



Consommation : Industrie agroalimentaire

Cadre d'analyse développement durable



Auteur : Francesca Suarez

Secteurs : Ingrédients ; production ; transformation et distribution de tabac, d'aliments et de boissons ; restaurants ; vente au détail de produits alimentaires

Écrit le : 29 janvier 2018

La planète prend du ventre. En 2016, plus de 39 % des adultes étaient en surpoids et 13 % étaient obèses (OMS, 2017). Cette épidémie n'est plus limitée aux pays à revenu élevé : les taux de surpoids et d'obésité progressent dans les pays à revenu faible et intermédiaire, surtout chez les enfants. L'obésité infantile est encore plus préoccupante étant donné qu'elle est associée à des risques accrus de diabète, de handicap et de décès prématuré à l'âge adulte. Parallèlement, la dénutrition demeure un problème mondial. Cette situation donne à l'industrie des opportunités de croissance et d'amélioration de son impact social. Les entreprises peuvent tirer parti de leur expérience pour proposer des produits alimentaires sains, abordables et hautement nutritifs tout en sensibilisant davantage à l'importance d'une alimentation saine et équilibrée. En outre, la chaîne d'approvisionnement agricole mondiale fait peser des menaces majeures sur l'environnement et sur la société. La nécessité de nourrir une population croissante entraîne des conséquences telles que la déforestation et des violations des droits de l'homme au sein des exploitations agricoles.

L'industrie du tabac est également comprise dans ce secteur. L'épidémie de tabagisme constitue l'une des plus importantes et des plus graves menaces pour la santé publique au niveau mondial. Avec 12 % des décès mondiaux chez les adultes (>30 ans) imputables au tabac, la contribution négative du tabac au développement durable est indiscutable. Alors qu'au niveau mondial les États ratifient et mettent en place la convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac afin de réduire la demande de tabac, les entreprises du secteur sont contraintes de réfléchir à leur place dans la société et le rôle qu'elles voudraient y jouer.

Enjeux majeurs de développement durable pour le secteur

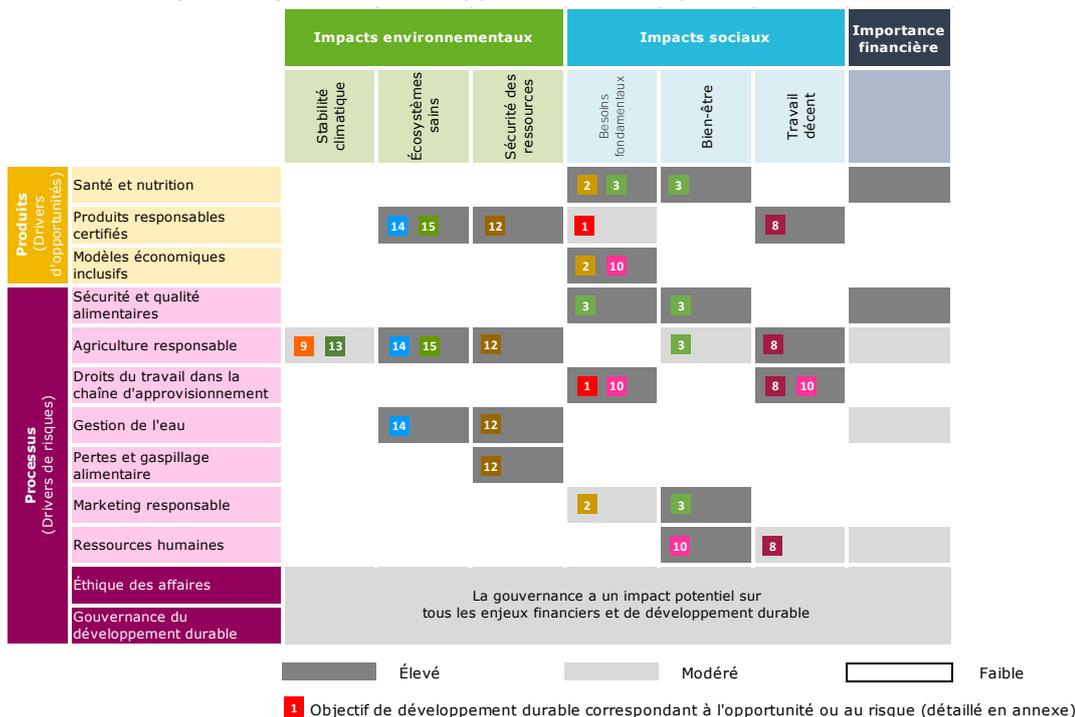




Table des matières

Opportunités de développement durable	4
Santé et nutrition	4
Produits « développement durable » et certifiés « développement durable »	11
Modèles économiques inclusifs	14
Exposition aux opportunités	15
Risques environnementaux et sociaux	16
Sécurité et qualité des produits alimentaires	16
Agriculture durable	19
Droits du travail dans la chaîne d'approvisionnement	20
Gestion de l'eau	21
Pertes et gaspillages alimentaires	22
Marketing responsable	23
Ressources humaines	24
Éthique des affaires	25
Gouvernance du développement durable	25
Evaluation des risques	26
Distribution des opinions	27
Conclusion	28
Objectifs de développement durable	29
Sources	30

Opportunités de développement durable

E/S Santé et nutrition

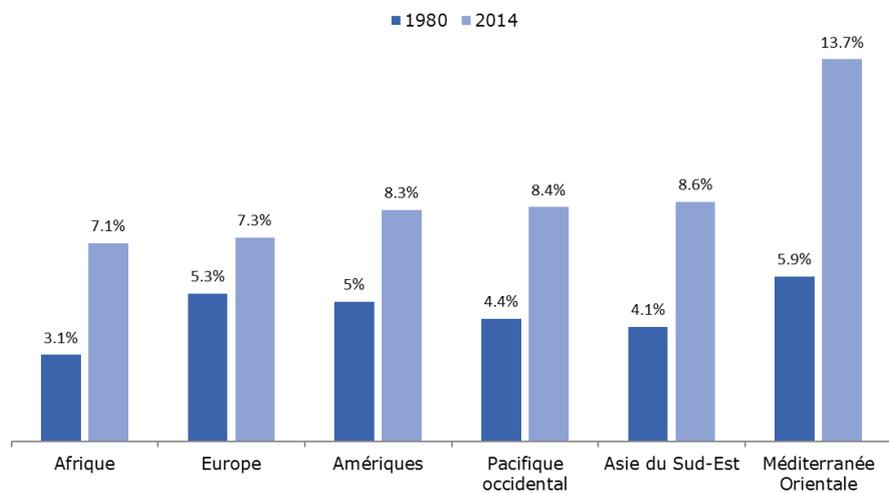
L'augmentation du nombre de personnes obèses ou en surpoids est le signe d'une épidémie mondiale. D'après la Fédération internationale du diabète, le diabète et l'obésité sont les enjeux de santé publique les plus importants du 21^e siècle. Les études montrent qu'il existe un lien établi entre l'obésité et le diabète de type 2, cette maladie étant la conséquence d'une surcharge pondérale et de l'inactivité physique. Néanmoins, il existe des approches efficaces de prévention du diabète de type 2, notamment des mesures en faveur d'une alimentation saine pour tous. Le diabète de type 2 représente la majorité des cas de diabète recensés dans le monde (OMS, 2016).

1,6 million de

décès étaient directement imputables au diabète en 2015

(OMS, 2017)

Figure 1 : Prévalence mondiale du diabète



Source : Mirova / (OMS, 2016)

Entre 2 et 8 %

du budget de la santé des pays européens sont directement consacrés à la lutte contre l'obésité

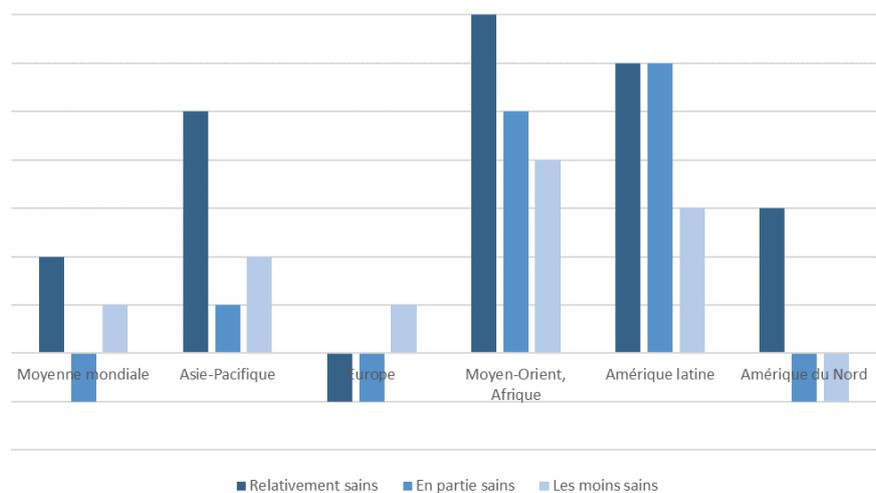
(World Obesity Federation, 2017)

Afin de lutter contre cette épidémie croissante, les États s'efforcent de trouver des moyens d'inciter la population à adopter des modes de vie plus sains, notamment par l'alimentation. Les mesures mises en place à cette fin incluent les taxes sur certains ingrédients ajoutés et l'étiquetage nutritionnel obligatoire. Par exemple, la taxe sur les produits sucrés consiste pour les pouvoirs publics à ajouter une taxe sur les produits alimentaires et les boissons, basée sur la quantité de sucre ajouté. Le Mexique, la France, la Norvège, la Finlande et la Hongrie ont déjà mis en place une telle taxe, et de nombreux pays envisagent de suivre leur exemple. Dans certains pays, l'instauration d'une taxe sur les produits sucrés a eu des effets immédiats sur la consommation de produits à haute teneur en sucre, ce qui démontre le risque financier pesant sur les entreprises dont les gammes de produits sont très sucrées. Néanmoins, les effets à long terme de ces taxes sont pour l'instant inconnus. L'étiquetage obligatoire est une autre mesure employée. L'étiquetage nutritionnel étant déjà mis en place, les États étudient désormais la manière de le rendre plus lisible et davantage représentatif du contenu nutritionnel réel des produits alimentaires. Cette démarche rencontre relativement moins d'opposition dans le secteur que la taxe sur les produits sucrés, dans la mesure où elle vise à sensibiliser davantage les

consommateurs plutôt qu'à directement dissuader l'achat de produits. En outre, ce mécanisme aborde également les questions de la teneur en sel et en matières grasses, qui ne sont pas prises en compte par la taxe sur les produits sucrés, mais qui sont également des sujets à controverse pour la santé.

Par ailleurs, il existe une demande croissante de la part des consommateurs pour une alimentation plus saine, comme les aliments frais, naturels, fonctionnels ou peu transformés. Les consommateurs prennent de plus en plus conscience que leur régime alimentaire est un facteur essentiel pour rester en bonne santé, ce qui transparaît dans leurs habitudes d'achat (comme indiqué dans la Figure 2). Par ailleurs, des études démontrent les effets négatifs potentiels de la consommation de produits animaux sur la santé. L'OMS a notamment classé la viande rouge¹ dans le Groupe 2A (probablement cancérigène pour l'homme) et la viande transformée dans le Groupe 1 (cancérigène pour l'homme). Les consommateurs réduisent ainsi leur consommation de viande et se tournent davantage vers les protéines végétales. Plus qu'une simple tendance, la motivation à être en bonne santé et à le rester devrait perdurer, dans la mesure où l'espérance de vie s'allonge et que la conscience des effets à long terme des choix alimentaires s'améliore.

