

# Oeconomia Humania

Bulletin de la Chaire Économie et Humanisme

Mai 2004

## Dans ce numéro

- **Editorial**  
Page 1
- **Implementing environmentally conscious product development in the Canadian industries: an industrial design systemic perspective**  
Catherine Loriot  
Page 3
- **Peut-on noter la performance éthique?**  
Sonia Devin et  
Emmanuelle Reynaud  
Page 9
- **La consommation durable en ligne**  
Marie-Lou Ouellet  
Page 15
- **Congrès de l'Acfas**  
Pages 16 et 17
- **Appels de communications**  
Pages 18 à 20
- **Site Internet du mois**  
Page 22
- **Séminaires scientifiques 2003-2004**  
Page 23
- **Calendrier des événements**  
Page 24

## Éditorial

Patrick Laprise

Rédacteur en chef

*« An ever expanding capitalism runs up not only against environmental limits in terms of the earth's ressources, but against the limits of modernity in the shape of manufactured uncertainty<sup>1</sup>; liberal democracy, based upon an electoral party system operating at the level of the nation-state, is not well equipped to meet the demands of a reflexive citizenry in a globalising world; and the combination of capitalism and liberal democracy provides only limited means of generating social solidarity »<sup>2</sup>.*

Anthony Giddens est moins célèbre en tant que sociologue qu'en tant que conseiller (non-officiel) du gouvernement travailliste de Tony Blair. Il est ainsi connu comme étant le sociologue de la Troisième voie (le renouveau de la sociale-démocratie), évidemment située entre les deux ornières asymptotiques du socialisme et du capitalisme. Le Parti travailliste britannique, d'allégeance « socialiste », a vite fait d'adopter certaines des visions du docteur Giddens<sup>3</sup>. Celles-ci préconisent un programme politique en théorie fort intéressant, qui établit un compromis inégalé, par exemple en suggérant une nouvelle économie mixte (new mixed economy)<sup>4</sup>

La citation transcrise plus haut est du célèbre sociologue britannique Anthony Giddens. Elle vaut son pesant d'or pour exprimer en quelques mots un problème qui touche de nos jours la plupart des nations et des peuples, autant ceux qui sont à l'avant-garde de la modernité que ceux qui aspirent à un développement dans ce sens.

Giddens, dans cet essai intitulé *Brave new*

*world, the new context of politics* (1996), soutient la thèse selon laquelle l'incertitude fabriquée, en tant que phénomène global, s'est accéléré avec la progression de la combinaison de valeurs et de développement qu'on appelle modernité. Au vu de la complexification croissante des systèmes sociaux qui secoue la société et amène par-là même une diminution de la cohérence antérieure du social, il appert que le néo-libéralisme est l'ensemble de valeurs qui possède le plus grand potentiel pour occuper cet espace nouvellement créé.

En amont de ces propositions (qui, par ailleurs, semblent aujourd'hui inspirer le gouvernement libéral du Québec), l'un des points les plus intéressants de l'argumentation de Giddens est le rapprochement qu'il effectue entre le néo-libéralisme et un « nouveau médiévalisme »<sup>5</sup>. En effet, certains post-modernistes (j'ai Lyotard en tête) ont souligné, dans leurs analyses de la société contemporaine, l'apparente disparition des valeurs rationnelles et humanistes héritées des Lumières par la modernité.

Selon Giddens, ces valeurs étaient venues remplir un vide qui laissait le monde à la merci des barbarismes et des limitations inhérentes à un espace social vidé de sa substance philosophiquement liante. Le renvoi aux nues de ces valeurs (qui ont aussi marqué fortement le socialisme classique) signifie-t-il que le monde doit pour autant être laissé à ce que l'on considère comme étant des forces trop grandes pour pouvoir les contrôler? Giddens répond que non, comme je le pense également. Le capitalisme débridé représente un risque tel, pour le naturel et le social, qu'il faut mettre

des balises, sinon des barrières à ce que Giddens appelle le « camion furieux »<sup>6</sup>.

Les idées de Giddens, que j'ai présentées ici trop brièvement pour qu'on se fasse une idée de l'ampleur de son apport à la redéfinition des idéaux modernes, offrent une perspective qui fait crucialement défaut à notre société toute en convergence. Mieux qu'une simple perspective incongrue, les écrits de Giddens offrent des alternatives que chaque société se doit d'explorer pour se repositionner face au rouleau compresseur des valeurs néo-libérales. Les idéaux de solidarité, de partage, de respect, de communauté et de respect de l'environnement luttent de façon permanente contre l'aplanissement total. Giddens est l'un de ceux qui se bat avec des idées pour faire émerger un compromis soutenable.

En tant que membre de la Chaire Économie et Humanisme, je souhaite que celle-ci fasse également partie de ceux qui luttent et, à l'instar d'un intellectuel tel que Giddens, nous promouvons autant l'exploration théorique que les propositions pratiques pour favoriser l'émergence d'alternatives ou de compromis viables à la situation que nous vivons.

Le numéro de ce mois-ci est orienté sur le côté pratique de l'exploration en ce sens. Nous avons par-là même le plaisir d'accueillir des auteurs qui ne sont pas directement impliqués auprès de la Chaire. Veuillez noter que les textes de tous sont les bienvenus. Le texte de Mesdames Sonia Devin et Emmanuelle Reynaud, intitulé *Peut-on noter la performance éthique?*, porte, dans une perspective européenne, sur les outils de notation éthique des entreprises et le potentiel de ceux-ci en vue de favoriser l'avènement du développement durable. Le texte de Madame Catherine Loriot est un résumé, en anglais, d'un

mémoire de maîtrise présenté à l'université suédoise de Lund. Le texte nous offre une perspective rarement abordée dans la problématique environnementale. Madame Loriot, qui est diplômée en design industriel, a exploré dans son projet de maîtrise les problèmes environnementaux et les possibilités qu'offre le processus de fabrication des objets que nous consommons tous les jours. Les conclusions de Madame Loriot sauront faire réfléchir ceux qui, comme moi, rêvent d'une industrie toujours plus écologique. Notre dernier texte, celui de Madame Marie-Lou Ouellet, intitulé *Le développement durable en ligne*, nous suggère un site Internet d'intérêt. Nos rubriques habituelles suivent les textes de nos auteurs. Bonne lecture et bonne fin de session à ceux qui en ont une!

<sup>1</sup> Le terme *manufactured uncertainty* (l'incertitude fabriquée) est évidemment lié à celui de *risque*. La civilisation humaine, dans son entrée dans la modernité, a causé cette surprenante nouvelle catégorie sociale. «Le risque fabriqué est un résultat de l'intervention humaine sur la nature et sur les conditions de vie sociale».

<sup>2</sup> Giddens, Anthony, 1996. *In defense of sociology. Essays, interpretations and rejoinders*, Polity Press, Cambridge, p. 226

<sup>3</sup> Je dis « certaines » car Anthony Giddens, en tant que conseiller non-officiel, aurait affirmé, lors d'un congrès du parti travailliste, qu'il « fallait sortir George W. Bush de la présidence étasunienne ». Source : Fleishmann, Jeffrey, 2004. «Iraq and EU-U.S. relations one year later», *Euromedia*, 19 mars 2004, document Internet consulté le 1er mai 2004, [http://journalism.berkeley.edu/projects/euromedia/archives/2004\\_03.html/](http://journalism.berkeley.edu/projects/euromedia/archives/2004_03.html/)

<sup>4</sup> Giddens, Anthony, 1999. *The third way*, Polity Press, Cambridge, p. 99

<sup>5</sup> Ibid, p. 227

<sup>6</sup> Giddens, Anthony, 1990. *Les conséquences de la modernité*, Paris, L'Harmattan, 192 pages

# Implementing environmentally conscious product development in the Canadian industries: an industrial design systemic perspective

Catherine Loriot

Candidate à la maîtrise en sciences de l'environnement

Lund University, Suède

Catherine.Loriot.823@student.lu.se

## 1. Introduction

### 1.1 Sustainable consumption and production

For a long time, the western “making” culture – conceiving or producing – has been marked by a will to change its environment, to dominate nature and a desire for a better future. Today, many realize that this culture cannot be continued indefinitely. Nature can perhaps be manipulated locally, but can hardly be dominated globally [13].

Product development is an essential and central point for reducing environmental impacts of production. Design consists of decision-making that affects directly and indirectly levels of materials used, therefore natural resources extraction and composition, and quantities of eventual waste [19]. Unfortunately, the design situation in Canada is vaguer; environmental issues are still restricted to pollution prevention in the industry, and not tackled by product design. Conversely, it has been shown in many studies, that designers seldom have the opportunity to exploit their skills to their full capacity.

Our research tried to depict the whole product development system that affects Canadian end-consumer's choices and decisions, thus consumption, in order to understand the roles, responsibilities and opportunities of industrial designer's in bringing environmental quality to that system. In order to do so, we had to understand the decision making processes, their causes and consequences during the first phases of production: innovation. Much of the literature viewed environmental product development as an evolution of traditional product development, but with new tools. The difficult challenge in eco-innovation is therefore to balance environmental qualities with usual product development criterias, such as costs, quality and functionality or performance.

### 1.2 Industrial designers and sustainability

The social, collective and environmental role in the design of the environment is part of the solution [1, 6, 12, 14]. Sustainable design is a proposition to remediate to the unsustainable situation, while participating in the construction of a better future.

We tried to depict a holistic view of the product development field in a process that is always linked to

change in businesses therefore, to innovation. Very few studies have been realised, and especially not in Canada, on the need to have a systemic view of the product development process for understanding how environmental qualities should be incorporated in it. Products are objects, but also systems and services, and it is necessary to understand the needs underlying our products and production system [17] instead of conceiving products for the sake of the innovation process.

The state of the environment, cultural changes and unmet user needs should become sufficient reasons for designer's to start using innovation to solve these problems. In order to do so, designers should be able to do research, and this paper is one contribution to the Canadian sustainability path.

## 2. Objective and scope

### 2.1 Objective

This research aimed to understand how the current product development system is organised as well as why only very few ecodesigned products appear on the Canadian markets. We also wanted to see how it could be changed to permit more environmentally conscious products, while meeting end-users' demands and satisfying corporate culture on the particular scene of Canadian industries of consumer goods, more specifically in the province of Québec. By looking first at the wide understanding of what is product development, its main actors, the players involved and spectators, it has been possible to see where, when and how environmental product innovation occurs, and why it is at such a weak level today. Assuming that environmentally conscious product development is a necessary step to achieve sustainable production and thus consumption, we tried to understand if the conception of products with the environment in mind is possible in the current system.

