

**Les Français sont de plus en plus nombreux à prendre en compte « l'engagement citoyen » lors de leurs achats.**

61 % d'entre eux accepteraient de payer un peu plus cher pour obtenir des garanties sur le non travail des enfants ou le respect des droits humains.\* Encore faut-il que l'information sur les conditions d'élaboration des produits (pays de fabrication, conditions de travail, etc.) soit disponible et fiable.

Certes, des labels de qualité permettent d'identifier des produits issus du commerce équitable par exemple. Mais il n'existe pas de traçabilité sur l'origine et les conditions de production. Les entreprises étant souvent plus enclines à « communiquer responsable » qu'à « produire responsable ».

Les citoyens ne peuvent se satisfaire des effets d'annonce des entreprises. Ils attendent davantage de transparence de la part de ces dernières sur la qualité sociale de leurs produits.

\*Source : Credoc 2007.

UN PROGRÈS EN VUE POUR LES CONSOMMATEURS ?  
Au niveau international, une norme est en cours d'élaboration (ISO 26000) qui se présentera comme un guide destiné aux organisations (entreprises, administrations, associations...), listant les actions possibles pour allier développement durable et responsabilité sociale. Le processus de rédaction engageant toutes les parties prenantes (gouvernements, industrie, consommateurs, organisations syndicales, ONG, chercheurs...) est un gage de progrès.

# DROIT DE SAVOIR POUR MIEUX CHOISIR