Figure 2 : Variation des ventes entre 2012 et 2014 pour les catégories sélectionnées d'aliments relativement sains², en partie sains³ et les moins sains⁴



Source : Mirova

Le secteur privé ont un rôle à jouer pour contribuer à améliorer la santé de la population. Les entreprises peuvent par exemple répondre à la demande croissante pour des produits plus sains. Les entreprises réagissent en modifiant la composition de leurs produits afin d'en diminuer la teneur en sucre, en sel ou en matières grasses. Même si ces produits reformulés sont

¹ La viande rouge fait référence à tous les types de viande issus des tissus musculaires de mammifères comme le bœuf, le veau, le porc, l'agneau, le mouton, le cheval et la chèvre.

² Aliments relativement sains : eau, boissons à base de produits laitiers, fruits, thé, légumes, yaourts

³ Aliments en partie sains : pain, fromage, céréales, barres de céréales, jus, pop-corn, bretzels

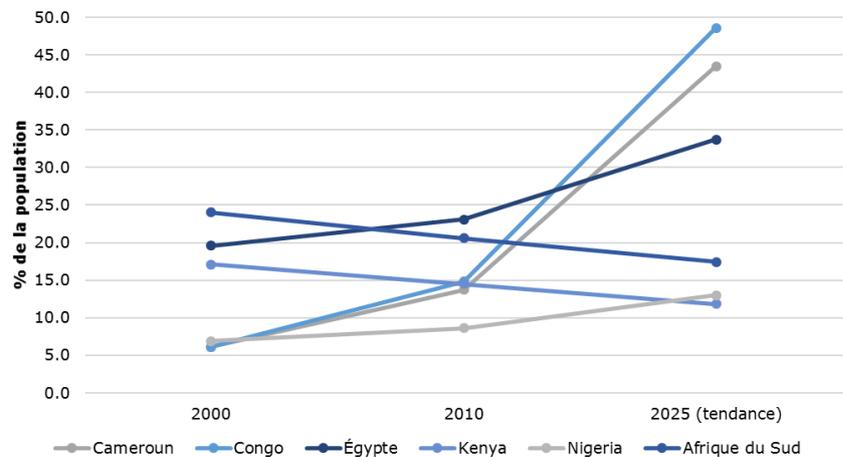
⁴ Aliments les moins sains : boissons gazeuses, chips, chocolat, gâteaux/biscuits

moins nocifs, leur valeur nutritionnelle devrait encore être améliorée afin d’avoir des effets bénéfiques sur la santé des consommateurs. Les entreprises devraient veiller à ce que leurs produits aient des effets bénéfiques sur la santé et la nutrition, à l’exemple des fruits, des légumes et des protéines végétales.

Néanmoins, les entreprises peuvent également impacter négativement la santé par l’intermédiaire des produits qu’elles fabriquent et vendent. Deux types de produits en particulier ont été reconnus comme nuisibles à la santé : le tabac et les boissons sucrées.

Le tabac est l’une des plus grandes et importantes menaces pour la santé publique au monde, car ses effets contrent les progrès accomplis dans le domaine de la santé au cours des dernières années. D’après les estimations de l’OMS, environ 12 % des décès chez les adultes de plus de 30 ans sont attribuables au tabac. Sur environ un milliard de fumeurs dans le monde, 80 % vivent dans des pays à revenu faible et intermédiaire, où le poids du tabagisme est le plus important. En outre, dans certains pays, les exploitations de tabac emploient souvent des enfants issus de familles défavorisées. Ces enfants et les cultivateurs du tabac sont exposés à la « maladie du tabac vert », provoquée par l’absorption cutanée de nicotine lors de la manipulation de feuilles de tabac humides.

Figure 3 Tendances de la prévalence du tabagisme parmi les adultes âgés de 25 à 39 ans dans certains pays d’Afrique, 2000-2025

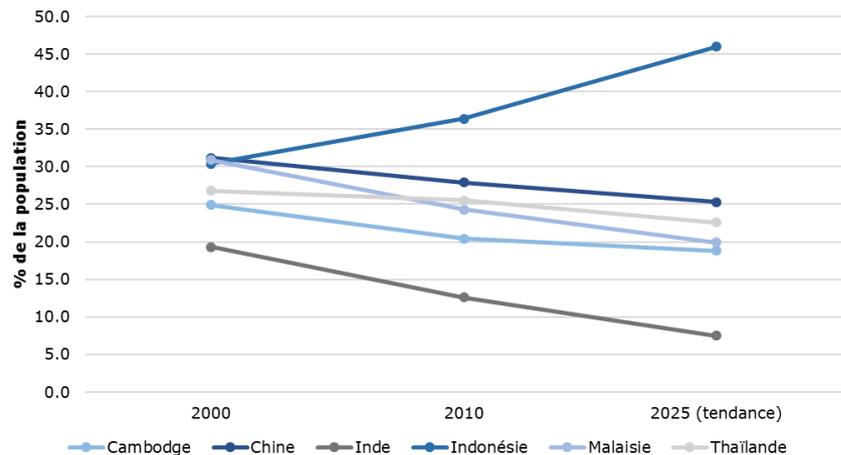


Source : Mirova/ (OMS, 2015)

~6 millions de personnes meurent chaque année des effets du tabagisme actif et passif

(OMS, 2016)

Figure 4 Tendances de la prévalence du tabagisme parmi les adultes âgés de 25 à 39 ans dans certains pays d'Asie, 2000-2025



Source : Mirova/ (OMS, 2015)

La Convention-cadre de l'OMS pour la lutte antitabac (CCLAT) est entrée en vigueur en 2005. Son objectif principal est de protéger les générations présentes et futures des conséquences dévastatrices du tabagisme et de l'exposition au tabac sur la santé, la société, l'environnement et l'économie. La Convention-cadre a été ratifiée par 174 pays, représentant environ 90 % de la population mondiale. Il s'agit d'un texte juridiquement contraignant, en vertu duquel les pays s'engagent à élaborer et à mettre en place une panoplie de mesures de lutte antitabac fondées sur des bases factuelles afin de réglementer l'industrie du tabac, de réduire la demande et de proposer des solutions de remplacement aux producteurs de tabac. Depuis, la lutte antitabac gagne du terrain grâce à des mesures mises en place telles que les emballages neutres, l'augmentation des taxes, les interdictions de la publicité, etc. Néanmoins, la consommation de tabac continue d'augmenter chez les adultes dans les pays en développement (notamment dans certains pays africains et en Indonésie) ce qui montre que la lutte antitabac a encore un long chemin à parcourir.

Les entreprises de l'industrie du tabac jouent un rôle crucial dans la promotion du tabagisme. Il a été dit qu'elles auraient connu bien en amont les effets nocifs du tabagisme sur la santé, mais qu'elles auraient décidé de dissimuler et de nier publiquement cette information (OMS, 1998). Alors que la réglementation se durcit dans les pays développés, réduisant ainsi le nombre de fumeurs, elle reste encore limitée dans les pays en développement où plusieurs entreprises de l'industrie du tabac ont déniché de nouveaux marchés. Les entreprises de l'industrie du tabac ont également étendu leurs activités à d'autres technologies qui permettraient tout de même la consommation de tabac et l'ingestion de nicotine, comme les cigarettes électroniques et le tabac *heat-not-burn* (« le tabac chauffé »). Un consensus sur les effets de ces nouveaux produits sur la santé n'a pas encore été trouvé. Jusqu'à ce qu'un consensus indépendant se dégage, un principe de précaution s'applique, et ces produits sont considérés tout aussi nocifs que leurs prédécesseurs.

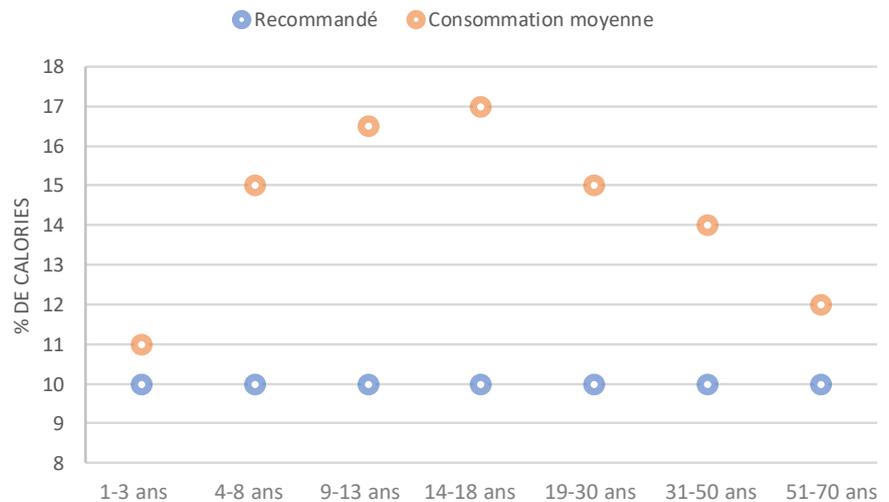
Il a également été démontré que la surconsommation de sucres ajoutés⁵ était néfaste pour la santé, notamment en raison de son lien avec le diabète de type 2 et l'obésité. Des études plus approfondies ont également démontré qu'il existait une corrélation entre un régime alimentaire riche en sucre et des risques plus élevés de mourir d'une maladie cardiaque, même si un lien évident reste à établir (Harvard Health, 2018). Il existe également des liens avec d'autres maladies non transmissibles, comme l'hypertension, la stéatose hépatique non alcoolique ou le syndrome des ovaires polykystiques.

En outre, les sucres ajoutés ne sont pas des éléments nutritifs indispensables à un régime équilibré, et sont en fait utilisés à d'autres fins, notamment en tant qu'exhausteurs de goût ou pour augmenter la durée de vie des produits. L'Organisation mondiale de la santé recommande de ramener l'apport en sucres ajoutés à moins de 10 % de la ration énergétique totale chez l'adulte et l'enfant. Il serait encore meilleur pour la santé de réduire l'apport en sucres à moins de 5 % de la ration énergétique totale. 10 % de la ration énergétique totale correspond à environ 50 grammes de sucre pour un adulte, en fonction de son activité.

Le paragraphe précédent souligne les effets du sucre sur la société, les différentes mesures mises en place par les États pour réduire la consommation de sucre, et les conséquences financières potentielles de ces mesures sur les entreprises du secteur agroalimentaire. Plusieurs régulateurs ont souligné que la taxe sur les produits sucrés constituait un moyen efficace pour réduire la consommation de sucre. La taxe sur les produits sucrés cible notamment les boissons sucrées (d'où le nom de « taxe soda » qui lui est parfois donné). Même si les sucres ajoutés sont présents dans la quasi-totalité des aliments transformés, les boissons sucrées restent la source principale de sucres ajoutés dans l'alimentation. Par ailleurs, la consommation de boissons sucrées est étroitement liée à la prise de poids, car elle vient perturber le système de régulation de l'appétit. Les calories liquides ne sont pas aussi nourrissantes que celles provenant d'aliments solides, ce qui pousse à en consommer davantage, générant ainsi un double impact : non seulement une personne consomme une boisson à base de nutriments qui ne sont pas nécessaires à un régime équilibré, mais cette personne est susceptible d'avaler davantage de calories, car son organisme n'est pas rassasié avec les calories liquides ingérées.

