

A la recherche de l'information environnementale : la vision des consommateurs

Colloque

mardi 16 mai 2017

Table ronde 1

ACTUALITES DES ENTREPRISES

Modération de la table ronde : Elisabeth Laville, fondatrice d'Utopies et du site Mescoursespourlaplanete.com

1

Le secteur de l'habillement

Eric BOEL, président d'UNITEX, P.-D.G. des Tissages de Charlieu et fondateur d'Altertex

Le secteur de l'ameublement

Valérie GOURVES, responsable du service innovation du pôle ameublement de l'Institut Technologique Forêt, Cellulose, Bois-construction Ameublement (FCBA)

Le tourisme durable

Bénédicte SERGENT, directrice Développement Durable et Proximité Territoriale de CCI France, avec des témoignages de **Hubert VENDEVILLE**, P.-D.G. de Betterfly Tourism et de **NADINE WITCZAK**, directrice de l'hôtel Amiral à Nantes

Les produits alimentaires

Marc VOINNESSON, directeur Qualité Non Alimentaire et Projets IT du Groupe Casino

Les produits électroniques

Valéria MAIO, responsable RSE du Groupe Fnac Darty

Élisabeth LAVILLE

L'étude publiée en 2013 par GlobeScan et SustainAbility analyse la position des leaders d'opinion européens. 78 % d'entre eux considèrent que les entreprises doivent proposer des produits responsables à la place des produits conventionnels. Cette sélection positive (choice editing) s'accompagne de plusieurs outils, dont l'apposition de labels et l'affichage environnemental. Celui-ci aura certainement le même impact que l'étiquette énergie. Cette dernière n'a pas seulement permis d'informer les consommateurs, elle a participé à faire évoluer les offres. Ainsi, en 2 ans, 30 % du parc des téléviseurs vendus a évolué vers une plus grande qualité environnementale. De même, la consommation moyenne des modèles d'aspirateur les moins performants a baissé de 30 % en 1 an.

Penser que les consommateurs ne sont pas prêts à accueillir un tel dispositif pour en retarder la mise en place *ad libitum* n'est donc pas une bonne stratégie. Par ailleurs, les marchés évoluent plus par l'offre que par la demande. Il est ainsi pertinent d'ouvrir ce colloque par une table ronde portant sur l'engagement volontaire des entreprises et des distributeurs.

LE SECTEUR DE L'HABILLEMENT

Eric BOEL, président d'UNITEX, P.-D.G. des Tissages de Charlieu et fondateur d'Altertex

Le secteur textile est très impliqué dans la mise en place de l'affichage environnemental. Le textile et habillement représente 500 000 emplois dans l'Hexagone, dont 60 000 dans l'industrie (amont). L'expérimentation que nous avons menée a été portée à la fois par de grands groupes et des petites entreprises, par des producteurs et des distributeurs.

Le consommateur est sensible au développement durable qu'il soit économique, social ou environnemental. Or, l'Europe et la France plus encore ont édicté des standards sociaux et environnementaux parmi les plus exigeants de la planète. Il ne s'agit en aucun cas de les remettre en cause, même s'ils ont provoqué un fort décalage de compétitivité avec les produits low cost, entraînant la disparition de pans entiers de l'industrie. L'affichage environnemental est une première étape qui permettra aux consommateurs de comprendre que les produits porteurs d'une qualité environnementale et sociétale éprouvée ont une valeur essentielle, au-delà de leur seul prix.

Les objectifs de l'expérimentation menée par le secteur textile étaient de valider le socle technique de l'affichage environnemental. Parmi les entreprises du panel, certaines n'avaient aucune connaissance des problématiques liées à ce dispositif. Elles ont été de parfaits expérimentateurs pour la structuration d'une information : différenciant pour les produits, compréhensible par le consommateur, simple d'utilisation pour les entreprises et incitative à l'écoconception.

Le secteur textile a retenu deux indicateurs, la production de CO2 et l'eutrophisation de l'eau. La plupart des entreprises du panel ont coté leurs produits grâce à l'analyse de leur cycle de vie. Il convient d'intégrer ces cotations au sein d'une échelle commune, constituée à partir d'un panel suffisant pour en garantir la représentativité. De même, les bases de données et les outils utilisés par chacun des acteurs doivent être cohérents entre eux.

