

Le 14 octobre 2009

**Le rapport sociétal d'une entreprise  
(rapport développement durable)  
traduit la stratégie affaires publiques**

**SÉANCE PUBLIQUE**, notre métier :

- schéma directeur affaires publiques
  - conseil sur stratégie de lobbying
  - veilles politique et parlementaire
  - audit de relations avec les élus
  - stratégie parlementaire
  - cartographies d'influence nationale et territoriale
  - démarches de dialogue public/privé
- Site : [www.seance-publique.com](http://www.seance-publique.com)  
Blog : [www.dialogueexpert.com](http://www.dialogueexpert.com)



SEANCE PUBLIQUE s'est engagée dans une démarche de Responsabilité Sociale d'Entreprise (RSE) autour des principaux indicateurs suivants : respect des intérêts des clients et de l'intérêt général, lutte anti-corrruption, protection de l'environnement, valorisation du capital humain.

Le témoin LUCIE a été attribué le 13 juin 2008 à SEANCE PUBLIQUE SAS par l'association Qualité France Association (OFA)

## **INTRODUCTION**

---

### **Les entreprises de plus de 500 salariés vont être amenées à élaborer un rapport de Développement Durable (Grenelle 2)**

La loi sur les nouvelles régulations économiques (NRE) a fixé l'obligation pour les sociétés française cotées sur un marché réglementé de rendre compte dans leur rapport annuel de leur gestion sociale et environnementale et de leur responsabilité sur ces aspects au travers de leur activité.

Le projet de loi portant engagement national pour l'environnement (dit Grenelle 2) va plus loin et prévoit, à l'Article 83, d'étendre sous conditions l'obligation fixée par la loi NRE, à toutes les entreprises de plus de 500 salariés, de présenter un bilan social et environnemental.

En faisant passer de 650 entreprises soumises à l'article 116 de la loi NRE à plus de 2000 entreprises, il s'agit de renforcer la responsabilité sociale et environnementale des acteurs économiques.

Les sénateurs viennent d'approuver cette évolution.

### **Il s'agit de prendre la mesure des exigences fondamentales d'information sur les impacts sociaux, économiques et environnementaux des entreprises**

Les attentes croissantes de l'opinion en matière d'informations sur la performance globale des entreprises rendent de plus en plus nécessaire ces outils de communication et de pilotage stratégique.

Elles entrent en ligne de compte dans les notations extra-financières. C'est pourquoi les entreprises s'appliquent à préciser leurs actions et à étendre le champ de leurs engagements, en réponses aux attentes externes.

Le reporting de développement durable a pour objet de détailler la façon dont les entreprises comprennent et gèrent leurs risques et leurs responsabilités sociales et environnementales.

Ils donnent à voir les différentes actions et investissements réalisés par les entreprises dans leur environnement local, analysant l'intérêt que peuvent avoir ces engagements sur les performances des entreprises.

Un Rapport Développement Durable présente dès lors les valeurs et règles de conduite de l'entreprise dans les domaines économique, social et environnemental.

Il exprime les convictions de la société, définit le champ de responsabilité de l'entreprise, son système de management, les relations qu'elle entretient avec ses clients, ses collaborateurs, ses actionnaires, ses prestataires, etc.

Il s'agit de rendre compte de ses engagements dans ces domaines économiques, sociaux et environnementaux, de la façon dont elle a répondu aux attentes des diverses parties prenantes, et de dresser le bilan des actions mises en œuvre et des résultats obtenus, dans les divers volets qui composent le développement durable.

Le Développement durable repose sur la conjugaison de trois piliers :

- le pilier économique : développer la croissance pour créer de la richesse pour tous, par l'intermédiaire de productions durables
- le pilier social : satisfaire les besoins humains et répondre aux exigences d'équité sociale
- le pilier environnemental : préserver et favoriser l'environnement et les ressources naturelles

Fondant la mise en œuvre de cette nouvelle dynamique sociale, les valeurs du Développement durable sont donc le dialogue, la gouvernance partagée, la promotion de l'intérêt général, la solidarité, la lutte anti-corruption, le respect des parties prenantes sur les divers échelons d'impact des activités, la responsabilité, l'engagement en faveur du développement du territoire sur lequel l'entreprise est implantée, etc.