### 2.2 Scope

Product development is a very diverse and wide discipline. We limited our research to the development of end-consumer's products, such as

household consumption, where products are usually consumed because they provide a specific service for particular users. Such limitation is relevant to illustrate how final consumers very often become final users of products and services, and together form the end-consumer's demand. We considered products as function fulfillers. Such products could be anything that responds to the needs society might have.

The main question that remains to be answered is how industrial designers are given the opportunity to rethink products, how they are produced, and why. This paper addresses many ecodesign products that were developed around the world, the poor development of such products both designed and manufactured in Canada.

Another important limitation of this research is the economy sectors that will be observed. Because industrial designers are very rarely involved in the primary sectors of the economy, it will not be relevant to consider it during this research. The secondary sector is the main focus in considering our product development system.

### 3. Methodology and material

#### **3.1 Systemic approach**

This present research, and particularly the model of the product development field system, have been realised from a designer's standpoint; the reality synthesis was captured from an industrial designer's rationality and mind.

The specific perspective taken in this research can be explained by the author's profession: industrial design. The utilisation of a design "paradigm" is practical and compatible with a systemic approach to research, which is defined as looking not only at the totality of elements of one system, but also at all the links and interactions between them [7]. Moreover, systemic approach is based on the conception of models. Conception is the core activity of designers. The latter are experts in creating forms, optimising functions, relations and interdependences between elements.

#### **3.2 Literature review**

The first phase of research consisted of the literature review of broad concepts such as ecodesign, sustainable production, industrial design and product development. The literature reviewed was generally recent, as there is a strong increase of ecodesign studies and publications at the beginning of the 90s [2]. This first exploratory phase permitted to determine the need to extend the landscape and include much more actors of the product development field, such as engineering methods, marketing, business strategies, corpo-

rate leadership and consumers' behaviours, all related to environmental concerns when it was possible. It was, at that moment, obvious there were many clashes between discourses relative to each discipline, about environmental issues but also within the product development process as such. In addition, as environmentally benign products literature in Canada is practically nonexistent, we decided to focus on the reasons of this void by constructing a model that would encompass all decision makers and variables of the product development system, representative of the Canadian industry. It resulted in the elaboration of a theoretical product development model, illustrated in Figure 1. Such a work necessitated an extensive understanding of the field, which was provided by further literature review, and by interviews of important actors and facilitators of that domain.

#### **3.3 Interviews**

The author interviewed many people that were all relevant experts or elite in their own discipline, and had in common their deep understanding of drivers, barriers and current state of product development in the consumer goods industry in Canada. Representative of professionals in all relevant fields of the product development domain were chosen and interviewed, in order to discuss the product development field in Canada, the challenges and opportunities it faces, and its implications with industrial design and the environment. Twenty semi-structured interviews were performed through personal visits, over the phone or through e-mail correspondence. The interviews results consist of empirical results that are compared with the theoretical background in order to find if the reality in Canada justly matches the model constructed.

### 4. Product development system

The model was constructed with the general knowledge of traditional product development methods and theories, in a capitalist system and in an industry of consumer goods in Canada. These limitations permit to explain the importance of sales, product price, costs and marketing strategies in the model.

### 5. Discussion

The implementation of ecodesign as a method for product development seems to be refrained by numerous barriers. Even if authors and interviewees often identified many opportunities and benefits to a change in the way we've traditionally developed products, the barriers and ways to reach this goal are less consentient.

One main reason is that the traditional product development, which generally takes place in a more general frame of innovation, is not optimised yet in Canadian industries. Hence it appears that adding environmental qualities in that process would represent a large risk in an already risky management activity. Many challenges already preoccupy actors of that system, such as business leaders and marketing departments trying to find ways to successfully commercialise products on the market. In addition, they seem to understand mainly the economic language: as we have seen in researches that do not address environmental concerns, the main goals of innovation are an increase in profits and market shares, or a higher sales of products. This fact was strongly confirmed by empirical results. Unless environmental issues are proportional to a company' higher expenses, costs and liability issues, they for now only are referred to as demonstrations of corporate responsibility on the base of moral and ethical image improvements. Results of interviews are almost unanimous towards this conclusion; designers have to forcefully demonstrate costs benefits of any ecodesign project to render possible its acceptance and obtain sufficient human and financial resources from an administration board. This implies designers are already prone to believe in ecodesign and perform it correctly. However, it might not always be the case, as we will see a little later.

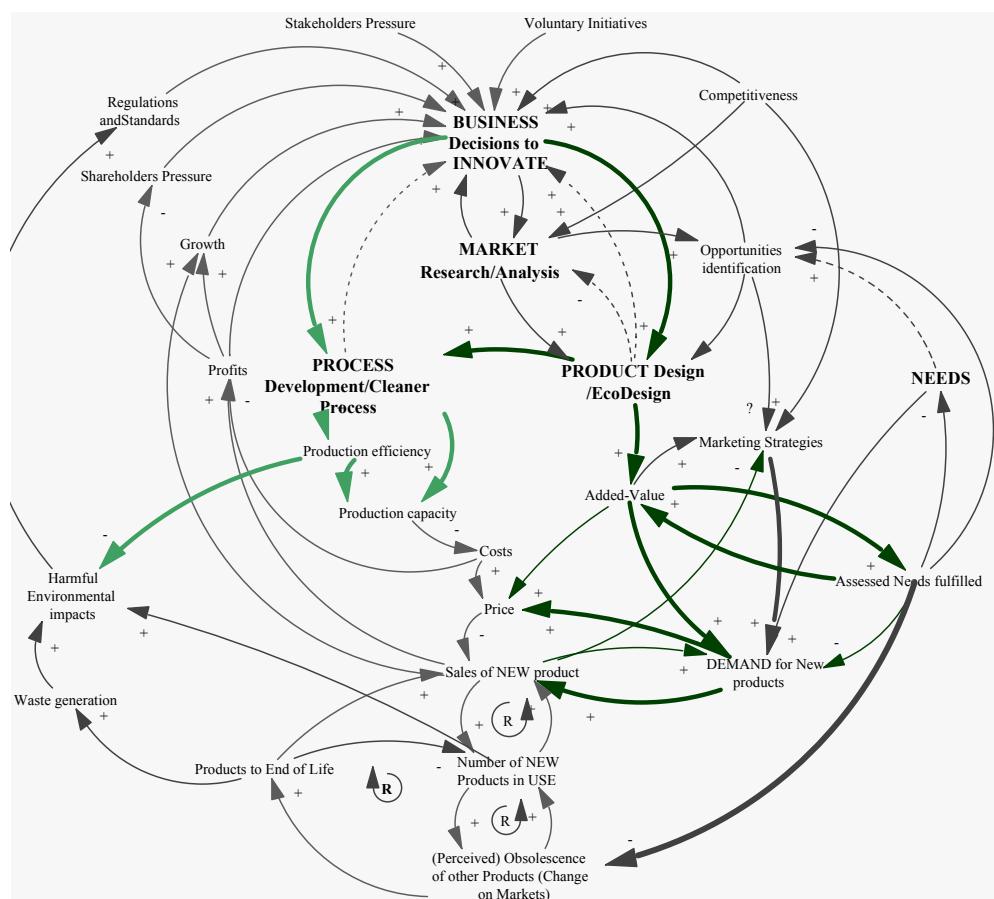
All the interviews pursued for this research denounced the extremely low environmental qualities of product development in Quebec. Nevertheless, they recognised the difficulty of obtaining environmental information from the conception and production processes of products developed here. For obvious reasons of competitiveness, companies tend to hide their environmental innovation and development when developing new products, because their ingenuity could be imitated by competitors and other companies. Therefore, in Canada, there is an obvious gap in statistics and documentation when trying to assess environmental quality

and environmental efforts in product development within the industry. Palliation to this lack of statistics would maybe exert more pressure on the industries that still hesitate to engage in environmental issues.

While the need for multidisciplinary teams of product development or orientation is well recognised in companies, researches in policy impact, business perspectives and engineering ones are rarely overlapping in the product development field. This reveals a lack of communication, if not a lack of exchanges and common efforts towards environmental product development.

### 5.1 Barriers and drivers of ecodesign

The challenges of implementing ecodesign in the traditional product development are numerous and surprisingly diverse. In the theories we consulted, many barriers consisted of the high risks associated with such process, the short-term vision of corporations, the lack of skilled resources on this subject, the lack of exterior in



**Figure 1: Model of product development system**

The arrows indicate a causality relation. The "+" and "-" show the polarity of the relation, where "+" is positive, and "-" is limiting the causalities. The dotted arrows illustrate a weak causality while bold arrows signifies important relations affecting environmental impacts of

product development.

centives such as governmental programs, marketing studies that rarely assess or stimulate green demand and the poor self-motivation of designers in acting in a more strategic role. While many factors are also important for traditional product development success, stronger focus on motivation and competence is essential for ecodesign [9]. However amongst interviewees answers', barriers of ecodesign are very different. It seems that the social values in Canada do not encourage businesses, designers or consumers to think environmentally. Canada has too much natural resources and no limitations in their use and exploitation. Weak regulations and policies, and narrow-minded marketing briefs were also mentioned. Hence in reality, with answers from interviews, the activities and the constant reach for profitability and growth of businesses were not perceived as a cause of lack of ecodesign. The responsibilities in the poor environmental qualities of products and services provided on the markets rather fall on the social and national contexts' shoulders.

Surprisingly, the drivers of ecodesign in the theory are not the removal of barriers; they mainly consist of wiser innovation strategies, which could consist of good occasions to include environmental concerns. Interviewees, on the other side, thought that ways to stimulate ecodesign were rather similar to ones that stimulate traditional product development: costs advantages, appropriate knowledge and skills within an industry, and pressure from consumers, suppliers and clients. We can see from these flagrant clashes, that the literature and in general, designers, do not put enough emphasis on the economical arguments accompanying eco-design projects in order to promote their acceptance. Environmentalists, designers, consumers even, should demonstrate costs savings and benefits that always occur with re-design of products with the environment in mind. However, as said previously, there seems to be a common belief in Canada, stipulating that industrial design and eco-design projects are expensive. This thought might also explain, or be the cause of, the low level of industrial designers involved in the manufacturing sector in Canada.