La réussite de ce projet dépendra de l'appropriation, par les consommateurs et les entreprises, de l'affichage environnemental. Le guide d'utilisation, édité à l'attention des entreprises, doit être très intuitif. Dans cette perspective, instaurer un scoring en open source paraît souhaitable. Il pourrait également être envisagé de monétiser l'effort environnemental *via* le crédit carbone. En effet, le prix demeure un des critères essentiels de la décision d'achat. Par ailleurs, il est nécessaire de prévoir une communication claire et incitative à l'intention des consommateurs. Celle-ci doit être largement relayée par une campagne institutionnelle.

Ainsi, l'affichage environnemental doit permettre aux consommateurs d'être acteurs du développement durable. Il doit tout autant valoriser la production industrielle européenne et française. Les normes européennes passent pour étouffer les entreprises. Ce projet permet pour la première fois de les transformer en outil de valorisation et de dynamisation.

Le Secrétaire d'État aux affaires européennes déclarait dans *Les Échos* le 15 mai « *Nous devrions éviter de donner l'impression que nous soutiendrons d'une manière ou d'une autre la politique protectionniste de Monsieur Trump. Mais nous voulons aussi encadrer la mondialisation en garantissant des standards sociaux et écologiques.* » L'affichage environnemental, s'il est simple et lisible, est, à ce titre, un outil puissant.

Élisabeth LAVILLE

Combien de produits ont-ils été cétés au sein des entreprises du panel ?

Eric BOEL

Plusieurs milliers, mais l'échelle n'est significative que si elle s'appuie sur une centaine de produits dans une famille donnée, toutes entreprises confondues.

Élisabeth LAVILLE

Il me semble que les gammes écoresponsables des entreprises doivent être suffisamment larges pour garantir aux consommateurs un réel choix.

Eric BOEL

Bien sûr, mais l'affichage environnemental permettra de qualifier tous les produits, y compris ceux qui ne sont justement pas écoresponsables pour un choix éclairé du consommateur ; on peut rêver à terme que le produit non étiqueté soit suspect pour le consommateur. Il faut également un scoring centralisé pour prendre en compte suffisamment de produits afin que les notes de chacun soient pertinentes.

3

LE SECTEUR DE L'AMEUBLEMENT

Valérie GOURVES, responsable du service innovation du pôle ameublement de l'Institut Technologique Forêt, Cellulose, Bois-construction Ameublement (FCBA)

Le secteur de l'ameublement teste l'affichage environnemental depuis 9 ans.

Le FCBA est un centre technique industriel créé par l'État après-guerre. Il emploie 350 personnes dont une majorité d'ingénieurs et de techniciens mis au service de branches professionnelles, dont celle de l'ameublement.

Le marché des meubles domestiques en France a fortement subi la crise. Ainsi, le niveau de consommation que le marché a pu connaître en 2008 ou 2011 n'a pas encore été retrouvé en 2016. Néanmoins, la consommation s'est nettement moins dégradée que la production. C'est malheureusement l'importation de produits étrangers qui en a profité.

Le secteur de l'ameublement emploie 120 000 salariés répartis à parité entre la fabrication et la distribution.

Les travaux effectués depuis 2008 ont permis la constitution de référentiels permettant de fixer des règles communes pour l'ensemble des produits. Ces référentiels ont été, dans un premier temps, testés dans le secteur de la literie en 2012. Ainsi, des étiquettes ont été apposées sur les produits, campagne d'affichage qui a été assortie d'une enquête auprès des consommateurs. Cette phase expérimentale a démontré qu'il était nécessaire de simplifier au maximum les procédures afin que les producteurs et les distributeurs puissent facilement les mettre en œuvre. Elle s'est étendue à une multiplicité de produits via le programme TAFEA. De même, des travaux ont été effectués régionalement. Les résultats de ces différentes expérimentations ont permis le pré déploiement de l'affichage environnemental et la construction d'un écocalculateur : « eco-meuble ».

