

Dix années pour changer de système économique...

« ...Et c'est sur vous, mes chers concitoyens, que reposera, pour beaucoup, le succès de ce nouveau système économique.

La route qui doit nous conduire à ce Système Citoyen sera longue, et probablement semée d'embûches. Aussi le programme que nous nous fixons est ambitieux : il faut que dans cinq ans ait lieu le premier vote qui récompensera nos meilleures entreprises citoyennes, et que d'ici dix ans, le Système ait atteint sa pleine efficacité, pour notre bénéfice à tous.

Mes chers concitoyens, c'est à un réel changement de système économique que nous nous préparons. Nous allons vers un système qui, si vous le voulez, sera plus solidaire, plus équitable, plus respectueux de l'environnement. Vers un système qui aura remis l'Homme au centre de l'économie. Grâce à vous, grâce à nos entreprises, nous allons construire un monde que nous serons fiers de léguer à nos enfants ! Mes chers concitoyens, un monde meilleur est désormais à notre portée !... »

An 1.

La Haute Autorité du Système Citoyen est officiellement créée par les six chefs d'Etat et de gouvernements européens qui ont décidé, conjointement, de mettre en place le Système Citoyen.

La Haute Autorité du Système Citoyen (ou HASC) est une instance internationale chargée de mettre en place puis de réguler le Système dans tous les pays désireux de l'adopter. Dans un premier temps, elle est financée par les Etats, avec lesquels elle travaillera en étroite collaboration en particulier pour l'organisation des opérations de vote. Plus tard, elle disposera de ses propres ressources, et sera dotée d'un corps d'enquêteurs qui auront pour mission d'opérer des contrôles au sein des entreprises participant au Système, ainsi que sur les lieux de leurs actions citoyennes afin de vérifier la réalité des comportements affichés. Mais à sa création, cette Haute Autorité ne compte guère plus d'une dizaine de membres. Elle dispose en revanche d'un important budget pour sa communication.

La première tâche de la Haute Autorité est d'établir les « règles du jeu » du Système. Deux commissions sont mises en place.

La première est composée de représentants de syndicats ouvriers, d'élus des assemblées nationales de chacun des pays, de juristes, et de représentants d'organisations non gouvernementales. Elle a pour objet de définir les normes que les entreprises devront respecter, en matière de respect de l'environnement et de droits des salariés, pour obtenir la certification citoyenne qui leur permettra de participer au Système. Cette première commission ne comprend pas de représentants des entreprises, car il s'agit pour elle de déterminer ce que la société attend, *a minima*, de la part d'entreprises « citoyennes ».

A l'issue des travaux de cette commission, des « Offices nationaux de certification citoyenne » sont créés. Leur première mission est d'agréer les organismes qui pourront délivrer la certification.

(Message publicitaire de la HASC)

« Les entreprises apportent du travail. Les entreprises créent de la richesse. Les entreprises font progresser le monde. Mais, dans certains domaines, elles peuvent faire plus. Dans certains pays, elles peuvent faire mieux. Exigeons de nos entreprises qu'elles se comportent en véritables entreprises citoyennes. Partout, et tout le temps. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

La seconde commission est en revanche composée essentiellement de représentants des entreprises. Elle a pour mission de réfléchir à l'organisation concrète de la participation des entreprises au Système.

Sur proposition de la Haute Autorité, cette commission valide le calendrier de mise en place du Système. Le Système entrera en vigueur dans quatre ans, et les premiers votes auront lieu l'année suivante. La première année de la compétition, la taxe citoyenne, destinée à alimenter le fonds qui récompensera les entreprises les plus méritantes, et qui portera sur les produits des seules entreprises participant au Système, sera fixée à 2% ; puis elle augmentera de deux points chaque année, pour s'établir à 12% au bout de cinq ans. Cette augmentation progressive de la taxe devra permettre aux entreprises de la « digérer » plus facilement, de manière à en limiter l'impact sur les prix à la consommation.

La commission réfléchit à la taille minimum requise pour qu'une entreprise puisse participer au Système. Les entreprises participantes étant soumises aux votes de grands échantillons de citoyens tirés au sort, qui chacun auront à se prononcer sur des listes de cinq à dix entreprises, le nombre d'entreprises participantes par pays est limité par le nombre de grands échantillons qu'il est possible de constituer au sein des populations nationales. La Haute Autorité considère que, en raison des modalités d'expression du vote, ces échantillons devront être constitués d'au moins 20.000 personnes. Or, pour éviter tout risque de lassitude chez des citoyens par ailleurs régulièrement sollicités pour élire leurs représentants politiques, chaque citoyen ne devra avoir en moyenne qu'une chance d'être tiré au sort tous les cinq ans, ce qui divise ainsi par cinq la population disponible chaque année.

La Haute Autorité propose que, dans un premier temps, la compétition soit ouverte à toutes les entreprises de plus de 250 salariés, soit, pour la France, environ 5000 entreprises. Ce seuil sera revu tous les cinq ans en fonction du nombre d'entreprises effectivement candidates.

Est ensuite abordée la question de la règle de partage du fonds citoyen : à quelles conditions la totalité de ce fonds sera-t-elle redistribuée aux entreprises ?

Les citoyens tirés au sort devront attribuer entre 0 et 5 points à chacune des entreprises des listes qui leur seront soumises. La Haute Autorité estime que les entreprises ne fourniront tous leurs efforts pour satisfaire les attentes des citoyens que si le nombre de points qu'elles doivent réunir pour se partager la totalité du Fonds est élevé. Les entreprises, quant à elles, soutiennent qu'elles seront d'autant plus enclines à participer au Système que les perspectives de gains seront grandes : il faut donc au contraire que la totalité du Fonds – qui aura été constitué, rappellent-elles, grâce à une taxe sur *leurs* produits – leur soit systématiquement reversée, quels que soient les résultats des votes.

Un accord se fait finalement sur une répartition « à trois étages » : une première part du Fonds sera répartie en totalité ; une deuxième ne sera versée intégralement que si les

entreprises recueillent ensemble plus de la moitié des points attribuables ; une troisième enfin viendra récompenser les entreprises ayant dépassé certains niveaux de points. Au total, selon les prévisions de la commission, c'est au moins 80% du Fonds qui devraient ainsi revenir aux entreprises chaque année. La partie non distribuée sera pour l'essentiel remise en jeu l'année suivante, une part étant prélevée pour assurer le fonctionnement de la Haute Autorité, après un vote des membres des deux commissions.

Un autre sujet de discussion voit cette fois les entreprises s'opposer les unes aux autres : quelles seront les règles de pondération des points pour celles qui font de la publicité auprès du grand public ? S'il y a consensus sur le fait que la publicité est susceptible d'influencer le vote des citoyens, raison pour laquelle les points obtenus par celles qui font beaucoup de publicité devront valoir moins que pour celles qui en font peu, l'évaluation de l'impact réel de la publicité sur les « scores » des entreprises fait débat. La commission finit par s'accorder sur un compromis provisoire, qui devra être rediscuté à la lumière des résultats observés après les premières années de consultation des citoyens.

