

Famille du média : **Médias professionnels**

Périodicité : **Mensuelle**

Audience : **66649**

Sujet du média :

Agroalimentaire-Agriculture



Edition : **Fevrier 2023 P.46-48**

Journalistes : **Étienne Berrier**

Nombre de mots : **1780**

MARKETING

Créé en 2001, le mouvement « 1 % for the planet » s'est implanté en France en 2014. À ce jour, 6 000 entreprises à travers le monde sont adhérentes, dont 1 100 en France. Ces sociétés, de toutes tailles, appartiennent à tous les secteurs d'activité. Ce qui les réunit : elles reversent 1 % de leur chiffre d'affaires à des associations de protection de l'environnement. Le chiffre d'affaires considéré peut être celui de l'ensemble de l'entreprise, ou seulement d'une marque ou d'un domaine d'activité pour les entreprises qui en ont plusieurs.

L'idée a été lancée par l'Américain Yvon Chouinard, fondateur en 1973 de la marque californienne de vêtements de sport et d'équipements de montagne Patagonia. Dès 1986, l'entrepreneur s'engage à reverser 10 % de ses bénéfices en faveur de l'environnement. En 2001, pour fédérer autour de lui d'autres chefs d'entreprises philanthropes, il lance l'association « 1 % for the Planet », avec ce nouveau mode de calcul des dons en fonction du chiffre d'affaires, afin de coller aux avantages fiscaux accordés par le fisc états-unien.

AVANTAGE FISCAL À LA CLEF

En France, 1 % pour la planète est plus récent, et est également porté par les dispositifs de défiscalisation des dons aux associations reconnues d'intérêt général.

Le mouvement regroupe aujourd'hui 1 000 entreprises au niveau national, dont une majorité de très petites entreprises. Parmi elles, on compte un domaine viticole, une coopérative et une entreprise de négoce, qui adhèrent au programme 1 % pour une ou plusieurs de leurs cuvées.

Les Vignerons de Buzet, coopérative créée en 1963, rassemble 160 producteurs autour Buzet-sur-Baïse (Lot-et-Garonne) et représente environ 95 % de l'appellation Buzet, créée en 1973. Elle emploie 85 salariés et se veut écoresponsable, avec 87 % des 2 000 ha de ses coopérateurs porteurs d'une certification environnementale : 1 338 ha en HVE (haute valeur environnementale) 100 ha en agriculture biologique et 303 ha en cours de conversion.

AGIR AU-DELÀ DES PRATIQUES ET DE L'ANCRAGE TERRITORIAL

D'autres actions sont engagées, comme la réintroduction dans les vignobles d'espèces protégées, la labellisation « zéro résidu de pesticide », ou encore la suppression des engrais chimiques, effective depuis 2007. Depuis 2018, la coopérative a aussi mis en place un vignoble expérimental de 17 ha pour essayer des cépages résistants et différentes techniques d'agroforesterie afin de développer une vigne autofertile et résistante sans intrant. Depuis 2019, les Vignerons de Buzet se sont engagés à

Le mouvement 1% pour la planète est organisation à but non lucratif lancée en 2002.

PHOTOS: BUZET



verser 1 % du chiffre d'affaires de quatre de leurs cuvées, dont les deux plus importantes : « Baron d'Albret » et « Petit Baron », destinées respectivement aux réseaux de distribution de la grande distribution et des cavistes traditionnels. Au total, ce sont ainsi 15 000 € qui sont versés chaque année à des associations de sauvegarde de l'environnement.

« Dans notre démarche globale de protection de l'environnement et de responsabilité sociale et environnementale, l'idée était d'apporter une contribution complémentaire, différente de ce que l'on fait dans les vignes et au chai, explique Elsa Benech, responsable de la communication des Vignerons de Buzet. Avec 1 % pour la planète, nous agissons en dehors de la coopérative, au-delà de nos propres pratiques et de notre ancrage territorial. Habituellement, nous choisissons toujours les entreprises partenaires avec lesquelles nous travaillons dans un rayon de 150 km. Par nos dons aux associations, nous agissons au niveau global. »

CHOISIR À QUELLE ASSOCIATION DONNER

Le don comme façon de s'ouvrir au monde... Avec 5 000 associations bénéficiaires agréées dans 91 pays, le choix est large en effet. Les Vignerons de Buzet ne choisissent pas directement les associations bénéficiaires de leurs dons, mais ciblent deux secteurs particuliers : l'océan et la biodiversité. Charge ensuite au programme « 1 %

pour la planète » de répartir les fonds.