## **Le rapport sociétal ou de développement durable doit permettre de présenter les liens de l'entreprise avec les décideurs publics et stratégies de lobbying**

Ce dialogue nécessaire avec les différentes parties mettent en évidence l'exigence accrue de plus de transparence et de contrôle sur la façon dont sont organisés les liens entre une entreprise et les décideurs publics.

Il paraît de ce fait indispensable de suivre cette exigence et de faire de ce document d'information permettant de présenter les démarches et liens que l'entreprise organise dans le cadre de sa stratégie affaires publiques.

La Global Reporting Initiative (GRI) a développé une réflexion sur les directives applicables pour rendre compte des performances économique, environnementale, pour des sociétés. Elle a été amenée à spécifier le contenu de base d'un rapport de développement durable établi selon ses recommandations « Lignes directrices pour le reporting développement durable »

La GRI spécifie notamment les engagements externes dont il faut rendre compte :

- les chartes, principes et autres initiatives, d'origine extérieure en matière économique, environnementale et sociale, auxquelles l'organisation a souscrit ou donné son aval
- l'affiliation à des associations ou adhésion à des organisations nationales ou internationales de défense des intérêts.
- les éléments d'information se rapportant au dialogue avec les parties prenantes instauré par l'organisation pendant la période de reporting et la démarche de ce dialogue
- les questions et préoccupations clés soulevées via le dialogue avec les parties prenantes et manière dont l'organisation y a répondu, etc

Le rapport GRI établit également au titre d'indicateurs du volet Economie :

- l'« affichage politique, la participation à la formulation des politiques publiques et le lobbying, »
- ainsi que le « total des contributions versées en nature et en espèces aux partis politiques hommes politiques et institutions connexes, par pays. »

Dès lors, les actions de lobbying semblent bien s'inscrire avec intérêt au milieu des éléments d'information dont les rapports de développement durable des groupes sont l'objet.

**SEANCE PUBLIQUE a initié une réflexion sur le lobbying responsable® en tenant compte des positions du Global Compact.**

**Il s'agit de réfléchir aux méthodes pouvant mieux définir les liens entre décideurs publics et privés des entreprises et organisations.**

**Le site [www.lobbyingresponsable.org](http://www.lobbyingresponsable.org) reprend les premières propositions et contributions relatives aux exigences et indicateurs pouvant définir le lobbying responsable®.**

**Ce travail pourrait être une contribution permettant de construire les stratégies affaires publiques et les méthodes de travail des entreprises et des organisations.**

**Toutes les réactions en ligne pourront continuer à nourrir ce travail.**

**Selon SEANCE PUBLIQUE, cette déontologie dans les démarches affaires publiques autour d'un lobbying responsable devrait s'illustrer concrètement par une plus grande transparence dans la présentation des actions présentées dans le rapport de Développement Durable.**

**SEANCE PUBLIQUE estime que toutes les entreprises devraient dès 2010 présenter dans le rapport de développement durable les engagements d'un lobbying responsable et détailler comme le souhaite la GRI les actions mises en œuvre**

**C'est cette démarche qui pourra demain valider toute démarche de lobbying responsable.**

**On pourra mettre ces réflexions en perspective avec les décisions de l'Assemblée nationale et du Sénat qui viennent de décider d'encadrer l'activité des représentants d'intérêts.**

**Les institutions parlementaires souhaitent désormais que les entreprises et organisations signent un code de bonne conduite, condition d'un accès facilité aux institutions. On peut regretter qu'aucun process de contrôle ne soit mis en place par les institutions et voir la limite de la seule acceptation d'un code de bonne conduite.**

**Les entreprises qui auront su en 2010 présenter dans les rapports de développement durable désormais obligatoire la transparence des actions vers les pouvoirs publics pourront ainsi sans contrôle supplémentaire valider les règles de bonne conduite et charte de déontologie demandées par les institutions parlementaires.**

## **ANALYSE DE RAPPORTS DE DEVELOPPEMENT DURABLE**

### **LES LIENS DE L'ENTREPRISE AVEC LES POUVOIRS PUBLICS**

Nous avons analysé à partir d'une sélection des Rapport DD des entreprises du CAC 40, les principaux rapports annuels ou de développement durable qui traitent d'actions d'affaires publiques

Nous présentons dans cette analyse quelques modalités devant pouvoir structurer la description des actions de lobbying dans une approche responsable. Nous avons structuré cette analyse autour de 3 axes :