(Message publicitaire de la HASC)

« Les entreprises consacrent tous leurs efforts à nous fournir des produits et des services qui nous rendent la vie plus simple et plus agréable. Seulement, nos modes de vie entraînent aujourd'hui de graves dommages pour notre planète. Quand serons-nous prêts à payer le juste prix de ce que nous consommons ? »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

A l'annonce des règles du jeu, les entreprises évaluent l'intérêt de participer à un tel Système.

De nombreuses entreprises moyennes se disent prêtes à se lancer dans l'aventure. Elles reconnaissent pourtant que le « droit d'entrée » est élevé : se mettre au niveau des normes sociales et environnementales de la certification citoyenne, obtenir de ses principaux fournisseurs qu'ils soient eux-mêmes certifiés – ce qui peut s'avérer compliqué quand ces fournisseurs se trouvent dans des pays en développement –, accepter l'obligation de transparence et le contrôle d'auditeurs indépendants... Mais il n'y a pas seulement la perspective de gains importants dans la compétition pour le partage du Fonds. Pour nombre d'entre elles, le Système présente d'autres avantages : certaines y voient un moyen d'accroître leur notoriété, d'autres, un projet fédérateur autour duquel l'ensemble du personnel peut se retrouver, d'autres encore une opportunité de démarquer leurs produits de ceux fabriqués par des entreprises qui ne seraient pas dans le Système.

Les très grandes entreprises, quant à elles, sont plus circonspectes. « Trop compliqué », « Trop aléatoire », « Belle idée malheureusement irréaliste » sont les expressions qui reviennent le plus souvent dans la bouche des dirigeants interrogés dans les

médias. Tandis que, loin des micros et des caméras, de très actifs lobbyistes s'affairent à convaincre la Haute Autorité de supprimer la plupart des contraintes imposées aux entreprises dans le Système.

(Message publicitaire de la HASC)

« Pour mieux nous satisfaire, les entreprises cherchent à nous offrir des produits toujours meilleurs à des prix toujours plus bas. Pour mieux nous satisfaire, les entreprises vont produire dans des pays où les coûts sont moins élevés. Mais, bien souvent, les conditions de production ne permettent pas à ces pays de se développer harmonieusement. Nos entreprises pourront-elles ignorer longtemps comment vivent les gens qu'elles font travailler là-bas ? »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

An 2.

Une sous-commission de la HASC lance le projet d'informatisation des opérations liées à la consultation des citoyens et au calcul du partage du fonds citoyen. Il faudra pouvoir répartir les entreprises candidates sur des listes qui reflètent la variété des chiffres d'affaires en présence, afin que les votants des différents échantillons aient à se prononcer sur des listes comparables ; déterminer combien de votants auront la possibilité de récompenser toutes les entreprises de leur liste, combien ne pourront en récompenser que neuf, combien ne pourront en récompenser que huit, etc., et cela dans le but d'éviter que les « petites » soient sur-récompensées ; envoyer les listes par courrier à plusieurs millions de citoyens préalablement tirés au sort sur les listes électorales, en veillant à ce que toutes les entreprises soient soumises au même nombre de citoyens ; traiter les réponses et faire le décompte des points obtenus par chaque entreprise ; et enfin pondérer les points des entreprises, d'une part en fonction du niveau de leur budget publicité, et d'autre part selon la proportion de leur chiffre d'affaires réalisé uniquement dans les pays où le Système Citoyen a été mis en place (mesure visant à inciter les entreprises à demander l'extension du Système à d'autres pays).

Parallèlement, les gouvernements nationaux commencent à sensibiliser les entreprises sur les adaptations nécessaires au bon fonctionnement du Système, qu'elles décident ou non d'en faire partie. Car si la taxe citoyenne qui va bientôt être instaurée ne porte que sur les produits et services des entreprises participant au Système, il va falloir que l'ensemble des entreprises soient en mesure de la collecter tout au long de la chaîne qui mène jusqu'au consommateur final. Cela implique que toutes les entreprises, qu'elles soient ou non dans le Système, aient mis en place, sous deux ans, une comptabilité adaptée à la prise en compte de cette taxe d'un nouveau genre.

(Message publicitaire de la HASC)

« Bientôt, le Système Citoyen permettra aux entreprises qui le souhaitent d'être récompensées en fonction du jugement que nous portons sur leur comportement. Chaque année, un grand nombre d'entre nous seront tirés au sort pour attribuer des points à des entreprises. Plus une entreprise recevra de points, plus sa récompense sera grande. Avec le Système Citoyen, les préoccupations des entreprises rejoindront bientôt celles des citoyens. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

Journaux et magazines se font l'écho d'une tendance qui se dessine depuis plusieurs mois : les entreprises se mettent à communiquer « citoyen ». Des usines « zéro pollution » aux entreprises « où tous les jeunes ont leur chance », en passant par celles qui font « une large place aux personnes handicapées », l'image d'entreprise « responsable » semble être de plus en plus mise en avant.

Les entreprises intéressées par le Système travaillent à leur certification citoyenne. Si le respect des normes sociales ne pose pas de problème à ces sociétés qui doivent en général respecter des législations nationales largement plus contraignantes, il n'en va pas de même en matière d'environnement. D'abord, les réglementations existantes étant très souvent ignorées, la mise en conformité exigée par la certification impose de coûteux investissements ; ensuite, c'est un véritable *management environnemental* qu'il faut mettre en place pour réduire, dans la durée, l'impact de l'entreprise sur l'environnement, ce qui oblige à de profonds changements dans les méthodes de travail.

Mais le plus difficile est ailleurs : il s'agit d'obtenir de ses principaux fournisseurs qu'ils accomplissent eux aussi toutes ces démarches, afin qu'ils soient eux-mêmes certifiés. En théorie, ils ne devraient pouvoir l'être que si leurs propres fournisseurs le sont, ainsi que les fournisseurs de leurs fournisseurs, etc. Dans un premier temps, cette obligation est mise de côté par la Haute Autorité : pendant les deux premières années de compétition, il suffira que les entreprises respectent elles-mêmes les exigences de la certification pour pouvoir participer au Système. Ensuite seulement, l'obligation portera sur leurs fournisseurs : d'abord les fournisseurs de rang un, et, deux ans plus tard, les fournisseurs de rang deux (les fournisseurs des fournisseurs). Puis un état des lieux sera fait avant de décider s'il faut aller plus loin.

En fait, la certification citoyenne coûte cher. Plus cher que prévu. Les entreprises le font savoir. Les gouvernements rappellent que si la démarche de certification coûte cher, les actions citoyennes, elles, donneront droit à d'avantageuses réductions d'impôt, au même titre que le mécénat d'entreprise. Or, contrairement au mécénat, les actions citoyennes réalisées dans le cadre du Système seront susceptibles de rapporter beaucoup d'argent. Ils promettent néanmoins des aides exceptionnelles pour accompagner les entreprises de taille moyenne dans leur démarche.