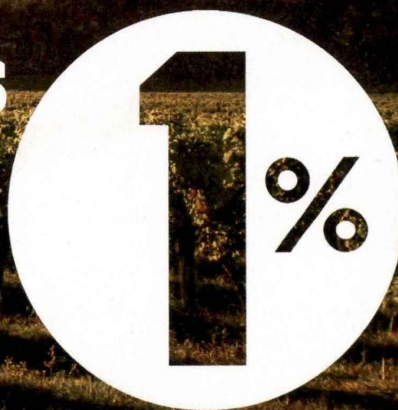
D'autres acteurs de la vigne et du vin ont fait des choix différents. Didier Jeanjacques, vigneron exploitant 60 ha en Camargue, a d'abord cherché à verser sa contribution de 1 % à des associations œuvrant à la protection du milieu fragile mais écologiquement riche que constitue le delta du Rhône. Aucune de ces associations n'étant labellisée « 1 % », il a choisi, en tant que pratiquant de surf et de kitesurf, d'attribuer le don de son entreprise à l'association Surfrider Foundation, qui agit pour protéger les océans et le littoral.

« Surf, kitesurf, VTT, snowboard... je fais beaucoup de sport et j'ai pour cela un partenariat avec Patagonia. L'entreprise sponsorise des sportifs de haut niveau, ce que je ne suis pas, mais aussi des leaders d'opinion engagés pour l'environnement. Mon métier de vigneron bio depuis quinze ans leur a plu. Et c'est ainsi que j'ai connu 1 % pour la planète, qui est encore peu connu en France mais dont on commence à voir le logo sur un nombre croissant de produits. »

COHÉRENCE AVEC LA BIO

Didier Jeanjacques est exploitant sur deux sites : d'une part, les 40 ha du domaine de Montcalm, produisant du vin gris IGP Sables-de-Camargue, et d'autre part 25 ha

Ils
s'engagent
avec



Reverser 1 % de son chiffre d'affaires à des associations de sauvegarde de l'environnement : c'est le pari fou lancé par un entrepreneur états-unien, et relevé en France par quelques acteurs de l'univers du vin.

FOR THE
PLANET.

à Saint-Laurent-d'Aigouze, à quelques kilomètres de la Camargue mais sur un terroir totalement différent, produisant des vins IGP Pays-d'Oc, rouge et blanc. C'est le premier, constituant l'essentiel de l'activité du vigneron, qui a adhéré au 1 % pour la planète.

« Le 1 % c'est une philosophie, estime Didier Jeanjacques. C'est comme la bio : quand on a commencé il y a 15 ans, ce n'était pas un argument commercial mais déjà un vrai avantage pour les employés qui travaillent dans les vignes. De la même façon, pour le 1 %, c'est un effort supplémentaire que l'on fait pour la planète. C'est en cohérence avec la bio. Cela représente un coût important ; tant mieux si on peut se le permettre ! Beaucoup de vigneron, avec la crise covid et l'inflation, vont avoir une année compliquée et ne peuvent pas s'engager dans une telle démarche. Leur priorité est d'être économiquement viable. Chacun agit à son niveau, bio ou pas, pour faire quelque chose pour l'environnement. »

ROGNER SUR SA MARGE

La soutenabilité économique du don de 1 % du chiffre d'affaires à des associations environnementales, pour certains, a été prévue dès l'élaboration du business plan. C'est le cas de « La Dame bleue », marque créée il y a deux ans par Maud Dudoit et Étienne Delannoy, qui commercialise des vins élevés par une dizaine de vigneron partenaires avec un cahier des charges strict : certification bio, pas de pesticide, végane, peu de sulfite et écoconception. Le négoce a commercialisé 60 000 bouteilles en 2022, et vise 150 000 à 200 000 bouteilles pour 2023.

