



FEDERATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

**CONTRIBUTION DES ENSEIGNES DE LA FCD
À L'EXPERIMENTATION NATIONALE DE
L'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL**

BILAN ET PERSPECTIVES

30 novembre 2012

SOMMAIRE

RÉSUMÉ	3
INTRODUCTION	6
I. IMPLICATION DES ENSEIGNES DE LA FCD DANS L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL	8
1. Une expertise reconnue fondée sur un engagement collectif pionnier	
2. Panorama des 8 expérimentations individuelles menées par les enseignes de la FCD	
II. RETOURS D’EXPERIENCE ET BILAN DES OPERATIONS DES ENSEIGNES DE LA FCD	14
1. Des bénéfices et des progrès pour les entreprises ayant participé à l’expérimentation	
2. Un retour sur l’information environnementale délivrée au consommateur	
3. Un engagement financier et humain important	
4. Un intérêt des consommateurs pour l’information environnementale	
III. PROPOSITIONS POUR L’AVENIR DU DISPOSITIF D’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL	20
1. Une démarche d’information environnementale qui doit rester volontaire pour les entreprises souhaitant l’engager ou la continuer	
2. Une démarche volontaire nécessitant une harmonisation rapide et un encadrement par les pouvoirs publics	
<i>a. Une base de données publique disponible, afin que l’information environnementale soit accessible techniquement et économiquement à toutes les entreprises, y compris les PME</i>	
<i>b. Un outil de collecte et de calcul unique mis à disposition des entreprises, en laissant la faculté d’une accréditation des outils internes déjà en place dans certaines entreprises</i>	
<i>c. La nécessité de référentiels et de méthodologies complets, validés et cohérents avec les référentiels européens et les labels existants</i>	
<i>d. Pour un référentiel alimentaire transversal</i>	
<i>e. Un support de l’information laissé au libre choix des entreprises</i>	
<i>f. Un système de communication lisible reposant sur une restitution harmonisée de l’information au consommateur : indicateurs, sémantique, seuils, codes couleurs...</i>	
ANNEXES	24

RÉSUMÉ

Ce rapport dresse le bilan des opérations menées par 8 enseignes de la FCD dans le cadre de l'expérimentation nationale de l'affichage environnemental mise en œuvre en application de l'article 228 de la loi du 12 juillet 2010, dite « Grenelle 2 ». Bien qu'il s'agisse de 8 projets distincts, et non d'une opération collective de la distribution, les enseignes concernées - AUCHAN, BOULANGER, CARREFOUR, CASINO, MONOPRIX, OXYLANE (DECATHLON), PICARD et SIMPLY MARKET - ont souhaité présenter les enseignements communs tirés de ces expérimentations, en espérant que cette contribution sera utile au débat, notamment dans la perspective du bilan prévu par la loi précitée, à l'attention du Parlement, « *évaluant l'opportunité d'une généralisation de ce dispositif* ».

Après une description des 8 opérations en cause (**1^{ère} partie**), le présent rapport expose le retour d'expérience des enseignes participantes, y compris les difficultés rencontrées (**2^e partie**), puis formalise, sur cette base, diverses recommandations dont il préconise la prise en compte pour une mise en œuvre optimale de l'affichage environnemental (**3^e partie**).

Panorama des 8 opérations individuelles menées

Les enseignes de la FCD sont impliquées de longue date dans l'évaluation des impacts environnementaux des produits de grande consommation. Outre la démarche pionnière de CASINO, on rappellera que 10 enseignes de la FCD se sont attachées, dès 2009, à étudier la faisabilité de l'évaluation environnementale à travers une étude des impacts environnementaux de 300 produits de consommation courante, à marques de distributeurs et à marques nationales, en collaboration avec l'ANIA (pour les 150 références alimentaires) et l'ADEME. Les conclusions de l'étude ont été présentées, avec la ministre en charge de l'écologie, le 12 mars 2010. Cette étude est une des plus ambitieuses réalisées jusqu'alors, par l'ampleur des produits couverts, et reste une référence pour les travaux conduits par la plateforme ADEME-AFNOR concernant les référentiels produits.

Fortes de cette expertise, les enseignes de la FCD se sont activement mobilisées pour participer à l'expérimentation nationale, dès l'appel à candidatures du ministère de l'écologie, fin 2010. 8 enseignes ont été sélectionnées par le ministère, en mars 2011, et ont ainsi participé à l'expérimentation dont le coup d'envoi a été donné le 1^{er} juillet 2011. Leur objectif était de tester, dans les conditions du réel, la faisabilité de l'affichage environnemental, tant en ce qui concerne l'*amont* (choix méthodologiques, collecte des informations et collaboration avec leurs partenaires économiques) que l'*aval* (fiabilité des résultats, vulgarisation des données, restitution de l'information au consommateur et impact d'un tel dispositif sur leurs comportements).