Au cours de ces travaux, quatre référentiels sectoriels ont été rédigés à partir d'un référentiel socle, qui évolue constamment. Les trois critères retenus dans le secteur de l'ameublement sont : le changement climatique, la pollution de l'eau et la pollution de l'air. L'outil éco-meuble permet d'attribuer très rapidement, à partir des données rentrées par les producteurs, une note à chaque produit évaluant son impact environnemental. Cette note permet de situer le produit parmi les autres produits utilisant les mêmes règles de calcul sur le marché, afin de discriminer les produits. Une telle démarche peut influencer la conception même du produit, puisque le calcul peut être réalisé en amont. L'étiquette finale affiche la note globale (de A à E), les valeurs des 3 indicateurs et 3 curseurs permettant d'identifier facilement si le l'impact pour chaque indicateur est fort (mauvais) ou faible (bon).

Eco-meuble est utilisé actuellement par une dizaine d'entreprises, afin de le tester et de le corriger. Il doit s'enrichir de données sur les différentes matières premières afin de permettre la prise en compte de l'ensemble des produits. Par ailleurs, le nombre de modélisations, qui n'excède pas pour l'heure 200, reste trop faible pour fixer les différents seuils de notation. Enfin, le calcul de la durée de vie des produits reste à clarifier auprès des industriels.

Au-delà de ces problématiques techniques, il convient de noter que l'affichage environnemental n'est qu'un élément d'écoconception. Il faut savoir qu'un étiquetage des polluants volatils est en cours pour les meubles, c'est une nouvelle contrainte, Il conviendra donc, à terme, de faire converger les cotations sanitaires et environnementales.

LE TOURISME DURABLE

Bénédicte SERGENT, directrice Développement Durable et Proximité Territoriale de CCI France

Le prédéploiement de l'affichage environnemental a été, dans le secteur touristique, porté par des acteurs volontaires, profondément impliqués dans cette démarche collective de progrès. Il s'est articulé autour de cinq phases :

- identifier les consommations ;
- analyser les postes correspondants : l'eau, l'énergie, les déchets, le textile, l'alimentaire, les fournitures ;
- émettre des préconisations et des pistes d'amélioration ;
- définir un plan d'action ;
- concevoir l'affichage à destination des consommateurs.

Le déploiement se déroule en 6 étapes :

- le recrutement des professionnels en partenariat avec l'UMI, le GNI, les CDT et le CCI France.
- la collecte d'informations par Betterfly Tourism ;
- la réalisation d'un audit à partir de ces données ;
- l'édition de l'étiquette correspondante ;
- la mise en place d'un plan d'action à partir des priorités définies par chacun des professionnels ;
- la mise à jour annuelle de l'étiquette par Betterfly Tourism.

L'affichage environnemental n'a pas seulement pour fonction d'informer les consommateurs : il permet également de faire progresser les professionnels. Accessible à chacun d'entre eux, cette démarche concerne autant l'environnement que l'économie. Elle peut devenir un outil d'aide à la réflexion et vient en complément des différents labels que sont l'écolabel, Clef Verte ou EnVol.

Hubert VENDEVILLE, P-D.G de Betterfly Tourism

La mise en place d'un affichage environnemental dans le secteur touristique pose plusieurs difficultés.

Premièrement, les produits vendus ne disposent d'aucun packaging permettant d'apposer une étiquette matérielle. Ils sont, la plupart du temps, mis en vente sur des sites de réservation en ligne ou directement à

l'accueil des établissements. Ainsi, l'affichage environnemental tel qu'il a été présenté précédemment a été complété d'un espace réservé au storytelling développé par chacun des professionnels. Il permet de raconter la démarche empruntée ainsi que les actions mises en œuvre dans ce cadre. De la sorte, il ne s'agit pas seulement de produire une note, mais de raconter une histoire aux clients.

Deuxièmement, il a été nécessaire de définir une échelle de référence commune. Elle a été constituée à partir des données récupérées auprès de 150 hôtels. Elle a abouti à la fixation des paliers A, B, C, D et E qui permettent de positionner les performances de chaque établissement, étant entendu que la distribution du panel devait respecter les proportions suivantes : 10 % des établissements devaient être positionnés en A et 25 % en B.

