



1. Développement durable

2015: l'année de tous les défis!

Par Isabelle Weenez

«La RSE est un concept dans lequel les entreprises intègrent les préoccupations sociétales (antérieurement on disait «sociales» en restant proche de la traduction de l'anglais «social» mais la Belaique a tranché et opté pour le terme «sociétal»), environnementales et économiques dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties prenantes sur une base volontaire.» Ce concept n'est pas vraiment neuf vu qu'il est apparu dans les années '60 face à une volonté de mieux prendre en compte les conséquences environnementales et sociétales résultant des activités des entreprises que leurs responsabilités. Par contre, il s'inscrit aujourd'hui dans le contexte d'une actualité brûlante en ce qui concerne son volet «durable» avec le risque du réchauffement climatique qui nous menace tous. Il n'est plus temps de tergiverser: la situation climatique mondiale a en effet atteint un niveau de dangerosité tel que toutes les

industries et toutes les entreprises se doivent d'agir maintenant et pleinement. un message que nombre d'entre elles ont d'ailleurs bien compris puisqu'elles ont désormais



intégré le développement durable au sein même de leur politique d'entreprise. Notons à ce propos que la RSE peut constituer pour les entreprises un véritable moteur de motivation et d'action, tant pour le personnel que pour les clients: certaines entreprises choisissent d'ailleurs un engagement plus profond et des défis plus lourds, tant sociaux qu'économiques ou qu'environnementaux parce que, fortement conscientisées, elles

souhaitent faire le maximum pour contribuer à protéger et construire le monde de demain. Dans cette voie, la volonté d'une économie mondiale neutre en carbone constitue un objectif majeur et aucun n'effort ne sera de trop pour y arriver. Mais, ce contexte urgent du durable ne doit cependant pas faire négliger les deux autres volets de la RSE qui sont le social et l'économique, parce qu'eux aussi sont fondamentaux.

COP21 ET LES ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX

Après deux semaines de négociations, l'«Accord de Paris» tant attendu est enfin signé par les 195 pays présents lors de la Conférence des Nations Unies sur les changements climatiques. Cet accord est véritablement décisif car il doit permettre de lutter contre les changements climatiques qui mettent la planète en danger. L'objectif majeur est la réduction des GES (gaz à effet de serre) dont





© Maxime Bvttiebier



IKEA

les émissions atteignent aujourd'hui des sommets encore jamais atteints, et qui nuisent directement au climat provoquant un dangereux réchauffement. En 2009, il a été décidé de tout faire afin de limiter le réchauffement mondial à 2°C par rapport à la période pré-industrielle mais ce seuil limite est actuellement sur le point d'être franchi ... Aujourd'hui, en 2015, on enregistre déjà une hausse de température de +0.85°C et, sans l'application d'une politique climatique stricte, cette hausse pourrait bien atteindre les 4.6°C d'ici 2100 avec les conséquences suivantes: hausse du niveau des mers, perturbations climatiques extrêmes, perte d'au moins 30% de la biodiversité terrestre (à noter que de nombreuses espèces terrestres particulièrement mobiles se sont déjà déplacées vers le nord) mais aussi de la biodiversité marine (en raison de l'acidité grandissante de l'eau des océans), chute du rendement agricole et par conséquent insécurité alimentaire.... La hausse du niveau des océans pourrait

atteindre 1m en 2100, ce qui impacterait 400 millions d'humains qui vivent actuellement sous ce niveau! Voilà pourquoi, si nous voulons empêcher le pire de se produire, il est indispensable de réduire d'au moins 40% les émissions de GES pour bloquer le réchauffement climatique en-dessous des 2°C. L'idéal, bien sûr, serait d'arriver à développer une économie mondiale neutre en carbone: cela ne se fera pas en un jour mais les entreprises, le monde économique et le monde politique travaillent ardemment.

ENTREPRISES: AUDACE, COURAGE, ÉVOLUTION ET INNOVATION

Afin de s'inscrire comme pleinement durable, notre société doit avoir le courage de se remettre en question et de se transformer afin de répondre aux attentes nouvelles qui lui sont faites. Et l'urgence est devenue telle que le monde doit rapidement changer, et profondément, s'il veut survivre! Ainsi, 2015 et les années

qui suivent vont véritablement être des années clés pour l'histoire et la survie même de l'humanité.