It is also surprising to note the large number of researches that denounced marketing studies: the latter seems not to be performed adequately to feel environmental concern on the markets. This is explained by the fact market research can hardly assess the needs of the users without informing these potential consumers with what is possible, hence with what creative people can imagine and elaborate of a better future. Therefore, there seems to be a definite problem with the idea that marketing should provide designers briefs of what

they should design. Instead, the process should be less linear and designers should be able to totally, simultaneously propose ideas that marketing could then test and sense on their markets, unless market research becomes better at analysing needs and finding new markets, (this is an important missing link as we can see in Figure 1) maybe with more systematic methods, and an increased collaboration with sociologists, anthropologists and designers, as we can see in the next section.

Contrasting with the literature, it has been said in the interviews that there is no need to develop more tools or methods of ecodesign, except data for the particular Canadian situation (in the case of LCA). Moreover, it seems that tools are not sufficient for achieving an environmental shift within organisations. In fact, they might not even be necessary: management commitment, excellence and support is far more essential [11]. Even though multidisciplinary teams and collaboration between suppliers and companies have been developed and that those people are aware of the immense quantity of information on ecodesign and sustainable design available, resources for product development are limited in the industry and this would consist as one of the main barriers of environmental product development. However, many of these solutions are minor when compared to what should be accomplished [16]. For example, production processes improvements might help reduce emissions and therefore diminish pollution, however these technologies do not constitute a real improvement because they instead concentrate pollution. The same applies for products modifications. It can contribute to environmental relief, but it only constitutes a local intervention, rather than a rethinking of global impacts and issues.

The perspective taken also greatly gives colour to the recommendations proposed to palliate the lack of environmental concerns. These divergences might also be the result of the methodology used to collect results. Elite interviews' strengths reside in the fact these elites usually possess a lot of information, leadership, and even political power in their discipline [10]. They have a holistic view over one field and can better contextualise the components that are important for this study. Nonetheless, this method results in more difficult analysis, is strenuous to reproduce, therefore to validate, and is less objective [10].

### 5.3 Business paradigm shift

The product development process is largely seen as the responsibility of the direction and corporate strategies. Respondents also acknowledge the necessity of having a more systemic view over product development, a less linear organisa-

tional structure, and a better environmental knowledge sharing between professionals. They therefore claim for businesses to genuinely change their activities not only for modifying the outputs (redesign of products, pollution prevention, emissions reduction, waste suppression, etc.), but also to change their organisational structure AND the values they cherish in order to obtain a physiological change [16]. According to the authors, this shift can only be obtained from an iterative and reflexive process engaging all levels of an organisation, and all functions or professions, through action and experimentation. In one of the rare solutions proposed to palliate to the lack of corporate environmental commitment, Millet *et al.* (2003) claim for a collective generating learning, where knowledge is stimulated from a creative tension arousing from experiments and constraints, and that would help stimulate reflexion and idea generation inside one company [16]. This recommendation would also provide solutions to the recurrent declaration from interviewees that businesses cannot find enough skilled professionals, or do not have enough resources to do so for environmentally benign design. Hence if professionals were already trained and motivated to perform in that way, it would be easier for an enterprise to exploit these skills, but if the skills are rare, an enterprise might as well chose to train its professionals and generate its own specific environmental knowledge.

It is interesting to note that very few researches address the questions of how corporations assess and influence their markets. Studies should be done on "how consumers express their needs, to what extend they make use of environmentally related knowledge in expressing their needs and what sort of incentives they are receptive are highly relevant for studying whether and how organizations may influence civil society" [4, p.186]. Many attempts to modify consumption patterns have failed and these issues are not addressed to their just level [4].

Further, governments are moving towards a role of facilitator rather than regulator in environmental policies, giving place to a dialogue between businesses and society [4]. However, recent studies prove that voluntary measures of greening businesses are not working [20]. Therefore government should not consider this issue if we want to achieve sustainability, as regulations are known to be the most important driver.

#### **5.4 Industrial designers' role**

Studies and papers generally conclude that industrial designers, their skills and methods of creating and making, are all excellent factors for developing better environmental products. However interviewees demonstrated designers are always

subject to a client or a "command" for designing, and are not very often called when analysing markets and needs of society. Further, they are partly responsible for not including environmental concerns within their own projects. Designers' usefulness in ecodesign is therefore optimised if they are performing on two levels: strategic (business vision and strategies in product development or orientation) and operational, interpreted as practicing the good intentions defined at the previous level [1].

As very few environmental information is taught in business, marketing and to a less extend in design schools, we need to find ways to promote these considerations. And as their professional associations do not seem to promote ethical and social responsibilities either, industrial designers might be tempted to widely promote ecodesign benefits through promotional campaigns, association pressure on industry and by proposing actual examples of ecodesigned products. Common and successful products should be proposed to nourish the collective imagination with what is actually possible to create.

For ecodesign and for all types and specialisations of industrial design, there is a need for a professional framework that would serve the purpose of being implemented in organisational structure and utilised by designers, with its language and jargon rather than an environmental one. This would be easier to accomplish by independent industrial designers as they could run for contests or simply voluntarily propose their ideas to the industry and potential promoters. As for designers working internally in a company, they will have to educate their teams on these issues. There is already a precedent in designers wanting to educate manufacturers in understanding their profession, pushing enterprises towards listening to their customers with the objective of trying to produce what users need instead of what they think consumers want. Therefore educating businesses to become environmentally sensitive should be less difficult [8].

One research proposed the factual experience of the environment as a way of action, rather than trying to make people aware of its actual degradation, this done in order to stimulate appropriate environmentally conscious behaviour, such as consumers' purchases of ecodesigned products. Hence the experience of real environmental products could become a way to change consumers and businesses' minds over the negative image these products suggest. Industrial designers could provide solutions by completely sidestepping problems, through re-inventing a product or system while serving the environmental

cause. In addition, as industrial designers are particularly able to work with the emotional, cultural and social acceptance aspects of new products, especially towards the use phase [5], they could propose radical solutions that could illustrate how people can act in the pursue of sustainable development.

The environmentally conscious new markets emerging from concerned consumers are creating new opportunities for designers to develop new products, or redesign old ones. And often, rejuvenating or simple re-design of products, increasing energy efficiency, for example, produce more savings than waiting for the replacement time of the normal life cycles of those products. Hence redesign, or product innovation could present good starting projects in stimulating ecodesign further in Canada, while aiming at sustainable design in the long run.

## 6. Conclusion

Ecodesign and its benefits are not widely understood by all the professionals that do perform innovation; the wide range of advantages need to be pushed in the industry. Designers should take this promotional responsibility, as they are already used to promote the forgotten user-value, and many other design criteria to the industry when they are participating in a project. Already there is a lack of a systemic view over the traditional product development in the industry, and this results in inappropriate, mainly curative, solutions provisioned to harmful products. Front-end product development, adequate market analysis and idea generation are crucially lacking in products proposals to potential markets. Furthermore, there is a lack of real examples of what is ecodesign, to show its advantages for businesses, for the customers, for the social interaction and for the environment. These need to be proposed in Canada, in order to stimulate the collective imagination by outlining what is possible.

Industrial designers are flexible and skilled enough to use different tools and methods and gather the available information in order to perform ecodesign. However they need to be given the proper role, the proper responsibilities and the right mandate for this cause, as they usually intervene too late in the process of product development. Or else, the profession needs to give itself principles of design with social and environmental responsibilities as their core mission, in order to be able to promote, if not pressure, the placement of the environmental cause in front of the industry'.

- [1] BAKKER, Conny; *Environmental Information for Industrial designers*, PhD Thesis, TU Delft, Rotterdam, 1995
- [2] BAUMANN, H., BOONS, F. & A. BRAGD; *Mapping the green product development field: engineering, policy and business perspectives*, J. of Cleaner Production 10 (2002) pp. 409-425
- [3] BISSON, Diane; *The Co-Eco design process: exploring a model for collaborative design in the development of sustainable office furniture products*, University of Montréal, 2003
- [4] BRAGD, A. et al.; Beyond Greening: New Dialogue and New Approaches for Developing Sustainability; Business Strategy and the Environment 7, pp. 179-192, 1998
- [5] BURALL, Paul; *Product Development and the Environment*, The Design Council, Gower Publishing, UK, 1996
- [6] CHIAPPONI, Medardo; Environmental Design and Industrial design: Integrating knowledge around urgent issues, Design Issues, Autumn 1998
- [7] De ROSNAY, Joël; "Le macroscope, vers une vision globale" Éditions du Seuil, Paris, 1975
- [8] The Humane Village Centre for Compassionate Design, in collaboration with the ICSID'97; *The Humane Village Journal*, Volume 1, Issue 1, Programme Committee, 1994
- [9] JOHANSSON, Glenn; *Success factors for integration of ecodesign in product development, A review of the state of the art*, Environmental Management and Health, Vol. 13, No. 1 (2002) pp. 98-107
- [10] LACASSE, J.; "Introduction à la méthodologie utilisée en sciences humaines", Éditions Études Vivantes, Montréal, 1991
- [11] LÉGER Marketing; *Étude sur la perception des Canadiens à l'égard de l'environnement*, Rapport exécutif, Juillet 2001
- [12] LEWIS, H. & J. GERTSAKIS; *Design + Environment A Global Guide to Designing Greener Goods*, Greenleaf Publishing, 2001
- [13] LOREK, S. & R. LUCAS; *Towards Sustainable Market Strategies- A case study on Eco-textiles and Green Power*, Wuppertal Papers, No. 30, June 2003
- [14] MANZINI, Ezio; *Artefacts, Vers une nouvelle écologie de l'artificiel*; Collection Les Essais, Éditions du Centre Pompidou, Paris, 1991.
- [15] MANZINI, Ezio & Marco SUSANI; *The Solid Side*, V=K Publishing, the Netherlands, 1995
- [16] MILLET, D. et al.; The firm faced to sustainable development: change of paradigm and learning process, Natures Sciences Sociétés 11 (2003) pp. 146-157
- [17] STAHEL, W. R.; *Sustainability and Services*, (Chapter 8), in CHARTER, M. & U. TISCHNER; *Sustainable Solutions-Developing product and services for the future*, Greenleaf Publishing, 2001
- [18] STEWART, A. M. & J. L. CRAIG; *Predicting pro-environmental attitudes and behaviours: a model and a test*, Journal of Environmental Systems, Vol.28 (4), 2000-1, pp.293-317
- [19] US Congress, Office of Technology Assessment; *Green Products by Design*, Washington DC: US Government Printing Office, 1992
- [20] VOUC'H, Ann; *Encouraging Environmentally Sustainable Growth in Canada*; Economics Department Working Papers n° 290, OECD, 2001

# Peut-on noter la performance éthique?

Sonia Devin, IUP Banque Finance Assurance, Université de Caen

Emmanuelle Reynaud, UFR Sciences Economiques, Université de Caen  
Chercheur à Euristik, Université Jean Moulin Lyon 3  
emmanuelle.reynaud@wanadoo.fr

« Les entreprises n'ont d'autres responsabilités que celle de gagner de l'argent et quand elles sont animées par un élan de bienveillance, il en résulte souvent plus de mal que de bien ».