Le prédeploiement de l'affichage environnemental au sein d'une centaine d'établissements a pour objectif d'affiner le dispositif en veillant à ce que les hôtels 5* ne soient systématiquement notés E et les hôtels économiques A.

Nadine WITCZAK, directrice de l'hôtel Amiral à Nantes

L'Hôtel Amiral a emprunté une démarche de développement durable dès 2007. L'ensemble des équipes a ainsi œuvré pour obtenir la Clef Verte puis l'écolabel. L'affichage environnemental vient en complément de cette démarche, le visuel étant en l'espèce un élément primordial. Les clients sont sensibles à cet affichage qui motive leurs interrogations.

Nantes étant un territoire de développement durable, l'Hôtel Amiral a eu l'opportunité de travailler sur ces différentes problématiques avec la Chambre du Commerce et Hubert VENDEVILLE.

L'affichage environnemental permet d'asseoir la visibilité de l'établissement auprès des clients d'affaires et des touristes qui sont de plus en plus nombreux à adopter une attitude écoresponsable. Ainsi, l'Hôtel Amiral, qui dispose de 49 chambres en centre-ville, conserve un bon niveau de fréquentation malgré la crise. Le taux de satisfaction des clients est très élevé. Ceux-ci se font les ambassadeurs de la démarche mise en œuvre via les réseaux sociaux et les sites d'avis en ligne, accroissant la notoriété de l'établissement.

Le premier calcul environnemental effectué en 2011 a permis à l'Hôtel d'obtenir une note de 3,8. Ce score a été ramené à 4,3 2 ans plus tard. Ainsi, il est possible de travailler en interne sur des axes de progression. Face à la concurrence de plus en plus aiguë d'Airbnb qui a pris, en 2 ans, 35 % des parts de marché, la transition énergétique s'impose comme un levier essentiel, au même titre que la transition digitale.

Bénédicte SERGENT

Il est fondamental de développer une offre durable, quels que soient les secteurs d'activité, afin d'accroître la compétitivité des entreprises face à une concurrence mondiale de plus en plus exacerbée. Cette démarche s'impose d'autant plus en France, première destination touristique, où le secteur pèse 7,2 % du PIB. 38 hôtels ont d'ores et déjà adopté l'affichage environnemental. Afin d'accompagner cette dynamique, le CCI lancera un tour de France du tourisme durable en juillet ou en septembre.

LES PRODUITS ALIMENTAIRES

Marc VOINNESSON, directeur Qualité Non Alimentaire et Projets SI du Groupe Casino

Le Groupe Casino travaille depuis une décennie sur les problématiques liées à l'écoresponsabilité. Ainsi, dès 2006, le Groupe a lancé une méthodologie en collaboration avec Bio Intelligence Service permettant d'évaluer les émissions de gaz à effet de serre lors des principales étapes du cycle de vie des produits. En 2010, plus de 1 000 impacts des produits Casino avaient été calculés grâce à un travail mené en collaboration avec plus de 200 fournisseurs.

Dans la continuité, le Groupe a participé, en 2011, à l'expérimentation nationale. Il a ainsi créé un indice environnemental multicritères agrégé, cette initiative privée rejoignant, dans son principe, le dispositif national tel qu'il a été formalisé depuis. Cet indicateur se fonde sur 3 critères : les émissions de gaz à effets de serre, l'eutrophisation et la consommation de l'eau. Afin de démocratiser l'affichage environnemental, le Groupe a ensuite travaillé sur la conception d'un portail web collaboratif de collecte et calcul afin de mettre à disposition des industriels une méthode de collecte et de calcul simple et performante. Il s'agit là d'un enjeu majeur : si les outils mis à disposition des entreprises sont trop complexes, l'affichage environnemental sera un échec.