⁵ Les sucres ajoutés, aussi connus sous le nom de sucres libres, sont des sucres ajoutés aux aliments et aux boissons par le fabricant, le cuisinier ou le consommateur, ainsi que les sucres naturellement présents dans le miel, les sirops, les jus de fruits et les jus de fruits à base de concentré.

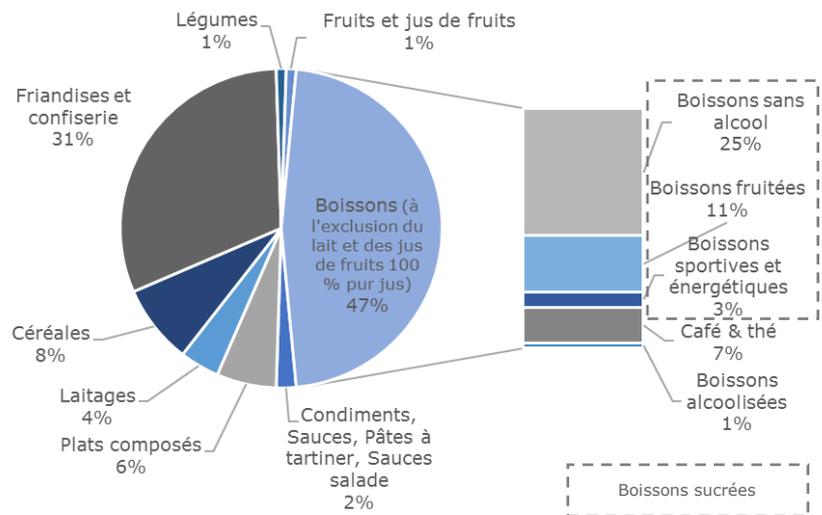
Figure 5 Consommation moyenne de sucres ajoutés en pourcentage de calories par groupe d'âge aux États-Unis par rapport aux lignes directrices de l'OMS



Source : Mirova / (USDA, 2015)

La hausse de l'obésité et du diabète 2 au niveau mondial est depuis longtemps attribuée à la consommation croissante de sucres ajoutés, ce pour quoi les entreprises de boisson sont depuis longtemps pointées du doigt - du fait de la teneur en sucres ajoutés de leurs produits. S'il est vrai que la sédentarité croissante joue également un rôle, les deux facteurs ont grandement contribué à la hausse de l'obésité et des cas de diabète 2. En raison de pressions exercées par le législateur et l'opinion publique, les entreprises ont commencé à œuvrer pour diminuer la teneur en sucres de leurs boissons et commencent à proposer des alternatives à base d'édulcorants faibles en calories, afin de proposer des produits « zéro calorie ». Si la diminution de la teneur en sucres de ces boissons peut réduire leur nocivité, elles resteront cependant nocives tant qu'elles contiendront des sucres ajoutés. Pour ce qui est des produits alternatifs à base d'édulcorants faibles en calories, encore faut-il que ces derniers soient reconnus comme étant meilleurs que les produits classiques d'un point de vue santé. En attendant des résultats plus concluants en la matière, ces produits seront examinés de la même manière que ceux qu'ils visent à remplacer.

Figure 6 : Sources de sucres ajoutés par catégorie d'aliments dans la population américaine (de plus de 2 ans)



Source : Mirova / (USDA, 2015)

Nous recherchons des entreprises avec un positionnement fort sur les axes santé et nutrition, y compris en ce qui concerne les aliments et les boissons issus de l'agriculture biologique, les aliments enrichis, la nutrition médicale, les aliments naturellement sains (e.g. fruits et légumes frais, protéines végétales), les ingrédients naturels (e.g. probiotiques, oméga-3, antioxydants, etc.), ainsi que les ingrédients qui augmentent le pouvoir nutritionnel des aliments. La composition de la gamme de produits des entreprises sera analysée, d'après la proportion de produits qui contribue positivement à une population plus saine et celle qui y contribue négativement.

Les entreprises qui fabriquent et vendent du tabac et des boissons sucrées nuisent à la santé de leurs consommateurs. Par conséquent, les entreprises actives dans la production et la vente de tabac et de boissons sucrées reçoivent une note négative en ce qui concerne les opportunités de développement durable⁶.

Indicateurs clés

- ▶ % de la gamme de produits qui contribuent positivement à l'amélioration de la santé et de la nutrition
- ▶ % de la gamme de produits qui contribuent négativement à la santé
- ▶ % de R&D dédiés à une meilleure exposition à la thématique

⁶ Cette notation s'applique uniquement à la fabrication et à la production de tabac et de produits dérivés du tabac, et ne s'applique pas aux fabricants de composants (p. ex. les filtres).

FOCUS 1 : Alcool

En matière de produits nocifs, l'alcool constitue également une source de préoccupation. La consommation de tabac est dangereuse sous toutes ses formes et doit être réduite, voire éliminée. Le sucre, quant à lui, pose des enjeux différents. Il s'agit davantage de réduire la consommation quotidienne de sucres ajoutés. Le moyen le plus efficace pour y parvenir est de réduire, voire d'éliminer la consommation de boissons sucrées, au regard de leurs caractéristiques. En outre, les deux secteurs présentent des similitudes dans la mesure où ils ont tous deux négligé les effets de leurs produits sur la santé.

La situation est différente pour le secteur de l'alcool. Tout d'abord, le degré de nocivité est fonction de l'usage. L'OMS recommande la création d'un cadre d'un même de promouvoir la consommation responsable d'alcool. En outre, le secteur collabore depuis longtemps avec la société civile afin de promouvoir la consommation responsable d'alcool.

Conformément à la position de l'OMS, Mirova analyse la façon dont les entreprises du secteur de l'alcool prennent en compte les recommandations de l'OMS dans la communication avec leurs clients sur la consommation responsable d'alcool. Les autres mesures que les entreprises peuvent mettre en place pour encourager et promouvoir une consommation responsable sont également étudiées dans l'évaluation de risques de développement durable, dans la section dédiée au Marketing responsable.



Produits « développement durable » et certifiés « développement durable »

La chaîne d'approvisionnement agricole actuelle est à l'origine de nombreux impacts sociaux et environnementaux négatifs, les plus courants d'entre eux étant la déforestation, la dégradation des habitats naturels des animaux, la pollution de l'eau et des sols ainsi que les violations des droits des petits propriétaires exploitants. Les consommateurs prennent progressivement conscience de ces aspects, en partie grâce aux campagnes menées par les ONG concernées et à la couverture médiatique toujours plus importante sur ces questions. Les exemples les plus connus sont les effets de l'industrie de l'huile de palme sur l'habitat naturel des orangs-outans et la présence fréquente d'enfants dans les exploitations de cacao. Par ailleurs, l'opinion publique s'intéresse de manière croissante à la rémunération des petits propriétaires exploitants. Cela a donné naissance à un consommateur de plus en plus conscient et qui souhaite faire en sorte que les produits qu'il achète ne participent pas aux effets négatifs décrits ci-dessus et que les exploitants se trouvant en fin de chaîne soient traités et rémunérés de manière équitable.

Figure 7 : Niveaux de composition « clean label » et croissance des ventes d'aliments et de boissons aux États-Unis par rapport à 2016

Description du label	Vente d'aliments et de boissons par rapport à 2016
Absence de restriction	< 0%
Sans : - ingrédients artificiels (colorants, arômes, conservateurs, édulcorants) - hormones - antibiotiques	0-1%
Sans : - ingrédients cités ci-dessus - ingrédients transformés (ex : sodium oleyl lactylate 481)	1-3%
Fabriqué avec : - des ingrédients naturels - moins de 10 ingrédients	1-3%
Certifié et labellisé : - Sans OGM - Biologique - Commerce équitable	6-9%

* Voir site : <http://www.nielsen.com/content/dam/corporate/us/en/public%20factsheets/undesirable-ingredient-list.jpg>

Source : Mirova

Les entreprises peuvent susciter l'intérêt des consommateurs « conscients » en veillant à la traçabilité des produits, en améliorant la transparence sur l'origine et la fabrication des produits, et en s'assurant du caractère responsable et durable de leur fabrication, par exemple au moyen de certifications délivrées par un organisme tiers. Les entreprises peuvent continuer de promouvoir des choix et des modes de vie durables par l'intermédiaire de leurs marques populaires.

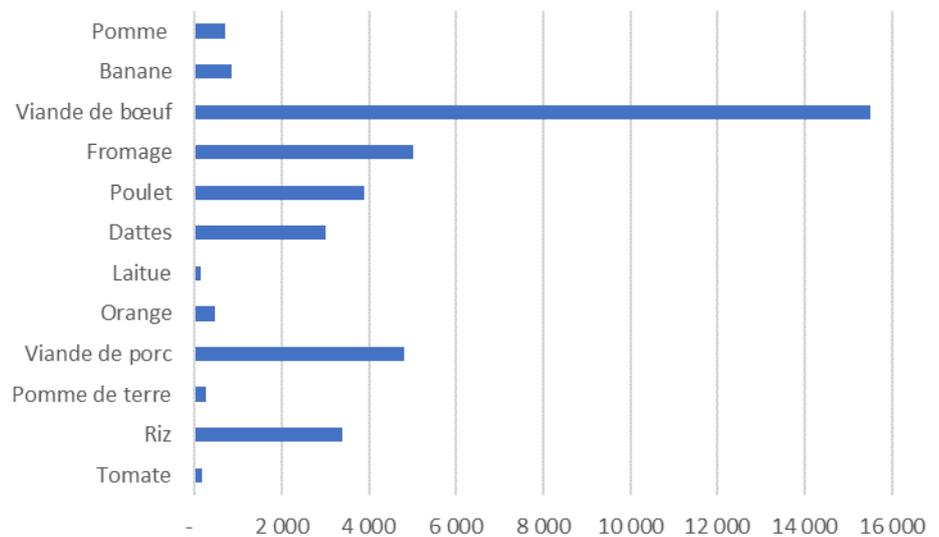
La confiance des consommateurs en les capacités des entreprises à s'approvisionner et à produire de façon durable est faible. De ce fait, les certifications ou labels délivrés par des organismes tiers constituent les moyens les plus fiables pour les entreprises de rassurer les consommateurs et de leur indiquer qu'elles adhèrent bien à certaines normes. Les certifications délivrées par des organismes tiers apportent aux consommateurs la transparence et la crédibilité qu'ils recherchent afin de s'assurer que leurs décisions d'achats ne sont pas à l'origine d'impacts environnementaux ou sociétaux négatifs. Si les certifications délivrées par des organismes tiers restent imparfaites, elles sont à l'heure actuelle la meilleure solution pour garantir aux parties prenantes externes le caractère durable de la chaîne de valeur de l'entreprise.

Ces certifications varient en fonction du thème sous-jacent, mais elles prévoient toutes des normes sociales et environnementales minimales. Les différences résident souvent dans les objectifs de ces normes : une certification sociale comme Fair Trade (Commerce équitable) mettra davantage l'accent sur les aspects sociaux de la chaîne de valeur, alors qu'un label comme AB (Agriculture biologique) sera axé sur l'utilisation de pesticides ou d'engrais.