Celles qui ne comptent pas participer au Système contestent le principe de ces aides.

(Message publicitaire de la HASC)

« Bientôt, le Système Citoyen permettra aux entreprises qui le souhaitent d'être récompensées en fonction du jugement que nous portons sur leur comportement. Mais, pour nous faire notre opinion, nous ne pourrons pas compter sur les seules informations que nous fourniront ces entreprises. C'est pourquoi le Système Citoyen a prévu un ensemble de dispositions qui nous garantiront une information indépendante. Pour que seules les meilleures entreprises reçoivent les meilleures récompenses. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

La pression que les grandes entreprises mettent sur la Haute Autorité pour qu'elle diminue les contraintes à l'intérieur du Système ne faiblit pas.

An 3.

Les entreprises désireuses de participer au Système sont invitées à déposer leur candidature auprès de la Haute Autorité.

La presse, les télévisions, commencent à parler d'*actions citoyennes* menées par certaines de ces entreprises : financement de plantations d'arbres en ville, organisation d'excursions pour les enfants des quartiers défavorisés, ou bien nettoyage de sites délaissés par les pouvoirs publics font partie de ces « nouveaux comportements citoyens » qui émergent à la faveur de la mise en place du Système. Nombre de ces nouvelles « entreprises citoyennes » exploitent ces actions dans leurs campagnes publicitaires, profitant de ce que l'interdiction de telles publicités n'entrera en vigueur qu'au 1^{er} juillet de l'année suivante, date officielle de démarrage du Système. Toutes ces entreprises font de leur site internet la vitrine de leurs actions citoyennes.

(Message publicitaire de la HASC)

« Dans le Système Citoyen, les entreprises soigneront particulièrement leur image. Elles seront très attentives à tout ce qui pourra être dit, ou écrit sur elles dans les médias. Pour notre information, l'indépendance des médias à l'égard de ces entreprises est donc primordiale. L'indépendance des médias, c'est la garantie que nos jugements seront les bons. Pour que seules les meilleures entreprises reçoivent les meilleures récompenses. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

Des Caisses de Publicité sont créées pour les différents types de médias (télévision, radio, internet, presse quotidienne, presse magazines, etc.). A partir du 1^{er} juillet de l'année prochaine, toutes les entreprises qui participent au Système devront s'adresser à ces Caisses de Publicité pour obtenir des espaces publicitaires dans les médias.

Les parlements nationaux votent une loi instituant le délit de « corruption de gens de médias par entreprise soumise au suffrage populaire ». Cette loi vise à dissuader les entreprises du Système « d'acheter » la bienveillance des médias au moyen de « cadeaux » aux personnes susceptibles d'en influencer la ligne éditoriale.

(Message publicitaire de la HASC)

« Les médias tirent parfois l'essentiel de leurs revenus de la publicité que leur achètent les entreprises. Seulement, entre plusieurs médias, les entreprises peuvent toujours choisir ceux auxquels elles achèteront de la publicité... et ceux auxquels elles n'en achèteront pas. Pour les médias qui veulent pouvoir tout dire sur ces entreprises, ce n'est pas très confortable... Alors, pour éviter tout risque d'autocensure dans les médias, c'est nous, les citoyens, qui répartirons nous-mêmes, entre les médias, l'argent de la publicité de ces entreprises-là. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

A la clôture des candidatures pour sa première année de fonctionnement, le Système compte à peine 1% des entreprises de plus de 250 salariés.

Pour rendre le Système plus attrayant, les gouvernements décident alors de faire un geste : la taxe citoyenne, qui viendra grever le prix de vente des produits issus des entreprises participantes, ne rentrera pas dans le calcul de la TVA sur ces produits, ce qui les rendra moins chers pour le consommateur. Ainsi, avec une TVA de 20% et la taxe citoyenne à 12%, le surcoût dû à la taxe citoyenne serait ramené à 10%. Les entreprises apprécient.

Les pressions exercées sur la Haute Autorité ne s'en font que plus insistantes.

En réponse aux entreprises qui seraient gênées par « l'excès de contraintes » imposées dans le Système, la Haute Autorité déclare que « la participation au Système étant basée sur le volontariat des entreprises, celles auxquelles les règles établies ne conviendraient pas ne sont simplement pas obligées d'y participer ».

An 4.

(Message publicitaire de la HASC)

« Bientôt, nous verrons apparaître sur certains produits une marque de couleur bleue, bleu clair ou bleu foncé, où figureront parfois les lettres S et C, comme Système Citoyen. Ces produits auront été fabriqués, en partie ou en totalité, par des entreprises du Système. Des entreprises qui se sont engagées à se comporter en véritables entreprises citoyennes. Quand nous achèterons ces produits à la marque bleue, nous payerons une petite taxe qui servira, plus tard, à récompenser les meilleures de ces entreprises citoyennes. Alors, en achetant des produits à la marque bleue, nous n'achèterons pas seulement des produits. Nous achèterons aussi un droit : le droit de peser sur le comportement des entreprises du Système. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

Toutes les entreprises candidates au Système ont jusqu'au 30 juin pour obtenir leur certification citoyenne. Celles qui n'auront pas réussi à se faire certifier à cette date ne pourront pas participer à la première compétition pour le partage du Fonds. Au vu des difficultés rencontrées pour satisfaire elles-mêmes aux exigences de la norme, certaines entreprises, dont les principaux fournisseurs se trouvent dans des pays en développement, commencent à craindre que ces fournisseurs ne soient pas certifiés dans les deux ans, comme prévu dans le calendrier du Système : elles seraient alors privées de compétition.

Les médias se font l'écho de ces difficultés « qui sont probablement une explication à la faible participation des entreprises au Système ». Mais ils notent aussi de nombreux changements positifs chez celles qui ont décidé de s'y lancer : amélioration du dialogue social, plus grande implication des salariés dans la vie de l'entreprise, hausse de l'attractivité auprès des jeunes diplômés... Sans parler de la notoriété qu'apporte la diffusion quasi-gratuite de publicité pour leurs actions citoyennes sur TVES, la toute nouvelle chaîne de télévision exclusivement dédiée aux entreprises du Système, seul média sur lequel sont désormais autorisées ces publicités « citoyennes ».

La médiatisation croissante des actions citoyennes incite les entreprises à leur donner plus d'ampleur. Guidées par des sondages sur les attentes de la population, elles investissent en priorité dans des actions de proximité : achat de matériel pour les hôpitaux et les maisons de retraite, rénovation de centres d'accueil pour les sans-abris, construction d'aires de jeu au pied des immeubles des cités... Les entreprises qui font sur TVES de la publicité pour des actions en cours de réalisation se font rappeler à l'ordre par la Haute Autorité : seules les actions achevées peuvent faire l'objet d'une publicité.