Le rapport met en évidence la diversité des projets conduits : au-delà des spécificités liées à la nature des enseignes (6 GSA et 2 GSS) et à la variété des produits couverts, dans le domaine alimentaire comme dans le domaine non alimentaire, à marques propres ou non, on soulignera que les opérations menées ont permis de tester un grand nombre de configurations, conformément à l'esprit du cahier des charges de l'expérimentation nationale. Les enseignes ont ainsi choisi de tester l'information environnementale sur quelques références d'une gamme de produits ou sur plusieurs centaines de références, représentant jusqu'à 90 millions de produits vendus pour une enseigne donnée. Différents supports d'information ont été expérimentés : internet, emballages, fiches produits, rayons... De même, les formats d'affichage retenus reflètent les différents modes possibles de restitution de l'information au consommateur : données brutes avec équivalent, échelle de valeurs (ABCD, couleurs...) pour chaque indicateur, note globale pour le produit.

Retours d'expérience et bilan de l'expérimentation

Malgré la mobilisation des fournisseurs impliqués, la majorité des enseignes a rencontré de réelles difficultés pour la collecte des données primaires et toutes ont été confrontées à l'incomplétude des bases de données secondaires. Ces difficultés mettent en évidence, par défaut, les points sur lesquels il convient de travailler en priorité. Pour autant, les enseignes et leurs partenaires ont tiré avantage de l'information environnementale, notamment en termes de connaissances des produits et, par conséquent, des éventuelles possibilités d'amélioration de leur processus de fabrication.

Le temps passé ainsi que les moyens financiers engagés dépendent bien sûr de l'envergure des opérations mais aussi de l'antériorité de l'expertise. Le recours à un prestataire a été la règle pour toutes les enseignes et représente la part la plus importante du budget (jusqu'à plusieurs centaines de milliers d'euros). Les coûts les plus élevés correspondent à l'établissement de fichiers de collecte d'informations, à l'acquisition des données (matériaux et process) et des méthodologies d'ACV simplifiées, ainsi qu'à la réalisation des formats d'affichage ; il s'agit aussi des actions qui requièrent le plus de temps. D'autres postes se sont avérés coûteux ou chronophages, comme la création et la gestion de l'information dématérialisée ou des supports d'information conçus pour les magasins.

Enfin, les études menées dans le cadre des expérimentations témoignent de l'intérêt des consommateurs pour cette initiative et du bénéfice pédagogique de la démarche, à travers leur sensibilisation aux impacts environnementaux des produits. Mais elles indiquent aussi que le consommateur est sensible à l'impact prix potentiel et ne démontrent pas, en l'état et dans les conditions de l'expérimentation, une quelconque incidence de l'information environnementale sur l'acte d'achat, pour celles des enseignes qui ont cherché à mesurer cette corrélation.

Propositions pour l'avenir du dispositif d'affichage environnemental

Si le panorama et le bilan des opérations menées sont, par définition, basés sur le retour des 8 enseignes ayant participé à l'expérimentation nationale, les propositions pour l'avenir du dispositif sont issues d'une réflexion commune à l'ensemble des enseignes de la FCD. La dernière partie du présent rapport définit ainsi les principes qui semblent indispensables aux distributeurs afin que l'information environnementale puisse être mise en œuvre dans des conditions optimales, tant pour les acteurs économiques concernés que pour les consommateurs, destinataires de l'information.

Concernant les choix politiques et stratégiques que les pouvoirs publics auront à arbitrer, les enseignes de la FCD estiment que la démarche d'information environnementale doit rester volontaire pour les entreprises souhaitant l'engager ou la continuer. Elles considèrent cependant nécessaire d'encadrer la méthodologie d'évaluation et le format de restitution aux consommateurs, afin d'harmoniser les pratiques et fiabiliser les résultats. Un tel encadrement relève *a priori* de la compétence réglementaire ou normative mais devra être élaboré en concertation avec les acteurs économiques et les associations de consommateurs, et en cohérence avec les travaux menés au niveau européen. Si les démarches environnementales – dont l'affichage environnemental – sont, à terme, sources de compétitivité, la mise en œuvre à grande échelle de cet affichage, à travers une obligation généralisée, engendrerait des coûts rédhibitoires pour les entreprises et le pouvoir d'achat des ménages. De plus, une telle obligation est susceptible de constituer une entrave aux échanges sur le marché européen. C'est pourquoi il faut privilégier l'initiative volontaire encadrée.

Sur un plan plus opérationnel, les enseignes de la FCD se sont accordées sur les principes suivants :

- Une base de données publique doit être mise à disposition afin que l'information environnementale soit fiable et accessible techniquement et économiquement à toutes les

entreprises, y compris les PME. Les enseignes de la FCD fondent les plus grands espoirs sur les travaux menés à cette fin par l'ADEME et souhaitent leur prompt achèvement.