Depuis peu le marché financier n'a plus l'air d'acquiescer à l'assertion de Friedmann : la finance intègre la valeur partenariale (Charreaux, Desbrières, 1998) et les fonds dits éthiques fleurissent. Aux Etats-Unis, l'encours des fonds éthiques dépasse 2000 milliards de dollars (Favilla, 2000), ce qui représente 13% des actifs gérés par des professionnels. Un dollar sur huit est donc placé selon des critères englobant d'autres considérations que la seule performance financière. Au niveau international, l'idée d'une notation éthique est évoquée au Forum économique mondial de Davos dès 1999 (Baudet, 1999).

Le mot éthique est d'origine grecque, « *ethos* » qui signifie « *mœurs, habitudes, comportement* ». La notion d'éthique désigne une réflexion philosophique complète sur la vie morale et sur les mœurs, qui concilie la dimension théorique et la dimension pratique. Les fonds éthiques intègrent cette dimension morale : ils puisent leur origine dans des coutumes religieuses bannissant l'investissement dans des actions du péchés (tabac, alcool) (Loiselet, 2002a). Leur nature a peu à peu évolué. De nos jours ils servent à placer et investir dans des entreprises qui adoptent une conduite respectueuse envers l'environnement et les salariés.

Mais avec la perte de référentiel religieux se pose aussi la délicate question de la définition et donc de l'appréciation de l'éthique. Comment évaluer les pratiques des entreprises en vue de l'intégration dans des fonds éthiques ?

La mondialisation contribue à l'uniformisation croissante des comportements des consommateurs. L'instauration d'organes de régulations supranationaux du commerce tel que le FMI et l'OMC accroît cette standardisation. On pourrait alors croire que des standards internationaux ont été adoptés afin de normaliser les pratiques d'évaluation sociétale de l'entreprise. Pourtant, la notation d'une entreprise passe par l'élaboration de critères et il est légitime de penser que ces critères reflètent des aspirations idéologiques, culturelles et sociologiques diverses.

Une réflexion concernant les critères d'évaluation (§1) paraît donc importante à conduire afin d'apprécier la pertinence de la notation éthique (§2).

## Les critères d'évaluation

A côté des grandes agences de notation financière comme Standard & Poor's s'est développé un nouveau type d'agences qui alimentent les investisseurs en information sur ce qu'est la pratique sociétale des entreprises. Une quarantaine de grandes agences dans le monde donnent des informations, les synthétisent, émettent un jugement à partir de critères donnés et notent le comportement sociétal.

Sur le plan de l'investissement, les outils d'analyse du comportement socialement responsable ou éthique de l'entreprise sont variés. Dans le contexte d'un essor de l'investissement socialement responsable, différents types d'organismes d'analyse sociétale se sont développés pour faire face à la demande des investisseurs et, d'une manière plus large, de l'ensemble des entités qui ont un lien direct ou indirect avec l'entreprise (actionnaires, employés, clients et fournisseurs). Bien que l'offre et la structure de ces organismes s'inspirent souvent de modèles existants que sont les agences de notation financière, la diversité de leur culture d'origine (milieu associatif, fondation religieuse, milieu financier ...) a probablement empêché la création de catégories d'agences clairement identifiables. Il faut distinguer les départements internes dédiés de gestionnaires de fonds (*KLD research and analytics, inc.* aux États-Unis créateur de Socrate une base de données sociales mais aussi du Domini 400, social index, site kld.com, juin 2003), des organismes à but non-lucratif à connotation souvent militante (Centre Français d'Information sur les Entreprises créée en 1996 en France et inspiré du modèle consumériste anglo-saxon, site ac-versailles.fr, juin 2003), des organismes à but lucratif (Vigeo nouveau nom d'Arese depuis juillet 2002), des instituts de recherche (Ethical Investment Re-

search Service).

Par ailleurs certains organismes se sont associés à des producteurs d'indices pour créer des indices financiers éthiques ; les plus connus étant le ASPI Eurozone d'Arese, le FTSE4Good de FTSE (dont la notation est réalisée par EIRIS), le Dow Jones Sustainability Index DE Dow Jones (dont la notation est faite par Sustainable Asset Management), le Domini 400 social index de KLD. L'existence de ces indices, constitués d'entreprises sélectionnées par les organismes d'analyse sociétale marque la volonté des agences à imposer leur méthodologie de notation en tant que norme auprès des entreprises. Originellement l'approche la plus répandue était celle de la sélection positive ou négative (avec l'inclusion ou l'exclusion d'entreprises de secteurs d'activités déterminés). Désormais la méthode la plus utilisée consiste à sélectionner les meilleures entreprises de chaque secteur d'activité au vu de plusieurs critères ; le plus souvent il s'agit de la politique de ressources humaines et d'environnement.

L'analyse la plus connue dans ce domaine est certainement celle d'EIRIS (Ethical Investment Research Service). EIRIS analyse plus de 2000 entreprises cotées essentiellement à la Bourse de Londres. L'agence porte son attention sur les questions d'environnement et de parties prenantes (gouvernement d'entreprise, société civile) et s'appuie sur des critères d'exclusion (activités liées à l'alcool, aux armes). Elle met à la disposition de ses clients, principalement des congrégations religieuses ou des militants, une base de données sur les principales entreprises européennes et nord-américaines. Chaque investisseur désireux d'éviter les entreprises produisant du tabac ou de l'alcool obtiendra par l'intermédiaire d'EIRIS la liste précise des entreprises à exclure de son champ d'investissement. Ce type de service proposé aux investisseurs est le plus ancien et n'apporte aucun élément d'analyse sophistiqué ni aucune comparaison sectorielle. Il n'est pas possible de déterminer si l'entreprise affiche une politique environnementale particulière, ni de connaître les caractéristiques de sa stratégie (site eiris.org, juin 2003).

En Suisse, le groupe de notation SAM (Sustainable Asset Management) s'intéresse plus à l'impact futur des actions d'entreprise qu'à leur passé en matière de responsabilité sociale. L'agence classe les entreprises selon deux critères : opportunités ou risques d'investissements liés au développement durable, en attribuant une note de 1 à 5.

Le marché de notation de l'investissement socialement responsable au Canada est largement dominé par deux agences. Il s'agit de Michael Jantzi Research Associates et Ethicscan. Créé en 1988, Ethicscan actualise en continu une base de données évaluant environ 1500 entreprises (site

ethicscan.ca, juin 2003). Fondé en 1992, MJRA gère pour sa part une base de données de 500 entreprises canadiennes. En janvier 2000, MJRA a lancé un indice boursier composé de 60 valeurs canadiennes sélectionnées pour leurs performances sociales (site mjra-jsi.com, juin 2003). En avril 2001 un fonds basé sur cet indice a été mis en place par Meritas Mutual Funds (site meritas.ca, juin 2003).

L'agence de notation française la plus réputée est Arese qui apparaît depuis juillet 2002 sous le nom de VIGEO. Arese fut co-fondatrice du SIRI Group (*Sustainable Investment Research International Group*), un réseau international de collecte et de traitement d'informations sociales et environnementales sur les entreprises. Mais le SIRI étant trop militant au regard de Vigeo et les deux entités travaillent aujourd'hui indépendamment.

VIGEO étudie les entreprises selon leur secteur d'activité (par exemple, celles évoluant dans l'énergie, les services ou les télécommunications), pour favoriser les comparaisons intrasectorielles.

L'analyse s'appuie sur trois catégories d'informations (Schneider-Maunoury, 2003) :

1. Les rapports et les bilans annuels de l'entreprise ainsi que des articles de presse.
2. Les réponses aux formulaires adressés par Vigeo. Chaque formulaire est adapté au secteur d'activité.
3. Les entretiens conduits par les analystes auprès des responsables de l'entreprise, des représentants syndicaux, des partenaires de l'entreprise et des ONG.

L'entreprise est ensuite analysée selon les cinq critères retenus par Vigeo :

- La qualité des ressources humaines
- L'impact sur l'environnement biophysique
- Les relations clients fournisseurs
- Les relations avec la société civile
- Les relations avec les actionnaires

Dans chacun de ces domaines, la politique de l'entreprise est jugée au travers de trois aspects : le leadership (la volonté des dirigeants), le déploiement (la capacité de mise en œuvre) et les résultats, pour lesquels l'entreprise se verra attribuer une note allant de «--» à «++». Au total ce sont 15 notes qui sont établies pour chaque entreprise (Sicard, 2002).

La transparence de l'information est au cœur du débat financier actuel, la multiplication récente des affaires de manipulations comptables (Enron en est l'exemple le plus éloquent) a semé le doute sur les analystes financiers. Parallèlement, la conformité des critères de notations établis peut être aussi interrogée.

## La pertinence de la notation l'éthique

### *L'adéquation des outils*

Le marché de la notation est émergent et son fonctionnement n'est pas encore tout à fait standardisé. L'exclusion a été le premier principe mis en place, puis les méthodes de discrimination ou de sélection sont apparues.

Le fonctionnement reposant sur l'exclusion sectorielle pose problème. Si l'on applique cette logique on obtient à terme des résultats incohérents. L'absence de financement pour le nucléaire favoriserait la production d'énergie grâce au charbon ou au pétrole qui ont pourtant des incidences dévastatrices sur l'effet de serre. L'approche doit être beaucoup plus précise et positive, le jugement, l'évaluation de l'entreprise doit se fonder non pas sur les produits de l'entreprise mais sur la manière dont elle se conduit. Pourtant certaines agences de notation adressent aux entreprises des questionnaires qui ne tiennent pas compte des secteurs d'activités. Ainsi, l'indice Domini 400 social index exclut certaines valeurs au regard de leur appartenance sectorielle (site Novethic, juin 2003) et avantage excessivement le secteur des nouvelles technologies.