Le 1^{er} juillet, les produits à la marque bleue apparaissent dans les rayons des magasins. La taxe citoyenne, de seulement 2%, et qui ne s'applique qu'au prix de vente hors taxe du fabricant, ne se ressent quasiment pas dans le prix payé en magasin par le consommateur. Du coup, soutenus par la publicité faite autour du Système, les produits « bleus », et ceux marqués « SC » en particulier (c'est-à-dire ceux entièrement fabriqués par des entreprises du Système), voient leurs ventes progresser.

La Haute Autorité, extrêmement sourcilleuse sur tout ce qui pourrait entacher l'image du Système, veille à ce qu'aucune confusion ne puisse être faite entre les marques des entreprises du Système, qui sont soumises à des exigences bien précises, et les marques des autres entreprises, qui n'ont pas d'obligation particulière à respecter en matière de normes citoyennes. Ainsi, le grand industriel de l'agroalimentaire Grobial ne faisant pas lui-même partie du Système, sa filiale Grobial Natulact, qui participe au Système, et qui fabrique les produits laitiers des marques Grobilact et NatLact, n'est autorisée à apposer le sigle « SC » que sur les produits NatLact : la marque Grobilact, dont le nom rappelle trop celui de Grobial aux yeux de la Haute Autorité, n'a droit qu'à une simple marque bleu foncé. Dans le même esprit, une chaîne d'hypermarchés commercialisant sous sa propre marque quelques produits fabriqués par des entreprises du Système, n'est pas autorisée à apposer le sigle « SC » sur ces produits, qui doivent se contenter, là aussi, d'une marque bleu foncé.

(Message publicitaire de la HAS)

« Tout au long de l'année, certains d'entre nous seront tirés au sort pour attribuer une note aux journaux qu'ils lisent, aux radios qu'ils écoutent, ou aux télévisions qu'ils regardent. L'argent de la publicité des entreprises du Système sera ensuite réparti entre tous les médias en fonction des notes qu'ils auront obtenues. Ainsi, ces médias pourront nous informer sur les entreprises du Système en toute indépendance. Pour qu'entre médias et entreprises du Système, ce ne soit jamais une histoire d'argent : choisissons nous-mêmes les médias qui gagnent. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

Les entreprises du Système doivent désormais passer par les Caisses de Publicité pour obtenir des espaces publicitaires dans les médias. Dans les premiers temps, elles n'obtiennent pas tous les espaces qu'elles demandent : les médias satisfont en priorité les demandes des autres annonceurs qui, eux, les payent directement. Les sommes recueillies par les Caisses de publicité n'atteignent donc pas le niveau de dépenses habituel des entreprises du Système. Mais les choses rentrent dans l'ordre quand les médias prennent conscience de l'impact qu'a sur leurs gains un calcul des sommes à répartir qui tient compte, comme annoncé lors de la mise en place des Caisses de publicité, du pourcentage de demandes satisfaites : un faible taux de satisfaction des demandes émanant des entreprises du Système fait en effet chuter les recettes provenant des Caisses de publicité.

Au vu des premières consultations, tous les médias n'ont apparemment pas la même « cote d'amour » auprès de leur public. Certains magazines à faible tirage, par exemple, sont notés par un petit nombre de votants mais qui leur attribuent en moyenne de très bonnes notes (ce qui fait augmenter leurs recettes publicitaires réalisées avec les annonceurs qui sont passés dans le Système). A l'opposé, certaines chaînes de télévision grand public, notées par un très grand nombre de personnes, obtiennent des notes à peine moyennes (et

leurs recettes publicitaires avec les annonceurs passés dans le Système diminuent). Ces chaînes ne manquent pas de réagir en s'engageant à « tout faire pour améliorer encore et toujours la satisfaction de leurs téléspectateurs », tout en notant que la part du marché publicitaire répartie en fonction du vote du public reste encore « tout à fait marginale ».

An 5.

(Message publicitaire de la HASC)

« Bientôt, comme des millions d'autres électeurs, vous serez peut-être tirés au sort pour attribuer des notes à quelques-unes des entreprises qui participent au Système Citoyen. Ce que vous devrez juger, ce n'est pas la gestion de ces entreprises, ou bien la qualité de leurs produits ou services. Ce que vous devrez juger, c'est tout simplement ce que ces entreprises font pour vous, pour nous, font pour le monde. Par les notes que vous leur attribuerez, vous les encouragerez à poursuivre leurs efforts citoyens. Pour que leurs préoccupations rejoignent vos préoccupations. »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen prépare le système économique de demain. »

Le 30 juin, les compteurs du Fonds sont arrêtés : le public découvre ce que représentent 2% du chiffre d'affaires d'à peine 1% des entreprises de plus de 250 salariés¹. Ce sont ces sommes qui seront mises en jeu dans la compétition.

Depuis le 1^{er} juillet, la taxe citoyenne est passée à 4%. Et les produits « bleus » sont plus nombreux dans les magasins : de nouvelles entreprises viennent en effet d'intégrer le Système, qui regroupe maintenant environ 2% des entreprises de plus de 250 salariés. Mais ces nouvelles entreprises ne figureront sur les listes des candidates au partage du Fonds qu'à partir de l'année suivante.

Dès septembre, les magazines d'information sortent des numéros consacrés aux entreprises du Système (« Entreprises citoyennes : notre classement », « Les 10 meilleures, les 10 moins bonnes », « Ce qu'elles ne vous diront pas »...)

Début octobre, plusieurs millions de questionnaires sont envoyés aux citoyens tirés au sort sur les listes électorales. En raison du faible nombre d'entreprises participant à la compétition, les listes soumises aux électeurs ne comprennent que cinq entreprises chacune. Les noms des entreprises ne figurent pas sur le questionnaire lui-même – elles y sont marquées comme entreprises « A », « B », « C », « D », et « E » – mais sur une feuille à part : ceci garantit la neutralité du traitement au cas où il devrait se faire manuellement. Sur le questionnaire, en face de chacune des lettres identifiant les entreprises, six cases à cocher

¹ 2% de 1% du chiffre d'affaires annuel des seules entreprises françaises dites « de taille intermédiaire » (effectifs compris entre 250 et 5000 salariés) représentent environ 200 millions d'euros (source : INSEE).

correspondent aux six notes possibles (0, 1, 2, 3, 4 et 5 points) ; en haut à droite, un code-barre permet de retrouver la liste à laquelle le questionnaire fait référence, ainsi que le nombre d'entreprises que le votant a le droit de récompenser.

SYSTEME CITOYEN
Vote du 28 octobre 20XX



Cochez les cases correspondant aux notes que vous attribuez aux entreprises de votre liste.

1 point : récompense minimum ; 5 points : récompense maximum.

Attention : vous ne pouvez noter que 3 entreprises au maximum. Au cas où vous attribueriez une note à plus de 3 entreprises, votre bulletin serait considéré comme nul.

