sur les nitrates. Cette décision d'un grand distributeur, plutôt proche du pouvoir, amorce peut-être une nouvelle stratégie de la profession: lasses d'être seules montrées du doigt quand le prix de l'eau augmente, ulcérées d'être accusées de profiter de la pollution pour placer des technologies coûteuses, ces entreprises commencent à imiter... les associations écologistes, coutumières de l'action en justice contre l'Etat. Message au consommateur: si les nitrates font la fortune des marchands d'eau minérale, il faut s'en prendre aux agriculteurs soutenus par les pouvoirs publics.

*Libération, 23/1/97*

**15,1/3** En 1993 Baer a créé le Fonds "Yasoya" pour la nutrition, l'environnement et le développement. Le fonds soutient notamment l'exposition itinérante "Cotton Road", dont le but est de sensibiliser les jeunes aux problèmes du commerce international et des pays en développement en retraçant les étapes de la fabrication d'un T-shirt.

**15,1/4** Fondée en 1989, *The Body Shop Foundation* récolte de l'argent en faveur de l'éthique commerciale, des droits sociaux, de la défense des animaux et de l'environnement. En collaboration avec plusieurs organisations humanitaires, *The Body Shop* s'est engagée à maintes reprises pour le respect des droits de l'homme dont voici quelques exemples: rénovation des orphelinats en Roumanie, édition d'un journal vendu par et pour les sans-abri, soutien du peuple Ogoni dans leur combat pour leurs droits humains et civils contre le gouvernement et les multinationales pétrolières.

**15,1/5** Dans le domaine de l'alimentaire, *Migros*, grande société coopérative suisse de distribution, visite les usines de ses partenaires tous les deux ans afin de sélectionner des entreprises pilotes non seulement du point de vue de la qualité mais encore du niveau de salaire de leurs ouvriers et des conditions de travail (ceci concerne les ananas aux Philippines, et dans une certaine mesure les fleurs en Colombie).

**15,2/1** *Levi Strauss & Co* est proactive dans son environnement au sens large et contribue à son bien-être. Outre le fait d'allouer 2,5% des profits aux Etats-Unis avant impôts à des causes philanthropiques, la firme américaine a attribué un rôle central aux employés dans les actions citoyennes. Ils disposent d'un pouvoir de décision dans l'allocation d'une part des ressources: la somme de 500 dollars par employé est mise à leur dispo-

sition pour une association de leur choix. Par ailleurs, à travers la structure légère des *Community Involvement Teams* (CIT), les employés peuvent se retrouver en-dehors des heures de travail pour aider des associations philanthropiques. *Levi Strauss* s'implique aussi dans les problèmes difficiles de la société avec les réflexions actuelles menées sur le racisme (le projet *Change*, doté de 3,3 millions de dollars sur quatre ans) et sur le SIDA, grâce au programme mis en place dès 1985, soutenant financièrement des associations et contribuant à l'éducation et au soutien des employés.

*L'Expansion Management Review*, sept. 1996

**15,2/2** Dialogue avec les habitants, soutien aux associations locales, embauche de jeunes des quartiers voisins: cinq ans après la mort de Djamel Chettouh, tué par un vigile d'un supermarché de Sartrouville, en France, le distributeur *Carrefour* entend échapper à une stratégie qui provoque l'escalade de la violence. La Direction considère que telle était l'énergie à investir pour reconstituer l'image de l'entreprise. A Taiwan, *Carrefour* a été élue meilleure entreprise étrangère de l'année en 1996. Ce trophée prend surtout en considération l'apport au client, mais dénote également la qualité d'intégration du groupe. Cette intégration est notamment marquée par la création d'une fondation qui organise des activités culturelles et sportives.

#### 16. Responsabilités envers les bailleurs de fonds

**16,2/1** Pour la deuxième année consécutive, *Total* a mis en place en 1996 des groupes d'actionnaires témoins. Ces groupes se sont rendus en Espagne, en Argentine, en Afrique du Sud et en Thaïlande. Le rôle de ces groupes est de rendre compte des activités de *Total* dans ces pays, eu égard notamment aux problèmes environnementaux et de respect des droits de l'homme.

**16,2/2** *Carrefour* a été distinguée par la société des analystes financiers et a reçu la meilleure note au classement général qui inclut l'appréciation globale de la société, l'adéquation entre la prévision et la réalisation, la capacité de réaction à la conjoncture et la qualité de l'information financière.