- Un outil de calcul et de collecte unique doit être proposé aux entreprises pour faciliter la remontée des informations par les fournisseurs et harmoniser les méthodes de collecte et l'utilisation des données. Parallèlement, les enseignes de la FCD estiment que les outils internes déjà en place dans certaines entreprises doivent pouvoir bénéficier d'une accréditation par les pouvoirs publics s'ils présentent le même degré de fiabilité.
- Les référentiels et les méthodologies doivent être complets, fiables, validés et cohérents avec les référentiels européens et les labels existants (écolabels notamment).
- Concernant le cas particulier des produits alimentaires, eu égard aux multiples référentiels qui leur sont applicables, il importe de disposer d'un référentiel transversal pour l'ensemble des produits alimentaires de façon à faciliter, pour le consommateur, la comparaison des produits entre eux au sein d'un même rayon et dans des rayons différents.
- Les contraintes logistiques et économiques engendrées par le type de support de restitution de l'information diffèrent grandement d'un secteur à l'autre, y compris au sein même de la distribution. Il importe donc que le support de l'information (emballage, ILV, internet...) soit laissé à la discrétion des entreprises, qui arbitreront en fonction de choix économiques et stratégiques.
- L'appropriation et la compréhension de l'information environnementale par les consommateurs exigent un système de communication lisible reposant sur une restitution harmonisée de l'information au consommateur (indicateurs, sémantique, seuils, codes couleurs...). La préférence des consommateurs allant aux formats d'affichage qui privilégient la simplicité, la lisibilité et l'intelligibilité immédiate de l'information, les enseignes de la FCD proposent que le format d'affichage comporte une information condensée qui pourrait prendre la forme, par exemple, d'une note unique pour l'ensemble des indicateurs, sous réserve d'une méthodologie de référence pour la pondération des différents impacts.

Dans la continuité de leur engagement en faveur d'une consommation durable, les enseignes de la FCD souhaitent donc que l'information environnementale reste volontaire tout en appelant de leurs vœux un encadrement de la méthodologie d'évaluation et du format de restitution, afin de garantir la fiabilité des résultats et, à travers l'harmonisation des pratiques, une meilleure compréhension de l'information délivrée aux consommateurs. A ces conditions, l'affichage environnemental remplira son objectif ultime qui, au-delà de la sensibilisation des consommateurs, vise à orienter le geste d'achat du plus grand nombre vers des produits à moindre impact écologique.

INTRODUCTION

La loi Grenelle 2 a complété le code de la consommation par un article L. 112-10 instituant, à partir du 1^{er} juillet 2011, et après concertation avec l'ensemble des acteurs des filières concernées, une expérimentation, pour une durée minimale d'une année, afin d'informer progressivement le consommateur par tout procédé approprié du contenu en équivalent carbone des produits et de leur emballage, ainsi que de la consommation de ressources naturelles ou de l'impact sur les milieux naturels qui sont imputables à ces produits au cours de leur cycle de vie¹.

Les distributeurs, impliqués de longue dans les démarches environnementales et souhaitant développer les outils les plus pertinents pour favoriser une consommation durable, ont souhaité participer à cette expérimentation nationale. L'objectif pour les distributeurs était de tester, dans les conditions du réel, la faisabilité de l'affichage environnemental, tant du point de vue de l'« amont » (les choix méthodologiques, la collecte des informations et la collaboration avec leurs partenaires économiques) que du point de vue de l'« aval » (fiabilité des résultats, vulgarisation des données, restitution de l'information au consommateur et impact d'un tel dispositif sur leurs comportements).

8 enseignes de la FCD se sont donc portées candidates pour participer à l'expérimentation nationale et ont été sélectionnées par les pouvoirs publics : AUCHAN, BOULANGER, CARREFOUR, CASINO, MONOPRIX, OXYLANE (DECATHLON), PICARD et SIMPLY MARKET.

Les distributeurs ont accueilli favorablement la volonté des pouvoirs publics de tester différentes modalités de l'affichage environnemental : il était en effet indispensable que les acteurs économiques puissent s'approprier individuellement une telle démarche, en ayant la possibilité d'expérimenter les modalités concrètes et les implications engendrées au sein des entreprises et pour les consommateurs, et d'en tirer les conclusions. Pour cette raison, la profession a souhaité organiser sa contribution à l'expérimentation nationale en présentant des opérations individuelles, mais a jugé utile de dresser un bilan commun, en mettant en avant les enseignements tirés et les éventuelles divergences². L'intérêt de ce choix, notamment au terme de l'expérimentation nationale et à l'heure du bilan, est de permettre une grande diversité dans l'approche que le secteur de la distribution, fort de ces multiples expériences, peut désormais avoir de l'affichage environnemental.