En ce qui concerne les entreprises, celles-ci ont un rôle important et fondamental à jouer, elles qui partagent les causes de la catastrophe climatique, notamment via la libération de GES lors des processus de production: elles se doivent donc de revoir leurs modes de fonctionnement, de production, de gestion, de création, ... afin de définir la politique la plus durable possible. Elles ne doivent pas hésiter à faire œuvre de pionnier et à renverser les choses établies afin d'avancer de façon toujours plus durable. Pour parler de la Belgique, parce que toutes les entreprises mondiales n'ont pas atteint le même stade de conscientisation/réaction (songeons à la Chine), les entreprises se montrent réactives et l'engagement durable s'accélère et se fortifie mais la pression ne doit surtout pas être relâchée si l'on vise, à terme, une économie neutre en carbone.

FLANDRIA: «RESPONSIBLY FRESH»



Le label de développement durable «*Responsibly Fresh*» est une initiative de l'Association des coopératives horticoles belges qui regroupe des producteurs de fruits et légumes et leurs coopératives de producteurs. Les objectifs sont: une culture économiquement responsable et la commercialisation de produits qualitatifs, une utilisation optimale des moyens de production et la limitation des effets secondaires indésirables, le respect des aspects sociaux et sanitaires. «*Les commerçants et les consommateurs qui achètent et consomment des produits portant ce label souscrivent à la recherche d'une amélioration de la durabilité dans le secteur des fruits et légumes et la stimulent*». Chaque coopérative de producteurs a souscrit à une charte d'entreprise durable, proposée et contrôlée par des organisations externes.



La pêche durable: une priorité pour la marque Impérial

Le problème de la surpêche est aujourd'hui devenu aigu: de nombreuses espèces de poissons sont menacées de disparition. Les méthodes de pêche sont également mises en cause (sondeons aux dauphins pris dans les filets), de même que certaines méthodes d'élevage qui se positionnent pourtant comme des alternatives à la pêche. Le monde marin est vraiment en danger et il est devenu vraiment indispensable aujourd'hui de mener une politique de pêche durable à l'échelle mondiale.

Marque 100% belge et familiale, dont les produits sont bien connus des consommateurs comme «ce que la mer fait de mieux». Impérial se veut une marque pionnière, fidèle à ses valeurs (qualité, authenticité, origine) et affichant un fort engagement durable. Lors d'un dossier «conserves de poisson» publié dans Distribution d'aujourd'hui en 2011, Impérial déclarait: «Notre priorité en matière de poisson est la pêche durable. Nous avons d'ailleurs toujours été à la pointe des initiatives au niveau

de la durabilité. Ainsi, par exemple, depuis des années, nos boîtes de thon affichent le label «Dolphin Safe» qui garantit que la pêche s'est réalisée avec des filets n'entraînant pas ces mammifères marins.»



Connaissant très bien le monde marin, Impérial souhaite contribuer à sa préservation, notamment en réalisant une sélection premium rigoureuse des produits de la pêche. C'est pourquoi, elle ne travaille plus que des poissons sauvages, qui sont généralement mis en boîtes directement après leur prise, et avec un maximum de produits de la mer issus de la pêche durable: il s'agit de produits de la mer porteurs des labels MSC («Marine Stewardship Council»), FOS («Friend of the Sea») ou «Dolphin Safe», qui promeuvent

des pratiques de pêche respectueuses des stocks de poissons et protectrices des écosystèmes marins. Impérial n'hésite pas à déclarer: «Nous boycottons les pêches qui sont nuisibles, notamment aux animaux protégés». Certains des thons Impérial sont pêchés en «pole and line», selon une méthode de pêche traditionnelle responsable socialement et environnementalement: les poissons sont pêchés un par un, ce qui garantit une gestion plus durable des stocks de thons et provoque moins de prises accidentelles, tout en donnant une opportunité d'emploi et de revenus aux petites pêcheries plutôt qu'à de grands groupes. Toutes ces préoccupations contribuent à la pérennité et au succès de la première marque nationale dans la distribution belge.

Soulignons encore qu'Impérial ne s'arrête pas là parce que son engagement durable se porte également en faveur de la «terre» dans le cadre, notamment, d'une réduction de production de déchets qui contribue au projet de Fost Plus.