Par ailleurs, de plus en plus de consommateurs prennent conscience des effets négatifs des produits d'origine animale sur l'environnement (par exemple les émissions de carbone) ou sur le bien-être animal et décident de modifier leurs habitudes alimentaires afin d'avoir un impact réduit sur

l'environnement. Cela peut se traduire par une réduction de la quantité de produits animaux dans l'alimentation (connue en anglais sous l'appellation de *reducetarian*), l'élimination des produits animaux de l'alimentation (le végétarisme) et l'élimination des produits et des sous-produits animaux du régime alimentaire (le véganisme). De nombreux pays enregistrent ces dernières années une augmentation du nombre d'individus se présentant comme végétariens ou végétaliens. D'après la Vegan Society du Royaume-Uni, de 2006 à 2016, le nombre de végétaliens dans le pays a été multiplié par 3,5 et s'élèverait à plus de 500 000 personnes. La santé est la principale raison invoquée, suivie de près par l'impact environnemental des produits animaux.

Figure 8 : Empreinte eau moyenne de produits alimentaires au niveau mondial (litres par kg)



Source : Mirova / (Hoekstra, 2008)

Nous recherchons des entreprises qui ont des certifications environnementales et/ou sociales délivrées par des organismes tiers allant au-delà des obligations légales locales. Les entreprises qui proposent des alternatives aux protéines animales respectueuses de l'environnement (c.-à-d. des protéines végétales) sont également prises en compte.

Indicateurs clés

- ▶ % de produits ayant obtenu une certification « durable » délivrée par un organisme tiers
- ▶ % de produits durables (par exemple à base de protéines végétales)

s

Modèles économiques inclusifs

Les personnes résidant dans des zones à faible revenu (« le bas de la pyramide ») rencontrent des difficultés pour accéder aux marchés formels, la plupart exerçant une activité dans l'économie informelle. Éloignées de l'économie formelle, les populations à faible revenu doivent payer une « pénalité de pauvreté » pour des produits de première nécessité, comme la nourriture, l'eau, le logement et l'énergie. Cette pénalité de pauvreté se traduit par des produits de base plus chers pour les personnes à faible revenu. Les études estiment que la population à faible revenu compte environ 2,7 milliards d'individus, qui peut constituer pour les entreprises un marché inexploité à la fois de consommateurs et de main d'œuvre. Les entreprises peuvent s'appuyer sur des pratiques de marché pour contribuer à réintégrer ces personnes au sein de l'économie formelle, par exemple en les associant à différents niveaux de la chaîne de valeur, en tant que fournisseurs en amont, ou bien comme distributeurs en aval.

À l'échelle mondiale, la santé publique est confrontée à une situation à première vue contradictoire : plus de 800 millions de personnes souffrent de malnutrition, et en parallèle 671 millions sont obèses (et 2,1 milliards en surpoids). Alors que la malnutrition s'observe surtout dans les pays émergents et en développement, l'obésité ne se limite pas aux pays développés, les taux de surcharge pondérale et d'obésité étant en hausse dans les pays émergents et en développement, notamment chez les enfants. Ainsi, il n'est pas rare de rencontrer des autorités locales et nationales luttant à la fois contre l'obésité et la malnutrition. Par ailleurs, les populations touchées dans les pays développés appartiennent souvent à des groupes à faible revenu. Paradoxalement, la nourriture la moins chère n'est pas toujours la plus nutritive ni la plus saine et, par conséquent, des cas de dénutrition apparaissent malgré un apport en calories élevé. Le manque de sensibilisation est un obstacle supplémentaire dans ce domaine, étant donné que les personnes ne sont pas conscientes que leur régime alimentaire peut avoir un effet sur leur santé. Encore une fois, les entreprises du secteur agroalimentaire peuvent jouer un rôle majeur non seulement en proposant des produits à haute valeur nutritionnelle, ou enrichis, mais également en renforçant la sensibilisation à la santé et à la nutrition et en proposant ces produits à un prix abordable, afin qu'ils soient accessibles aux marchés à faible revenu, qui ont souvent un accès limité à certains nutriments.

Les modèles économiques inclusifs visent à intégrer davantage les personnes à faible revenu dans leurs stratégies commerciales globales, en tant que consommateurs ou partenaires commerciaux (au sein de la chaîne de valeur). L'expérience montre que la réussite financière dans ces marchés n'est pas aisée. Néanmoins, si elles sont bien intégrées dans la stratégie et dans le modèle d'affaires au niveau global, les stratégies commerciales inclusives peuvent être à la source d'innovations et même améliorer la fidélité des clients dont le revenu progresse.

62 % de la population
obèse mondiale réside dans
les pays en développement

(OMS, 2016)

Nous recherchons des entreprises qui proposent des produits alimentaires nutritifs à prix abordables à des populations à faible revenu ou qui intègrent ces populations dans leur chaîne de valeur par l'intermédiaire de modèles économiques inclusifs innovants. Les entreprises permettant aux fabricants agroalimentaires de produire à moindre coût sans sacrifier la santé et la qualité nutritionnelle sont également prises en compte.

Indicateurs clés

- ▶ Part d'un modèle économique inclusif dans la stratégie globale d'entreprise
- ▶ % du chiffre d'affaires provenant de cette initiative

Exposition aux opportunités

Indicateurs considérés :

- % de produits du portefeuille contribuant aux thèmes de la santé et de la nutrition
- % de produits certifiés durables par un tiers
- % de bénéfices issus de modèles économiques inclusifs

Forte exposition	>50 %	Pas de produits avec une teneur élevée en sucre, en matière grasse ou en sel	L'analyse de la stratégie de l'entreprise et sa pratique de R&D complètent les indicateurs quantitatifs.
Exposition significative	Entre 10 % et 50 %		
Faible ou pas d'exposition	<10 %		
Exposition négative	Production ou marketing de tabac ou de boissons sucrées		

Risques environnementaux et sociaux

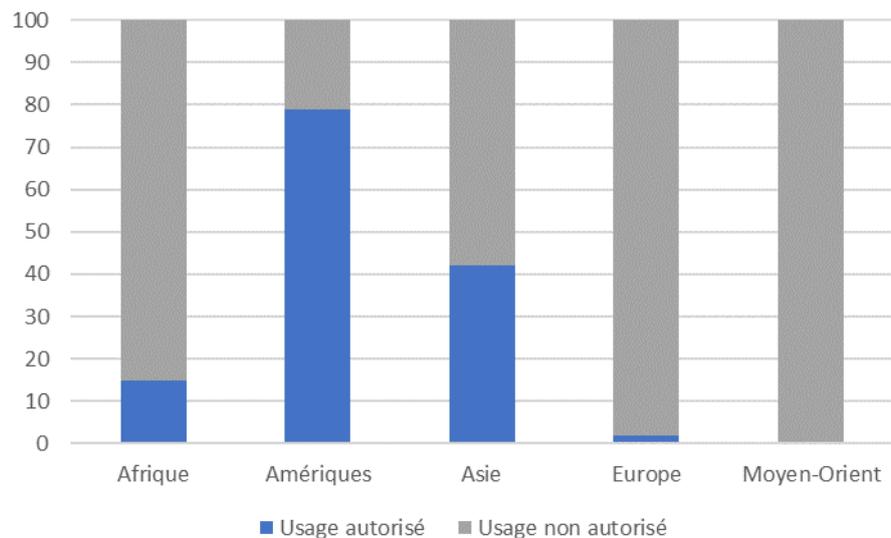


Sécurité et qualité des produits alimentaires

Les enjeux de qualité et de sécurité des produits alimentaires recouvrent les sujets de l'altération et de la contamination des aliments, de la traçabilité de la chaîne d'approvisionnement, de l'étiquetage en matière d'allergie, et de l'utilisation d'antibiotiques dans l'élevage. Ces problèmes se concentrent généralement au sein des chaînes d'approvisionnement des entreprises, et, dans un contexte de mondialisation croissante de ces dernières, suscitent davantage d'inquiétudes. Le scandale de la viande de cheval survenu en Europe en 2013 et celui des œufs contaminés au fipronil en 2017 illustrent à quel point certains problèmes, comme la falsification, ne sont pas réservés aux seuls marchés en développement ou émergents et peuvent se rencontrer aussi dans les marchés développés où les normes et les mesures de surveillance sont généralement réputées comme étant plus strictes. Les controverses dans ce secteur peuvent avoir des incidences directes sur la performance financière des entreprises en raison des coûts engendrés par les rappels de produits et les pénalités, et de la baisse des ventes due à la perte de confiance des consommateurs. Grâce à une meilleure communication sur les mesures qu'elles ont adoptées en matière de sécurité alimentaire, les entreprises sont à même de mieux expliquer au public, et notamment aux investisseurs, la manière dont elles atténuent ces types de risques et leurs incidences.

La traçabilité alimentaire joue également un rôle majeur, car elle permet de remonter rapidement à la source du problème. L'alignement sur les normes internationales de gestion de la sécurité alimentaire fournit une bonne indication de la performance des entreprises sur ce thème.

Figure 9 : Part des Membres de l'Organisation Mondiale de la Santé Animale autorisant les antimicrobiens comme activateurs de croissance chez l'animal



Source : Mirova / (Organisation Mondiale de la Santé Animale (OIE), 2016)

+ de 200

maladies sont transmises par la nourriture

(OMS, 2016)

57 % des Américains estiment qu'il est généralement dangereux d'ingérer des aliments génétiquement modifiés

(Pew Research Center, 2017)

D'autres enjeux, comme les produits contenant des organismes génétiquement modifiés (OGM) ou dérivés de ces derniers⁷, et les produits contenant du sucre, des matières grasses et du sel sont vus comme controversés quant à l'innocuité de leur consommation. S'agissant des produits qui renferment des OGM ou en sont dérivés, l'incidence de leur consommation sur la santé n'a pas encore été établie. Leur présence dans le système alimentaire n'est pas suffisamment longue pour étudier sur le long terme les effets de leur consommation sur la santé, et la communauté scientifique n'est pas encore parvenue à un consensus sur les résultats des études conduites jusqu'à présent. Quoi qu'il en soit, les consommateurs souhaitent de plus en plus savoir si les produits alimentaires qu'ils consomment contiennent des OGM. La transparence (e.g. l'étiquetage sur la présence d'OGM) constitue ainsi l'option recommandée afin de permettre aux consommateurs de prendre une décision éclairée sur ce qu'ils consomment et aux entreprises d'éviter de possibles répercussions sur leur réputation. Concernant les autres ingrédients controversés, tels que le sucre, le sel et les matières grasses, il existe un large consensus sur la nécessité de réduire leur consommation. Les entreprises doivent donc mettre en place des programmes et des objectifs visant à réduire la teneur en sucre, en matières grasses et en sel de leurs produits actuels et futurs.

