

Normes et labels volontaires à la Migros: des générateurs de valeur entravés

Migros applique volontairement des normes de durabilité et des labels qui constituent les pierres angulaires de sa politique d'achat. En tant qu'entreprise responsable, elle se doit d'offrir à ses clients des produits fabriqués de la manière la plus sociale et écologique possible. Pour remplir cette obligation, Migros s'appuie sur divers instruments qui lui servent à effectuer des achats durables. De cette manière, elle peut faire en sorte que les conditions de travail s'améliorent dans sa chaîne d'approvisionnement ou que l'acquisition des matières premières réponde à des critères de durabilité. Les négociants opaques entravent, toutefois, la mise en œuvre des normes volontaires au sein de la filière.



Daniel Kälin
Spécialiste Durabilité/
Normes, Fédération
des coopératives Migros,
Zurich

Migros s'est fixé pour but d'améliorer les conditions de travail chez les fournisseurs des pays émergents et en développement qui font partie de son domaine d'influence. En ce sens, elle a fondé en 2003, avec d'autres entreprises, la *Business Social Compliance Initiative (BSCI)*. Sur son mandat, des organismes indépendants effectuent chaque année un grand nombre de contrôles, appelés «audits BSCI», dans les pays de production. En 2012, ils en ont réalisé plus de 200. À cela s'ajoutent plus de 100 visites d'usines, menées principalement en Asie par nos spécialistes locaux.

Acquisition de matières premières durables

En ce qui concerne les matières premières, Migros se base sur une multitude de normes et de labels qui présentent des avantages écologiques, sociaux et économiques pour les producteurs. Sa promesse de ne vendre d'ici 2020 que des textiles en coton durable est un bon exemple de sa gestion responsable des matières premières. Outre les produits «bio» et le commerce équitable, Migros mise sur la norme «better cotton». Avec le WWF et d'autres entreprises, elle a lancé la Better Cotton Initiative, qui encourage la culture durable du coton. En optant pour ce type de production, les paysans améliorent leur gestion de la terre et de l'eau. Ils peuvent réduire les fortes sommes dépensées en engrais et en pesticides, augmenter leur compétitivité et accéder à de nouveaux marchés. Dans le cadre de l'initiative, Migros soutient notamment un projet concret en Inde, qui aide de petits paysans à se convertir à la culture du «better cotton».

Dans les pays en développement, Migros collabore également avec des paysans certifiés UTZ. La norme *UTZ Certified* garantit que les produits sont issus d'une agriculture respectueuse de critères sociaux et environnementaux. Elle permet aux paysans d'augmenter leurs revenus et bénéfices. Depuis fin 2010, environ 90% des cafés vendus par Migros sont produits selon cette norme. D'ici 2013, tout l'assortiment de chocolat Frey sera également labellisé UTZ. Nous nous sommes fixé des objectifs similaires pour le bois, le poisson, l'huile de palme, le soja, le thé et

d'autres matières premières. Les normes et les labels volontaires constituent la meilleure solution pour les atteindre.

Mise en œuvre à grande échelle des normes volontaires

Au lieu de briller par quelques projets phares, Migros a choisi d'appliquer volontairement des normes de durabilité et des labels à tout son assortiment. C'est pourquoi elle a décidé en 2011 que la prochaine étape majeure consisterait à introduire certaines des normes mentionnées plus haut dans l'ensemble du groupe. Cette mise en œuvre à grande échelle ainsi que la proportion élevée de marques maison confèrent une importance considérable aux achats effectués selon des critères de durabilité: tant la clientèle de Migros que les fournisseurs et les employés profitent d'une importante valeur ajoutée sociale et écologique.

Les acteurs commerciaux opaques sont un obstacle

Les normes volontaires augmentent la transparence. Elles permettent de retracer précisément la vie d'un produit, en remontant parfois jusqu'à l'origine de la matière première. Les clients de Migros réclament de la transparence. En tant que détaillant, nous percevons cette exigence beaucoup plus nettement que les acteurs situés en amont de la filière. Soucieux de la satisfaire, nous avons décidé récemment de signaler sur nos étiquettes les produits en provenance des colonies israéliennes.

Certains acteurs commerciaux considèrent la transparence comme une menace pour leur modèle d'affaires. Ils représentent donc des obstacles de taille à la mise en œuvre des normes existantes ou à l'élaboration de nouvelles. À cause d'eux, nous risquons de ne pas atteindre nos buts et, par conséquent, de ne pas tenir la promesse faite aux générations suivantes. C'est pourquoi Migros plaide pour davantage de transparence et de responsabilité dans les chaînes mondiales de production, ceci jusqu'à l'origine des matières premières. ■