Ce que la mer fait de mieux®



... DANS UN NOUVEAU LOOK

Avec «Origin Green». l'Irlande signe un projet durable pionnier

C'est en 2012 que cet ambitieux projet à dimension durable a été développé à l'initiative de Bord Bia, l'agence agroalimentaire irlandaise pour l'alimentation, afin de permettre aux éleveurs, producteurs et transformateurs de produits alimentaires et de boissons d'inscrire leur production dans le cadre d'une démarche durable associée à un engagement qualitatif supérieur. «Ce programme durable est totalement innovant. Il n'existe en effet aucun pays présentant un tel engagement dans un programme de développement durable national si complet et fondé sur des données probantes», explique Noreen Lanigan, Directrice de Bord Bia en France, qui poursuit: «Il s'agit véritablement d'un nouveau «contrat avec la nature» qui est en train de se concrétiser en Irlande». Effectivement, 481 entreprises représentant quelque 85% des exportations irlandaises, ont déjà signé la «Charte Origin Green». «D'un bout

à l'autre du pays, des fonds marins aux champs, nos membres Origin Green sont toujours plus nombreux



à se mobiliser pour développer des méthodes de travail plus rigoureuses qui, d'ici 2016, mèneront 100% des exportations agroalimentaires de l'Irlande vers le développement durable». Et l'on sait combien celui-ci est devenu important aujourd'hui tant pour les fournisseurs que les distributeurs et ensuite les consommateurs. Origin Green vise des améliorations sur le long terme en matière d'empreinte carbone, de consommation

d'énergie et d'eau, de réduction des déchets, de protection de l'environnement et de la biodiversité, ...

Ainsi, les fabricants et distributeurs qui font le choix de collaborer avec des membres d'Origin Green ont la garantie que ceux-ci travaillent durablement, notamment grâce à un programme totalement inédit de «mesure de durabilité» pour tout le secteur agroalimentaire irlandais. Depuis 2011, ce système mesure, de façon effective et constructive, le «comportement durable» des entreprises en matière d'empreinte carbone, de consommation d'eau, ... mais aussi de bien-être animal, de biodiversité et de développement durable social.

Bord Bia vient de publier son premier rapport de résultats «Origin Green» (www.origingreen.ie/sustainability-report) qui met notamment en avant trois objectifs clés: une économie d'énergie de 12 millions d'euros d'ici 2017, une réduction de 14.000 tonnes de déchets d'ici 2017 de même qu'une diminution de consommation d'eau de 17 millions d'euros d'ici 2017. Etant donné que ces estimations ont été définies sur la base des 122 entreprises avant déjà été validées, elles devront certainement être revues à la hausse car, d'ici 2017, de très nombreuses entreprises irlandaises auront rejoint ce projet pionnier.





En harmonie
avec la nature

L'Irlande a un nouveau contrat avec la nature.



Origin Green, le programme national de développement durable irlandais, aide les entreprises comme la vôtre à mettre leurs stratégies de développement durable en pratique. Il apporte la preuve essentielle que les aliments et les boissons que vous achetez sont produits de manière durable.

En travaillant avec les entreprises membres du programme Origin Green, vous serez ainsi sur la bonne voie. Vous atteindrez vos objectifs en matière de développement durable au sein de votre entreprise tout en protégeant les ressources limitées de la planète pour les générations à venir.

Bord Bia
Irish Food Board



oriainareen.ie/fr

Bord Bia, Maison d'Irlande, 33 rue de Miromesnil, 75008 Paris, Tel: + 33 1 42 66 22 93

2. Commerce équitable.

partie intégrante de la RSE



Fairtrade

Par Isabelle Weenez

Le concept international du commerce équitable se base sur trois piliers complémentaires: le développement durable, le social et l'économie. Le commerce équitable vient ainsi en aide aux producteurs, cultivateurs, organisations du Sud afin de leur assurer une juste rémunération pour leur travail leur permettant de mener une vie digne tout en leur permettant d'envisager un avenir. En parallèle, le commerce équitable lutte pour que la production soit durable et l'environnement protégé, tout en garantissant des conditions commerciales équitables pour tous les maillons de la chaîne. Fairtrade est donc bel et bien du commerce mais du «commerce responsable et durable»: «Le principe fondamental est «Trade not aid», c'est-à-dire «du commerce et non pas de la charité»».

LE PILIER SOCIAL

Regroupés en associations ou organisations démocratiques, les cultivateurs et petits producteurs du Sud

deviennent solidaires et plus forts et peuvent dès lors mieux investir, mieux négocier et obtenir de meilleurs prix de même qu'un meilleur accès au commerce mondial. A ce niveau, Fairtrade agit uniquement dans les pays du sud en encourageant les producteurs dans leurs démarches: information, formations, soutien, primes, ... contribuent à aider les producteurs à avancer dans cette voie. Fairtrade encourage d'ailleurs vivement les paysans et producteurs du Sud à se regrouper au sein de coopératives afin de disposer de plus de crédibilité et de plus de moyens, de financement, entre autres.