Entreprise A	<input type="checkbox"/>					
	0 point	1 point	2 points	3 points	4 points	5 points
Entreprise B	<input type="checkbox"/>					
	0 point	1 point	2 points	3 points	4 points	5 points
Entreprise C	<input type="checkbox"/>					
	0 point	1 point	2 points	3 points	4 points	5 points
Entreprise D	<input type="checkbox"/>					
	0 point	1 point	2 points	3 points	4 points	5 points
Entreprise E	<input type="checkbox"/>					
	0 point	1 point	2 points	3 points	4 points	5 points

Tout avantage délibérément accordé à une entreprise dans laquelle le votant a des intérêts au moment du vote est passible de sanction.

Les enveloppes que reçoivent les électeurs comprennent également les argumentaires des entreprises, qui ont été préalablement visés par la Haute Autorité : les montants de dépenses « citoyennes » annoncés ont donc bien été validés par les commissaires aux comptes, et les comportements qui sont mis en avant sont conformes à ce que les enquêteurs de la Haute Autorité ont pu observer lors des contrôles inopinés réalisés sur le terrain.

Enfin, l'ensemble est accompagné d'un courrier comme celui-ci :

« Vous avez été tiré(e) au sort pour récompenser les 3 entreprises que vous jugez les meilleures de la liste ci-jointe. Vous pouvez leur attribuer 0, 1, 2, 3, 4 ou 5 points, en fonction

de la récompense que vous estimez qu'elles méritent (1 : récompense minimum, 5 : récompense maximum ; 0 : pas de récompense). Pour déterminer les notes que méritent ces entreprises, posez-vous à chaque fois la question suivante : Qu'est-ce que cette entreprise a réalisé pour améliorer le monde ? Pour vous aider dans votre évaluation, vous pouvez utiliser les critères suivants : Qu'a-t-elle fait pour lutter contre la misère dans le monde ? Qu'a-t-elle réalisé pour la sauvegarde de l'environnement ? Qu'a-t-elle réalisé pour améliorer le cadre de vie des gens ? Qu'a-t-elle mis en œuvre pour améliorer la condition de ses salariés partout dans le monde ?... Attention : au cas où vous attribueriez une note à plus de 3 entreprises, votre bulletin serait considéré comme nul. »

« Une fois votre questionnaire rempli, vous devrez le remettre le dimanche 28 octobre à votre bureau de vote habituel. »

Le nombre d'entreprises qu'un votant est autorisé à noter peut varier de une à cinq, afin de réduire le risque de récompenses disproportionnées pour les plus « petites » des entreprises de la liste : avec un barème allant de 0 à 5 points, il suffirait en effet qu'une des plus petites entreprises d'une liste récolte en moyenne 1 point sur 5 pour gagner seulement cinq fois moins qu'une entreprise cent fois plus grande, qui consacrerait un budget cent fois plus important à ses actions « citoyennes », et qui, elle, obtiendrait le maximum de points. Aussi, en autorisant certains votants à ne noter (et donc à ne récompenser) que quelques-unes des entreprises de leur liste, ceux-ci devraient normalement choisir celles qui ont le plus fort impact « citoyen », et dont plutôt les plus grandes d'entre elles.

Pendant tout le mois d'octobre, les sites internet des entreprises candidates enregistrent des fréquentations en forte hausse.

Pourtant, le 28 octobre au soir, les chiffres de la participation sont faibles : à peine 20% des électeurs consultés ont rendu leur questionnaire. Le 29 octobre, ces questionnaires sont expédiés par les municipalités vers les centres de tri automatisé. Le 2 novembre, les premiers questionnaires sont traités par lecture optique ; ceux que les machines n'arrivent pas à lire sont saisis manuellement. Le 10 novembre à 16 heures, comme prévu, les résultats de la première compétition pour le partage du Fonds citoyen sont diffusés.

Les journaux annoncent en une les noms des trois entreprises qui ont obtenu le plus de points. Mais ce ne sont pas ces entreprises-là qui empochent les sommes les plus importantes : après pondération des points en fonction des budgets publicitaires et de la part de chiffre d'affaires réalisée hors Système, ce sont trois autres entreprises qui arrivent en tête.

Le taux de participation ayant été faible, le nombre total de points attribués aux entreprises est très éloigné du seuil de la moitié des points attribuables qui leur donne droit à 100% du Fonds : elles ne se partagent donc que 80% du Fonds, les 20% restants se répartissant entre les besoins de financement de la HASC et le Fonds à répartir l'année suivante. Malgré tout, le président de la toute nouvelle Fédération des entreprises du

Système Citoyen déclare que les résultats sont dans l'ensemble extrêmement encourageants, la plupart des entreprises participantes ayant encaissé entre trois et dix fois ce qu'elles ont dépensé en actions citoyennes. « Si les consommateurs continuent à acheter nos produits malgré les augmentations prévues de la taxe citoyenne, les baisses de rentabilité que nous avons subies après la mise aux normes citoyennes devraient être assez rapidement compensées », se réjouit le président de la FESC.

An 6.

La fédération des cabinets-conseils en certification citoyenne constate une nette augmentation du nombre d'entreprises intéressées par la démarche de certification. Parmi ces entreprises, seules quelques-unes sont des PME de moins de 250 salariés dont l'objectif n'est pas de participer au Système, mais de répondre à la demande d'entreprises clientes qui, elles, font partie du Système. Selon une étude de l'Office international de certification citoyenne, si les PME qui font cet effort sont si peu nombreuses, c'est que le marché des entreprises du Système est jugé encore trop restreint pour pouvoir assurer la rentabilisation d'une certification. Conséquence : beaucoup d'entreprises du Système peinent à trouver des fournisseurs qui soient certifiés, et la tâche est particulièrement compliquée pour celles qui s'approvisionnent directement dans des pays en développement.

C'est la raison pour laquelle de nombreuses entreprises demandent à la Haute Autorité de différer de quelques années l'obligation portant sur la certification des fournisseurs. Mais cette demande ne fait pas l'unanimité. Les entreprises qui ont réussi à obtenir de leurs fournisseurs qu'ils soient certifiés refusent en effet toute idée de report : ces fournisseurs ayant souvent dû augmenter leurs prix, il ne serait pas normal, disent-elles, qu'elles soient les seules à supporter une telle hausse des coûts alors qu'elles ont su respecter le calendrier fixé par la Haute Autorité.

Après négociation au siège de la HASC, il est convenu que la certification des fournisseurs de rang un ne sera finalement exigée que dans trois ans, et non en juillet de cette année comme prévu initialement, et celle des fournisseurs de rang deux seulement cinq ans plus tard (l'exigence montera ensuite d'un rang tous les cinq ans) ; mais durant les trois prochaines années de compétition, la valeur des points obtenus lors du vote sera augmentée de 30% pour les entreprises dont les principaux fournisseurs seront déjà certifiés.

Dans un entretien à un quotidien économique, le célèbre dirigeant d'un grand groupe international déclare que ces difficultés rencontrées par le Système « sont la preuve, s'il en fallait, du caractère totalement démesuré des contraintes que la Haute Autorité s'entête à faire peser sur des entreprises qui financent par ailleurs des actions aussi utiles à la communauté ».

