

« De l'éthique sur l'étiquette »

Acheter bon marché : d'accord, mais pas à n'importe quel prix ! Les consommateurs individuels, mobilisés depuis plus de cinq ans par le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » (1), sont de plus en plus nombreux à refuser d'acheter les yeux fermés des vêtements, des chaussures ou des jouets dont les conditions de production peuvent violer les droits de l'Homme au travail (exploitation d'enfants, travail forcé, répression antisyndicale, salaires de misère...). Le succès des trois pétitions lancées par le collectif en témoigne : elles ont recueilli successivement 20 000 puis 80 000 et 140 000 signatures !

Face à cette attente nouvelle, la grande distribution se devait de réagir : Auchan, Carrefour, Monoprix, la CAMIF, Casino, Cora... commencent, à une échelle encore modeste, à faire vérifier par des cabinets d'audit la qualité sociale de ce qu'elles vendent. Il s'agit d'un premier pas qui doit conduire à la création d'un label social offrant les garanties demandées par les consommateurs.

La consommation publique, qui représente plus de 740 milliards de francs par an, est également concernée. Comme les individus, l'Etat et les collectivités territoriales ne savent pas quelle est la qualité sociale des biens qu'ils commandent. Par manque d'information, des élus peuvent, à leur insu, attribuer un marché à une entreprise vendant des vêtements de travail ou des fournitures scolaires fabriqués dans des conditions sociales contraires aux valeurs qu'ils défendent.

Sur l'initiative du collectif (Campagne «achats publics,

achats éthiques»), les conseils municipaux de Tourcoing, Epinal, Sisteron, Aubagne, Arras, Tours, Limoges... et plus d'une centaine d'autres ont voté une motion en faveur d'achats publics socialement responsables. D'ici la fin de l'année, un réseau de villes consommatrices éthiques devrait voir le jour afin, notamment, de travailler à la création d'un label social et d'inciter leurs principaux fournisseurs à y participer.

Ainsi, après la grande distribution, les fournisseurs des collectivités publiques vont devoir à leur tour répondre aux exigences de leurs clients en matière d'éthique sociale. Cette tendance devrait se renforcer si, comme l'a indiqué le Ministère de l'économie, l'instruction qui accompagnera le décret portant réforme du code des marchés publics élargit la possibilité d'avoir recours à des critères sociaux dans les appels d'offre (2).

Chaque année, les consommateurs français dépensent près de 20 milliards de francs pour acheter des jouets. 65% de ceux-ci sont vendus au moment de Noël. C'est donc une période idéale pour demander à la grande distribution et, en particulier aux enseignes du jouet, de s'engager en faveur de la création d'un label social. C'est pourquoi, à partir de novembre 2001, les consommateurs seront invités à signer massivement la nouvelle pétition diffusée par le collectif.

Pascal Erard

*Coordonateur du Collectif
« De l'éthique sur l'étiquette »*

(1) Le collectif « De l'éthique sur l'étiquette » regroupe 56 associations et syndicats dont Artisans du Monde, le CCFD, la CFDT, la CLCV et Peuples Solidaires. Il fait partie du réseau européen *Clean Clothes Campaign*, présent dans dix pays. Collectif « De l'éthique sur l'étiquette », c/o Fédération Artisans du Monde, 3 rue Bouvier, 75011 Paris, www.crc-conso.com/etic.

(2) Pour l'instant, la législation (amendement dit Le Texier) n'est qu'incitative.