LE PILIER ENVIRONNEMENTAL

Pour ce pilier, l'intervention de Fairtrade se fait double: d'une part, Fairtrade travaille dans les pays du Nord afin de faire comprendre aux consommateurs l'importance de consommer durablement (manger local et de saison, notamment) et

équitablement (pas au détriment de producteurs financièrement ébranlés parce qu'injustement rémunérés) et, en ce qui concerne les produits non locaux et non de saison mais qui sont désormais consommés de façon régulière dans les pays du Nord et qui sont donc, pour ainsi dire, devenus «vitaux» pour les consommateurs du Nord (café, thé, chocolat, bananes). Fairtrade leur propose d'offrir pour des alternatives durables garantissant que, pour leur production, l'environnement a été sauvegardé et que les producteurs ont reçu une juste rémunération. A ce propos, signalons que les producteurs du Sud qui travaillent avec Fairtrade signent une charte qui conditionne leur production en imposant, entre autres, l'interdiction des OGM et pesticides dangereux, des pratiques agricoles saines respectueuses de la nature, un comportement responsable en ce qui concerne l'utilisation de l'eau, une gestion intelligente des déchets.... Enfin, en ce qui concerne le traitement de

LES CHIFFRES DU FAIRTRADE DANS LE MONDE

- 1.4 million de producteurs et de travailleurs
- 70 pays producteurs
- 61% de producteurs en Afrique
- 1.139 organisations dont 52% en Amérique latine; dont 79% d'organisations de petits producteurs et 19% de plantations
- produits les plus importants: café, bananes, cacao, fleurs (89%)
- 51% des produits sont également bio
- 96 millions de primes en 2013

LES CHIFFRES DU FAIRTRADE EN BELGIQUE

- 93% des Belges ont confiance dans ce label
- 78% connaissent le logo Fairtrade
- 40% achètent des produits Fairtrade chaque mois
- plus de 1.600 produits Fairtrade disponibles
- volume total des produits Fairtrade en 2013: 21.277 tonnes pour une valeur commerciale totale de 100 millions d'euros
- dont 9.064 tonnes de bananes: en progression de + 20%; une main de bananes passe en caisse toutes les 3.5 minutes
- dont 2.098 tonnes de sucre: 4 kg de sucre vendu par minute
- dont 1.533 tonnes de café: 7 tasses de café vendues par seconde
- dont 721 tonnes de chocolat



Fairtrade

ces productions qui doivent voyager du Sud au Nord, ceux-ci s'effectuent désormais par bateau pour réduire l'empreinte écologique.

LE PILIER ÉCONOMIQUE

La réussite du label Fairtrade réside également dans le fait que Fairtrade est capable de proposer un prix qui permet d'une part de couvrir le prix d'un produit réalisé de façon durable et d'autre part de libérer en plus des primes à destination soit des producteurs soit de leur communauté.

Enfin, au-delà de la certification établie sur le respect de ces trois piliers fondamentaux, Fairtrade se préoccupe également d'autres problèmes connexes et mondiaux tels que le travail des enfants (selon l'OIT, «*Organisation Internationale du Travail*», quelque 168 millions d'enfants travaillent dans le monde et ce parfois dans des conditions inhumaines voire dangereuses). Fairtrade veille d'ailleurs à ce que le travail des enfants soit interdit pour la production de produits Fairtrade, à l'exception d'un travail dans le cadre familial et uniquement si l'enfant poursuit en parallèle sa scolarité et peut encore disposer d'un peu de temps libre...

FAIRTRADE ET LE RÉCHAUFFEMENT CLIMATIQUE

Fairtrade ne peut évidemment pas rester sans réagir face au danger du

réchauffement climatique dont les effets se font de plus en plus sentir, principalement dans les pays en développement du Sud: la hausse des températures provoque d'ores et déjà des dérèglements climatiques, précipitations plus fréquentes et plus abondantes, et donc inondations plus fréquentes, avec, en parallèle, des périodes de sécheresse accrues. Les producteurs constatent déjà une diminution de leur productivité et la situation n'est pas actuellement en voie de s'améliorer: plusieurs études récentes prévoient que, d'ici 2050, la productivité du café, du cacao, du thé, du coton risque de chuter, et la production dans certaines régions court même le risque de carrément disparaître.