#### 17. Responsabilités envers les fournisseurs

**17/1** La société *Carrefour* a décidé vers le mois de février 1996 d'instaurer un code de conduite pour régir ses approvisionnements en produits textiles. Il n'est appliqué pour le moment qu'aux fournisseurs du Bangladesh mais il est prévu de l'étendre à d'autres pays et à d'autres produits. Ce code inclut entre autres l'interdiction du travail forcé, du travail des en-

fants de moins de quatorze ans et le respect du minimum légal en matière de rémunération. Les autres critères adoptés par *Carrefour* restent au niveau des législations souvent insuffisantes dans un grand nombre de pays mais, malgré l'aspect minimaliste des mesures prises par le distributeur, il s'agit d'une initiative peu pratiquée en France. Au point de vue national, *Carrefour* a signé en février 1997 une convention de partenariat avec ses petits fournisseurs, qui prévoit "une obligation de consultation à double échelon hiérarchique avant toute rupture de relations commerciales", "l'organisation de rencontres annuelles d'évaluation des relations hors négociations commerciales" et "une instance de conciliation".

**17,2/1** La rentabilité des activités de l'industrie textile et du filage est très fortement mise à l'épreuve et les marges bénéficiaires des paysans se réduisent en peau de chagrin. La dépendance du petit producteur face au marché est accentuée par un système bancaire vicié. Seuls les paysans qui s'engagent à dépenser la moitié de leurs emprunts sous forme de pesticides et autres produits chimiques, se voient octroyer des crédits. Avec son projet de pionnier *Maikaal*, en Inde centrale, l'entreprise suisse *Remei SA* tente de remédier à cette situation désastreuse. Elle s'est engagée dans la création des conditions cadres nécessaires à une exploitation cotonnière plus respectueuse à la fois de l'environnement et de l'homme. Le succès du projet est indéniable et a réussi à intéresser des clients comme *Calida* et *Coop* en Suisse.

*Centre-info news* mai 1995

#### 18. Responsabilités envers les concurrents

**18,1/1** Dans son édition des règles de conduite dans les affaires, *IBM* incite les collaborateurs à agir face à la concurrence avec vigueur et efficacité, mais également avec équité. Ils insistent également sur le fait de vendre les produits ou services *IBM* en faisant valoir leurs qualités, et non en dénigrant leurs concurrents, leurs produits ou leurs services. De plus, selon leur politique, si un concurrent a déjà reçu d'un client une commande ferme pour une application donnée, ils ne proposeront pas à ce dernier des services ou des produits *IBM* pour cette application avant que le concurrent n'ait réalisé son installation.

**18,1/2** Active dans plus de 140 pays, la *Société Générale de Surveillance Holding SA* (SGS) est confrontée à une clientèle très hétérogène, issue aussi bien du domaine public que privé. A l'intention de ses collaborateurs, la SGS a émis des directives très strictes afin d'éviter la corruption et a adopté une politique d'impartialité: il est interdit de verser de l'argent à

des individus ou d'offrir des cadeaux qui ne sont pas consommables dans les 24 heures.

**18,2/1** L'adoption volontaire du code IFPMA par la *Fédération Internationale de l'Industrie du Médicament* (FIIM) est en accord avec un des objectifs clés de la Fédération exposé par ses fondateurs en 1968 qui déclare qu'un des buts de la Fondation est de "promouvoir et supporter le développement continu dans l'industrie pharmaceutique des principes et pratiques éthiques volontairement agréés" et de "coordonner les efforts de ses membres en fonction de la réalisation des objets ci-dessus". Cette convention a été ratifiée par 46 associations nationales des industries chimiques et pharmaceutiques.

**18,2/2** Limite des règles anti-monopole. En août 1993, la division anti-monopole du département de la justice US annonçait une enquête sur *Microsoft*. En septembre 1993, c'est la CE qui annonçait des mesures pour enquêter sur *Microsoft* pour concurrence déloyale. La commission fédérale des monopoles a tenté de faire la lumière sur les allégations de monopole ou de tentatives de monopole pour certains types de programmes informatiques. En août 1992, le magazine *Infoworld* affirmait que la compagnie avait introduit des instructions secrètes dans son système Windows pour tirer un avantage sur les autres développeurs d'application. *Microsoft* affirme pour sa part que ce genre de pratique est habituelle dans l'industrie et que la société n'en avait tiré aucun avantage.