Il existe également une préoccupation croissante relative à l'utilisation d'antibiotiques dans le système alimentaire. Cet aspect concerne à la fois le bien-être animal (abordé dans la prochaine section) et le fort impact qu'il a globalement sur la santé humaine. La résistance aux antimicrobiens⁸ représente une des plus grosses menaces sur la santé mondiale, la sécurité alimentaire et le développement. La résistance aux antimicrobiens crée de nouveaux mécanismes de résistance qui menacent notre capacité à soigner des maladies infectieuses communes. Sans antimicrobiens efficaces pour prévenir et soigner les infections, les procédures médicales telles que les greffes d'organes et les opérations chirurgicales lourdes comportent des risques élevés. Si la résistance aux antimicrobiens peut survenir naturellement (par des mutations génétiques), l'utilisation inappropriée d'antibiotiques chez l'homme et chez l'animal en a accéléré le processus. L'utilisation inappropriée chez l'animal est principalement attribuable à l'utilisation prophylactique d'antibiotiques et à l'usage détourné d'antibiotiques à des fins d'activateurs de croissance. L'utilisation prophylactique d'antibiotiques chez les animaux consiste à leur administrer des antibiotiques afin de prévenir les pathologies principalement attribuables au confinement et au manque d'hygiène. L'OMS reconnaît que l'administration élevée d'antibiotiques aux animaux constitue une grave menace pour la santé publique. Par conséquent, la législation lui a emboîté le pas : l'Union européenne a interdit l'utilisation d'antibiotiques à des fins d'activateurs de croissance en 2006 et a voté l'interdiction de l'utilisation prophylactique d'antibiotiques en 2011. En outre, certains consommateurs prennent en compte l'utilisation d'antibiotiques dans leurs décisions d'achats. En réponse à la croissance des risques sur la santé, aux préférences des consommateurs et à la réglementation, les entreprises doivent par conséquent œuvrer pour la fin de l'utilisation prophylactique d'antibiotiques et du détournement de ces derniers à des fins d'activateurs de croissance dans leur chaîne d'approvisionnement.

80 % des
antibiotiques utilisés aux
États-Unis sont administrés
aux animaux d'élevage

(FDA, 2012)

⁷ OGM : organismes génétiquement modifiés

⁸La résistance aux antimicrobiens se manifeste lorsque des micro-organismes (p. ex. les bactéries, les champignons, les virus et les parasites) subissent des modifications lorsqu'ils sont exposés à des antimicrobiens (p. ex. des antibiotiques, des antifongiques, des antiviraux, des antipaludiques et des anthelminthiques)

Nous demandons aux entreprises du secteur de mettre en place un système de gestion de la sécurité alimentaire adapté et solide qui inclurait l'adhésion aux normes internationales telles que la Global Food Safety Initiative, les Bonnes pratiques de fabrication, le Système d'analyse des dangers et points critiques pour leur maîtrise, ou encore le Codex Alimentarius de l'OMS, ainsi que des systèmes efficaces de traçabilité des produits, des procédures réactives de rappel de produit, et un système de gestion globale complet. Les fournisseurs devraient également être sélectionnés sur la base de la qualité de leur système de gestion alimentaire, et notamment de leur adhésion à des systèmes accrédités de gestion de la sécurité alimentaire. Les rappels de produits – fréquence, raisons, et la façon dont ils sont gérés par l'entreprise - sont également pris en compte dans l'évaluation de la gestion du risque par l'entreprise.

S'agissant des ingrédients controversés, la politique de transparence de l'entreprise sur ces derniers, ainsi que sa mise en œuvre, sera étudiée, de même que les programmes mis en place pour réduire la teneur de ces ingrédients dans ses produits.

Pour ce qui est de l'utilisation d'antibiotiques chez les animaux, nous attendons des politiques exigeantes d'interdiction de l'utilisation prophylactique, ainsi que l'interdiction d'une utilisation à des fins d'activateurs de croissance. Ces politiques concernant l'élevage des animaux (y compris des poissons), ainsi que l'élimination de l'utilisation d'antibiotiques nécessaires à la médecine humaine, devront s'accompagner d'objectifs fixés dans le temps pour leur mise en œuvre dans la chaîne de valeur de l'entreprise.

Indicateurs clés

- ▶ Mesures et mises en œuvre concernant : (1) la sécurité et la qualité des produits alimentaires (2) l'utilisation d'OGM et la transparence à cet égard, et (3) l'utilisation prophylactique d'antibiotiques en tant que tels et comme activateurs de croissance
- ▶ Adhésion à des normes ou obtention de labels internationaux couvrant la totalité des activités
- ▶ Sélection des fournisseurs fondée en priorité sur leur gestion de la sécurité alimentaire
- ▶ Controverses en matière de sécurité alimentaire et % d'infractions corrigées
- ▶ Nombre, raisons et quantité totale de rappels de produits
- ▶ % d'ingrédients achetés à des fournisseurs certifiés en matière de sécurité alimentaire
- ▶ % d'ingrédients traçables
- ▶ L'élimination dans la chaîne d'approvisionnement de l'utilisation d'antibiotiques fondamentaux en médecine humaine

E/S Agriculture durable

Les matières premières utilisées par les entreprises du secteur agroalimentaire proviennent principalement du secteur agricole. Certains des impacts apparaissant dans la chaîne d'approvisionnement seront détaillés ultérieurement compte tenu de leur importance (droits du travail au sein de la chaîne d'approvisionnement et gestion de l'eau). Toutefois, les impacts liés à l'agriculture étant très nombreux et variés, il est important de traiter l'ensemble des impacts environnementaux et sociaux. Ceux-ci comprennent les impacts sur la qualité des sols et sur la biodiversité (en particulier liés à la déforestation), sur les exploitants et sur les communautés riveraines des terres arables. L'initiative pour le développement durable dans l'agriculture (SAI) définit l'agriculture responsable comme étant la production efficace de produits agricoles sûrs et de haute qualité, selon une méthode protégeant et améliorant le milieu naturel ainsi que les conditions sociales et économiques des exploitants, de leurs employés et des communautés locales, et tenant également compte de la santé et du bien-être des espèces d'élevage. Les thèmes sous-jacents sont les suivants : les savoir-faire et les revenus des exploitants, les conditions sociales et économiques des zones rurales, le bien-être des cultures et des animaux, la biodiversité et la gestion des sols. L'investissement dans ces thèmes donnera à l'avenir à l'entreprise un accès aux matières premières fondamentales étant donné qu'il est avéré que des effets négatifs de l'agriculture non durable, tels que la dégradation des terres et la détérioration des sols, ont des effets durables sur la qualité de la production et sur les rendements.

Habituellement, les exploitations ne sont pas détenues ou gérées directement par les entreprises. Cela étant, celles-ci ont un rôle à jouer dans la promotion de l'agriculture responsable. Elles peuvent en effet intégrer l'adoption de pratiques de l'agriculture responsable dans leur processus de décision en matière d'approvisionnement et d'achats.

Nous encourageons les entreprises de ce secteur à mettre en place une politique agricole responsable adaptée aux cultures auxquelles elles sont exposées. Les partenariats avec des organisations de la société civile (e.g. Forest Trust) sont accueillis positivement. Nous attendons d'elles qu'elles communiquent sur les indicateurs de performance utilisés (e.g. évolution de la note des fournisseurs sur plusieurs années, part des achats effectués auprès de fournisseurs conformes avec les enjeux de développement durable, etc.).

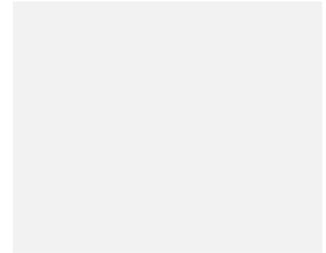
Nous souhaitons également que ces politiques soient déployées tout au long de la chaîne d'approvisionnement de l'entreprise. Nous encourageons les entreprises à communiquer sur les méthodologies employées pour évaluer le degré de conformité de leurs fournisseurs à ces politiques.

De plus, nous encourageons les entreprises à prendre en compte la

Indicateurs clés

- ▶ Cartographie des matières premières et de leurs impacts
- ▶ % de matières premières agricoles traçables jusqu'à l'exploitation
- ▶ Politiques agricole et d'achat responsable, incluant une politique « zéro déforestation »
- ▶ Conformité des fournisseurs aux politiques de l'entreprise et aux mesures de mise en oeuvre
- ▶ Sélection des fournisseurs basée sur leurs pratiques agricoles responsables

qualité des pratiques de développement durable de leurs fournisseurs dans les critères de sélection. Enfin, la traçabilité est essentielle pour parvenir à une chaîne d’approvisionnement agricole réellement responsable.



S Droits du travail dans la chaîne d’approvisionnement

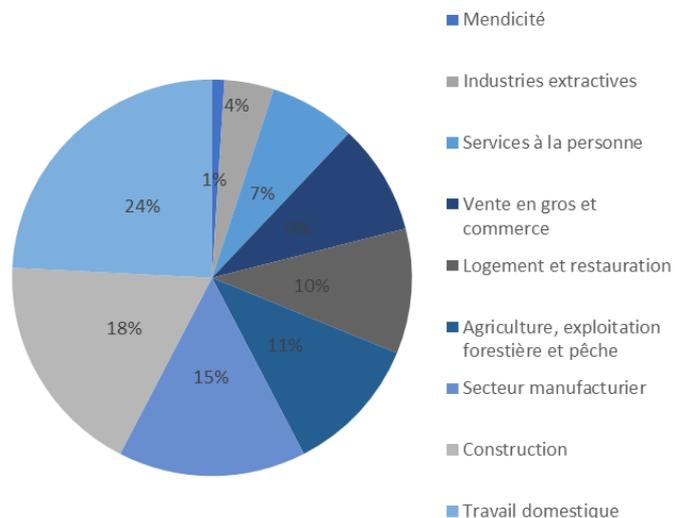
Les violations des droits humains les plus courantes dans le secteur agricole portent sur le droit du travail (travail des enfants, horaires de travail excessifs, travail forcé, esclavage moderne et traite des êtres humains). Le secteur exige souvent une forte intensité de main d’œuvre, variable selon les saisons, ce qui attire de nombreux travailleurs temporaires et migrants. De plus, 80 % des terres arables de l’Afrique subsaharienne et d’Asie sont exploitées par des petits propriétaires (surfaces égales ou inférieures à 10 hectares), accroissant ainsi la probabilité du travail non déclaré ainsi que celui des enfants. En effet, les enfants des exploitants et des familles riveraines travaillent habituellement sur les exploitations pour augmenter le revenu familial. Par ailleurs, l’attention croissante des médias sur ces questions fait peser des risques de réputation sur les entreprises (e.g. l’esclavage moderne dans le secteur de la crevette en 2014). Néanmoins, ces risques ne sont pas encore entièrement traduits en risques financiers pour les entreprises.

Bien que peu d’entreprises du secteur possèdent ou gèrent directement les terres arables, en tant qu’acheteuses de la production, elles ont les moyens d’influer sur les exploitants pour veiller à ce que leurs achats ne soient pas le fruit de violations des droits humains. Elles peuvent également travailler en coopération avec leurs partenaires sur le terrain afin de mettre en place les mesures nécessaires de réduction de ces risques et de créer des conditions qui décourageraient le travail des enfants et l’embauche de travailleurs non déclarés.

Dans le monde, **71 %** du travail des enfants a lieu dans le secteur agricole

(OIT, 2017)

Figure 10 : Travail forcé par secteur



Source : Mirova / (OIT, 2017)

Nous souhaitons que les entreprises de ce secteur mettent en place un système strict de gestion de leur chaîne d'approvisionnement, comprenant des modalités de réduction voire d'élimination des violations des droits humains, du travail forcé, du travail des enfants et des horaires de travail excessifs, en particulier à l'échelle de l'exploitation elle-même.