- La culture du dialogue
- L'engagement en faveur de la transparence sur les positions défendues mais également sur les moyens mis en œuvre actions
- Le respect de démarche responsable

#### VALORISER UNE CULTURE DU DIALOGUE ..... 6

Quelles parties prenantes concernées par secteur d'activités

Quels principes structurent les relations de l'entreprise avec les parties prenantes : l'information, le partage d'expertise, le dialogue

#### AFFIRMER L'ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA TRANSPARENCE ..... 8

Transparence sur les positions défendues

Transparence sur les moyens mis en œuvre

#### PRESENTER LES PRINCIPES DEONTOLOGIQUES QUI PRESIDENT AUX ACTIONS ..... 12

## VALORISER UNE CULTURE DU DIALOGUE

---

Le dialogue tient une place centrale au sein des démarches d'affaires publiques présentées dans les rapports.

TOTAL titre ainsi l'un des chapitres détaillant ses principes d'action : « à l'écoute de nos parties prenantes » ;

Air France-KLM : « Interagir avec nos parties prenantes / Dialoguer dans la durée » ;

Carrefour : « un dialogue régulier avec nos parties prenantes. »

Ces groupes revendiquent ainsi ce que devient finalement une véritable « culture du dialogue »  
Ces groupes reconnaissent que le dialogue par la confrontation de divers points de vue favorise la mutualisation des savoir-faire et permet la recherche de solutions enrichies

### 1. Quelles parties prenantes concernées selon les secteurs d'activités.

Les entreprises doivent dialoguer, échanger et négocier avec les différents acteurs que sont les salariés, les clients mais également les acteurs institutionnels présents sur le territoire.

Les ONG, les associations de consommateurs et autres relais d'opinions sont également les parties prenantes qui accompagnent l'entreprise.

Dans les rapports étudiés, les groupes prennent soin de mettre en avant les différentes catégories d'interlocuteurs avec lesquels ils sont en relation au quotidien.

Ils se disent conscients de l'importance de connaître les attentes de leurs parties prenantes pour répondre à leurs besoins en intégrant les préoccupations sociales et environnementales.

Ils peuvent ainsi construire produits et services en lien avec les réactions des parties prenantes.

GDF SUEZ tire de son ancrage territorial spécifique la nécessité de conduire des échanges avec ses parties prenantes. Le groupe témoigne dans son rapport de développement durable 2008 de son implication en faveur d'un dialogue avec ses parties prenantes « à la fois au niveau local et global du groupe sur l'ensemble des thématiques sociales et environnementales. (...) les échanges sont initiés en amont des projets et poursuivis tout au long de leur réalisation. »<sup>1</sup>

Il détaille ensuite les quatre types de parties prenantes qu'il côtoie : les clients, les syndicats et salariés, les actionnaires et institutions financières, et enfin la société civile et les pouvoirs publics.

Il présente les voies de dialogue développées. Concernant les relations avec les pouvoirs publics, GDF SUEZ s'appuie sur une « participation aux groupes de travail avant-projet de loi ou directive, » sur une « information sur l'activité » et enfin sur des « contrats de service public. »<sup>2</sup>

TOTAL détaille ses principaux modes de dialogue développés en fonction des catégories de parties prenantes. Le groupe témoigne son travail avec les autorités et institutions internationales sur la base de « contrats, conventions et partenariats » et développe un « dialogue régulier au niveau du siège et sur chacun des sites. »<sup>3</sup>

Carrefour présente également les principales instances d'information et de dialogue qu'il utilise, évoquant les collectivités au sein desquelles il développe des « consultations de riverains, des relations pérennes et régulières avec les collectivités locales » et les pouvoirs publics à l'égard desquels sont déployés des « rencontres avec les interlocuteurs locaux,

---

<sup>1</sup> GDF SUEZ, Rapport d'activité et de développement durable 2008, Page 79

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> TOTAL, Environnement et société 2008, Nos responsabilités d'entreprise, Page 22  
9 Rue de Villersexel – 75007 PARIS – Tel : 01 45 44 50 95  
[www.seance-publique.com](http://www.seance-publique.com)

nationaux et internationaux, des échanges d'informations pour identifier les opportunités avec les gouvernements et instances nationales. »<sup>4</sup>

## **2. Quels principes fondent les relations avec les parties prenantes : informer, partager l'expertise, dialoguer**

Le partage d'informations est un préalable à la construction des politiques publiques qui peuvent se nourrir des points de vue, informations et témoignages délivrés par les acteurs de la société. Les entreprises ont donc un rôle d'information que certaines évoquent dans leur document de référence.