Le Groupe Casino s'est enfin engagé dans le pré déploiement de l'affichage environnemental depuis 2015. L'ambition portée par le Casino se déploie dans deux directions : le développement de l'écoconception et la fixation d'un nouveau critère de choix à l'intention des consommateurs. Elle ne peut se développer qu'à deux conditions. Il est d'une part nécessaire de s'assurer de la comparabilité des résultats. L'ensemble des acteurs doit ainsi utiliser les mêmes outils, les mêmes bases de données et les mêmes règles de gestion. D'autre part, le dispositif doit être adapté aux contraintes propres du secteur des produits alimentaires. Ceux-ci présentent une très forte diversité. Il convient donc de garantir la comparabilité entre les produits d'un même rayon, mais également entre les différents rayons. Compte tenu de ces contraintes, Casino a souhaité que le score final des produits soit un indice numérique et non une lettre.

Les industriels peuvent, pour calculer la performance des produits, utiliser un outil interne ou externe dès lors qu'il est relié à une base de données commune, qu'il respecte les méthodes de collecte partagées et qu'il dispose d'un algorithme identique. Casino remettra sur ce point un cahier des charges à l'ADEME en 2018.

Ce dispositif doit par ailleurs faire l'objet d'un contrôle de cohérence systématique effectué par un tiers.

Les chantiers en cours sont :

- l'adaptation de l'outil de collecte et de calcul aux référentiels nationaux tenant en particulier compte de :
 - o la sécurisation des informations, dans un souci de confidentialité ;
 - o la prise en compte de 4 indicateurs : gaz à effet de serre, consommation d'eau, eutrophisation et écotoxicité ;
 - o l'utilisation de la méthode d'agrégation permettant de fixer le résultat de la cotation ;
- la création d'une base de données de facteurs d'impacts centralisés impliquant :
 - o l'utilisation des bases Impact et Agribalyse. La base constituée par le Groupe Casino en lien avec le cabinet Deloitte pourra être partagée avec les acteurs volontaires du secteur alimentaire.
 - o la constitution de l'indice agrégé ;
 - o la création d'un site internet public, www.MieuxProduire.fr.

L'outil de collecte et de calcul doit :

- être accessible à des utilisateurs non experts ;
- être sécurisé ;
- s'adapter à la majorité des produits agroalimentaires ;
- être ergonomique et permettre aux industriels de renseigner des catalogues réutilisables ;
- favoriser l'écoconception ;

Cet outil sera gratuitement mis à la disposition des industriels travaillant avec le Groupe Casino. Il sera ouvert à l'ensemble des industriels à partir de fin 2017.

En synthèse, Casino tient essentiellement à ce que soient établies des conditions de concurrence loyale pour faire de l'affichage environnemental un succès. Il est donc nécessaire de mettre en place :

- une base de données unique et évolutive ;
- un cahier des charges d'outils et une procédure d'accréditation ;
- un protocole de contrôle de cohérence obligatoire pris en charge par un tiers.

LES PRODUITS ÉLECTRONIQUES

Valéria MAIO, responsable RSE du Groupe FNAC Darty

Les produits commercialisés par la FNAC ont un fort impact environnemental. Au-delà, le modèle économique correspondant suppose qu'ils soient renouvelés en permanence. Enfin, en tant que distributeur, la FNAC n'est pas responsable de leur fabrication.

Dans ces circonstances, le levier d'action le plus efficace en matière de responsabilité environnementale est l'information des consommateurs, l'affichage environnemental devant, à terme, influer sur leurs actes d'achat. Informer les clients est un des traits caractéristiques de la FNAC. L'enseigne dispose de longue date d'un Labo qui mesure les caractéristiques « produit » en toute indépendance. Il a été étroitement associé au développement de l'affichage environnemental.

Afin de lever les dernières réticences de la Direction, une enquête a été menée auprès des clients. Elle a mis en valeur leur sensibilité à la qualité environnementale des produits au-delà de leur intérêt pour le prix, la marque ou le design. En effet, les clients estiment que la FNAC doit les guider vers une consommation plus responsable autant qu'elle doit lutter contre les emballages excessifs. Les sondés estiment également que la FNAC est en mesure de faire pression sur les producteurs pour accroître la qualité environnementale des produits proposés.

Le projet d'affichage environnemental a été développé à partir de 2012 en lien avec les groupes de travail encadrés par l'ADEME et le Ministère. Les premiers produits concernés par l'affichage ont été les téléviseurs, puis les PC, les tablettes et les mobiles.