Chaque enseigne ayant participé à l'expérimentation a d'ores et déjà transmis, dans les délais fixés par le MEDDE, les conclusions propres à son expérimentation. L'objectif du présent document est de tirer les enseignements communs des 8 expérimentations³ menées par la distribution alimentaire et spécialisée et de formuler des recommandations. Les expérimentations ayant commencé entre le 1^{er} juillet et le 1^{er} décembre 2011, certaines expérimentations sont encore en cours à l'heure actuelle et les résultats définitifs ne seront connus que dans quelques mois. Cependant, il est d'ores et déjà possible de tirer des enseignements des diverses expérimentations qui ont été menées, tant sur un plan technique que pour le consommateur.

¹ L'expérimentation est issue de l'article 228 de la loi Grenelle 2 et l'information environnementale avait été visée dès la loi Grenelle 1 (article 54) préconisant que « Les consommateurs doivent pouvoir disposer d'une information environnementale sincère, objective et complète portant sur les caractéristiques globales du couple produit/emballage et se voir proposer des produits respectueux de l'environnement à des prix attractifs ».

² Voir *Note d'introduction FCD jointe aux dossiers de candidature des enseignes FCD à l'expérimentation nationale, 2010* (Annexe 2).

³ On notera que Casino et Monoprix, d'une part, Auchan et Simply Market d'autre part, ont uni leurs efforts pour mettre en œuvre une expérimentation commune.

Les enseignes de la FCD ont souhaité en particulier produire un retour d'expérience sur les points d'évaluation suivants :

- la mise en œuvre méthodologique ;
- la fiabilité des évaluations ;
- la mise en œuvre au regard des coûts et des contraintes organisationnelles et le bénéfice environnemental ;
- la compatibilité des informations présentées avec les labels existants ;
- la compréhension du consommateur par rapport aux informations restituées et, pour certaines enseignes, les effets à attendre, à terme, sur son comportement d'achat, lorsqu'il sera amené à comparer deux produits.

Ce rapport s'articule en trois parties qui présentent successivement :

1. **Un panorama des 8 projets d'enseignes** décrivant les caractéristiques principales des opérations : périmètre produits, méthodologie, support de l'information, format d'affichage.
2. **Un bilan des expérimentations** présentant les difficultés rencontrées et les retours des enseignes tant sur l'amont (collecte des informations, coûts des opérations) que sur l'aval (compréhension de l'affichage par les consommateurs, impact sur leurs comportements).
3. **Les préconisations établies par les enseignes de la FCD** à partir des enseignements tirés de l'expérimentation pour que l'affichage environnemental puisse être mis en œuvre de façon optimale.

I. IMPLICATION DES ENSEIGNES DE LA FCD DANS L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

1. Une expertise reconnue fondée sur un engagement collectif pionnier

Les enseignes de la FCD ont initié leur travail commun sur l’information écologique des produits dès 2008, en souscrivant un engagement formalisé par une convention signée, le 29 janvier 2008, entre le secteur de la distribution et le ministère en charge de l’écologie. En application de cette convention, les enseignes se sont attachées, en 2009 et 2010, à évaluer la faisabilité de l’évaluation environnementale à travers une étude des impacts environnementaux de 300 produits de consommation courante, à marques de distributeurs et à marques nationales, en collaboration avec l’ANIA (pour les 150 références alimentaires) et l’ADEME. Cette étude, une des plus ambitieuses réalisées jusqu’alors par l’ampleur des produits couverts, a impliqué AUCHAN, BOULANGER, CORA, CARREFOUR, CONFORAMA, CASINO, DARTY, DECATHLON (OXYLANE), FRANCAP, MONOPRIX et SYSTEME U. Sa réalisation a été confiée à un consortium de consultants mené par Bio Intelligence Service et comprenant Intertek et RDC Environnement.

Des principes de bonne mise en œuvre de l’information environnementale ont pu être dégagés par les enseignes de la distribution suite à l’expérimentation FCD-ANIA-ADEME⁴ :

- L’expérimentation a mis en évidence, comme préalable à toute obligation relative à l’affichage environnemental, la nécessité de la création d’une base de données publique, fiable et consensuelle couvrant les principaux composants et ingrédients des produits de grande consommation concernés et d’outils d’accompagnement des entreprises. En effet, l’expérimentation a pu démontrer que les bases de données existantes étaient incomplètes et les informations plus ou moins difficiles à collecter auprès des fournisseurs, ce qui a été confirmé lors de l’expérimentation nationale (voir II).
- L’expérimentation FCD-ANIA-ADEME concluait également que l’affichage environnemental ne pourrait être mis en œuvre qu’une fois que des référentiels méthodologiques transversaux et sectoriels auraient été établis, qui soient consensuels (permettant, par exemple, l’évaluation d’indicateurs comme la biodiversité) et précis.
- L’étude concluait sur la nécessité de mieux évaluer les coûts induits par l’affichage environnemental, dans un souci d’optimisation de ceux-ci pour les entreprises.
- La prise en compte des contraintes propres aux PME, sur les plans financiers et techniques.
- La collaboration de l’ensemble de la chaîne de production était également un présupposé indispensable pour pouvoir mener à bien une démarche d’affichage environnemental.