Les processus de certification sont recommandés partout où cela est possible. Par ailleurs, constatant que ces enjeux sont systématiques et ne concernent pas une seule entreprise ou un groupe d'entreprises particulier, nous souhaitons que les sociétés du secteur collaborent avec des organismes tiers afin d'éliminer totalement ces violations dans la chaîne d'approvisionnement agricole.

Indicateurs clés

- ▶ % de produits utilisant des matières premières présentant un risque social élevé (p.ex. cacao, produits de la mer) ou certifiées sur les aspects sociaux (p. ex. Fair Trade)
- ▶ Cartographie des risques sociaux et niveau d'exposition
- ▶ Code de conduite pour les fournisseurs
- ▶ Publication de la méthodologie employée pour noter les fournisseurs et des mesures déployées pour résoudre les problèmes de non-conformité
- ▶ Collaboration avec les parties prenantes par l'intermédiaire de partenariats directs ou d'approches « multi-parties prenantes »
- ▶ Indicateurs de performance : évolution de la note du fournisseur, diminution du nombre d'incidents de non-conformité, etc.



Gestion de l'eau

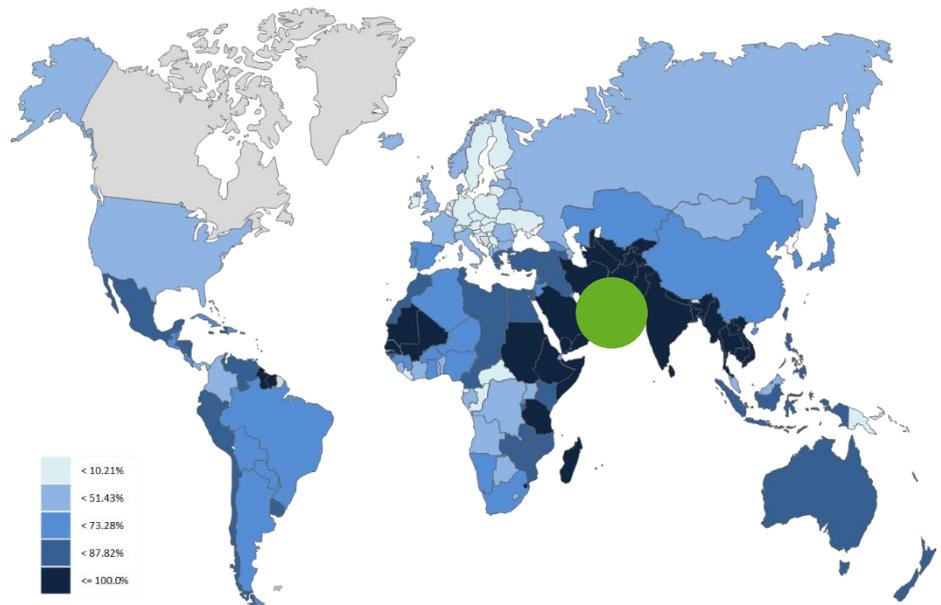
Le secteur agroalimentaire dépend fortement de l'eau, et ce tout au long du cycle de vie des produits. L'eau est cruciale pour les cultures, mais également pour la cuisson, la transformation et le nettoyage des produits finis. Elle est aussi l'ingrédient clé dans la production des boissons. Le volume d'eau total requis varie en fonction du type d'aliment ou de boisson fabriqué.

La demande en eau devrait surpasser les réserves d'ici 2030. Les impacts du changement climatique sur les réserves d'eau commencent à se manifester, l'exemple le plus flagrant étant la sécheresse sévissant en Californie depuis quatre ans. L'ensemble de la société commence à s'interroger sur le rôle joué par les entreprises, notamment celles utilisant beaucoup d'eau, en ce qui concerne l'approvisionnement en eau des communautés locales. Afin d'assurer leur propre pérennité, les entreprises ont donc tout intérêt à mettre au point une gestion de l'eau transparente, mais également suffisamment efficace pour sécuriser leur approvisionnement dans le temps et justifier la durabilité de leur permis social d'exploitation dans des régions en stress hydrique élevé.

69 % de l'eau prélevée dans le monde est destinée au secteur agricole

(FAO, 2017)

Figure 11 : part de l'eau totale prélevée à des fins agricoles (%)



Source : Mirova / (FAO, 2017)

Nous encourageons les entreprises à mettre en place une gestion de l'eau rigoureuse, comprenant l'évaluation régulière des risques et portant une attention particulière à l'utilisation efficace de l'eau et à son traitement. En outre, les entreprises doivent montrer leur façon d'aborder l'utilisation efficace des ressources en eau et les risques liés à l'eau tout au long de leur chaîne d'approvisionnement agricole. Cet aspect est particulièrement important dans les régions en situation de stress hydrique.

Indicateurs clés

- ▶ % des activités se trouvant dans des régions en stress hydrique élevé
- ▶ % des cultures « assoiffées » dans les régions en stress hydrique élevé
- ▶ % d'approvisionnement agricole dans les régions en stress hydrique élevé
- ▶ Indicateurs quantitatifs de performance de la gestion de l'eau

E

Pertes et gaspillages alimentaires

Dans le monde, un tiers de la production alimentaire est perdu ou gaspillé « entre la fourche et la fourchette ». Les pertes alimentaires se produisent dans la chaîne d'approvisionnement agricole et ont lieu principalement dans les pays en développement. Afin de lutter contre les pertes alimentaires, les investissements doivent être orientés vers des techniques déjà existantes en matière de mécanisation, de transport et d'emballage de la production dans les pays en développement. Le gaspillage alimentaire se produit au niveau du consommateur et intervient principalement dans les pays développés. Une double stratégie est nécessaire contre le gaspillage, l'une ciblant les comportements, en sensibilisant les consommateurs à leur gaspillage, l'autre portant sur les technologies qui prolongeraient la durée de vie des produits en magasin.

Les entreprises de ce secteur ont un rôle à jouer : elles peuvent favoriser les investissements nécessaires à l'échelle de la chaîne d'approvisionnement, encourager les comportements anti-gaspillage et introduire dans les pays

1 milliard de dollars :

c'est le coût annuel estimé de près du tiers de la nourriture mondiale qui est perdu ou gaspillé dans le monde

(FAO, 2014)

développés de nouvelles technologies qui prolongent la durée de vie des produits alimentaires en magasin, par exemple au moyen d'emballages appropriés.

Sur ce thème, nous encourageons les entreprises à développer des stratégies visant à réduire les pertes alimentaires tout au long de leur chaîne d'approvisionnement ainsi que le gaspillage occasionné par leurs consommateurs. Nous les encourageons également à quantifier les pertes et le gaspillage alimentaires, à surveiller les progrès effectués ainsi qu'à promouvoir ces pratiques auprès des autres intervenants du secteur.

Indicateurs clés

- ▶ Élaboration d'une stratégie par rapport aux pertes et au gaspillage alimentaire
- ▶ Indicateurs quantitatifs de mesure des pertes et du gaspillage alimentaires, ainsi que de leur évolution

S

Marketing responsable

Le marketing responsable englobe plusieurs thèmes : le marketing auprès des enfants (en particulier des produits à haute teneur en sucre), les laits infantiles, les boissons alcoolisées et le marketing honnête.

Les outils du marketing permettent aux entreprises d'informer efficacement leurs consommateurs sur les bénéfices de leurs produits. D'usage courant, ces outils peuvent néanmoins susciter des controverses dès lors qu'ils sont employés de manière agressive pour convaincre les consommateurs d'utiliser certains produits néfastes à leur santé. Il est donc du ressort des entreprises de garantir que leurs pratiques en matière de marketing restent responsables, et en particulier que les bénéfices et les effets de leurs produits soient décrits de manière sincère aux consommateurs, notamment aux plus vulnérables d'entre eux.

Nous encourageons les entreprises à adopter une politique de marketing responsable, détaillant la méthode employée pour s'assurer que leurs produits sont décrits de manière honnête aux consommateurs.

Nous souhaitons que les entreprises proposant des produits à forte teneur en sucre adoptent une politique spécifique en matière de valeur nutritionnelle réelle de leurs produits, de stratégie publicitaire à destination des enfants, et de mise à disposition de leurs produits dans les établissements scolaires et à proximité.

Concernant les sociétés de boissons alcoolisées, une attention particulière est apportée à : 1/ la bonne compréhension des moyens par lesquels l'entreprise s'assure que des pratiques de marketing responsable sont appliquées aux

Indicateurs clés

- ▶ Présence d'une politique de marketing responsable
- ▶ Étendue et visée de la politique de marketing responsable
- ▶ Indicateurs de performance : % d'employés du service marketing formés à la politique de marketing responsable, % de partenaires médias tiers, formés à la politique de marketing responsable
- ▶ Controverses

~16 % des

consommateurs de 15 ans ou plus consomment ponctuellement des boissons alcoolisées de manière excessive

(OMS, 2016)

marchés à haut risque (c'est-à-dire les pays où les réglementations sont faibles, où les produits sont bas de gamme, etc.), et 2/ aux informations sur la cartographie détaillée des risques par rapport à cet enjeu ainsi que les stratégies de maîtrise des risques associés. Si l'information fournie sur ces deux éléments est jugée insuffisante, une opinion en « Risque » est attribuée.

Nous souhaitons que le marketing des sociétés proposant des laits infantiles soit conforme au code international de commercialisation des substituts du lait maternel de l'OMS et à sa position sur la supériorité du lait maternel.

S Ressources humaines

Les sociétés du secteur agroalimentaire sont des employeurs directs majeurs. En outre, la plupart des emplois créés sont souvent physiquement éprouvants, sous-payés et peu qualifiés. Ils sont souvent occupés par les personnes les moins éduquées, c'est-à-dire les plus vulnérables de la population active. À cet effet, les entreprises devraient mettre en place des mesures et des programmes permettant un environnement de travail sûr et des mesures de protection des droits des travailleurs. Des études ont par ailleurs montré que lorsque les entreprises investissaient dans leur main d'œuvre, des bénéfices opérationnels pour l'entreprise elle-même pouvaient en résulter, tels qu'une productivité accrue ou une meilleure satisfaction client. Il est par conséquent évident que les entreprises peuvent tirer profit d'une gestion appropriée et responsable de leurs ressources humaines.

Nous souhaitons que les entreprises adoptent une politique de gestion des ressources humaines, conforme a minima avec les huit conventions fondamentales de l'OIT, répondant aux enjeux suivants : la liberté d'association et la reconnaissance effective du droit à la négociation collective ; l'élimination de toute forme de travail forcé ou obligatoire ; l'abolition effective du travail des enfants ; l'élimination de la discrimination en matière d'emploi et de profession. Un accent particulier devra être mis sur la liberté d'association et de négociation collective, puisque celle-ci n'est pas systématiquement respectée dans plusieurs marchés du travail.

Indicateurs clés

- ▶ Formalisation d'une politique de gestion des ressources humaines
- ▶ Étendue et visée de la politique de gestion des ressources humaines
- ▶ Indicateurs de performance : % de salariés à l'échelle mondiale couverts par les accords de négociation collective

G Éthique des affaires

Afin d'établir une société plus saine à l'échelle mondiale, une transparence accrue sur les activités de lobbying ainsi que sur les donations aux organismes est vivement recommandée. Des études sur ce sujet sont également fortement souhaitées. Plusieurs controverses sont apparues lorsque le secteur a financé des actions visant à minimiser les rôles du sucre et de la suralimentation dans l'épidémie d'obésité à travers le monde. Une meilleure transparence sur ces aspects permettrait aux investisseurs de mieux connaître la stratégie globale des entreprises.