La note actuelle vient en complément des nombreuses informations techniques portées sur une étiquette papier. Elle est donc extrêmement synthétique et engage deux critères : les émissions de CO2 et la consommation des ressources naturelles. Au contraire, l'information environnementale donnée sur fnac.com est plus développée et plus pédagogique. Elle explique en particulier la méthodologie utilisée pour parvenir au calcul final. Celui-ci est réalisé en collaboration avec HOP-CUBE.

L'affichage environnemental est donc parfaitement cohérent avec l'ADN de la FNAC dont la vocation est d'apporter aux consommateurs un conseil en toute transparence. La procédure correspondante est fonctionnelle et permet un déploiement du dispositif sur le web comme en magasin. Néanmoins, les équipes « marketing et ventes » ne se sont pas encore parfaitement approprié cette note qu'elles peinent à valoriser auprès des consommateurs. Par ailleurs, afin de compléter le dispositif, des AB tests seront prochainement réalisés en ligne afin d'évaluer l'influence de la note sur les comportements d'achat. Une telle enquête dégagera de nouveaux arguments qui permettront, à terme, de sensibiliser les fournisseurs à l'écoconception. Celle-ci sera enfin largement promue auprès de Darty qui dispose de nombreuses marques « distributeur ».

7

ÉCHANGES AVEC LA SALLE

Florent BLONDIN, fondateur de La Belle Énergie

La Belle Énergie est une start-up incubée au sein du Ministère de l'Environnement. Elle a pour objectif de centraliser les différentes étiquettes environnementales afin de faciliter l'information des consommateurs. Celles-ci sont au nombre de plusieurs centaines. Seront-elles rendues visibles grâce à la création d'un site unique ou grâce à une multiplicité de sites sectoriels ?

Alexandra BONNET, adjointe du Service de l'Economie, de l'Evaluation et de l'Intégration du Développement durable, CGDD

La mise en ligne d'un site unique, rassemblant l'ensemble des données d'entrée et de sortie sur les produits affichés, semble la solution la plus pertinente. Un tel outil faciliterait la communication et la transparence auprès du grand public et permettrait aux associations de consommateurs d'effectuer des analyses. , L'enjeu actuel est avant tout d'arriver à généraliser l'affichage physique au sein des magasins. À ce titre, je souhaiterais remercier l'ensemble des entreprises pionnières qui ont pris part à cette démarche novatrice.

Hubert VENDEVILLE

L'information doit être délivrée aux consommateurs au moment de l'acte d'achat. Or, ceux-ci s'informent en se connectant aux sites de réservation en ligne même si, *in fine*, ils ne recourent pas à leurs services. Il est donc essentiel que ces plateformes adoptent l'affichage environnemental.

Marc VOINNESSON

Le site mieuxproduire.fr sera ouvert à l'ensemble des acteurs volontaires du secteur agroalimentaire. Il sera donc un outil de centralisation de l'information.

Charles PERNIN, délégué Général du Synabio

Synabio est le syndicat des entreprises de la bio appartenant essentiellement au secteur agroalimentaire. La spécificité des produits bios sera-t-elle prise en compte par la méthodologie développée par Casino ? En effet, les impacts sur la biodiversité varient fortement selon les modes de productions agricoles retenus. Ceux d'entre eux qui relèvent de la bio sont éminemment plus complexes que les autres. Ils n'utilisent pas d'intrants chimiques tels que les engrains de synthèse qui ont un impact direct sur l'empreinte carbone. Ce point sera-t-il pris en compte au sein du calcul de la note environnementale ? Enfin, la mesure de l'impact environnemental nécessite de fixer une unité de référence telle que le poids du produit ou la portion consommée. Dans cette perspective, il pourrait être pertinent de prendre en compte la densité nutritionnelle des produits.