Outre le volet technique relatif aux calculs des impacts environnementaux, l’étude FCD-ANIA-ADEME comprenait également une enquête afin d’évaluer l’intérêt et la compréhension des consommateurs. Réalisée par IPSOS, cette enquête concluait que l’attrait pour l’information environnementale reste fortement conditionné à de nombreux facteurs pouvant faire évoluer l’acceptabilité et la crédibilité de l’information environnementale, notamment l’hypothèse d’un surcoût, la validité et l’emplacement de l’information, le format (le nombre d’indicateurs par exemple) et sa compatibilité avec les labels existants. C’est pourquoi après une expérimentation FCD-ANIA-ADEME centrée sur l’« amont », les enseignes de la FCD étaient favorables à une évaluation de l’« aval », à savoir l’ensemble des conditions de transmission de l’information environnementale aux consommateurs ainsi que l’impact de l’affichage environnemental sur ces derniers et sur les entreprises.

⁴ Voir FCD-ANIA-ADEME, *Projet pilote sur l’affichage environnemental, Synthèse publique, octobre 2010* (Annexe 1).

2. Panorama des 8 expérimentations individuelles menées par les enseignes de la FCD

8 enseignes de la FCD (AUCHAN, BOULANGER, CARREFOUR, CASINO, MONOPRIX, OXYLANE, PICARD et SIMPLY MARKET) ont participé à l'expérimentation de l'affichage environnemental, avec des opérations diverses permettant de tester l'ensemble des configurations possibles de l'affichage environnemental, tel que souhaité par les pouvoirs publics. En effet, les enseignes de la FCD ont soutenu la traduction opérationnelle de la disposition législative relative à l'expérimentation de l'affichage environnemental (article 228 de la loi Grenelle 2), consistant à laisser l'initiative aux acteurs économiques afin d'identifier les opportunités et les contraintes que peut générer l'information environnementale et de définir les conditions optimales de sa mise en œuvre. Cette logique expérimentale a permis de tester des pistes de travail plus nombreuses tout en permettant l'appropriation pratique, par les enseignes, de l'évaluation environnementale et de la restitution de l'information aux consommateurs.

- Diversité des enseignes

Cette hétérogénéité des opérations trouve également son origine dans la diversité des enseignes participantes : 6 grandes surfaces alimentaires (AUCHAN, CARREFOUR, CASINO, MONOPRIX, SIMPLY MARKET), dont une spécialisée (PICARD) et 2 grandes surfaces spécialisées de secteurs différents, l'électroménager (BOULANGER) et les articles de sport (OXYLANE). Tous les formats de magasins sont représentés, les hypermarchés, les supermarchés et les magasins de proximité.

- Périmètre produits

Les expérimentations ont porté sur des produits très diversifiés. Cette hétérogénéité a permis aux consommateurs de découvrir les impacts environnementaux de centaines de références se vendant à plusieurs centaines de milliers voire des millions d'exemplaires chaque année. Certaines enseignes ont choisi de généraliser l'affichage environnemental sur des centaines de références, représentant jusqu'à 90 millions de produits vendus pour l'une des expérimentations menées (CASINO), tandis que d'autres ont préféré cibler un nombre restreint de références (AUCHAN avec 5 références) ou de concentrer le choix sur toutes les références de gammes de produits (shampoings ultra doux et cahiers CARREFOUR en partenariat avec une marque nationale, sacs à dos QUECHUA et pantalons SOLOGNAC pour OXYLANE) ou sur quelques références de plusieurs gammes de produits (BOULANGER). Le choix effectué dépend également des partenariats établis avec les industriels et des données disponibles (voir II).

Produits alimentaires (liste non exhaustive) :

- produits surgelés
- yaourts
- jus de fruits
- poissons fumés
- œufs
- eaux minérales...

Produits non alimentaires (liste non exhaustive) :

- vêtements
- shampoings
- cahiers
- gels douche
- électroménager...