En effet, les actions citoyennes ne cessent de se développer. Celles qui dépassent le million d'euros ne sont plus rares. Une entreprise fait par exemple parler d'elle en finançant la rénovation de toutes les écoles primaires de sa ville. Une autre en aidant à l'installation de petits commerces dans des villages ruraux menacés de dépeuplement. Et les dons aux organisations humanitaires qui travaillent dans les pays pauvres, même s'ils restent le plus souvent symboliques, ont tendance à se généraliser.

Mais les entreprises du Système soignent aussi leurs salariés, car la première consultation des citoyens a montré que c'était payant. Des entreprises moyennes se mettent ainsi à offrir à leur personnel des avantages qu'on a plutôt l'habitude de trouver dans de très grandes structures : crèche pour les enfants des salariés, complémentaire santé à tarif très réduit, cours de langue et de culture générale, primes lors d'évènements familiaux...

La médiatisation de ces comportements nouveaux, bien qu'encore marginaux, renforce la confiance de la population à l'égard des entreprises. Le Système, que la première consultation a rendu plus concret aux yeux des sceptiques, gagne en popularité.

Selon les études de cabinets spécialisés, la productivité des entreprises qui sont dans le Système augmente plus vite que celle des autres entreprises : le meilleur climat social, un mode de management repensé, le sentiment de contribuer à des actions citoyennes, tout ceci favorise l'implication des salariés, qui arrivent à produire plus, et pour moins cher. Aussi, quand le 1^{er} juillet la taxe citoyenne passe à 6%, les prix des produits « bleus » n'augmentent quasiment pas.

(Message publicitaire de la HASC)

« Vous venez de recevoir votre liste d'entreprises et vous avez du mal à faire votre choix ? Demandez-vous laquelle vous regretteriez le plus si elle arrêtait ses actions citoyennes ! »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen organise le système économique de demain. »

Le taux de participation à la deuxième consultation progresse par rapport à l'année précédente, mais plus des trois quarts des personnes consultées s'abstiennent encore de rendre leur questionnaire. Les entreprises, elles, sont heureuses de se partager un Fonds deux fois plus important que l'année passée. Au milieu de l'euphorie, une notable déception : l'entreprise qui a rénové l'ensemble des écoles primaires de sa ville n'obtient pas le score escompté. Selon un institut de sondage, le public n'aurait pas apprécié de voir dans les journaux que le nom de l'entreprise figurait en gros caractères sur des plaques posées à l'entrée et dans les couloirs des écoles rénovées.

An 7.

« L'action citoyenne, une nouvelle forme de corruption ? » Selon un grand quotidien, l'entreprise qui a financé la rénovation de l'hôpital de la ville de V... a ensuite décroché un très gros contrat avec cette municipalité. « Bien que l'équipe municipale assure que la passation de marché a été faite dans les règles, on ne peut s'empêcher de penser que le choix de cette entreprise d'aller réaliser ses actions citoyennes dans la bonne ville de V... n'a pas été uniquement le fruit du hasard... » peut-on lire dans les colonnes du journal. « Si de tels soupçons devaient planer sur les actions citoyennes, qui se font toujours au profit d'une collectivité ou d'une autre, c'est tout le principe du Système qui serait remis en cause », conclut l'auteur de l'article.

La réaction de la Haute Autorité se fait attendre. Dans ses pages « Indiscrétions », un hebdomadaire rapporte les dissensions qui règnent sur le sujet au sein de l'institution : certains de ses membres estiment qu'il faut absolument laisser aux entreprises une totale liberté d'action, pour qu'elles donnent toute leur efficacité, et compter sur la vigilance des Etats pour que la loi soit respectée ; d'autres pensent au contraire qu'il faut donner un droit de regard aux Etats sur les actions citoyennes des entreprises pour s'assurer que tous les citoyens en profitent, et éviter tout risque de dérive.

Une réunion est finalement organisée au siège de la HASC. Représentants des Etats et représentants des entreprises y participent. Après un jour et une nuit de discussions, le communiqué suivant est diffusé aux agences de presse : « *A partir du 1^{er} juillet de l'année prochaine, toutes les entreprises qui souhaiteront réaliser des actions citoyennes en dehors des agglomérations où elles sont physiquement implantées devront s'adresser à un organisme d'Etat chargé de répartir équitablement ce type d'actions sur tout le territoire. C'est cet organisme, que chaque Etat s'engage à mettre sur pied dans l'année qui vient, qui indiquera aux entreprises où agir. Cependant, la réalisation des actions continuera d'être de la seule responsabilité des entreprises. Au cas où leurs actions seraient prévues dans un Etat qui ne serait pas doté d'un tel organisme, les entreprises devraient en confier la réalisation à une organisation non gouvernementale reconnue par les Nations unies.* »

Quelques jours après cette réunion, un membre de la Haute Autorité déclare : « Les entreprises sont très largement récompensées de leurs actions citoyennes lors du partage du Fonds. Elles ne doivent pas en attendre quelque autre bénéfice que ce soit. Ni en les réalisant ici plutôt que là. Ni en s'en servant comme support publicitaire, comme on a pu le voir parfois, dans ces écoles par exemple, où le nom de l'entreprise bienfaitrice apparaissait un peu partout. La Haute Autorité a d'ailleurs l'intention de sanctionner les entreprises qui signeraient trop ostensiblement leurs réalisations. Il ne faudrait pas que le Système engendre un monde qui soit envahi par les marques ! »

Le 1^{er} juillet, la taxe citoyenne passe à 8%.

Dans les grands médias généralistes, une place importante est désormais consacrée à l'actualité des entreprises du Système. De nombreux exemples d'actions citoyennes sont présentés – en nommant les entreprises uniquement quand leurs actions sont particulièrement remarquables – mais les médias savent aussi se faire critiques – et alors ils n'hésitent pas à donner des noms. L'objectif du mécanisme de répartition de l'argent des annonceurs par les citoyens semble avoir été atteint : les médias font la preuve de leur indépendance en débusquant des informations sur certains de ces annonceurs qui révèlent la persistance de comportements contraires aux valeurs portées par le Système C. Ces comportements se retrouvent rarement au sein de ces entreprises elles-mêmes, mais plutôt chez des fournisseurs situés dans des pays en développement. Sont ainsi dénoncés des agressions contre des leaders syndicaux, le déversement d'effluents toxiques dans la nature, ou encore le travail forcé de certaines populations locales. Interrogées, les entreprises incriminées se défendent en expliquant qu'elles n'avaient pas connaissance de telles pratiques. Et elles rappellent que l'obligation portant sur la certification citoyenne des fournisseurs n'entrera en vigueur que dans deux ans.

Mais dans une enquête de l'émission télévisée hebdomadaire *Système C*, c'est un effet pervers du Système lui-même qui est pointé dans les pays en développement : l'aide humanitaire transitant par les ONG aboutirait au résultat inverse de celui escompté. Maintien des populations dans l'assistanat, déresponsabilisation des gouvernements, concurrence déloyale vis-à-vis du secteur privé, l'action des ONG serait bien souvent un frein au développement des régions dans lesquelles elles interviennent. Un représentant de la HASC, invité de l'émission, affirme que la Haute Autorité est bien consciente du problème. Mais elle compte beaucoup sur la concurrence entre les entreprises du Système pour faire émerger des solutions plus propices au développement. En attendant, elle leur conseille de concentrer leurs aides sur la santé et l'éducation.