Sanofi-Aventis revendique ainsi ses relations avec les institutions à partir de l'objectif suivant : « répondre aux besoins d'information et faire connaître les positions du Groupe, dans un souci de clarté et de transparence. »<sup>5</sup>

Le rapport d'Air France KLM va dans le même sens : « par ses actions de relations institutionnelles, Air France-KLM contribue à apporter aux législateurs et hommes politiques les informations nécessaires à la compréhension des enjeux actuels du secteur aérien et à la préparation des textes relatifs à des sujets à la complexité grandissante. »<sup>6</sup>

Veolia Environnement déploie également ses actions institutionnelles « de concertation et de dialogue pour nourrir la réflexion en matière de politique environnementale, contribuer à l'amélioration de la qualité de vie et anticiper les évolutions de la gestion des services à l'environnement. »<sup>7</sup>

La société en appelle à son « expertise » pour fonder ses démarches.

Carrefour entend « faire valoir les réalités et contraintes propres à [son] métier (...) [et saisir] l'occasion de fournir aux autorités compétentes les informations techniques nécessaires à leur prise de décision. »<sup>8</sup> Le groupe Carrefour affirme la valeur qu'il attache à « la confrontation permanente des idées avec l'ensemble des parties prenantes légitimes sur les sujets. »

---

<sup>4</sup> CARREFOUR, Rapport de développement durable 2008, Page 13

<sup>5</sup> SANOFI-AVENTIS, Rapport de développement durable 2008, Page 12,

<sup>6</sup> AIR FRANCE-KLM, Rapport de développement durable 2008-09, Page 11

<sup>7</sup> VEOLIA Environnement, Rapport annuel et de développement durable, Page 80

<sup>8</sup> CARREFOUR, Page 14

## **AFFIRMER L'ENGAGEMENT EN FAVEUR DE LA TRANSPARENCE**

---

La clarté et la transparence sont un autre volet de valeurs revendiquées par les groupes lorsqu'ils intègrent des éléments d'information sur leurs actions à destination des acteurs institutionnels.

La transparence se traduit dans les documents de référence au travers des positions défendues lors des échanges avec les pouvoirs publics ainsi qu'au travers des actions qu'ils mènent.

### **1. Transparence sur les positions défendues**

Nombreux sont les rapports qui évoquent les thèmes suivis et investis par le groupe dans ses relations avec les pouvoirs publics.

Certaines sociétés ont à cœur de répertorier de rendre accessibles les contributions transmises en débat et les positions exprimées.

Une telle démarche obéit à l'objectif d'assurer un dialogue ouvert, transparent et constructif.

TOTAL expose les positions exprimées en 2008 sur certaines thématiques clés.

Si le rapport évoque dans ses pages, à divers endroits, les positions du groupe concernant ses secteurs d'intervention, celles-ci sont synthétisées et regroupées dans un chapitre dédié : « les positions publiques de TOTAL sur quelques enjeux. »<sup>9</sup> Classées par domaine et thème de débat, celles-ci rendent public le soutien de TOTAL au principe de transparence de la gestion des revenus pétroliers qui se traduit par la participation d'un représentant du groupe au Conseil de l'ITIE ; elles affirment également la promotion des objectifs de réduction d'émission de gaz à effet de serre par TOTAL pour qui l'application doit veiller au maintien de la compétitivité des entreprises.

Le rapport d'Air France-KLM procède de la même manière, détaillant sous forme d'un tableau les positions publiques du groupe sur quelques dossiers et reprenant à cette occasion certains arguments.