« Nous avons immédiatement adhéré à 1 % pour la planète car cela concorde avec tout ce que l'on veut porter, alors que le monde du vin ne partage pas unanimement ces préoccupations », explique Étienne Delannoy, ingénieur agricole de formation ayant 20 ans d'expérience dans le vin en laboratoire d'analyse puis en achat et commercialisation. Pour chaque vin, le nouveau négociant choisit de donner à une association différente. « Toujours des associations ayant une action en France, pour avoir une complémentarité entre cohérence mondiale du programme et action locale. »

Pour dédier 1 % de son chiffre d'affaires à des dons à ces associations, la Dame bleue doit économiser sur certaines charges. Et le packaging n'en fait pas partie, puisque l'écoconception est plutôt un surcoût qu'une économie : « Nous ne mettons pas de capsule, mais le bouchon est plus cher et le papier recyclé est plus cher que le vierge, explique Étienne Delannoy. Quant au réemploi des bouteilles à travers un réseau de consignation, il nécessite un verre plus épais. Mais le 1 % a été pris en compte dès le démarrage de notre activité, donc ce n'est pas une perturbation dans la façon d'appréhender nos marges et notre développement. Ce serait bien d'avoir 1 % de marge supplémentaire, mais si demain je n'ai plus de planète où vivre je ne vois pas l'intérêt de gagner ce 1 % supplémentaire. »

AU RISQUE DU GREENWASHING

Un quatrième acteur du monde du vin était précédemment adhérent au programme 1 % pour la planète : le domaine Bonabaud, situé à Civrac-de-Blaye. Les 25 ha



Les Vignerons de Buzet se sont engagés à verser 1 % du chiffre d'affaires de quatre de leurs cuvées, dont les deux plus importantes : « Baron d'Albret » et « Petit Baron »

de Côtes-de-Bordeaux, exploités par Fabien Bonabaud depuis 2017, sont en cours de conversion bio depuis 2021. Un temps adhérent au 1 % pour la planète, le domaine y a renoncé depuis son millésime 2022. « Il est plus simple pour nous de donner directement à l'association de notre choix, par exemple Terre de Liens, indique Fabien Bonabaud. Passer par le 1 % signifie qu'une partie des sommes que nous souhaitons donner à une cause est gardée par le fond gérant. Par ailleurs peu de gens comprennent ce que le label 1 % pour la planète signifie, donc cela n'est pas non plus un vecteur de communication. Certains y voient même du greenwashing. »

L'association « 1 % pour la planète » a en effet des frais de fonctionnement et « propose » aux entreprises adhérentes de lui verser « une petite partie de [leur] 1 % annuellement afin de couvrir les frais de l'existence du réseau ». La seule obligation est de verser plus de la moitié de ce pourcentage du CA en numéraire, le reste pouvant faire l'objet de don en nature ou de mécénat de compétence.

La suspicion de greenwashing, quant à elle, ne peut être totalement levée puisque la participation au programme 1 % apparaît sous la forme d'un logo, présent sur les produits ou les supports de communication des entreprises participantes. L'accusation est cependant réfutée par Didier Jeanjacques, du domaine de Montcalm : « Il est dommage que les grosses entreprises soient accusées de profiter du 1 % pour la planète pour améliorer leur image et faire du greenwashing. Car finalement ces dons, cumulés, représentent des sommes importantes et c'est toujours bon à prendre pour les associations bénéficiaires. »

En 2021, les sommes versées par les entreprises adhérentes ont dépassé 8,40 M€ en France et 50 M\$ au niveau mondial. Greenwashing ou pas, le créateur du mouvement « 1 % for the Planet », Yvon Chouinard, entend aller au-delà de ce pourcentage. Il a annoncé en septembre 2022 léguer son entreprise à un trust chargé de reverser les profits à des associations de défense de l'environnement.

Étienne Berrier