(Message publicitaire de la HASC)

« Parce que les produits "bleus" sont parfois un peu plus chers que les autres, tout le monde ne peut pas se permettre de les acheter. Mais pour tous ceux qui le peuvent, acheter des produits "bleus", c'est faire un geste citoyen. Car c'est en achetant des produits "bleus" qu'on fait vivre le Système Citoyen. Alors, si faire vos courses... ne vous empêche pas de partir en vacances, achetez "bleu", achetez bien, achetez citoyen ! »

« Ceci était un message de la Haute Autorité du Système Citoyen. La Haute Autorité du Système Citoyen organise le système économique de demain. »

Dans les magasins, les produits « bleus » sont de plus en plus visibles. Ce sont essentiellement des produits provenant d'entreprises moyennes, qui ne font pas de publicité à la télévision, et dont les marques restent peu connues des consommateurs. Quelques-uns seulement sont des produits de grandes marques, fabriqués par des filiales de grands groupes industriels, qui ont été envoyées dans le Système « en éclaireurs ». Or, alors que

depuis un an les dépenses publicitaires engagées sur ces produits ont nettement diminué (dans le but d'améliorer la pondération des points lors du partage du Fonds), leur part de marché, elle, est restée stable, quand elle n'a pas carrément augmenté. Les produits « SC », en particulier, ont résisté aux produits des marques de distributeurs, dont la progression n'avait été jusque-là contenue que grâce à des budgets publicitaires des grandes marques toujours plus importants. Les distributeurs n'étant pas autorisés à participer au Système – en contrepartie de quoi ils conservent un pourcentage de la taxe citoyenne sur tous les produits « bleus » qu'ils vendent – ils ne peuvent répliquer en sortant des produits « SC » à leur marque.

La révélation, par les revues professionnelles des industriels de la grande consommation, de cette résistance des produits du Système aux marques de distributeurs, provoque une très forte hausse du nombre de démarches de certification citoyenne.

Titre d'un quotidien économique : « Système Citoyen : les grandes entreprises arrivent enfin ! »

An 8.

Avec la multitude de nouvelles entreprises désireuses de participer au Système, le marché de la certification se met à se développer dans le monde entier : c'est en effet l'année prochaine qu'entrera en vigueur l'obligation, pour les entreprises candidates au partage du Fonds, de s'adresser à des fournisseurs certifiés. Un peu partout dans le monde, des entreprises commencent donc à se soumettre aux normes sociales et environnementales de la certification citoyenne : syndicats libres, salaires décents, au moins une journée de repos hebdomadaire, des journées de travail de moins de dix heures, des postes de travail sécurisés, des consommations de ressources naturelles optimisées, des rejets dans l'air, dans les rivières, dans les sols maîtrisés... Sur tous les continents, des Offices de certification citoyenne, créés par la Haute Autorité, forment les auditeurs des organismes qui pourront délivrer la certification.

Pour beaucoup d'entreprises du Système, les gains réalisés dans la compétition pour le partage du Fonds sont maintenant équivalents aux bénéfices qu'elles tirent de leur activité industrielle et commerciale. Or la taxe citoyenne, qui alimente le Fonds, n'a pas encore atteint son niveau maximum de 12%. La compétition promet donc d'être de plus en plus lucrative. C'est pourquoi certaines entreprises commencent à se préoccuper davantage de séduire les citoyens que de développer leurs ventes. Mais cette tendance inquiète.

Elle inquiète d'abord les syndicats. Un syndicaliste (anonyme) déclare ainsi dans la presse : « La Direction mise tout sur le Fonds. On renouvelle moins les produits. On n'accorde plus assez d'attention à l'outil de production. Ah ça, nous, les salariés, sommes bien traités ! La Direction sait bien que sinon, elle risque de faire un moins bon score avec les

citoyens. Mais il arrivera un jour où l'entreprise ne gagnera de l'argent qu'avec la compétition pour le Fonds, et alors nous, dans les usines, à quoi servira notre travail ? »

Une fois n'est pas coutume, ce discours syndical est relayé par les économistes : « Un euro investi en actions citoyennes rapporte beaucoup plus qu'un euro investi dans l'entreprise. Au début, les entreprises ont besoin de dégager des bénéfices sur leur activité commerciale, pour pouvoir investir dans les actions citoyennes. Mais très vite, le Fonds rapporte suffisamment pour que les entreprises n'aient plus besoin des bénéfices commerciaux pour financer l'activité citoyenne. La partie "citoyenne" de l'entreprise, beaucoup plus rentable que la partie "commerciale", se suffit à elle-même. Et du coup le risque est grand de voir l'activité "commerciale" délaissée : moins de recherche-développement, moins d'innovations, moins d'investissements... et à la fin, moins d'emplois. Le Système prépare peut-être un monde meilleur pour les citoyens, mais à condition que ça ne les embête pas de pointer au chômage... »

La Haute Autorité décide alors d'annoncer la mesure qui permettra au Système d'allier efficacité citoyenne et efficacité économique : à l'issue de la première année de fonctionnement à plein régime du Système (quand la taxe aura atteint 12%), les gains issus du partage du Fonds ne pourront plus être réinvestis, ni dans l'entreprise, ni dans les actions citoyennes ; ils seront uniquement destinés à la rémunération des actionnaires. Ne pouvant plus utiliser les gains issus du Fonds, les entreprises seront ainsi dans l'obligation de maintenir une activité industrielle ou commerciale rentable pour parvenir à financer leurs actions citoyennes.

A la télévision, le poids des annonceurs du Système est désormais tel que les chaînes ne peuvent plus ignorer le verdict des citoyens. Les changements dans les programmes commencent à se faire sentir : la part du divertissement diminue au profit des émissions d'information ; les journaux accordent plus de place à l'actualité internationale ; des émissions sur l'état du monde sont diffusées à des horaires de grande écoute. Du fait des modalités de vote du public (les citoyens consultés doivent mettre une note allant de 0 à 3 aux chaînes de leur choix), des programmes moins regardés que d'autres mais très appréciés par les téléspectateurs peuvent s'avérer plus rentables que des programmes ayant réuni un public large mais moins enthousiaste. Ainsi une série d'émissions consacrées aux ravages du paludisme en Afrique permet à une grande chaîne généraliste d'engranger de très bonnes recettes malgré la relative désaffection des annonceurs.