En 2015, Fairtrade International a lancé le «*standard climatique Fairtrade*» dont le concept est très simple: «*les organisations de producteurs initient des*

projets grâce auxquels elles génèrent des crédits-carbone Fairtrade. Ces crédits, elles les vendent à des entreprises désireuses de neutraliser l'empreinte de leurs produits Fairtrade sur le climat. Avec les bénéfices engendrés, les organisations peuvent ensuite investir dans d'autres activités d'adaptation au changement climatique. De cette manière, nous préservons le lien entre les entreprises et les organisations du Sud et chaque maillon dans la chaîne d'approvisionnement prend ses responsabilités. Tout le fonctionnement des crédits-carbone est certifié Fairtrade.»

C'est donc dans le cadre de cette politique de lutte contre les effets du changement climatique, que Fairtrade a décidé de lancer des produits équitables également neutres pour le climat.



Fairtrade

Fairtrade lance des produits neutres pour le climat



Fairtrade

Lorsqu'un producteur cultive, transforme, fabrique, torréfie, il utilise de l'énergie, ce qui produit des émissions de CO₂: grâce aux hautes technologies d'aujourd'hui, on peut réduire ces émissions mais pas totalement. Une solution alternative intelligente a donc été développée, la compensation carbone: le producteur achète l'autorisation de réaliser ailleurs que dans son entreprise la réduction de CO₂ équivalente. Ainsi, un produit qui se veut «*neutre en carbone*» est issu d'un processus qui, grâce à la réduction carbone associée à la compensation carbone, n'a aucun impact sur le climat. Selon les scientifiques, le réchauffement de la planète aura également un impact négatif sur la production mondiale de café, de thé, de cacao... ce qui est très inquiétant, tant pour les producteurs que les consommateurs. Voilà pourquoi certains producteurs ont décidé de réagir en s'engageant avec force au profit du

développement durable: d'une part en intégrant celui-ci au sein de leur entreprise, et à tous les niveaux, d'autre part en s'associant avec des partenaires tels que Fairtrade, Rainforest Alliance, ... qui peuvent leur apporter le soutien nécessaire dans cette démarche.

Parmi ces producteurs, les torréfacteurs Bevers et lava, qui ont tous deux développé un café non seulement Fairtrade, mais également neutre pour le climat, et qui ont profité de la COP21 à Paris pour le lancer. Partenaires dans ce projet, les deux torréfacteurs ont réalisé le calcul de leurs émissions de CO₂ tout au long de la chaîne, depuis la culture et la production jusqu'à la distribution, pour ensuite travailler à la réduction de ces émissions puis ensuite à la compensation en crédits-carbone Fairtrade pour les émissions résiduelles. Depuis 2008, le torréfacteur Bevers travaille

activement au calcul ainsi qu'à la réduction de ses émissions de CO₂. Depuis juillet 2015, ses marques de café Bevers, Fort et Metropole, sont climatiquement neutres et, en cette fin 2015, Bevers s'est également engagé dans des projets climatiques Fairtrade. Quant à lava, le développement durable fait véritablement de sa culture d'entreprise et, depuis le début des années '90, lava collabore avec Fairtrade. En 2000, le torréfacteur a également signé un accord de partenariat avec Rainforest Alliance. Enfin, en 2012, lava a ouvert une toute nouvelle installation de torréfaction dans l'aménagement de laquelle tout a été conçu selon les trois piliers du développement durable.

Dès 2016, d'autres produits Fairtrade deviendront également neutres pour le climat: c'est une très belle avancée qui s'inscrit dans une démarche prometteuse.

Fairtrade



Maintenant chez Beyers:

**Le café, Fairtrade
et neutre en CO2 !**



**Nous sommes très fiers de vous présenter
notre premier café Fairtrade neutre pour le climat.**



Un mélange Espresso exquis
à l'arôme corsé et Fairtrade
Belgium certifié.

Un Espresso exquis et équitable,
respectueux de l'environnement
et des agriculteurs,
neutre pour le climat.

**Un café qui fait
vraiment du bien!**



ET SI VOUS AUSSI. VOUS DEVENIEZ COOPÉRATEUR CHEZ FAIREBEL ?