Marc VOINNESSON

La biodiversité, bien qu'elle soit un critère important, n'est pas encore calculable et ne fait pas partie des 4 indicateurs retenus. Pour autant, le dispositif pensé dans l'outil de collecte et calcul www.MieuxProduire.fr est évolutif. Ainsi, l'ADEME a récemment souhaité que l'écotoxicité soit retirée du calcul, n'étant pas considérée comme un paramètre suffisamment fiable. Ces difficultés rendent d'autant plus nécessaire l'affichage de la méthodologie de calcul.

L'outil mis en place par Casino dispose d'un catalogue d'ingrédients normalisés qui tiennent compte des facteurs d'impact correspondants. Néanmoins, il ne dispose pas d'une formule spécifiquement dédiée aux produits bios dont la visibilité est suffisamment garantie par la labélisation. L'affichage environnemental doit, pour l'heure, concerner l'ensemble des produits.

Enfin, le volume de référence retenu est 100 grammes ou 100 ml, à l'exception de certains produits tels que le café, où le calcul est effectué à partir d'une dose.

Alexandra BONNET

Le secteur de l'agroalimentaire présente des particularités qui nécessitent une certaine adaptation de l'affichage environnemental. La biodiversité est un indicateur important pour ce secteur, en particulier pour la production extensive ou les produits carnés sous signe de qualité. Malheureusement, la méthodologie de calcul de ce facteur est complexe à réaliser ; elle n'est pas encore finalisée.

L'affichage environnemental sera donc appelé à évoluer dans ce secteur, la prudence exigeant que ne soient proposés dans un premier temps que les affichages bénéficiant d'une méthodologie parfaitement éprouvée.

Il faut préciser que l'affichage environnemental n'a pas vocation à remplacer d'autres informations utiles aux choix des consommateurs, dont le label bio fait évidemment partie.

Samuel MEYER, Directeur du Pôle écoconception

Écoconception est une association qui participe aux groupes de travail coordonnés par l'ADEME pour la mise en place du guide de l'affichage environnemental dans le secteur textile et pour la fixation des écolabels. De quelle manière ces différents outils de communication pourront-ils, à terme, converger ?

Alexandra BONNET

L'affichage environnemental ne doit pas se substituer à d'autres informations. Il doit couvrir l'ensemble des produits alors que l'écolabel signale l'excellence environnementale. Ces deux informations ne sont donc pas mutuellement exclusives. Il faudra néanmoins veiller à la cohérence globale des messages adressés aux consommateurs.

Nadine WITCZAK

L'écolabel européen hôtelier a été mis en place grâce à un travail collectif associant l'ensemble des collaborateurs du secteur. L'affichage environnemental n'a pas la même ambition et vient en complément.

Isabelle RICHARD, Psychologue de l'environnement

J'ai pu constater, au fil de mes recherches, que les citoyens témoignent de plus en plus régulièrement d'un sentiment d'écofatigue. Au-delà, ils ne comprennent pas la signification de l'équivalent CO2. L'affichage environnemental doit traiter de ce point par comparaison avec d'autres données afin de le rendre plus lisible. Enfin, certains consommateurs éprouvent plus d'intérêt pour le lien entre impact environnemental et santé que pour la seule dimension environnementale.

Marc VOINNESSON

La note telle qu'elle est calculée ne porte pas uniquement sur les gaz à effets de serre. Elle donne une valeur globale et synthétique. Les consommateurs qui souhaiteront connaître le détail du calcul, critère par critère, devront se connecter sur le site dédié www.MieuxProduire.fr.

9

Valérie GOURVES

En effet, les consommateurs doivent être libres d'accéder à un complément d'information s'ils le souhaitent.

Alexandra BONNET

L'affichage environnemental a pour vocation de délivrer une information simple à partir de calculs d'une grande complexité. Les détails des calculs par indicateur doivent être accessibles aux consommateurs qui le souhaiteront, un paradoxe courant étant qu'ils sont à la fois en demande d'informations précises et fatigués de leur multiplication. En tout état de cause, même si les consommateurs ne sont pas sensibles à l'affichage environnemental, les entreprises crairont d'avoir une mauvaise note. Elles amélioreront donc leurs impacts environnementaux de leurs produits pour préserver leur capital réputationnel, quel que soit l'intérêt des consommateurs pour ces notes environnementales.