Les méthodes de sélection ne sont pas non plus exemptes de critiques. Ainsi, dans le fonds Hymnos du Crédit Lyonnais créé en 1989 et dont les performances ont été saluées par la presse, les entreprises sélectionnées ne sont pas toutes en adéquation avec l'idéologie chrétienne et humaniste revendiquée. Le slogan publicitaire est « Investir et s'investir, deux notions que les fonds éthiques Hymnos concilient. Hymnos est un fond de placement diversifié (actions et obligations), qui investit en majorité dans les sociétés dont les activités s'accordent avec une éthique chrétienne et humaniste. En un mot, les entreprises qui placent l'homme au premier plan de leurs valeurs. » Axa fait partie de nombreux fonds éthiques et notamment de Hymnos. Pourtant on peut s'interroger sur son comportement en matière de licenciements. Ovadia (2002) note ainsi qu'Axa a récemment licencié près de 2100 personnes et a obtenu la démission de 1800 autres afin d'économiser le coût d'un plan social (évalué à 400 millions d'euros). Une plainte en 2002 a été déposée au pénal par des représentants du personnel pour non

consultation lors des licenciements.

De plus les techniques d'évaluation appréhendent mal les différences culturelles et/ou les difficultés locales (Revel, 2002). On ne peut juger de la même manière une entreprise implantée en France, à Singapour ou en Birmanie. L'exemple du travail des enfants est révélateur. Les fonds éthiques sont soucieux de ne pas encourager le travail des enfants, c'est pourquoi l'embauche d'enfants dévalue l'entreprise. Pourtant dans les pays les plus pauvres, le travail des enfants est nécessaire à la survie de la famille. Or, le travail dans une multinationale est préférable à la prostitution ou même au travail dans une industrie locale encore plus exigeante car moins rentable. Le problème éthique reste bien sûr entier mais illustre les biais liés à l'imposition d'un schéma occidental.

D'autre part, les réglementations varient d'un pays à l'autre. Ainsi, le taux d'accident de travail en France n'est pas un indicateur satisfaisant parce qu'il s'agit d'un des rares pays où les accidents de trajets relèvent de cette réglementation. L'indicateur des maladies professionnelles aux Etats-Unis donne des résultats dix fois supérieurs à la France du fait d'une législation plus restrictive. On assiste aux mêmes distorsions concernant l'existence des représentants syndicaux : les entreprises des pays où les syndicats sont interdits répondent négativement. Enfin on peut s'attacher à un dernier exemple d'incohérence visant les minorités ethniques. Les Anglo-saxons sont très sensibles au droit des minorités alors qu'en France la législation interdit la recherche d'informations sur l'origine des salariés (Fatoux, 2002).

Le rating est un outil complexe à gérer. Si l'établissement de critères standardisés conduit à des aberrations il n'en demeure pas moins que la création de rating idiosyncratique interdit toute comparaison. L'homogénéisation est impossible quand les éthiques fondatrices sont différentes (Eichinger, 2002). Difficile de trouver des critères fédérateurs pour évaluer les entreprises des fonds homosexuels et des fonds islamiques. Il faut sans doute considérer l'hétérogénéité comme une donnée de base. La seule solution stable semble être l'existence d'une pluralité de fonds et la transparence des critères de chacun.

L'indépendance de l'information conditionne sa transparence. Cette indépendance n'est plus garantie lorsque les agences de notations sont sollicitées par les entreprises pour établir une évaluation de celle-ci et parfois en contact avec des investisseurs. Il semble donc indispensable de s'intéresser aux moyens mis en œuvre pour le contrôle de l'information.

### *La fiabilité du contrôle*

En matière de mesure de l'éthique on ne dispose pas d'indicateurs précis (Epstein, Roy, 2001) même si de nombreux auteurs s'y intéressent (Depoers et al. 2003).

Ainsi, le contrôle de l'information donnée par les entreprises n'est pas aussi élaboré qu'en matière comptable et financière. On peut, tout d'abord, procéder à la vérification du respect des standards par les organismes de certification. De nombreux standards et référentiels sont disponibles. Dans le domaine de l'environnement, c'est essentiellement la norme ISO 14001 qui est privilégiée. Mais cette dernière s'attache au processus de protection de l'environnement et non aux résultats. En ce qui concerne les référentiels relatifs à la sécurité, il convient de noter que le Bureau International du Travail, dans le cadre d'une étude réalisée en 1998 a recensé 24 référentiels différents relatifs à l'hygiène et à la sécurité. Depuis 1996, plusieurs normes ont été développées par certains pays (Royaume-Uni (BS 8800), Espagne (UNE 81900 et suivantes), Pays-Bas (NPR 5001), Norvège (AS 1470)). Mais il n'existe pas encore d'ISO de management de la santé et de la sécurité au travail. Après un vote négatif des membres de l'ISO en juin 2000 (site du BIT étude de 2002), cette norme a pris du retard. Depuis peu (mars 2003), elle est à nouveau à l'étude (Enjeux les Echos, juin 2003). On voit bien la difficulté du processus de normalisation face à la multiplicité des approches.

Ensuite, les informations recueillies auprès des entreprises à travers les entretiens sont remises en cause : compte tenu de la durée des entretiens il est impossible d'évaluer de façon objective la situation de l'entreprise. Lorsque l'on connaît l'importance de la notation l'on comprend aisément que les entretiens soient conduits par le top management. Face à un personnel des agences de notation jeune (l'analyste qui a le plus d'ancienneté chez Vigeo est âgé de 33 ans), l'asymétrie informationnelle entre l'entreprise et l'agence de notation est fictivement réduite par... les talents rhétoriques de l'interviewé. Pérez (2002) souligne ainsi la confusion importante qu'il peut y avoir entre l'engagement effectif d'une entreprise (« bien faire ») et sa politique de communication efficace (« faire savoir »). Et ce d'autant plus si l'entreprise détient une part du capital social de l'agence (cas de Vigeo détenue à 40% par la caisse des dépôts et à 45% par d'autres entreprises privées, Ovadia 2002). Par ailleurs, les personnes interrogées sont des cadres de la société mère, les agents des filiales ne sont pas soumis aux interviews. Ceci ne permet pas de connaître précisément la situation à chaque échelon de la production.

Les agences d'analyse sociale et environnementale étudient la situation de plusieurs centaines d'entreprises dans le monde. Elles disposent pour cela d'informations souvent fragmentées et peu homogènes tandis que les moyens humains réunis pour faire face à cette tâche sont réduits.

Le tableau ci-dessous détaille le nombre d'analystes dans les principales structures. Il est généralement très faible et chacun d'entre eux doit assurer le suivi de plusieurs dizaines d'entreprises sur des sujets complexes et dans des cadres réglementaires différents.

Agences	Analystes	Univers d'analyse
ARESE	10	SBF 120
EIRIS	15	FTSE All-Share UK ,FTSE All World europe, DAX 100
ETHIBEL	9	59% d'entreprises européennes, 21% de la région Asie Pacifique, 20% d'Amérique du Nord
SAM	18	2500 entreprises du Dow Jones Global Index, 600 entreprises du DJ Stoxx
STOREBAND	12	Non précisé

**Tableau 1 : Nombre d'analystes dans les principales structures (Observatoire sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises, 1 semestre 2000)**

Le représentant d'Amnesty International, membre du comité d'orientation consultatif de Novethic considère qu'il « n'a pas les moyens de contrôler si Arese a bien contacté tous les acteurs des entreprises, à savoir les syndicats, les comités d'entreprises, les ONG ». (Ovadia, 2002) D'ailleurs dans la mesure où un analyste ne peut passer plus de 3 jours par entreprise, force est de constater qu'il ne peut contacter de façon exhaustive toutes les parties prenantes.

La formation au métier d'analyste n'est pas encore développée. L'offre de formation en France est insuffisamment structurée ; peu de troisièmes cycles traitent de l'analyse sociétale. Seul le DESS Audit social et sociétal de l'ESA de Créteil affiche clairement cet objectif. Ce décalage entre l'offre et le besoin de compétences en matière d'évaluation sociétale constitue un handicap pour le développement du secteur et la fiabilité des enquêtes menées.

Pourtant, l'analyse du comportement environnemental et social d'une société multinationale (à la

fois plurisectorielle et internationale) nécessite des compétences en matière législative et technique (conséquences des activités ou des produits sur les écosystèmes). Ce type de travail, long et complexe, requiert une mise à jour permanente.

L'absence de vérification permet ainsi aux entreprises d'attirer des capitaux mais l'emploi du terme éthique pour qualifier ces fonds, s'il séduit les épargnants, ne correspond pas toujours à une réalité sociale.

### *La pertinence de l'appellation éthique*

La multiplication des produits d'épargne est une réponse aux attentes des épargnants. On dénombre de nombreux fonds éthiques. Ces produits répondent d'autant mieux aux attentes des épargnants soucieux d'éthique que leurs performances sont comparables aux produits traditionnels (Dupré, Girerd-Potin, 2001). D'un point de vue général, aucune corrélation (positive ou négative) n'a pu être démontrée entre performance financière et performance sociétale (Williams et Siegel, 2000 ; Gond, 2001).

Noms des fonds	Organismes promoteurs	Performances
Action éthique Meeschaert	Financière	1.95% en 2000
Capital Emploi	Fimagest	3.67% en 2000
France Expansion Durable	Expertise Asset Management	2.8% en 2000
OFI Deminor gouvernance	Ofivalmo	Non communiqué
MACIF croissance durable	Macif	2.76% en 2000
La sicav Eurosociétale	ABF Capital Management	-1.2% en 2000
Plurial éthique	Apogé S.A	0.5% en 2000
Cortal multisicav avenir	Banque Cortal	Non communiqué
Insertion Emplois	C.D.C	-5.99% en 2000
Hymnos	Crédit Lyonnais	Non communiqué
Nord-Sud développement	C.D .C	8.5% en 2000
Nouvelle stratégie 50	Meeschaert	1.71% en 2000
CMN Entreprise emploi	Crédit Mutuel du Nord	Non communiqué
Actisocia Europe	Apogé SA	Non communiqué
Ecureuil 1,2,3 ...Futur	Caisse d'épargne	2% en 2000
Fédéral Actions éthiques	Crédit mutuel de Bretagne	Non communiqué
CDC Euro 21	Asset Management	-0.8% en 2000
Europe éthique	Asset Management	Non communiqué
Dexia éthique	Dexia Asset Management	Non communiqué
Dexia Equities	Dexia Asset management	Non communiqué
Objectif éthique	Lazard Frères gestion	Non communiqué
CM Valeurs éthiques	Crédit Mutuel Finance	Non communiqué
Librairie Siloé	Banque Quilvest	0% en 2000
Génération éthique	BFT	Non communiqué
Horizon croissance durable	Rothschild & Cie	Non communiqué
Epargne éthique et actions	Crédit coopératif	-9.5% en 2000
RG Hommes terre d'expansion	Robeco	-9% en 2000

**Tableau 2 : Fonds éthiques français (Alternatives économiques, 2001)**

Cet engouement actuel des milieux financiers pour les questions d'éthique se résume peut-être à l'exploitation d'un nouveau créneau. Comme le laisse suggérer le développement des produits de consommation courante portant un label environnement, la responsabilité de l'entreprise devient un argument commercial.