Par exemple, Air France-KLM est intervenu

- dans le cadre de la préparation du Livre Blanc européen sur la politique transport : « Air France-KLM répond aux attentes de la Commission européenne en apportant sa contribution au futur Livre blanc. Parmi les thèmes importants, figure l'adaptation des infrastructures pour satisfaire les besoins de mobilité des citoyens européens, tout en proposant des solutions sur le traitement des nuisances générées par les transports (congestion, pollution). Enfin, le groupe souligne qu'il convient d'instaurer une concurrence plus équitable entre les différents modes de transport, et d'établir les conditions d'une saine concurrence au sein d'un même mode »<sup>10</sup>
- concernant l'intégration des compagnies aériennes au système européen d'échange de quotas (ETS) : « La taxation n'étant pas une solution apportant des bénéfices à l'environnement, le groupe a soutenu le principe de l'ETS. Il continuera à veiller à ce que son application au trafic hors Union européenne ne génère ni distorsion de concurrence, ni détournement de trafic vers des hubs non européens (fuite de carbone).

Il considère que le produit d'enchères alloué à des quotas non distribués gratuitement doit être affecté à la lutte contre le changement climatique : par exemple à la modernisation de la gestion de l'espace aérien qui garantirait des réductions de CO2. Enfin, Air France-KLM apporte sa contribution à une solution mondiale par sa participation active au sein de l'IATA et de l'AEA et à travers son adhésion au groupe Aviation Global Deal (AGD). »<sup>11</sup>

D'autres groupes ont également choisi de faire connaître les positions qu'ils défendent dans le cadre de leurs relations avec les pouvoirs publics.

---

<sup>9</sup> TOTAL, Pages 24-25

<sup>10</sup> AIR FRANCE-KLM, Page 11

<sup>11</sup> AIR FRANCE-KLM, Page 11

Du point de vue de la forme, ils ont pu le faire de façon plus diffuse et moins structuré.

Carrefour affiche ainsi la volonté qui préside au dialogue avec les législateurs et décideurs politiques : « contribuer à l'émergence d'un marché européen compétitif, mais aussi ouvert à la prise en compte des enjeux de Développement durable, de santé publique et de défense du pouvoir d'achat des consommateurs. » Le groupe illustre sa participation au débat public et politique en énonçant ses axes de discours : en matière de nutrition, il s'est ainsi attaché à « promouvoir une révision de la législation qui améliore l'information donnée aux consommateurs sur la qualité nutritionnelle des produits vendus » ; concernant les questions d'approvisionnement, il dit également avoir « soutenu, aux côtés d'autres opérateurs et ONG, le développement d'un cadre législatif permettant de lutter plus efficacement contre l'importation de produits provenant de l'exploitation illégale de forêt » et s'être « prononcé en faveur du développement de critères d'éco-labellisation des ressources halieutiques. »<sup>12</sup>

Veolia Environnement annonce s'être « engagé en faveur des enjeux suivants : favoriser l'économie de la ressource en eau et la préservation des milieux naturels, faire du déchet une ressource, maîtriser la demande d'énergie et encourager les énergies renouvelables et la production décentralisée, mettre en place une politique de mobilité rurale. »<sup>13</sup>

## **2. Transparence sur les moyens mis en œuvre**

La transparence s'exerce également dans certains documents sur les voies du dialogue et des échanges avec les pouvoirs publics.

Les groupes communiquent alors sur leur participation aux débats publics, sur les initiatives d'échanges et actions de lobbying qu'ils ont pu mener.

Telles sont les actions présentées dans différents rapports : organisation de clubs, réunions de travail ou visites, participation à des think tanks, colloques, etc.

Les actions de dialogue sont souvent présentées dans les documents de référence des groupes.

La participation au dialogue initié par les autorités compétentes, comme le Grenelle de l'environnement, est clairement affichée par plusieurs groupes.

Air France fait part de sa participation à un dialogue local, « la réflexion régionale sur la charte de Développement Durable de Roissy-CDG » : « implication qui a permis à l'entreprise de dialoguer avec les élus territoriaux sur des sujets tels que la gouvernance du territoire de Roissy, l'accessibilité de l'aéroport aux transports publics et le développement économique régional. »<sup>14</sup>

LVMH se dit « engagé au sein du Forum Européen alcool et Santé, créé par la Commission européenne [par lequel il] participe à la définition des futures politiques alcool qui seront mises en place dans les Etats membres. »<sup>15</sup>

A côté des rencontres dans lesquelles elles ont été conviées, les sociétés rendent également compte de leurs initiatives en matière de dialogue.

