

Résumé

Kimberly-Clark est le plus grand fabricant de papiers jetables au monde et l'entreprise se dit fière de ses engagements en matière de protection de l'environnement. Pourtant, le fabricant des célèbres produits Kleenex est au centre d'une controverse parce qu'il achète de la pâte à papier d'entreprises qui font des coupes à blanc dans les forêts anciennes. Cette controverse survient à un moment où les critères de protection de l'environnement occupent une place de plus en plus importante dans l'esprit des consommateurs et des investisseurs.

Aux États-Unis, environ 30 % des consommateurs adultes, c'est-à-dire plus de 63 millions de personnes, tiennent compte des impacts sociaux et environnementaux associés aux produits et services qu'ils consomment avant d'en faire l'achat. De plus, 90 % des consommateurs états-uniens envisageraient de changer de marque de produit ou de fournisseur de services s'ils apprenaient que leur fabricant ou leur fournisseur habituel contrevient à la loi ou à des principes d'éthique.

Le concept d'investissement socialement responsable (ISR) est aussi de plus en plus important. Un nombre croissant d'investisseurs ajoutent maintenant des critères comme le respect de l'environnement et des enjeux sociaux à leur liste d'évaluation quand vient le moment de sélectionner une entreprise. En 2001, le total des sommes investies par les gestionnaires de portefeuilles professionnels dans des entreprises socialement responsables a franchi le cap des 2 trillions de dollars US. Les compagnies qui font l'objet de controverses en matière d'environnement ou dont le bilan est douteux à cet égard se retrouvent de plus en plus mises de côté par les gestionnaires de portefeuilles ISR.

Plusieurs entreprises publient maintenant un rapport de leurs politiques de responsabilité sociale. Les entreprises qui essaient de faire ce qu'on appelle de la mascarade écologique, c'est-à-dire tenter de redorer leur image par le biais des relations publiques plutôt que par des gestes concrets, risquent d'être de plus en plus remises à l'ordre par les pressions du public et des investisseurs. À l'opposé, les entreprises qui adoptent des politiques et des mesures réelles pour améliorer leur réputation et leur image de marque obtiennent des avantages : augmentation de leurs parts de marché, hausse de l'intérêt des investisseurs, réduction des coûts,

meilleure rentabilité. Plusieurs études indiquent que les entreprises qui adoptent des politiques de responsabilité sociale performent tout aussi bien, et parfois mieux, que les celles qui ne le font pas. De même, plusieurs fonds communs de placement ISR obtiennent des résultats égaux ou supérieurs à ceux des fonds ordinaires.

Récemment, des consommateurs et des investisseurs ont réussi à mener des campagnes très efficaces pour persuader les multinationales de contribuer à la protection des forêts anciennes et des forêts menacées en adoptant de nouvelles sources d'approvisionnement en fibres. Des détaillants comme Home Depot, Boise Cascade, Staples et Office Depot ont été visés par des campagnes internationales menées par des organisations qui défendent les principes de justice sociale et de protection de l'environnement. Ces campagnes peuvent être très dommageables pour les magasins et les marques visés, en plus d'entraîner des pertes de contrats, des liquidations d'actions et une publicité négative.

Kimberly-Clark fait partie de la liste des compagnies reconnues comme étant socialement responsables par le Calvert Social Index, ce qui devrait notamment impliquer de bonnes politiques de protection de l'environnement. Pourtant, Kimberly-Clark fabrique ses produits à partir de fibres provenant des forêts anciennes et elle n'a aucun plan pour corriger cet important problème. Malgré les critiques de plus en plus insistantes, Kimberly-Clark continue de s'approvisionner en fibres vierges provenant de la forêt boréale du Canada et à acheter de la pâte de compagnies qui récoltent le bois en faisant des coupes à blanc. Fruit d'une évolution qui s'étend sur plus de 10 000 ans, la forêt boréale du Canada est la plus grande forêt ancienne intacte en Amérique du Nord. Elle abrite 40 % des oiseaux aquatiques



du continent et sert d'habitat à une foule d'espèces comme le lynx, le grizzly, le loup et le caribou des bois (une espèce en péril). La forêt boréale est aussi intimement liée à la richesse culturelle et à la vie des communautés nordiques; près de 80 % des autochtones du Canada vivent dans la forêt boréale.

Kimberly-Clark fabrique ses produits jetables, notamment ceux de marques Kleenex, Viva, Scott et Cottonelle, à partir des arbres de la forêt boréale. En Amérique du Nord, moins de 19 % de la pâte qu'utilise Kimberly-Clark provient de fibres recyclées. Pourtant des compagnies importantes, comme Cascades, parviennent à incorporer dans leurs produits un pourcentage bien plus élevé de fibres recyclées ou provenant de forêts gérées selon les principes de développement durable.

Des organisations internationales de protection de l'environnement ont lancé récemment des campagnes publiques contre Kimberly-Clark pour dénoncer le rôle que joue l'entreprise dans la destruction des forêts anciennes. Elle demande à Kimberly-Clark d'augmenter la proportion de fibres recyclées dans ses produits et de cesser d'utiliser des fibres provenant des forêts anciennes ou menacées.

La demande pour les produits verts augmente sans cesse. Les consommateurs et les gestionnaires de portefeuilles veulent faire des investissements responsables. Les entreprises socialement responsables obtiennent de plus en plus de succès tandis que les autres doivent subir la publicité négative orchestrée par différentes organisations internationales. Malgré cela, Kimberly-Clark continue à fabriquer ses produits en coupant les arbres de la forêt boréale, ce qui est en contradiction avec ses affirmations voulant qu'elle soit une entreprise responsable en matière de protection de l'environnement. En supposant que les perspectives financières demeurent semblables, compte tenu de la situation actuelle du marché et compte tenu de la controverse actuelle entourant les sources d'approvisionnement en fibres de l'entreprise, Kimberly-Clark ne constitue pas un bon investissement à l'heure actuelle.

¹ Les produits Scott et Cottonelle sont fabriqués par Kimberly-Clark aux États-Unis seulement. Au Canada, ils sont fabriqués par Papiers Scott, sous licence de Kimberly-Clark.