De plus, étant donné que les entreprises du secteur sont souvent internationales, nous souhaitons aussi davantage de transparence sur les dispositifs anti-corruption mis en place ainsi que sur les stratégies d'optimisation fiscale, dans la mesure où il s'agit désormais de sujets de préoccupation pour de nombreux pays et citoyens.

Au-delà de la mise en place des politiques nécessaires (éthique des affaires, lobbying et donations, etc.), nous souhaitons davantage d'informations sur la manière dont une entreprise déploie ces politiques sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Nous encourageons les entreprises à mettre en place une politique de transparence sur leurs actions de lobbying et sur leurs donations à des organismes tiers, ainsi qu'un rapport pays par pays relatif au taux d'imposition réel pour chaque zone d'activité dans les pays d'exploitation.

Indicateurs clés

- ▶ Politiques en matière d'éthique des affaires, de lobbying et de donations
- ▶ Litiges en cours concernant l'éthique des affaires
- ▶ Rapport sur les activités de lobbying et sur les donations
- ▶ Controverses sur l'éthique de l'entreprise et réponses apportées
- ▶ Taux réel d'imposition
- ▶ Reporting sur la fiscalité pays par pays

G Gouvernance du développement durable

Le marketing responsable et ses avantages constituent une préoccupation réelle surtout lorsque l'on considère le rôle du secteur agroalimentaire dans l'établissement d'une société plus saine. Puisque ces pratiques marketing sont rarement régulées par l'État, notamment sur le plan des bénéfices des produits et de leurs effets sur la santé, le secteur dépend en grande partie de son autorégulation. Ainsi, les entreprises ne doivent pas seulement élaborer une politique de marketing responsable, mais garantir également que leur instance de gouvernance sera à même de mettre en œuvre cette politique. Elles doivent aussi définir une politique à minima conforme aux normes internationales, lorsqu'elles existent.

De manière générale il est important de comprendre la manière dont l'entreprise dans son ensemble prend en compte le développement durable dans sa stratégie fondamentale et dans ses activités. Avec le soutien de la direction générale, la gouvernance de la RSE a plus de chances d'être crédible et efficace.

Nous encourageons les entreprises à adopter à la fois des approches « top-down » et « bottom-up » du développement durable : nous cherchons à la fois un soutien du directeur général et du président pour la mise en œuvre d'une stratégie de développement durable conforme à la stratégie de l'entreprise, et une incitation des employés à utiliser leur créativité et leur expérience pour intégrer le développement durable dans leur vie professionnelle quotidienne.

Indicateurs clés

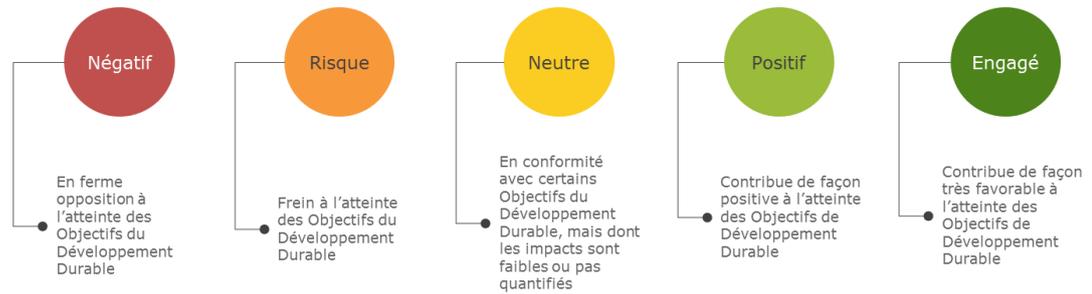
- ▶ Direction à laquelle le directeur du développement durable rend des comptes
- ▶ Intégration de critères et d'objectifs de performance extra-financière dans le rapport annuel et dans la rémunération variable des exécutifs
- ▶ Présence d'un administrateur ou d'un comité de conseil en charge des sujets de RSE

Evaluation des risques

Critères	
Positif	Ne pas remplir les critères permettant de basculer en "Risque" ET - Indicateurs d'une gestion environnementale et/ou sociale fiable qui répond de manière efficace aux enjeux environnementaux et sociaux dans la totalité des opérations, y compris dans la chaîne d'approvisionnement - Réaction constructive aux controverses éthiques avec des preuves d'amélioration OU - Absence de controverses d'ordre éthique
Neutre	Tous les autres cas
Risque	- Réaction jugée insuffisante ou inappropriée de l'entreprise à des controverses éthiques répétées OU - Pratiques de l'entreprise allant à l'encontre des enjeux exposés plus haut OU - Pour les entreprises du secteur de l'alcool, une évaluation des risques sur les produits et le marché, ainsi que des pratiques et mesures de marketing responsables jugées insuffisantes OU - Une structure de gouvernance développement durable trop faible pour permettre aux pratiques durables de se développer

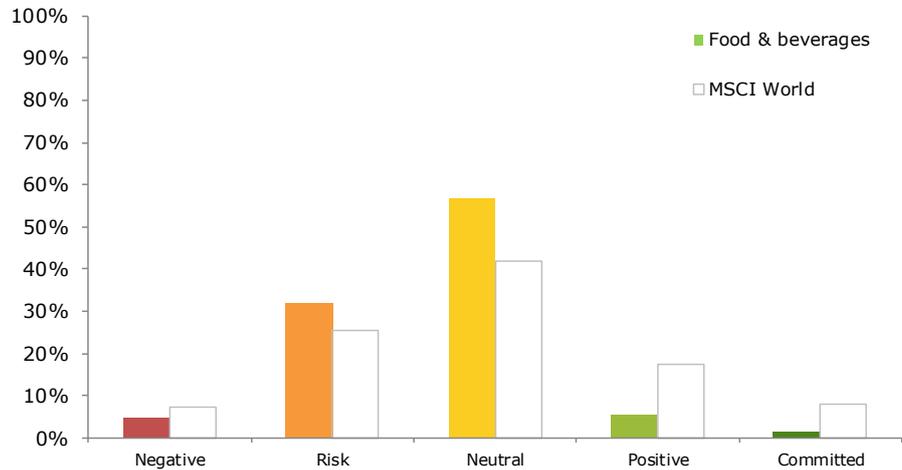
Distribution des opinions

À partir de ce cadre d'analyse, une « opinion développement durable » est définie pour chaque émetteur sur une échelle de 1 à 5.



La figure suivante illustre la répartition des « opinions développement durable » dans les entreprises du secteur de l'indice MSCI World par rapport à l'indice complet.

Figure 12 : Opinions développement durable du secteur agroalimentaire par rapport à l'indice MSCI World.



Source : Mirova, 2017

Les entreprises de ce secteur ont tendance à avoir une opinion développement durable « Neutre » étant donné que la gamme de produits de ces entreprises est généralement assez diversifiée et qu'il n'y a pas de tendance claire en faveur d'une augmentation de la teneur en ingrédients sains et nutritifs et d'une démarcation des produits aux conséquences nocives pour la santé. En outre, la plupart de ces entreprises ont mis en place des initiatives visant à améliorer la durabilité de leur chaîne d'approvisionnement. Ces initiatives restent cependant insuffisantes pour répondre à tous les enjeux que rencontre l'industrie agroalimentaire dans son ensemble. Les entreprises classées en « Engagé » et en « Positif » sont celles présentant une gamme de produits sains et investissant pour son amélioration, ou celles faisant preuve de proactivité pour réduire leurs risques environnementaux ou sociaux dans leurs activités ou dans leur chaîne de valeur. Les entreprises classées en « Risque » ou en « Négatif » sont principalement des entreprises du tabac ou du secteur de l'alcool, ou des entreprises ayant connu des controverses en matière de sécurité alimentaire et n'ayant pas su adopter les mesures appropriées pour y remédier.

Conclusion

Les secteurs de l'agroalimentaire et de la grande distribution ont un rôle majeur à jouer pour instaurer un système alimentaire durable. Cette situation est une source d'innovation pour les entreprises qui proposent des produits aux qualités nutritionnelles avérées et qui contribuent à la bonne santé des consommateurs. De plus, les pouvoirs publics tendent à freiner la consommation des aliments sucrés par le biais de taxes et la demande s'oriente aujourd'hui vers des produits plus responsables. Les entreprises peuvent également s'appuyer sur les standards et certifications reconnus pour offrir des garanties aux consommateurs. Dans ce contexte, proposer des alternatives durables aux produits alimentaires communs représente un vecteur de croissance pour les entreprises. Il est également important de rendre les produits nutritifs et leurs variantes enrichies accessibles aux populations à faible revenu, sachant que l'accès à certains nutriments reste limité. Les sociétés de l'agroalimentaire et de la grande distribution peuvent aussi contribuer à une société plus durable en intégrant les populations à faibles revenus dans leur chaîne de valeur. Si les répercussions financières de telles pratiques ne sont pas systématiques, elles constituent néanmoins une source d'innovation et contribuent au développement d'une clientèle fidèle.

Du fait de son impact sur les consommateurs et de sa matérialité financière, la sécurité alimentaire est l'enjeu le plus important pour les entreprises du secteur, d'où la nécessité pour ces entreprises de se constituer un système de sécurité alimentaire efficace. Il est également recommandé que les entreprises soient plus transparentes sur la production et la composition de leurs produits (présence d'OGM, teneur en sucre/matières grasses/sel). Les entreprises doivent également pouvoir démontrer que les antibiotiques ne sont plus utilisés à titre préventif ou comme activateurs de croissance dans leurs élevages. De plus, les entreprises doivent démontrer qu'elles maîtrisent les risques sociaux et environnementaux relatifs à leur chaîne d'approvisionnement, notamment ceux relatifs aux droits du travail, à la gestion de l'eau, aux pratiques agricoles raisonnées ou encore au gaspillage alimentaire. Afin d'atténuer ces risques, les entreprises doivent nouer des liens étroits avec leurs fournisseurs principaux et renforcer la traçabilité de leurs produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Investir dans une chaîne d'approvisionnement durable se traduit également par des avantages financiers étant donné que cela leur sécurise l'accès aux matières premières essentielles. Concernant les activités directes de l'entreprise, les pertes alimentaires, la gestion du personnel et les enjeux du marketing responsable doivent être pris en compte. Enfin, plus que des politiques approfondies et de meilleures pratiques, une instance de gouvernance stable et solide est nécessaire et afin de garantir l'efficacité des mesures en place.

Le niveau de transparence est déterminant dans l'évaluation RSE d'une entreprise ; lorsque ses produits constituent des opportunités de développement durable évidentes, l'entreprise peut ne pas être éligible à l'investissement si la transparence sur les aspects sociaux et environnementaux fait défaut. Cela est particulièrement vrai lorsque les entreprises opèrent dans des pays considérés comme risqués compte tenu de leur contexte global. Une entreprise peut aussi être inéligible lorsque sa gestion des risques environnementaux et sociaux est jugée insuffisante compte tenu du profil de risque du secteur. Ces évaluations font en général suite aux discussions régulières menées avec les entreprises sur certains enjeux particulièrement préoccupants. Lorsque cela est possible, le dialogue avec l'entreprise est engagé avant l'attribution d'une opinion en « Risque ».