<b>Indice durable et traditionnel</b>	<b>Période</b>	<b>Rendement annualisé</b>	<b>Volatilité</b>
Indice ASPI	Du 31.12.19 au 28.12.2001	12.03%	21.20%
Stoxx Euro Zone	Du 31.12.97 au 28.12.2001	9.73%	21.25%
Indice Dow Jones sustainability group	Du 31.12.97 au 28.12.2001	8.07%	20.57%
Dow Jones Global Index	Du 31.12.97 au 28.12.2001	7.03%	19.60%
FTSE4Good Europe	Du 01.01.1998 au 01.01.2002	9.17%	21.23%
Stoxx Europe	Du 01.01.1998 au 01.01.2002	7.23%	20.71%
Indice Domini Social	Du 30.04.1990 au 31.12.2001	14.95%	15.63%
S&P 500	Du 30.04.1990 au 31.12.2001	13.78%	14.53%

**Tableau 3 : Comparaison risque / rendement d'indices durables et d'indices classiques (Vermeir 2002)**

En matière financière aussi, le comportement responsable et les fonds éthiques sont un moyen pour attirer de nouveaux épargnants. Ce marché est d'autant plus fructueux qu'une logique de long terme est en train de s'affirmer en raison des modifications des structures de retraites dans certains pays et notamment en France (Ovadia, 2002).

## Conclusion

La création des fonds éthiques et de l'investissement socialement responsable réhabilite la place des marchés financiers dans la société (Martinet, Reynaud, 2001). Il n'est plus incompatible de réaliser des profits et d'être un citoyen intègre. Les plus-values réalisées au travers de ce type de placements sont valorisées : le résultat ayant été atteint grâce à la mise en place d'une politique d'entreprise responsable.

Pour l'heure, il est néanmoins délicat de savoir ce que le terme responsable recouvre. Même si la mondialisation uniformise de manière croissante les comportements, la diversité culturelle idéologique et sociologique demeure un élément clé dans

la composition des fonds éthiques.

De fait, les critères d'évaluation des entreprises en vue de l'intégration dans les fonds éthiques restent profondément contextuels. Ce caractère idiosyncratique reflète des différences de point de vue mais aussi différentes mises en œuvre : en effet, aucune méthode n'est pleinement satisfaisante. Chacune comporte son lot de critiques. L'exclusion sectorielle est simple d'utilisation mais trop systématique : elle pénalise des pans entiers d'économie ou privilégie d'autres pourtant aussi préjudiciables à l'environnement. Les méthodes de sélection sont plus ambitieuses. Mais les points à apprécier sont si nombreux qu'il devient difficile d'appréhender l'entreprise dans sa totalité, les différences culturelles ou législatives sont par exemple souvent omises. Par ailleurs, les agences de notation disposent rarement des ressources suffisantes pour vérifier les données fournies par l'entreprise.

Aussi, dans la mesure où les entreprises n'ont pas toujours intérêt à coopérer, les agences de notations ne peuvent éviter une réflexion de fond sur les critères utilisés. Ce besoin est d'autant plus prégnant que les professionnels souhaitent diversifier leurs sources d'information pour le cas échéant internaliser les compétences et assurer eux-mêmes le processus de sélection des titres (Loiselet, 2002 b).

1. Alternatives économiques (2001). « Les placements éthiques », Hors série, 2<sup>ème</sup> Trimestre.
2. Baudet, Marie-Béatrice (1999). « L'idée d'une notation sociétale pour les entreprises cotées en Bourse fait son chemin », *Le Monde Économie*, 9 février, p. IV.
3. Charreaux, Gérard, Desbrières, Philippe (1998). « Gouvernance des entreprises : valeur partenariale contre valeur actionnariale », *Finance Contrôle Stratégie*, n°2, pp. 57 à 88.
4. Depoers, Florence, Reynaud, Emmanuelle, Schneider-Maunoury, Grégory, (2003). « Comment mesurer la performance durable ? », *Gestion 2000*, Mars-Avril.
5. Dupré, Denis, Girerd-Potin, Isabelle (2001). « La finance épouse l'éthique : le mariage du siècle ? », *Banque Magazine*, n°624, Avril, p. 39 à 42.
6. Eichinger, Marc (2002). « ISR et Fonds éthiques, quelles valeurs ? », *Problèmes économiques*, n°2745, 23 janvier, p. 12 à 14.
7. Enjeux les Echos (2003). « La responsabilité sociale bientôt à la norme ISO », *Tendances*, juin, p. 42.
8. Epstein, Marc et Roy, Marie-Josée (2001). « Sustainability in action : identifying and measuring the key performance drivers », *Long Range Public*, 34, pp. 585-604.
9. Fatoux, François (2002). « Quelles notations sociétales pour les entreprises ? », *Banque Magazine*, n°637, Juin, pp. 26 à 27.
10. Fatoux, François, (ORSE) (2001). « Quand les in-

- vestisseurs se soucient de citoyenneté », séminaire des Amis de l'École de Paris
11. Favila (2000), « Fonds éthiques », *Les Échos*, 4 janvier, p. 45.
  12. Gond, Jean-Pascal (2001). « L'éthique est-elle profitable ? » *Revue française de gestion*, novembre-décembre, n° 136, pp. 77 à 85.
  13. Anonyme, (2000). « Fonds éthiques : pari moral ou financier ? », *Le Figaro*, 16 octobre.
  14. Loiselet, Eric (2002a). « ISR et Fonds éthiques, des origines à nos jours », *Problèmes économiques*, n°2745, 23 janvier, pp. 1 à 6.
  15. Loiselet, Eric, (2002b). « Les fonds socialement responsables décollent-ils vraiment en France ? », *Banque Magazine*, n°637, juin, pp. 18 à 21.
  16. Martinet, Alain-Charles, Reynaud, Emmanuelle (2001). « Shareholders, Stakeholders et stratégie », *Revue française de gestion*, novembre-décembre, n° 136, pp. 12 à 25.
  17. Mc Williams, Abigail, Siegel, Donald (2000). « Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification? », *Strategic management journal*, vol 21, pp. 603-609.
  18. Ovadia, Céline (2002). « La grande illusion des placements éthiques », *Le Monde diplomatique*, novembre, pp. 6 et 7.
  19. Pérez, Roland (2002). « L'actionnaire socialement responsable », *Revue française de gestion*, novembre-décembre, pp. 131 à 151.
  20. Revel, Claude (2002). « Nouvel environnement concurrentiel, normes « morales » », *Problèmes économiques*, n°2778, 2 octobre.
  21. Schneider-Maunoury, Grégory (2003). « Méthodologie de l'investissement socialement responsable, valorisation financière et analyse stratégique », *Première Journée AIMS Développement durable*, ESSCA d'Angers.
  22. Sicard, Jean-Pierre (2002). « ISR et Fonds éthiques, nouveaux enjeux, nouvelles perspectives », *Problèmes économiques*, n°2745, 23 janvier, pp. 6 à 12.
  23. Wermeir, Win (2002), « Rendements et risques d'une politique d'investissement durable », *Banque Magazine*, n°637, Juin, pp. 33 à 35.

## La consommation durable en ligne

**Marie-Lou Ouellet**

**Étudiante-rechercheure**

**Chaire Économie et Humanisme**

L'Alliance nord-américaine pour une consommation durable (*North American Sustainable Consumption Alliance*) vient tout juste de mettre en ligne une base de données répertoriant les initiatives de production et de consommation durable. L'Alliance est un organisme de pression multilatéral qui a été créé pour faire la promotion des habitudes d'achat de biens de consommation axés sur le développement durable. En donnant accès à ce service en ligne, l'Alliance veut ainsi permettre la coopération entre les individus et les organisations du Canada, du Mexique et des États-Unis intéressés par la promotion de modèles de production et de consommation durable. Cette ressource importante permettra aussi aux citoyens de prendre connaissance des projets et initiatives de consommation durable qu'ils pourraient appuyer et même reproduire dans leur propre communauté.

Cette initiative est le fruit d'un partenariat entre la Commission de coopération environnementale, le Centre canadien de prévention de la pollution, Environnement Canada, le *Lowell Center for Sustainable Production*, l'*Integrative Strategies Forum*, l'Université de l'État de Sonora (Mexique) et le Programme des Nations Unies pour l'environnement.

Pour le moment, la base de données contient déjà les coordonnées de 200 projets dans les pays de l'ALENA. Ces projets sont regroupés par thème dont la consommation biologique, la publicité et le marketing, le commerce, le tourisme, etc. Pour prendre connaissance des projets existants ou pour soumettre les coordonnées de votre propre projet de consommation durable, rendez vous à cette adresse : <http://nasca.icspac.net/db/>

## Les membres de la Chaire Économie et Humanisme au 72e Congrès de l'Acfas à l'UQAM >10 au 14 mai 2004

Le développement durable face à la mondialisation : quels enjeux pour quels acteurs ?  
Corinne Gendron et Jean-Pierre Revéret >12 mai, 13 h 40

Éthique et gestion : ouverture à une réflexion sur l'entreprise comme structuration sociale.  
Corinne Gendron et Alain Lapointe >12 mai, 14 h 00

Le consumérisme politique comme outil de développement durable.  
Corinne Gendron, Alain Lapointe et Gisèle Belem >14 mai, 9 h 10

Analyser le potentiel des initiatives de l'agriculture alternative à la lumière de l'acteur-réseau.  
René Audet >12 mai, 8 h 50

L'agriculture labellisée au Sud comme double stratégie de protection de l'environnement et d'accès aux marchés du Nord pour les producteurs.  
René Audet >14 mai, 11 h 00

Investissements directs étrangers et développement durable : une analyse du rôle des compagnies minières canadiennes en Afrique.  
Gisèle Belem >10 mai, 10 h 00

Quand la mode est aux codes.  
Marie-Hélène Blais >10 mai, 16 h 10

L'enseignement de l'éthique en finance : un examen critique de la littérature.  
Lovasoa Ramboarisata >10 mai, 14 h 40

Le commerce équitable : entre idéal solidaire et réalité marchande.  
Mignelle Tall >11 mai, 10 h 30

Des forêts sous le couvert de la certification forestière au Québec : est-ce que cela change le paysage régulateur des terres publiques ?  
Julie Maurais >11 mai, 10 h 00 >14 mai à 9 h 40

La certification des forêts : les enjeux et contributions de la controverse.  
Marc-André Lafrance >11 mai, 10 h 40 >14 mai, 10 h 10