- Méthodologie

Comme précisé dans le cahier des charges de l'expérimentation nationale, les enseignes de la FCD se sont efforcées de respecter le référentiel BPX 30-323 et les référentiels sectoriels validés par la plateforme ADEME-AFNOR, dans la mesure du possible. Malgré la parution d'un référentiel ADEME-AFNOR sur certaines familles de produits étudiées, les enseignes ont eu à effectuer des choix méthodologiques qui n'avaient pas été évoqués dans les référentiels, ou lorsque des incohérences au sein d'un même référentiel ont été relevées. De plus, l'ensemble des référentiels, pour les produits choisis, n'étaient pas disponibles, nécessitant, de fait, des interprétations et des choix méthodologiques pour le calcul de l'analyse du cycle de vie des produits. Certaines enseignes ont, par ailleurs, développé des outils spécifiques, notamment afin d'harmoniser la collecte des données primaires auprès des fournisseurs, et ce, toujours en conformité avec le référentiel ADEME-AFNOR.

L'ensemble des enseignes ayant participé à l'expérimentation a fait appel à un prestataire extérieur pour l'accès à des bases de données et le calcul des analyses de cycle de vie (ACV) et/ou à une agence de communication, le cas échéant, pour la définition du format d'affichage.

- Format d'affichage

La majorité des enseignes participantes a fait appel à un consultant extérieur afin de trouver le meilleur mode de restitution de l'information aux consommateurs. Plusieurs configurations ont parfois été testées auprès de panels de consommateurs pour déterminer le choix du format final. Quelques enseignes ont par ailleurs coopéré avec d'autres entreprises pour utiliser un format d'affichage commun, notamment avec des partenaires industriels (CARREFOUR avec L'Oréal et Hamelin (Oxford), CASINO avec Matine, Mer Alliance, Saint-Amand).

Les formats d'affichage retenus par les enseignes reflètent les différents modes possibles de restitution de l'information au consommateur⁵. Les grandes catégories de format d'affichage utilisées, qui peuvent être combinées, sont les suivantes :

- L'affichage de données brutes pour chaque indicateur, traduites en un équivalent :



- Une échelle de valeurs (ABCD, couleurs...) pour chaque indicateur :

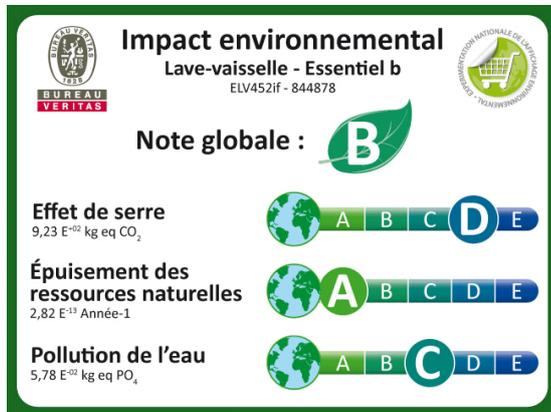


⁵ Conformément à la logique d'opérations individuelles, les enseignes ont estimé, en 2011, qu'il était trop tôt pour juger de la pertinence d'un système d'information par rapport aux autres et ont donc souhaité tester différents schémas de fonctionnement et différer tout choix à l'issue de l'expérimentation [Voir *Position FCD sur le dispositif d'information harmonisée, 2011* (Annexe 3)].

- Une note globale pour le produit :

* La synthèse des trois indicateurs :

* Le % d'impact environnemental de 100 g du produit relativement à l'impact de la consommation alimentaire journalière d'un consommateur français :



* Sur une échelle unique :



- Support d'information utilisé

Les expérimentations des enseignes de la FCD sont représentatives des différentes configurations possibles de restitution de l'information au consommateur. Trois enseignes ont fait le choix d'une information sur le lieu de vente : sur la fiche technique du produit (format papier) pour les produits électroménagers de BOULANGER et sur des étiquettes au-dessus des congélateurs pour PICARD, qui a toutefois dû restreindre le périmètre de l'expérimentation en raison de l'espace limité en magasin. Une seule enseigne a communiqué sur le produit, en face avant de l'emballage (CASINO). Aucune enseigne alimentaire n'a choisi d'informer le consommateur par le biais de l'étiquette électronique en raison des difficultés techniques et économiques (refonte des systèmes d'information en particulier) et de la place disponible sur ces étiquettes.

Dans tous les cas, les enseignes ayant choisi de communiquer les indicateurs environnementaux en magasin ou sur le produit ont complété cette information par le biais de leur site commercial ou institutionnel ou d'un site internet dédié. En effet, l'espace disponible étant très limité tant en magasin que sur les emballages, il est nécessaire d'apporter un complément d'information sur la méthodologie de calcul et la démarche d'information environnementale, inconnues du grand public, dans une optique pédagogique.

Certaines enseignes ont privilégié la communication dématérialisée de l'information environnementale, par exemple par mailing à certains clients (AUCHAN) ou via un balisage présent en magasin avec un renvoi au site internet présentant les impacts environnementaux des produits balisés (CARREFOUR, OXYLANE). Dans ce cas, l'information était indiquée soit sur un site dédié à l'expérimentation, soit sur le site commercial, à côté des produits testés. Deux enseignes (CASINO et OXYLANE) ont par ailleurs utilisé l'affichage sur téléphone portable par lecture de code-barres ou de QR-code.