Objectifs de développement durable



1. Éliminer l'extrême pauvreté et la faim



2. Éliminer la faim, assurer la sécurité alimentaire, améliorer la nutrition et promouvoir l'agriculture durable



3. Permettre à tous de vivre en bonne santé et promouvoir le bien-être de tous à tout âge



4. Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie



5. Parvenir à l'égalité des sexes et autonomiser toutes les femmes et les filles



6. Garantir l'accès de tous à l'eau et à l'assainissement et assurer une gestion durable des ressources en eau



7. Garantir l'accès de tous à des services énergétiques fiables, durables et modernes, à un coût abordable



8. Promouvoir une croissance économique soutenue, partagée et durable, le plein emploi productif et un travail décent pour tous



9. Bâtir une infrastructure résiliente, promouvoir une industrialisation durable qui profite à tous et encourager l'innovation



10. Réduire les inégalités dans les pays et d'un pays à l'autre



11. Faire en sorte que les villes et les établissements humains soient ouverts à tous, sûrs, résilients et durables



12. Établir des modes de consommation et de production durables



13. Prendre d'urgence des mesures pour lutter contre les changements climatiques et leurs répercussions



14. Conserver et exploiter de manière durable les océans, les mers et les ressources marines aux fins du développement durable



15. Préserver et restaurer les écosystèmes terrestres, en veillant à les exploiter de façon durable, gérer durablement les forêts, lutter contre la désertification, enrayer et inverser le processus de dégradation des sols et mettre fin à l'appauvrissement de la biodiversité



16. Promouvoir l'avènement de sociétés pacifiques et ouvertes à tous aux fins du développement durable, assurer l'accès de tous à la justice et mettre en place, à tous les niveaux, des institutions efficaces, responsables et ouvertes à tous



17. Partenariats pour la réalisation des objectifs



<http://www.un.org/sustainabledevelopment/fr/objectifs-de-developpement-durable/>

Sources

- FAO. (2014). *Food Wastage Footprint: Full-cost accounting*.
- FAO. (16 novembre 2017). *Proportion of total water withdrawal withdrawn for agriculture*. Récupéré sur Aquastat : http://www.fao.org/nr/water/aquastat/maps/World-Map.WithA.Twith_eng.htm
- FDA. (2012). *Drug Use Review*.
- Harvard Health. (24 janvier 2018). *Harvard Health Publishing*. Récupéré sur Harvard Men's Health Watch: <https://www.health.harvard.edu/heart-health/the-sweet-danger-of-sugar>
- Hoekstra, P. A. (2008). *The water footprint of food*. Water for Food.
- ILO. (2017). *Global Estimates of Child Labour 2012-2016*. Genève : Publications de l'OIT. Récupéré sur <http://www.ilo.org/global/topics/child-labour/lang--fr/index.htm>
- ILO. (2017). *Global Estimates of Modern Slavery*. Genève.
- Pew Research Center. (18 décembre 2017). *Safety of Eating Genetically Modified Foods*. Récupéré sur Pew Reserach Center : http://www.pewinternet.org/2015/07/01/americans-politics-and-science-issues/pi_2015-07-01_science-and-politics_6-01/
- USDA. (2015). *Dietary Guidelines for Americans 2015-2020*. US Department of Agriculture.
- OMS. (1998). *Tobacco Explained*. Récupéré sur : <http://www.who.int/tobacco/media/en/TobaccoExplained.pdf>
- OMS. (2015). *WHO Global Report on Trends in Prevalence of Tobacco Smoking*. Genève : Organisation mondiale de la Santé.
- OMS. (2016). *Alcohol*. Récupéré sur : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs349/fr/>
- OMS. (2016). Sécurité sanitaire des aliments. Récupéré sur : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs399/fr/>
- OMS. (2016). *Rapport mondial sur le diabète*. Organisation mondiale de la Santé.
- OMS. (2016). Obésité et surpoids. Récupéré sur : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/fr/>
- OMS. (2016). *Tabac*. Récupéré sur : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs339/fr/>
- OMS. (3 novembre 2017). *Diabète : Aide-mémoire*. Récupéré sur : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs312/fr/>
- OMS. (3 novembre 2017). *Obésité et surpoids : Aide-mémoire*. Récupéré sur : <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/fr/>
- World Obesity Federation. (3 novembre 2017). *About Obesity*. Récupéré sur World Obesity Federation: <https://www.worldobesity.org/what-we-do/aboutobesity/>
- Organisation Mondiale de la Santé Animale (OIE). (2016). *Rapport annuel sur l'utilisation des agents antimicrobiens chez les animaux*.
- WWF. (s.d.). *Farming: Wasteful water use*. Récupéré sur http://wwf.panda.org/what_we_do/footprint/agriculture/impacts/water_use/

Mentions légales

Ces informations sont destinées exclusivement à une clientèle de professionnels au sens de la directive MIF. Si tel n'est pas le cas et si vous recevez ce document et/ou toute pièce jointe par erreur, merci de le(s) détruire et de le signaler immédiatement à Mirova.

Les produits ou services visés ne prennent en compte aucun objectif d'investissement, situation financière ou besoin spécifique du destinataire en particulier. Mirova ne saurait être tenue pour responsable des pertes financières ou d'une quelconque décision prise sur le fondement des informations figurant dans ce document et n'assume aucune prestation de conseil, notamment en matière de services d'investissement.

Ce document est non contractuel et à caractère purement informatif. Il est strictement confidentiel et les informations qu'il contient sont la propriété de Mirova. Il ne saurait être transmis à quiconque sans l'accord préalable et écrit de Mirova. De même, toute reproduction, même partielle, est interdite sans l'accord préalable et écrit de Mirova. La distribution, possession ou la remise de ce document dans ou à partir de certaines juridictions peut être limitée ou interdite par la loi. Il est demandé aux personnes recevant ce document de s'informer sur l'existence de telles limitations ou interdictions et de s'y conformer.

L'information contenue dans ce document est fondée sur les circonstances, intentions et orientations actuelles et peuvent être amenées à être modifiées. Mirova ne porte aucune responsabilité concernant les descriptions et résumés figurant dans ce document. Mirova ne s'engage en aucune manière à garantir la validité, l'exactitude, la pérennité ou l'exhaustivité de l'information mentionnée ou induite dans ce document. Aussi, Mirova n'assume aucune responsabilité pour toutes les informations, quelle qu'en soit la forme, contenues, mentionnées ou induites, dans ce document ou en cas d'éventuelles omissions. Toutes les informations financières notamment sur les prix, marges ou rentabilités sont indicatives et sont susceptibles d'évolution à tout moment, notamment en fonction des conditions de marché. Mirova se réserve le droit de modifier ou de retirer ces informations à tout moment sans préavis. Plus généralement, Mirova, ses sociétés mères, ses filiales, ses actionnaires de référence, les fonds qu'elle gère ainsi que leurs directeurs, administrateurs, associés, agents, représentants, salariés ou conseils respectifs rejettent toute responsabilité à l'égard des lecteurs de ce document ou de leurs conseils concernant les caractéristiques de ces informations. Par ailleurs, la remise de ce document n'entraîne en aucune manière une obligation implicite de quiconque de mise à jour des informations qui y figurent.

Notes additionnelles

Le présent document est fourni uniquement à des fins d'information aux prestataires de services d'investissement ou aux autres Clients Professionnels et, lorsque la réglementation locale l'exige, uniquement sur demande écrite de leur part. Le présent document ne peut pas être utilisé auprès des clients non-professionnels. Il relève de la responsabilité de chaque prestataire de services d'investissement de s'assurer que l'offre ou la vente de titres de fonds d'investissement ou de services d'investissement de tiers à ses clients respecte la législation nationale applicable.

En France Le présent document est fourni par Natixis Investment Managers S.A. ou sa succursale de Natixis Investment Managers Distribution. Natixis Investment Managers S.A. est une société de gestion luxembourgeoise qui est autorisée par la Commission de Surveillance du Secteur Financier, constituée conformément à la loi luxembourgeoise et immatriculée sous le numéro B 115843. Siège social de Natixis Investment Managers S.A. : 2 rue Jean Monnet, L-2180 Luxembourg, Grand-Duché de Luxembourg. France : Natixis Investment Managers Distribution (immatriculée sous le numéro 509 471 173 au RCS de Paris). Siège social : 21 quai d'Austerlitz, 75013 Paris.

Dans les pays francophones de l'UE Le présent document est fourni par Natixis Investment Managers S.A. ou sa succursale Natixis Investment Managers Distribution. Natixis Investment Managers S.A. est une société de gestion luxembourgeoise qui est autorisée par la Commission de Surveillance du Secteur Financier, constituée conformément à la loi luxembourgeoise et immatriculée sous le numéro B 115843. Siège social de Natixis Investment Managers S.A. : 2, rue Jean Monnet, L-2180

Luxembourg, Grand-Duché de Luxembourg. France : Natixis Investment Managers Distribution (immatriculée sous le numéro 509 471 173 au RCS de Paris). Siège social : 21 quai d'Austerlitz, 75013 Paris.

En Suisse Le présent document est fourni par Natixis Investment Managers, Switzerland Sàrl, Rue du Vieux Collège 10, 1204 Genève, Suisse ou son bureau de représentation à Zurich, Schweizergasse 6, 8001 Zürich.

Les entités susmentionnées sont des unités de développement commercial de Natixis Investment Managers, la holding d'un ensemble divers d'entités de gestion et de distribution de placements spécialisés présentes dans le monde entier. Les filiales de gestion et de distribution de Natixis Investment Managers mènent des activités réglementées uniquement dans et à partir des pays où elles sont autorisées. Les services qu'elles proposent et les produits qu'elles gèrent ne s'adressent pas à tous les investisseurs dans tous les pays.

Bien que Natixis Investment Managers considère les informations fournies dans le présent document comme fiables, elle ne garantit pas l'exactitude, y compris celles des tierces parties, l'adéquation ou le caractère complet de ces informations.

La remise du présent document et/ou une référence à des valeurs mobilières, des secteurs ou des marchés spécifiques dans le présent document ne constitue en aucun cas un conseil en investissement, une recommandation ou une sollicitation d'achat ou de vente de valeurs mobilières, ou une offre de services. Les investisseurs doivent examiner attentivement les objectifs d'investissements, les risques et les frais relatifs à tout investissement avant d'investir. Les analyses et les opinions mentionnées dans le présent document représentent le point de vue de (des) l'auteur (s) référencé(s). Elles sont émises à la date indiquée, sont susceptibles de changer et ne sauraient être interprétées comme possédant une quelconque valeur contractuelle.

Le présent document ne peut pas être distribué, publié ou reproduit, en totalité ou en partie.

Tous les montants indiqués sont exprimés en USD, sauf indication contraire.

**MIROVA**

Société anonyme au capital de 7 461 327,50 euros
RCS Paris n°394 648 216 - Agrément AMF n° GP 02-014
21 quai d'Austerlitz - 75013 Paris
Mirova est une filiale de Natixis Asset Management.

NATIXIS ASSET MANAGEMENT

Société de gestion de portefeuille - Société Anonyme au capital de 50 434 604,76 euros
RCS Paris 329450738 Agrément AMF n° GP 90-009
21, quai d'Austerlitz - 75013 Paris