Marketing et Responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise (RSEE).  
Patrick Laprise >11 mai, 11 h 00

Commerce équitable : vecteur du développement durable ?  
Véronique Bisaillon >12 mai, 9 h 10

Le commerce équitable et l'agriculture biologique au Liban.  
Khalil Roukoz >12 mai, 10 h 10

Économie solidaire et lutte contre l'exclusion sociale.  
Andrée de Serres et Angelo Dossou-Yovo >12 mai, 11 h 10

La charte de responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise: un moyen stratégique de préservation de l'autonomie de l'entreprise.  
Manon Lacharité >13 mai, 15 h 30

Les pratiques de divulgation en matière de développement durable : points de vue sur les risques, sur les avantages et sur les coûts.  
Marie-France Turcotte et Marie-Andrée Caron >13 mai, 16 h 50

L'impact des nouveaux mouvements sociaux économiques (NMSÉ) sur la gouvernance des entreprises transnationales.  
Chiraz Guedda >14 mai, 9 h 45

La responsabilité sociale d'entreprise : une voie de réconciliation de l'économique et du social.  
Alain Lapointe >14 mai, 10 h 35

Les stratégies des législateurs en gouvernance d'entreprise.  
Andrée de Serres >14 mai, 11 h 00

Le terroir qui fait vendre : d'un banal produit de consommation à un outil de développement durable.  
Marie-Lou Ouellet >14 mai, 11 h 00

Les indications géographiques et le label paysan : une appellation altermondialiste et un label antimondialisation.  
Marie-Lou Ouellet >14 mai, 11 h 30

Quelle est la place des déterminants culturels dans l'audit social de la responsabilité globale des entreprises ?  
Maricruz Juarez-Quaas >14 mai, 11 h 25

**Le programme du 72e Congrès de l'Acfas est disponible à l'adresse suivante:**  
**[www.acfas.uqam.ca](http://www.acfas.uqam.ca)**

## 72e Congrès de l'Acfas à l'UQAM

### Programme du Colloque 659

Du 12 au 14 mai 2004

### Mondialisation et développement durable: Environnement, acteurs sociaux et institutions au cœur de la gouvernance

#### MERCREDI 12 MAI

##### SESSION 1. ACTEURS SOCIAUX ET GOUVERNANCE DE L'ENVIRONNEMENT

Ouverture du colloque  
Conférencière invitée:  
**13 h 00 Hourla Tazi Sadeq**

- Le développement durable face à la mondialisation: quels enjeux pour les acteurs?

**13 h 40 Jean-Pierre Revéret**  
(ISE-UQAM)

**Corinne Gendron** (Chaire Économie et Humanisme, UQAM)

**14 h 10 Débat**

Les acteurs de l'environnement: une mise en scène mouvante.  
**14 h 30 Louis Guay**  
(Dépt. Sociologie, Université Laval)

- Les espaces de discussion politiques et techniques: à l'interface de la science et du public.

**15 h 00 David Clerens**  
(Dépt Science Politique, UQAM)

**15 h 30 Débat**

-Étude exploratoire de la littérature sur l'impact de la gouvernance internationale des Organisations Internationales Économiques sur le comportement des États membres.

**16 h 10 Féthi Chébill** (Dépt Management et technologie, UQAM)

- L'ALÉNA et l'environnement: Bilan d'une décennie de gouvernance environnementale dans un contexte d'intégration commerciale.

**16 h 40 Karel Mayrand**  
(Centre international Unisféra)

- Principe de précaution sociale et durabilité.

**17 H 10 Jérôme Ballet**  
Damien Bazin  
Jean-Luc Dubois  
François-Régis Mahieu  
(Centre d'Économie et d'Éthique pour l'Environnement et le Développement, Université de Versailles- France)

**17 h 40 Débat**  
**18 h 00 Cocktail de lancement**

#### JEUDI 13 MAI

##### SESSION 2. DÉVELOPPEMENT DURABLE ET GOUVERNANCE URBAINE

- L'action collective face à la problématique des matières résiduelles: Analyse de stratégies.

**9 h 10 Mathieu Cook**

**Yvan Comeau**  
(École de service social, Université Laval)

- L'économie sociale québécoise sous les politiques publiques néolibérales.

**9 h 40 Philippe Leclerc** (Dépt Science Politique, UQAM)

- Transport des marchandises en zone urbaine et développement durable. Quels enjeux? Quelles responsabilités pour les municipalités?

**10 h 00 Alain Rajotte** (CRISES, UQAM; CEREF, Université de Sherbrooke)

- Alger en quête de gouvernance urbaine.

**10 h 30 Karlma Anouche**  
(Institut d'urbanisme de Montréal, UdeM)

**11 h 20 Débat**

##### SESSION 3. DÉVELOPPEMENT DURABLE ET ÉNERGIE

- La déréglementation du secteur électrique en Europe et le développement durable.

**13 h 00 Soufian Baazaoul**  
(Centre de recherche d'économie pure et appliquée, Université de Paris Dauphine - France)

Le protocole de Kyoto: Enjeux et réalité.

**13 h 30 Mehdi Zahaf** (HEC Montréal)

L'efficacité énergétique au service du développement durable.

**14 h 00 Jean-Guy Vallancourt**  
(Dépt Sociologie, UdeM)  
**Marie-Pierre Chevrier** (Bureau Études et Développement, UdeM)

**14 h 30 Débat**

#### JEUDI 13 MAI

##### SESSION 4. LA RESPONSABILITÉ SOCIALE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE?

- Mesures volontaires et développement durable:L'importance des normes internationales.

**15 h 10 Michel Provost** (HEC Montréal)

- La charte de responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise: Un moyen stratégique de préservation de l'autonomie de l'entreprise.

**15 h 30 Manon Lacharité** (DSA-ESG, UQAM)

- La responsabilité sociale en milieu financier s'imposera-t-elle par la Loi?

**16 h 00 Michel Roux** (Fac. des Sciences économiques et de gestion, Université de Paris XIII - France)

- Les pratiques de divulgation en matière de développement durable: Points de vue sur les risques, sur es avantages et sur les coûts.

**16 h 50 Marle-Andrée Caron**  
**Marie-France Turcotte**  
(Chaire Économie et Humanisme, UQAM)

**17 h 20 Débat**

**17 h 40 Cocktail de lancement**

#### VENDREDI 14 MAI

##### SESSION 5. NOUVELLES RÉGULATIONS ET DÉVELOPPEMENT DURABLE

- Le consumérisme politique comme outil de développement durable.

**9 h 10 Corinne Gendron**

**Alain Lapointe**

**Gisèle Belem**

(Chaire Économie et Humanisme, UQAM)

- Des forêts sous le couvert de la certification forestière au Québec: est-ce que cela change le paysage régulateur des terres publiques?

**9 h 40 Julie Maurais** (ISE-UQAM)

- La certification dans le secteur forestier: qui en profite réellement?

**10 h 10 Marc-André Lafrance**

(Chaire Économie et Humanisme, UQAM)

- L'agriculture labellisée au Sud comme double stratégie de protection de l'environnement et d'accès aux marchés du Nord pour les producteurs.

**11 h 00 René Audet** (ISE-UQAM)

- Les indications géographiques et le label paysan: Une appellation altermondialiste et un label antimondialisation.

**11 h 30 Marle-Lou Ouellet**

(Chaire Économie et Humanisme, UQAM)

**Midi Débat**

**12 h 40 Fermeture du colloque**

**Renseignements:**

Virginie Zingraff

zingraff.virginie@courrier.uqam.ca

# APPEL DE COMMUNICATIONS

## Revue électronique en sciences de l'environnement

### VertigO

La revue électronique en sciences de l'environnement VertigO prépare un nouveau dossier qui paraîtra en septembre 2004. Pour ce dossier, nous recherchons des travaux réalisés autant dans le domaine de la gestion environnementale des industries, des commerces, des institutions, que du jumelage de modèles économiques et écologiques.

#### Coordination du numéro :

P. Crabbé (Université d'Ottawa), C. Gendron (École des sciences de la gestion, Université de Québec à Montréal), Éric Duchemin (La revue électronique en sciences de l'environnement VertigO)

#### Thèmes:

- **Gestion environnementale** : Les entreprises et le développement durable; Partenariat entre les industries et les ONG; les normes industrielles; L'écologie industrielle : l'analyse du cycle de vie (étude de cas), dématérialisation de l'économie et de la production
- **Éthique et développement économique** : Facteurs de sensibilisation à l'environnement des entreprises, Industriels et environnement : perception et conceptualisation par les industriels de l'environnement, le discours des dirigeants d'entreprises sur l'environnement, le questionnement éthique et social de l'entreprise
- **L'économie face aux grandes problématiques environnementales** : Jumelage des modèles économiques et écologiques, changements climatiques, biodiversité, contamination aux métaux lourds, couche d'ozone, charte de la terre, etc...

Les contributions pourront être théoriques et/ou empiriques. Des études de cas ou des textes de synthèse pourront également être acheminés. Les auteurs peuvent aussi envoyer toute proposition qui aurait trait à la thématique générale proposée.

#### Démarche et calendrier proposés :

- >Envoi d'une proposition sous forme d'un titre et d'un court résumé, quelques lignes
- >Texte complet (au 1 juin) les conditions éditoriales sont précisées sur le site de la revue à l'adresse suivante : <http://www.vertigo.uqam.ca/>
- >Évaluation du texte par un comité de lecture
- >Réponse définitive de la revue au 1 août avec grille d'évaluation des réviseurs
- >Mise en ligne du numéro au courant de septembre 2004

Les propositions (résumés et textes complets) doivent être envoyés par courrier électronique à l'adresse suivante : [vertigoweb@sympatico.ca](mailto:vertigoweb@sympatico.ca)

Éric Duchemin, Ph.D. Rédacteur en Chef - Directeur de la publication VertigO  
La revue électronique en sciences de l'environnement  
VertigO - la revue électronique en sciences de l'environnement  
2669 Knox, Montréal, Québec, Canada, H3K 1R3  
courriel: [vertigoweb@sympatico.ca](mailto:vertigoweb@sympatico.ca)  
site: <http://www.vertigo.uqam.ca>

## Call for Submissions

### Stanford Social Innovation Review

Published by the Stanford Graduate School of Business, the Stanford Social Innovation Review is a new quarterly on nonprofit management, philanthropy and corporate social responsibility. SSIR can bring your ideas to an audience of influential policymakers and social sector executives. The Review values strong connections between theory, research and practice. We seek articles that approach problems in the social sector in new and interdisciplinary ways, and yet are grounded in theory, research, or practice.