Les enseignes qui ont testé les produits d'une même catégorie ont pu, au cas par cas, utiliser une présentation permettant la comparaison des produits :



- Etudes et retours consommateurs

Des études consommateurs ont été menées en amont de l'expérimentation, notamment pour déterminer le mode d'affichage de l'information le plus compréhensible pour le consommateur. Des modifications du format d'affichage ont d'ailleurs pu être effectuées, en cours d'expérimentation, suite aux enseignements qui en ont été tirés. En outre, la majorité des enseignes participant à l'expérimentation ont mené des études consommateurs afin d'étudier le retour et les attentes des consommateurs en matière d'information environnementale. Les retours proviennent d'enquêtes clients soit quantitatives (sondages, traitement statistique), réalisées en magasin, soit qualitatives (réunions, interviews), effectuées en interne ou via des instituts de sondage, tel que l'IFOP.

II. RETOURS D'EXPERIENCE ET BILAN DES OPERATIONS DES ENSEIGNES DE LA FCD

1. Des bénéfices et des progrès pour les entreprises ayant participé à l'expérimentation

- Une logique partenariale positive et des fournisseurs impliqués

Comme l'avait démontré l'étude FCD-ANIA-ADEME, l'implication de l'ensemble de la chaîne de production est une nécessité dans le cadre d'une démarche d'information environnementale, cette implication conditionnant l'obtention des données nécessaires à l'établissement des calculs d'analyse de cycle de vie (ACV). Ainsi, le choix des produits a été fait en fonction des partenariats mis en place avec des industriels et avec les petites et moyennes entreprises (PME) produisant les produits à marque propre des distributeurs (MDD). Il est apparu que nombre de partenaires industriels ne sont pas familiarisés avec la méthodologie d'ACV. Si la participation des fournisseurs ayant choisi d'adhérer à la démarche a été fructueuse, l'implication des fournisseurs est contrastée : en effet, de nombreux fournisseurs n'ont pas souhaité participer à l'expérimentation, en raison des contraintes inhérentes à la méthodologie, en termes de temps et de coûts.

- Des bénéfices pour les entreprises en termes de connaissance des produits

La sensibilisation de l'ensemble de la chaîne de production et de distribution aux performances environnementales des produits est une avancée certaine induite par la démarche, qui a permis, au cas par cas, de déterminer des axes d'amélioration pour les performances environnementales des produits et les procédés de fabrication. Ainsi, la nécessité de calculer les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des produits, par le biais des calculs d'ACV, permet à la distribution de mieux connaître l'ensemble des procédés de fabrication d'un certain nombre de produits, essentiellement sous-traités à des industriels (grands groupes ou PME).

Il semble donc que la méthodologie d'ACV puisse être un outil pragmatique et de connaissance pour certains produits, dans les relations « B to B » et, éventuellement, d'amélioration du processus de fabrication des produits, permettant, par exemple, d'identifier les phases de production les plus énergivores... Les calculs ACV peuvent également révéler un potentiel d'éco-conception sur certains produits.

Il est toutefois à noter que l'analyse d'une seule référence peut permettre de dégager un potentiel pour toute une gamme de produits. Eu égard à la complexité de l'analyse et des coûts, le calcul d'ACV ne peut être effectué que pour un nombre restreint de produits.

- Un retour d'expérience sur la collecte des données primaires

En règle générale, l'obtention des données relatives aux produits a été facilitée par la collaboration efficace des fournisseurs volontaires, dans une réelle logique partenariale. Cependant, la collecte des données dépend étroitement de l'intérêt des fournisseurs pour la démarche, de leurs moyens de fournir l'information et de la disponibilité des données. Ainsi, pour les fournisseurs hors Union européenne mais également pour les données primaires de la phase agricole (notamment pour les filières viande et laitière), il a souvent été difficile de disposer de données spécifiques. Certaines données n'ont pas pu être transmises par des industriels pour des raisons de confidentialité, ce qui a pu conduire à une limitation du périmètre produit de l'expérimentation ou à l'utilisation de données génériques. En outre, la chaîne d'approvisionnement des produits, essentiellement non alimentaires, est souvent complexe, avec des lieux de production multiples (production matières premières, fabrication du produit...). Les entreprises qui fabriquent plusieurs produits sur un même site de production sont dans l'incapacité technique d'attribuer des consommations (d'énergie, d'eau..) par

type de produits (ligne de production). C'est pourquoi la collecte des données pose une difficulté supplémentaire à une PME multi-activités comparée à un site industriel mono-produit. Ces complexités de collecte de l'information génèrent par ailleurs des biais et des incertitudes sur les résultats restitués.