Veolia Environnement présente la « table ronde réunissant des maires d'agglomération, des membres de gouvernement et des responsables d'instances européennes ainsi que des experts du changement climatique » « en octobre 2008 à Bruxelles et à l'occasion de la semaine européenne des villes et des régions (Open Days). »<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> CARREFOUR, Page 14

<sup>13</sup> VEOLIA ENVIRONNEMENT, Page 80

<sup>14</sup> AIR FRANCE-KLM, Page 45

<sup>15</sup> LVMH, Préserver l'environnement 2008, Page 30

<sup>16</sup> VEOLIA ENVIRONNEMENT, Page 80

Au titre des actions de sensibilisation des professionnels, des pouvoirs publics et de l'opinion publique aux conséquences des émissions de CO2 par les bâtiments, Saint Gobain présente le collectif « Isolons la terre » à la création duquel il a participé, notant que « Saint Gobain a ainsi pu donner l'impulsion nécessaire pour faire évoluer la réglementation en faveur des bâtiments plus efficaces d'un point de vue énergétique. »<sup>17</sup>

Une seconde initiative est mise en valeur dans le rapport Saint Gobain. Il s'agit de la conférence de citoyens sur l'isolation des bâtiments que Saint Gobain Isover France a lancé en 2008 : « inspiré du modèle danois des conférences de consensus, un groupe de personnes, non spécialistes de l'isolation, a formulé des recommandations, à l'issue d'une formation permettant d'exprimer un point de vue éclairé. Garant de la démarche, un comité de pilotage, composé de représentants d'organismes comme le Comité 21, l'Ademe ou l'ANAH, supervisait les débats. A l'issue du débat public, les citoyens du panel ont émis une dizaine de recommandations à l'attention des industriels et des pouvoirs publics. »<sup>18</sup> Saint Gobain se valorise ainsi en acteur initiateur de dialogue et promoteur de propositions dans le débat public.

LVMH communique sur sa participation à « Entreprise et prévention, » association dont il est membre fondateur et par lequel le « groupe est une force de propositions auprès des pouvoirs publics pour encourager la consommation responsable »<sup>19</sup> des alcools.

D'autres modes d'actions sont cités, tels que les partenariats que les groupes ont pu nouer avec les pouvoirs publics.

Ainsi, Carrefour annonce que « la performance du processus de sécurité des jouets de Carrefour lui a permis d'être retenu dans le groupe d'experts de la Commission sur l'évaluation des processus de contrôle qualité des jouets importés sur le territoire européen. »<sup>20</sup>

Il valorise également ses collaborations avec les institutions européennes : « le groupe Carrefour a contribué à la mise en place d'une plate-forme européenne (REAP) réunissant distributeurs européens, Commission européenne, ONG, représentants d'industriels et associations de consommateurs autour de grands thèmes environnementaux... » et « avec les institutions européennes, Carrefour travaille à la promotion de solutions énergétiques en magasin ainsi qu'à la sensibilisation des consommateurs sur les gestes à faire pour réduire leur consommation. Carrefour a ainsi été le seul distributeur partenaire de la Commission européenne associé à la Semaine européenne de l'énergie en février 2009. »<sup>21</sup>

Renault se présente de la même manière comme un « partenaire des pouvoirs publics pour améliorer la sécurité routière »<sup>22</sup> : le groupe nous fait notamment découvrir son investissement dans les groupes de travail du forum e-Safety, lancé par la Commission européenne.

Il fait également le jour sur « l'Engagement national pour l'insertion professionnelle des jeunes des quartiers » qu'il a signé, comme une trentaine d'autres entreprises, avec le ministère de l'économie, des finances et de l'emploi, en février 2008.

---

<sup>17</sup> SAINT-GOBAIN, Construire ensemble notre environnement - Saint Gobain et le développement durable 2008, Page 21

<sup>18</sup> *Ibid.*

<sup>19</sup> LVMH, Page 30

<sup>20</sup> CARREFOUR, Page 14

<sup>21</sup> CARREFOUR, Page 15

<sup>22</sup> RENAULT, Document de référence 2008, Page 123

D'autre part, on pourra noter qu'un groupe communique directement sur les frais qui ont été consacrés à ses actions de lobbying.