**Past and upcoming authors and topics include:**

- >Mayer Zald on why some social movements lead to lasting change while others disappear
- >Robert Sutton on weird management ideas that spark innovation in nonprofits.
- >Philip Kotler on how "corporate social marketing" may help society and the corporate bottom line
- >Robert Cialdini on putting the power of influence to work in nonprofit fundraising
- >Dennis Rondinelli on how to manage tensions in corporate and nonprofit partnerships
- >Jerry Porras on the myth of the charismatic leader in education reform
- >Mark Chaves on why the political left and the right are wrong about faith-based organizations

The publication's audience will be nonprofit managers, grantmakers and concerned business leaders. The publication is seeking submissions that help these practitioners to better manage their organizations and their field.

We are seeking both original and adapted articles (i.e., book excerpts, synopses, or adaptations of articles published elsewhere). Our editors will work with authors to craft a paper that conveys the authors' message as they understand it and that will also be interesting and accessible to the high level nonprofit executives.

**Submission Process:**

Those interested in submitting an article should send us a summary first. Submissions are accepted on a rolling basis. Please send us a 1-3 page summary including

- >central argument and why it is new, interesting or compelling
- >real-world implications of your argument and how this is useful to readers
- >structure of your article, including what supporting arguments or examples you will use.

( <http://www.ssireview.com> )

## CALL FOR PAPERS

### Sixteenth International Conference Camino Real Cancun, Mexico November 18 - 21, 2004

Global scholars and practitioners are invited to submit competitive papers for presentation and publication at the 2004 annual meeting of the Association for Global Business to be held in Cancun, Mexico. All topics in business disciplines (accounting, finance, international business, management and marketing), economics, management information systems and computer science, political science, public administration, and global strategies are appropriate. We also need session chairpersons, and we encourage you to organize sessions and convene panel discussions. Guidelines for Submitting Papers

1. Submit four (4) copies of your complete paper or a four (4) page abstract by June 1, 2004.
2. Papers should not exceed twenty (20) double-spaced pages including text, references, and exhibits.  
Each paper should have a separate page with the author's name, affiliation, address and telephone number. Multiple authorships should indicate the person to be contacted. The papers presented at the conference will be published in the Proceedings for a fee of \$10 per abstract, and \$25 per full paper.
3. All papers will be blind reviewed by two outside reviewers. Papers submitted must not be presented, published, or accepted for presentation or publication elsewhere.
4. Provide your E-mail address to expedite the acknowledgement and the acceptance process. Snail-mail will be used if no E-mail address is provided.
5. The deadline for submission of papers or proposals is June 1, 2004. All those chosen to present or discuss papers or chair sessions will be notified by July 15, 2004.
6. Please indicate if you would like your paper to be considered and reviewed for publication in the Journal of Current Research in Global Business. The Journal submission fee is \$25. The Journal charges a printing fee upon acceptance. The Journal also accepts manuscripts from the general public.
7. Send all correspondence to: Professor Robert J. Keating, AGB Vice President and Program Director, University of North Carolina at Wilmington, Department of Management and Marketing, 601 South College Road, Wilmington, North Carolina, 28403, USA. Telephone: (910) 962-3069; Fax: (910) 962-3815; E-mail: [keatingb@uncwil.edu](mailto:keatingb@uncwil.edu)

<http://falcon.jmu.edu/~damanpfx>

## FÉLICITATIONS À NOS ÉTUDIANTS-CHERCHEURS!

La Chaire Économie et Humanisme tient à féliciter deux de ses étudiants-chercheurs qui se sont démarqués par l'obtention de bourses

Patrick Laprise, candidat à la maîtrise en sciences de l'environnement, s'est mérité la bourse d'études supérieures à la maîtrise du Conseil de recherche en sciences humaines (17 500 \$)

Marie-Hélène Blais, candidate au MBA-Recherche, s'est méritée la bourse Hydro-Québec (5 000 \$ )

## GOÛTEZ ÉQUITABLE... LUTTEZ CONTRE L'EXPLOITATION

### Café-causerie

Aide internationale pour l'enfance (AIPE), en collaboration avec Oxfam-Québec, organise le café-causerie

### Goûtez équitable... luttez contre l'exploitation

Le mercredi 26 mai

18 h 30

Restaurant le Chu Chai, 2<sup>e</sup> étage  
4088, rue Saint-Denis, Montréal

Conférenciers invités:

Roxana Robin, AIPE

Marc-Henri Faure, Oxfam-Québec

Coût: 20 \$; 10 \$ étudiant

Billets en vente au Chu Chai ou à l'AIPE 514.871.8088

## Site Internet du Mois

### Society for the study of social problems (SSSP)

Site Internet d'un groupe basé au Tennessee, le SSSP est le portail d'information d'une communauté d'académiciens, de praticiens, de défenseurs de causes et d'étudiants qui partagent l'objectif de créer une société (nationale et internationale) juste. C'est un de ces trop rares lieux de rencontre pour des gens qui veulent mettre de l'avant des perspectives critiques et humanistes dans leurs analyses.

La Société souhaite avant tout créer un réseau de gens qui veulent étudier et comprendre les problèmes sociaux. Elle publie un journal et offre à ses membres différentes opportunités. Un des traits intéressants du site de la Société est sa rubrique des «problèmes spéciaux», où les intérêts des chercheurs sont concentrés sur des thèmes précis tels *Environment and Technology* ou *Racial and Ethnic Minority*. Pour ceux qui veulent mieux connaître ces thèmes dans le cadre de la société étasunienne.

[www.sssp1.org](http://www.sssp1.org)

# Séminaires scientifiques 2003-2004

La Chaire Économie et Humanisme propose une série annuelle de séminaires sur la régulation.

## Calendrier

### 18 septembre 2003

>Aux fondements de la régulation

Renseignements: Judith Trudeau (987-3000, poste 3783#) ou Gisèle Bélem (987-3000, poste 4375#)

### 9 octobre 2003

>Acteur et système au cœur de la régulation

Renseignements: René Audet (987-3000, poste 8430#) ou Gisèle Bélem (987-3000, poste 4375#)

### 6 novembre 2003

>L'État régulateur : désuet ou indispensable?

Renseignements: Judith Trudeau (987-3000, poste 3783#)

### 4 décembre 2003

>La régulation marchande

Renseignements: Gisèle Bélem (987-3000, poste 4375#)

### 22 janvier 2004

>Le consumérisme politique

Renseignements: Emmanuelle Sauriol

### 19 février 2004

>Institutions économiques internationales

Renseignements: Gisèle Bélem (987-3000, poste 4375#)

### 18 mars 2004

>La société civile comme nouveau foyer de régulation?

Renseignements: René Audet (987-3000, poste 8430#) ou Julie Maurais (987-3000, poste 3362#)

### 15 avril 2004

>Régulation et pratiques de la société civile

Renseignements: René Audet (987-3000, poste 8430#) ou Marie-Lou Ouellet (987-3000, poste 3783#)

### 20 mai 2004

>Régulations hybrides

Renseignements: René Audet (987-3000, poste 8430#) ou Expert Ikonzi (987-3000, poste 2254#)

### 10 juin 2004

>Séminaire synthèse sur la régulation

Renseignements: René Audet (987-3000, poste 8430#), Gisèle Bélem (987-3000, poste 4375#) ou Marc-André Lafrance (987-3000, poste 3362#)

## Calendrier des événements

### Colloque

*Colloque de l'Association canadienne des sciences administratives (ASAC)*

5 au 8 juin 2004

Université Laval

**Renseignements:** [www.centor.ulaval.ca/asac2004/](http://www.centor.ulaval.ca/asac2004/)

*Les enjeux du management social*

18 et 19 juin 2004

Université Catholique de Lyon

**Renseignements:** [aliu@univ-catholyon.fr](mailto:aliu@univ-catholyon.fr)

*Colloque international sur la citoyenneté au travail*

21 au 23 juin 2004

Université Laval

**Renseignements:** [crimt@rlt.ulaval.ca](mailto:crimt@rlt.ulaval.ca) / [www.crimt.org](http://www.crimt.org)

*Développement durable et globalisation dans l'agroalimentaire*

Colloque international de l'Association internationale d'économie alimentaire et agro-industrielle,

Société canadienne d'agroéconomie

23 et 24 août 2004

Université Laval, Québec

**Renseignements:** [jean-philippe.gervais@eac.ulaval.ca](mailto:jean-philippe.gervais@eac.ulaval.ca)

### Congrès

*La société des savoirs*

72e Congrès de l'Acfas

10 au 14 mai 2004

Université du Québec à Montréal

**Renseignements:** [www.acfas.uqam.ca](http://www.acfas.uqam.ca)

*Voluntary Codes of Conduct for Multinational Corporations: Promises and Challenges*

12 au 15 mai 2004, New York, May 12 - 15, 2004

Zicklin School of Business, Baruch College, The City University of New York

**Renseignements:** [www.ICCA-corporateaccountability.org](http://www.ICCA-corporateaccountability.org)

*Creating Actionable Knowledge*

64e Congrès de l'Academy of Management

6 au 11 août 2004

Nouvelle-Orléans

**Renseignements:** [www.aomonline.org](http://www.aomonline.org)

*La GRH mesurée!*

Congrès annuel de l'Association francophone en gestion des ressources humaines (AGRH)

1<sup>er</sup> au 4 septembre 2004

Université du Québec à Montréal

**Renseignements:** [agrh2004-esg@uqam.ca](mailto:agrh2004-esg@uqam.ca)

la chaire  
**économie et**  
**humanisme**



École des sciences de la gestion  
Université du Québec à Montréal  
Case postale 6192  
Succursale Centre-Ville  
Montréal (Québec) H3C 4R2

Téléphone : 514.987.3000  
poste 6972#

Télécopieur : 514.987.3372

Courriel: ceh@uqam.ca

---

**Visitez notre site Internet**

[www.ceh.uqam.ca](http://www.ceh.uqam.ca)

**Inscrivez-vous à notre liste d'envoi électronique**

[ceh@uqam.ca](mailto:ceh@uqam.ca)

---

**Bulletin de la Chaire Économie et Humanisme**

Rédacteur en chef : Patrick Laprise

Graphisme : Jenny Desrochers

Collaborateurs : Sonia Devin, Catherine Loriot, Marie-Lou Ouellet, Emmanuelle Reynaud

Le bulletin est publié une fois par mois par la Chaire Économie et Humanisme.  
Pour soumettre un article, prière de consulter le site web [www.ceh.uqam.ca](http://www.ceh.uqam.ca).