## 20. Responsabilités propres aux pouvoirs publics

**20/1** Conscients de l'effet négatif sur l'environnement et la santé causé par l'utilisation de certaines substances, reconnaissant leur obligation de prendre les mesures appropriées pour conserver notre patrimoine naturel et déterminés à protéger la couche d'ozone, ce ne sont pas moins de 155 pays qui ont jusqu'à aujourd'hui ratifié le traité de Montréal. Cet accord règle la disparition des gaz responsables de la diminution de la couche d'ozone, tel que le CFC, pour le début du siècle prochain.

**20/2** Le Conseil régional de Bretagne a lancé, en 1994, le programme *Bretagne environnement plus* afin de favoriser un développement économique des entreprises en harmonie avec les exigences sanitaires, écologiques et de sécurité. Soutenu par de grandes entreprises (*EDF-GDF, Citroën...*) et financé avec l'aide de l'Etat et de la Commission européenne, ce programme, qui intéresse déjà 560 usines, met à la disposition des PME des animateurs qui traquent les gaspillages d'eau, d'énergie, les mauvais traitements des déchets ou autres conditions de travail défectueuses. Envi-

ron 80 emplois environnementaux ont été créés pour mieux prendre en compte ces nouvelles données et 175 millions de francs ont été investis dans des technologies plus propres. Enthousiasmées, la Basse-Normandie et l'Île-de-France entament des expériences similaires.

*Le Monde, 08.08.1997*

**20,1/1** Sous la pression des multinationales, les pays défavorisés n'ont souvent pas les moyens de s'opposer aux décisions de celles-ci. Au Pakistan, par exemple, la dérégulation du marché des médicaments a provoqué en juin 1993 une hausse de prix sans précédent, y compris pour les produits essentiels (+76% pour le paracétamol, + 125% pour l'aspirine). Au Bangladesh par contre, la politique introduite dès 1982 a permis à la fois réduction des prix de 70% à 90% et une amélioration de la qualité des produits. Pour cela, l'Etat a contrôlé l'importation des matières premières en acceptant les offres les plus avantageuses, malgré les oppositions des firmes pharmaceutiques.

**20,1/2** En 1992, le gouvernement brésilien a déclaré une guerre ouverte aux firmes pharmaceutiques internationales, qu'il accuse de procéder à des augmentations de prix abusives. Dans un contexte de paupérisation, les fabricants avaient promis de réajuster leurs prix bien au-dessous de l'inflation, afin de permettre aux Brésiliens un meilleur accès aux remèdes. Pour renforcer leur position dans ce formidable bras de fer, les autorités brésiliennes menacent d'importer des "sels" (matières premières) de pays tels que Cuba, la Chine ou l'Inde pour approvisionner les onze laboratoires contrôlés par l'Etat. Cela leur permettrait de mettre sur le marché des médicaments deux fois moins chers que les produits des laboratoires pharmaceutiques privés.

**20,2/1** Les 29 pays industrialisés membres de l'OCDE ont signé un accord fin mai 97, dans lequel ils s'engagent à réprimer pénalement les entreprises qui pratiquent la corruption de fonctionnaires étrangers pour emporter des contrats hors de leurs frontières. Il ne s'agit dans l'immédiat que d'une recommandation, qui devra être suivie d'une véritable convention contraignante agendée pour la fin de l'année 1997.

**20,2/2** En 1992, le conseil de l'UE a adopté une directive à l'intention de ses membres concernant les emballages et leurs déchets. L'objectif de cette mesure est de réglementer l'utilisation des emballages et de prendre des mesures pour limiter le gaspillage dans la production de ceux-ci. En outre, elle plaide en faveur de la promotion des retours, la réutilisation et la récupération des déchets pour assurer la santé publique et la protec-



tion de l'environnement. Cette obligation n'implique pas seulement pour les fabricants de réduire les déchets de 50 à 65% d'ici 2001, mais aussi de fournir des informations détaillées sur la quantité exacte de déchets produite par catégorie de produits.

**20,3/1** L'implantation d'un serveur internet permet une large diffusion des informations pour le public. *Environmental Protection Agency*, (EPA) fondée en 1970, responsable de l'exécution des lois fédérales américaines sur la protection de l'environnement, propose ses informations par les outils d'internet (www, Gopher, WAIS, FTP), ce qui offre à tout le monde la possibilité de consulter ses dossiers. EPA a été créée pour permettre la coordination et l'action gouvernementale pour la protection de l'environnement.

*Ce document est aussi accessible en plusieurs langues sur notre site:  
<http://www.unifr.ch/iiedh>*

*Pour suivre l'évolution de la charte (et de son comité) et pour faire des propositions de collaboration, veuillez nous écrire ou consulter le site.*