Le 1^{er} juillet, la taxe citoyenne passe à 10%. Le 1^{er} juillet, c'est aussi la date d'entrée en fonction des Organismes d'Etat chargés de répartir géographiquement les actions citoyennes des entreprises du Système. Mais très vite, ces Organismes sont débordés. Ils ne disposent pas encore du personnel suffisant, et les procédures de recueil des besoins sur l'ensemble du territoire, via les élus locaux, fonctionnent mal. Les entreprises doivent parfois attendre plusieurs semaines avant de connaître le lieu où on les autorise à intervenir... Or, dans les sondages qu'elles font réaliser pour connaître les attentes du public, elles constatent à ce

moment-là une nette augmentation des demandes de résultats concrets dans les pays en développement. Elles redirigent donc leurs actions vers ces pays, où elles financent massivement des ONG spécialisées dans l'éducation ou dans la santé qui ont reçu le tout nouveau label « ONG-développement » délivré par la HASC.

A l'issue de la consultation du mois d'octobre, marquée pour la première fois par un taux de participation des citoyens supérieur à 40%, le niveau de gain des entreprises fait une telle impression dans les milieux d'affaires qu'une nouvelle vague de démarches de certification citoyenne se déclenche.

En décembre, à la clôture des inscriptions pour la compétition qui débutera en juillet prochain, les effets de la vague précédente se font sentir : le nombre de candidates représente maintenant près du quart des entreprises de plus de 250 salariés.

An 9.

A l'occasion de la journée mondiale contre la faim, l'administrateur du Programme des Nations Unies pour le Développement, invité de l'émission *Système C*, en profite pour rappeler que l'élimination de l'extrême pauvreté et de la faim, l'éducation primaire pour tous, l'autonomisation des femmes, l'accès aux médicaments et aux soins, ainsi qu'un développement respectueux des ressources naturelles nécessitent environ 100 milliards de dollars par an, ce qui équivaut à moins de 10% des dépenses de marketing et de publicité réalisées chaque année dans le monde.

Le 1^{er} juillet, la taxe citoyenne est portée à son niveau définitif de 12%. L'effet sur le prix des produits « bleus » reste cependant limité. Parce que la taxe n'est pas calculée sur le prix de vente du détaillant (le prix payé par le consommateur), mais sur celui auquel le produit est vendu par l'entreprise qui le fabrique. Parce que la taxe ne supporte pas la TVA, ce qui diminue son impact de 5 à 25%, selon les produits et les pays. Mais aussi parce que beaucoup d'entreprises du Système ont réussi à baisser leurs prix de vente grâce aux économies qu'elles ont su réaliser : par des gains de productivité supérieurs à ceux de leurs concurrentes extérieures au Système, et surtout par une nette diminution des dépenses de marketing et de publicité. Celles-ci sont en effet rendues moins nécessaires pour des produits « bleus » qui profitent à plein de l'image du Système, sans compter que la baisse des budgets publicité donne plus de valeur aux points décernés par les citoyens lors du vote. Au total, l'écart de prix par rapport aux autres produits ne dépasse généralement pas 5%.

En octobre, alors que les électeurs ont pour la première fois à se prononcer sur des listes de 10 entreprises, le taux de participation dépasse les 50%. Comme chaque année, les entreprises qui réalisent une partie de leur chiffre d'affaires dans des pays qui ne se sont pas mis au Système, prennent part au partage du Fonds avec un nombre de points diminué par rapport à ceux que les votants leur ont attribués. Mais, grâce à l'efficace pression des

multinationales dont les filiales commencent à entrer dans le Système, les pays qui se décident à l'adopter sont maintenant plus nombreux.

Après les dernières inscriptions, ce sont la moitié des entreprises de plus de 250 salariés qui devraient réaliser, l'an prochain, des actions citoyennes pour s'attirer la faveur des électeurs.

An 10.

Plusieurs instituts d'analyse économique produisent des études qui permettent de dresser un bilan des cinq premières années de fonctionnement du Système. D'abord, on note dans les entreprises qui participent au Système une très forte baisse des emplois précaires, la quasi-disparition des jours de grèves, l'absence de fermeture d'usine depuis cinq ans, et des rentabilités pour les actionnaires qui ont été multipliées par 2 en moyenne. D'un point de vue général, la croissance de l'économie se maintient à un niveau élevé depuis près de trois ans ; les délocalisations se font plus rares ; de nombreux petits projets industriels – de 250 emplois minimum – sont même en cours de réalisation.

Après une période de mise en route un peu chaotique, les Organismes d'Etat chargés de répartir les actions citoyennes remplissent leur mission avec suffisamment d'efficacité pour que les entreprises reviennent investir massivement sur leur territoire national. Mais les actions dans les pays en développement ne sont pas délaissées pour autant : mieux ciblées, elles répondent aux attentes d'un public chaque jour davantage sensibilisé. Poussées par la concurrence, stimulées par l'importance des sommes que le Fonds met en jeu, les entreprises du Système ne cessent d'augmenter les budgets qu'elles consacrent aux actions citoyennes, qui fleurissent ainsi un peu partout dans le monde : rénovations de cités HLM dans les quartiers pauvres des pays riches, construction de dispensaires, attribution de bourses d'études, aide aux sans-abris, formation d'instituteurs, aide aux personnes âgées démunies, vaccination des enfants contre les maladies infantiles, financement de bibliothèques itinérantes, financement de matériels pour les personnes handicapées, réalisation de puits d'eau potable, organisation de vacances pour les enfants des familles défavorisées, aide matérielle aux agriculteurs des pays pauvres, financement d'équipements sportifs dans les quartiers défavorisés, financement de la recherche médicale sur les maladies tropicales, dépollution des cours d'eau, soutien scolaire pour les enfants en difficulté, aide financière aux PME des pays en développement, aide alimentaire aux familles pauvres des grandes villes, installation d'équipements sanitaires améliorés, financement de la recherche médicale sur les maladies rares, allocations aux familles pauvres pour permettre aux enfants qui travaillent d'aller à l'école, réhabilitation de sites industriels à l'abandon, etc., etc., etc.

Les bénéfices que les entreprises retirent de leur activité industrielle et commerciale, quand ils ne sont pas réinvestis, servent d'abord à financer des actions citoyennes ; les actionnaires sont essentiellement rémunérés grâce aux gains réalisés lors du partage du Fonds.

Il ne viendrait à l'idée d'aucun dirigeant d'entreprise de fermer une usine qui ne perd pas d'argent sous prétexte qu'elle n'est pas assez rentable.

Plutôt que d'agrandir les usines existantes pour pouvoir produire plus, les entreprises préfèrent en construire de nouvelles sur leurs marchés d'exportation.

Les Etats, qui ont cessé de se livrer une concurrence fiscale, ont de nouveau les moyens de financer les services publics et les politiques sociales.

Dans les pays pauvres, le développement ne se fait plus au prix de l'exploitation d'une main d'œuvre sous-payée ; le développement ne se fait plus au détriment de l'environnement.

Dans les pays pauvres, les entreprises des pays riches investissent, pour le développement, l'équivalent de 10% de ce qu'elles dépensaient, auparavant, en marketing et en publicité dans les pays riches.

Pour plus de détail sur le Système Citoyen :

<http://www.politest.fr/agad/SystemeCitoyen.pdf>