

Explorateurs du développement durable

VOYAGE D'ÉTUDE Fraîchement diplômés, trois jeunes Français ont parcouru le monde, sous le label Juste Planète, à la recherche des pratiques de développement durable. Leurs commanditaires attendaient beaucoup de la fraîcheur de leur regard.

Les trois jeunes diplômés du projet Juste Planète embarqués dans un périple d'un an autour du monde pour observer les initiatives du secteur privé français dans le développement durable viennent de rentrer. *Le Monde Initiatives* s'était fait l'écho de l'initiative il y a tout juste un an, en avril 2003, lors de leur passage en Chine.

Ce « voyage d'étude » avait débuté en décembre 2002 quand Albane de Courtivron, Sébastien Kopp et Ghislain Morillon, trois amis fraîchement sortis d'Assas, de Dauphine et de HEC étaient partis arpenter l'Asie, l'Afrique et l'Amérique du Sud, financés (60 000 euros récoltés à l'époque) par une brochette impressionnante d'entreprises – dont Lafarge, Pinault-Prin-Temps-Redoute (PPR), Imérys, Carrefour, Schneider Electric, Accor. D'emblée, ils annonçaient la couleur : il s'agissait pour eux « d'étudier les expériences positives mises en œuvre par les entreprises partenaires, en collaboration avec les populations et les ONG locales et de leur en rendre compte ». Jean-Pierre Sicard, président de Novethic¹, qui les a aidés au montage du projet et qui a relayé certains de

leurs articles sur son site Internet² tout au long de leur parcours, précisait, alors : « Ce n'est pas de l'audit critique, mais une démarche plus générale d'observation : le but n'est pas forcément d'analyser mais de regarder ce qui se passe le plus objectivement possible. »

Cinq mois après leur départ, au vu de leur travail exposé sur le site de l'association (www.justeplanete.org), François Fatoux, délégué général de l'Observatoire de la responsabilité sociétale des entreprises (ORSE), jugeait la démarche originale parce qu'elle consistait à appréhender des sujets très différents et que les approches du terrain étaient très diverses. Mais regrettait cependant que les sujets ne soient qu'effleurés « sans vraiment rentrer dans le vif ». Au bilan, la tendance se confirme. A travers les initiatives étudiées apparaissent des problématiques intéressantes de respect de l'environnement (« La pollution à Bombay : les Verts s'en mêlent »), de besoins d'éducation (projet de l'association pour un sourire d'enfant [PSE] à Phnom Pehn, Cambodge), d'aide au développement (Le « coup de pouce » du Fonds de développement du secteur privé du Mékong [MPDF] aux entrepreneurs vietnamiens), de

réalités sociales et culturelles complexes (rencontre avec une tribu Tswana d'Afrique du Sud). Mais si les trois jeunes gens ont pu ainsi revenir sur bon nombre d'idées préconçues, et si leurs contributions sont nombreuses, elles restent souvent peu fouillées, comme celles d'un carnet de route illustré. « Bien sûr, ce n'est pas du travail de professionnels et on peut regretter que ces missions soient confiées à des étudiants. Mais, à leur niveau, ils ont été honnêtes et sérieux, reconnaît Alice Audouin, directrice marketing chez Novethic. Ils ont essayé de diagnostiquer avec intégrité les enjeux et ont alimenté le site Internet tout au long du voyage. »

Déjà du marketing ?

Après le soutien apporté à Juste Planète, Novethic aurait reçu une dizaine de demandes d'aide pour des initiatives taillées sur le même modèle. « Juste Planète nous avait intéressé car c'était, pour nous, la première initiative de ce genre, mais la prolifération de ces projets est inquiétante, réagit Alice Audouin. C'est toujours le même schéma : cocktail médiatique, petites actions sympathiques, aucune garantie sur ce qu'il en sera fait au retour et pas de

comparaison possible avec un travail de professionnel. » Les voyages autour du monde sous la bannière du développement durable seraient donc déjà une mode, avec cette caractéristique : « Ce sont presque toujours des camarades de promotion des meilleures écoles françaises, ce qui traduit l'absence de réflexion en amont sur la mixité sociale et culturelle, à l'opposé de la démarche de développement durable. Pourquoi pas des étudiants en géographie, en sociologie?... J'ai peur que ce soit devenu du marketing... », conclut la directrice marketing.

De retour en France, les « Juste Planète » doivent rendre leur rapport aux entreprises partenaires. Thomas Busuttil, délégué au développement durable chez PPR, qui les a rencontrés, a surtout été intéressé par « la fraîcheur de leur regard et leur force de proposition ». Il explique : « Le commerce équitable appliqué au secteur du textile ou de l'ameublement serait une piste. L'un d'eux, en particulier, réfléchit à un projet basé sur la filière

du textile. C'est compliqué car il faudrait contrôler la production, la fabrication et les prix au final. Mais cela nous intéresse. »

Les trois globe-trotters avaient annoncé, pour leur retour, une série de conférences dans les grandes écoles et universités afin de faire partager leur expérience. En guise d'apéritif, la première a eu lieu à la Faculté fédérale de Rio de Janeiro, face à un public d'étudiants critiques. Avec, en toile de fond, il fallait s'y attendre, l'inégalité des rapports Nord-Sud : « Des étudiants du Nord qui viennent expliquer à des étudiants du Sud ce que font les entreprises occidentales dans le domaine

Pour « améliorer le système », ils envisagent de monter une structure de commerce équitable.

du développement durable, c'est dur. Eux étaient davantage sur une ligne altermondialiste, racontent Ghislain et Sébastien, alors que nous ne nous y retrouvons pas. Ce discours est nécessaire, mais ce n'est pas le nôtre. Notre position est plutôt celle de l'action, celle d'améliorer plutôt que de lutter contre le système. »

Pour début de preuve, le premier projet professionnel qu'ils envisa-

gent de monter est une structure de commerce équitable. D'ailleurs, au cours de leur voyage, ils ont rencontré les producteurs alternatifs d'Amazonie brésilienne dont Alter Eco, créé par Tristan Lecomte, qui importe et distribue des produits dans l'esprit du label Max Havelaar. « On préfère changer des choses en montant notre propre structure avec notre conception du commerce équitable, plutôt que de rafistoler des vieilles machines, même si ces vieilles machines nous ont servi pour apprendre », expliquent Sébastien et Ghislain. S'ils allaient jusqu'à concrétiser ce projet, leur voyage aurait au moins servi à prouver que la réalité du terrain peut parfois ébranler le formatage des grandes écoles aux méthodes de marketing et aux logiques de gestionnaires éloignées des préoccupations sociales.

Les trois garçons finissent par reconnaître que, « sur place, les projets ne correspondent pas toujours à la communication qui en parle à Paris ». « Sur place, ajoute Albane, les choses sont bien plus complexes. Cette prise de conscience est un début. Dominique Martinez

1. Une filiale de la Caisse des dépôts.
2. www.novethic.fr