C'est ainsi que Sanofi-Aventis fait preuve de transparence quant au volet financier : le groupe affiche ses principales contributions en fonction des organisations mandatées : Sanofi-Aventis a donc employé 5 100 000 US \$ pour son lobbying aux Etats-Unis, a contribué à hauteur de 3 800 000€ et 260 000€ aux actions respectives du LEEM (Les Entreprises du Médicament) à Paris et de l'EFPIA (European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations) à Bruxelles.<sup>23</sup>

---

<sup>23</sup> SANOFI-AVENTIS, Page 12

## **PRESENTER LES PRINCIPES DE DEONTOLOGIE ET DE TRANSPARENCE**

---

La lecture des rapports annuels ou de développement durable des grandes entreprises françaises conduit à remarquer que les principes de déontologie fondant les démarches de lobbying sont très peu mis en valeur.

L'affirmation du respect des règles et usages institutionnels en vigueur n'est, par exemple, présenté que dans les rapports de Sanofi-Aventis et Veolia :

« La Direction des Relations institutionnelles et Professionnelles [de Sanofi Aventis] (...) conduit sa mission dans la transparence et le strict respect des règles éthiques (respect des personnes et du mandat qu'elles exercent, refus des pratiques contraires à l'éthique des affaires. »<sup>24</sup>

Veolia Environnement va dans le même sens, déclarant : « Veolia Environnement s'engage dans un lobbying responsable et transparent, respectant les règles établies par les instances officielles. »<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> SANOFI-AVENTIS, Page 12

<sup>25</sup> VEOLIA-ENVIRONNEMENT, Page 80

# ANNEXES

## Méthodologie

A partir des rapports annuels et de développement durable des groupes du CAC 40, nous avons sélectionné les passages traitant des démarches d'affaires publiques, afin de procéder à l'analyse des modalités de leur reporting.

Les rapports suivants ont été mis en exergue sur la base d'une recherche des mots clés suivants :

- Affaires publiques
- Lobbying
- Parlement / parlementaire
- Collectivités locales
- Politique

### **AIR France KLM**

Rapport Développement Durable 2008-09<sup>26</sup>

### **AXA**

Rapport Annuel 2008<sup>27</sup>

### **CARREFOUR**

Rapport de Développement durable 2008<sup>28</sup>

### **GDF SUEZ**

Rapport d'activité et de développement durable 2008<sup>29</sup>

### **LVMH**

Préserver l'environnement 2008<sup>30</sup>

### **RENAULT**

Document de référence 2008<sup>31</sup>

### **SAINT-GOBAIN**

Construire ensemble notre environnement - Saint Gobain et le développement durable 2008<sup>32</sup>

### **SANOFI-AVENTIS**

Rapport développement durable 2008<sup>33</sup>

### **TOTAL**

ENVIRONNEMENT ET SOCIÉTÉ 2008 - Nos responsabilités d'entreprise<sup>34</sup>

### **VEOLIA-ENVIRONNEMENT**

Rapport annuel et de développement durable 2008<sup>35</sup>

<sup>26</sup> <http://developpement-durable.airfrance.com/FR/fr/local/accueil/accueil.htm>

<sup>27</sup> [http://www.axa.com/lib/fr/uploads/ran/groupe/2008/AXA\\_Document\\_Reference\\_2008.pdf](http://www.axa.com/lib/fr/uploads/ran/groupe/2008/AXA_Document_Reference_2008.pdf)

<sup>28</sup> [http://www.carrefour.com/static/cdc/carrefour\\_rdd\\_2008\\_fr/](http://www.carrefour.com/static/cdc/carrefour_rdd_2008_fr/)

<sup>29</sup> <http://www.gdfsuez.com/fr/engagements/performances/performances/>

<sup>30</sup> <http://www.lvmh.fr/>

<sup>31</sup> <http://www.renault.com/fr/Finance/presentations-et-documents/Pages/documents-et-presentations.aspx>

<sup>32</sup> <http://www.saint-gobain.com/fr/presse/documentation-groupe>

<sup>33</sup> <http://www.sanofi-aventis.com/developpement-durable/developpement-durable.asp>

<sup>34</sup> [http://www.total.com/fr/finance/fi\\_publications/publications-thematiques/rapport-environnement-societe-2008\\_17789.htm](http://www.total.com/fr/finance/fi_publications/publications-thematiques/rapport-environnement-societe-2008_17789.htm)

<sup>35</sup> <http://www.developpement-durable.veolia.com/fr/>