À l'heure où l'épargne est plutôt morose et où les démarches ne sont pas toujours à la hauteur des enjeux de demain, Fairebel vous propose d'investir dans sa coopérative. De quoi prendre une part active dans un projet positif et innovant.

Savez-vous ce qu'il se cache derrière votre marque de lait à la vache noir-jaune-rouge ? Plus qu'une simple coopérative agricole, une réelle réponse, positive et innovante, à un enjeu de société. Consommer les produits Fairebel, c'est en effet non seulement soutenir vos producteurs laitiers,

mais c'est aussi consommer local et investir dans une agriculture durable et respectueuse de l'environnement. Fairebel, c'est un projet gagnant sur toute la ligne, pour vous comme pour nous, en atteste le succès de notre lait et la récente mise sur le marché d'une nouvelle gamme de produits fromagers sans OGM.

DEVENIR COOPÉRATEUR. UN INVESTISSEMENT SOLIDAIRE ET RESPONSABLE

Afin de continuer son développement tout en garantissant sa ligne de conduite, équitable et durable, la coopérative Faircoop - agréée par le Conseil National de la Coopération - lance aujourd'hui un appel public à l'épargne, sous la forme de souscription de parts de coopérateurs. Vous aussi, citoyens consommateurs, vous pouvez de-

venir coopérateur Fairebel ! En investissant, vous entrez donc dans le capital de l'entreprise. Pour un montant allant de 50 € à 500 €, il vous est possible de prendre des parts dites de type B. À l'heure de l'épargne zéro rendement, vous pouvez soutenir une société belge en plein développement !

QU'AVEZ-VOUS À Y GAGNER ?

Sous réserve de résultat suffisant, l'Assemblée Générale peut décider de distribuer une « rémunération » aux investisseurs, appelée « dividende », de maximum 6 % de l'investissement de départ. Pour les coopérateurs de type B, c'est-à-dire vous, ce dividende sera payé sous forme de ristourne sur des produits de la marque.

Mais dans une société coopérative comme la nôtre, votre participation au capital prend également





une seconde dimension qui dépasse les seuls aspects financiers. En effet, en tant que coopérateur, vous pourrez participer aux décisions de la société, sous le principe un homme/une voix à l'assemblée générale, son organe de décision principal. Etre coopérateur, c'est donc soutenir une activité économique tout en pouvant prendre réellement part au projet d'entreprise.

Y A-T-IL UN RISQUE ?

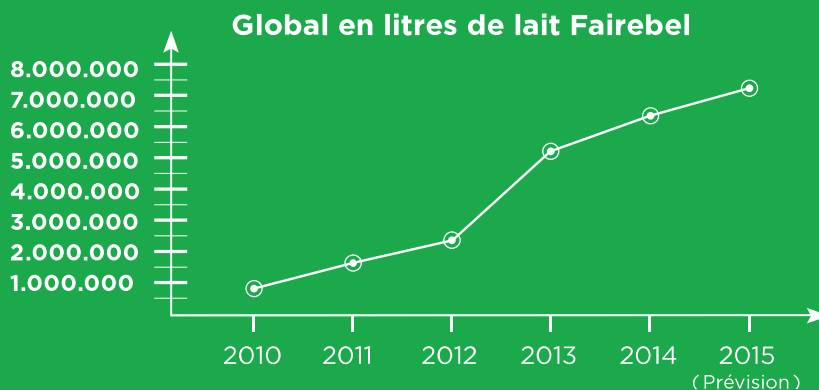
Placer son argent dans une société coopérative représente effectivement un risque : l'argent investi est perdu en cas de faillite. Rassurez-vous : Faircoop a démontré, au fil des années, une saine évolution financière et s'appuie sur des perspectives encourageantes de développement. Si le risque existe bel et bien, il nous semble néanmoins

modéré. Qui plus est, en tant que membre de l'assemblée générale, vous êtes également partie prenante des décisions.

Vous souhaitez nous rejoindre dans cette belle aventure ? Rendez-vous sur **WWW.FAIREBEL.BE**, vous y trouverez toutes les informations nécessaires ou appelez dès à présent notre secrétariat au 080/44.77.26.



LA SUCCESS STORY FAIREBEL DEPUIS 2010



Lait entier qui respecte le cycle de la nature, lait demi-écrémé au bon goût du lait et lait entier chocolaté: avec le label équitable Fairebel, il n'y a rien de meilleur pour aider nos agriculteurs.

De faire melk
Le-lait équitable
Die faire Milch