Julie POTIER, association Bio consom'acteurs

De quelle manière les impacts environnementaux des fournisseurs seront-ils évalués ?

Marc VOINNESSON

Ce point fait tout l'enjeu de la collecte d'information. Chaque ingrédient doit être évalué à partir du champ de production. Dans cette perspective, l'outil permet de calculer exactement les distances entre les différents sites de production. L'audit aura pour tâche de vérifier la véracité des données primaires.

Lætitia VASSEUR, directrice de l'association Halte à l'obsolescence programmée

L'obsolescence programmée est-elle prise en compte au sein du dispositif d'affichage environnemental ? La durée de vie des produits sera-t-elle, à terme, accrue conformément à la demande des consommateurs ?

Valérie GOURVES

La durée de vie moyenne des produits fait partie des critères pris en compte au sein du secteur de l'ameublement. Néanmoins, ce point a donné lieu à de nombreux débats, certains producteurs arguant que leurs produits sont plus durables que la moyenne. Ce critère supplémentaire peut actuellement être pris en compte, mais doit être démontré à partir des normes européennes en vigueur.

Valéria MAIO

Étant exclusivement distributeur, la FNAC ne peut prendre en charge cette problématique contrairement à Darty.

Thomas ALBISSEUR, Hop-Cube, groupe Greenflex

Nous prenons en compte la durée de vie moyenne des produits selon une méthodologie proche de celle empruntée par le secteur de l'ameublement. Ces questions, éminemment complexes, sont régulièrement abordées au sein des groupes de travail.

Jean Paul VENTERE, bureau IDAE 4, CGDD

L'obsolescence programmée sera prise en compte grâce à la mise en place d'un affichage de la durée de vie des produits.

Alexandra BONNET

Les écolabels permettent d'ores et déjà de mettre en valeur ce critère.

Christophe ROBIN, Chambre de Commerce et d'Industrie des Landes

La CCI des Landes accompagne les entreprises dans leur démarche d'écoconception. De quelle manière une PME peut-elle être convaincue d'intégrer le dispositif d'affichage environnemental ? Les entreprises bénéficieront-elles d'une aide spécifique ? Comment les contrôles de cohérence des données seront-ils financés ? La confidentialité des données sera-t-elle garantie ?

10**Marc VOINNESSON**

L'outil conçu par Casino sera externalisé auprès de sociétés capables de garantir la confidentialité des données et de contractualiser avec les acteurs volontaires. Celles-ci s'appuieront sur un panel de cabinets environnementaux accrédités par Casino et l'ADEME et qui seront garants de la conformité des méthodologies retenues.

Bénédicte SERGENT

Dans le secteur touristique, le coût maximum de l'affichage environnemental est de 500 euros, étant entendu que l'ADEME aide les entreprises durant la période de pré-déploiement.

Hubert VENDEVILLE

Ce secteur a évalué les économies qui peuvent être réalisées sur les coûts de fonctionnement. Celles-ci s'élèvent en moyenne à 7 %, soit entre 5 000 et 20 000 euros par an, elles compensent largement l'investissement initial consenti.

Alexandra BONNET

L'Ademe n'apportera certainement pas une aide financière comparable à celle qu'elle a fournie aux entreprises pionnières. Nous espérons cependant que cette démarche représentera un intérêt intrinsèque suffisant, y compris financier, pour que les acteurs économiques s'engagent sans subventions. Les leviers permettant de réduire les impacts environnementaux sont en effet généralement les mêmes que ceux qui permettent une réduction des coûts.

Par ailleurs, le dispositif a été conçu pour être facile d'utilisation. Les entreprises n'auront qu'une dizaine de données à entrer dans le système pour chaque produit. Cette méthodologie allégée doit permettre aux PME d'adhérer assez facilement au dispositif.

La question de l'adhésion des PME à ce type d'initiatives environnementales est centrale et constitue un des enjeux de demain pour les pouvoirs publics, les grandes entreprises étant déjà largement impliquées.

Marc VOINNESSON

L'outil mis en place par Casino représente un coût important pour le Groupe. Cette pression financière sera à terme allégée, étant répartie sur l'ensemble des partenaires.