

Michel-Edouard Leclerc, dans toutes les entreprises, on parle de développement durable. Alors ! Tarte à la crème, caution éthique, effet de mode, récupération marketing... ou prise de conscience des excès du système économique ?

Bien sûr, il y a de la récupération dans l'air. Après l'écolo-marketing, les entreprises investissent sur l'éthique et le commerce équitable. [...]

Mais j'en suis convaincu. L'idée d'un développement raisonné, mieux maîtrisé, plus soucieux des hommes et de l'environnement est en train de s'installer dans la demande sociale. Elle s'installe dans nos pratiques quotidiennes.

Qui, aujourd'hui, portera la fourrure d'un animal dont l'espèce est en voie de disparition ? Qui osera offrir à ses enfants un jouet dont les médias révéleront qu'ils ont été fabriqués par des esclaves dans les arrière-cours d'un village asiatique ou africain ? Qui sera fidèle à la marque d'une station-service quand ses bateaux polluent nos côtes ?

Les consommateurs interpellent les entreprises sur la sécurité des produits, sur leur qualité, mais aussi sur leur origine. Un label de « qualité globale » s'impose désormais à tous les distributeurs et industriels, sauf à être bouté hors du marché.

N'êtes-vous pas un peu trop naïf ? On ne peut pas parler en France de mobilisation spectaculaire. Et les appels au boycott restent sans lendemain.

Regardons le bon côté des choses. Une forme nouvelle de solidarité émerge entre les consommateurs et les citoyens du Village Global. Quelquefois, ces exigences ne s'expriment que sous la forme d'un besoin d'esthétique : le refus de la détérioration d'un paysage, fût-il à des milliers de kilomètres de nos lieux d'habitation. Nous acceptons les contraintes des économies d'énergie, du recyclage, de la gestion des déchets, même si nous n'en percevons pas tout de suite les effets. Nous savons que nous participons à un programme hautement nécessaire.

Cette volonté s'accompagne aussi d'une plus grande exigence éthique qui peut aller jusqu'à défendre une morale laïque, refusant la traite des femmes au travail, le tourisme sexuel, l'exploitation des enfants, des salaires trop bas.

Dans tous les cas, il s'agit d'une prise de conscience collective. Elle est salutaire. Et comme telle, incontournable, inéluctable et durable, elle s'impose aux entreprises et aux Etats, qu'il s'agisse de traiter les problèmes de l'environnement ou de l'éthique dans le commerce.