Le retour des enseignes ayant participé à l'expérimentation montre qu'il est indispensable que l'industriel dispose d'un temps suffisant pour rechercher les données requises car la fiabilité des résultats en dépend. En outre, les enseignes s'accordent quasi-unaniment sur la difficulté d'accéder aux données spécifiques.

2. Un retour sur l'information environnementale délivrée au consommateur

- Des référentiels et méthodologies testés dans des conditions réelles

L'expérimentation a permis de dégager certains enseignements concernant les référentiels et les méthodologies : ils mettent en évidence, au cas par cas, des incohérences ou des erreurs, mais également des besoins de précisions :

- un manque de précision et d'homogénéité des règles de calcul pour certaines phases de vie du produit : c'est le cas pour le calcul du transport, dont les méthodes ne sont pas indiquées dans les référentiels ;
- des choix ou des interprétations ont dû être effectués. A titre d'exemple, il n'existe pas de méthode consensuelle pour évaluer l'écotoxicité en attendant la disponibilité de la méthode USEtox ;
- des erreurs d'homogénéisation de certaines valeurs au sein d'un même référentiel : par exemple, pour les lessives, les valeurs relatives à la consommation énergétique durant la phase d'usage fournies dans les annexes sont différentes de celles du référentiel ;
- les référentiels ne précisent pas les allocations entre produits lors d'une production multi-produits dans un site ; or c'est régulièrement le cas pour les PME. Pour les produits ayant des procédés de fabrication différents qui ne nécessitent pas les mêmes quantités d'énergie, les données site, comme la consommation d'énergie, ont dû être attribuées aux produits en fonction des volumes de production, indépendamment des spécificités des process.

Les hypothèses choisies par les groupes de travail sectoriels sur les phases du cycle de vie diffèrent d'un produit à l'autre ; or ces hypothèses, inhérentes à la méthodologie d'ACV, doivent coïncider, au risque sinon de fausser la comparabilité entre produits, de créer des incohérences mais également de compliquer la mise en œuvre de l'information environnementale par les entreprises.

Ces informations ont été communiquées à la plateforme ADEME-AFNOR afin d'améliorer les référentiels. En outre, certaines pistes de modification des référentiels ont pu être proposées, au cas par cas (par exemple, construire des scénarios de fin de vie génériques par type de déchets - carton, plastique, électronique, etc.- et non pas par filière de traitement - incinération, enfouissement, etc.).

Enfin, des divergences ont été constatées entre, d'une part, les méthodologies établies par la plateforme ADEME-AFNOR et, d'autre part, les méthodologies européennes et plus largement les écolabels, ce qui peut conduire, pour un même produit, à apporter une appréciation sensiblement différente sur son impact environnemental, voire une contradiction, source de confusion pour le consommateur. A titre exemple, pour la catégorie des shampoings de CARREFOUR, deux indicateurs issus de l'écolabel (indicateur emballage et indicateur écotoxicité) ont été utilisés, qui ne sont pas en adéquation avec les méthodologies recommandées par le référentiel ADEME-AFNOR.

- Des difficultés liées aux indicateurs sélectionnés ou à l'absence de définitions

Les catégories d'impacts sélectionnées pour les produits dans les référentiels sont susceptibles de générer des transferts d'impacts : par exemple, la déforestation n'est pas prise en compte dans la méthode ACV, dont les indicateurs ont été majoritairement développés à la fin des années 1980, alors qu'il s'agit de problématiques environnementales majeures. En outre, la déplétion de l'ozone et l'acidification de l'air retenues pour certaines familles de produits reflètent les problématiques de destruction de la couche d'ozone et de pluies acides qui ne sont plus les principales préoccupations actuelles.

Les enseignes ayant choisi d'utiliser la biodiversité comme indicateur ont dû effectuer des choix méthodologiques puisqu'il n'existe à ce jour aucune méthodologie établie unanimement reconnue. Parmi les enseignes de la FCD, l'enseigne PICARD a utilisé un indicateur relatif à la biodiversité ; elle a choisi, pour ce faire, un indicateur d'occupation d'espace agricole (surface agricole utilisée en m² par an).

- Problème de la disponibilité des données secondaires

Si l'intérêt et le choix propres aux enseignes ont été déterminants pour définir le périmètre de l'expérimentation, les produits ont également été sélectionnés en fonction des données disponibles, par l'achat de bases de données, via le support technique d'un cabinet d'expertise disposant de données issues de bases de données privées (Ecoinvent...), ou d'études publiques de facteurs d'impacts et d'outils de calculs. Si certaines enseignes disposaient déjà d'ACV en amont de l'expérimentation, notamment issues de l'expérimentation FCD-ANIA-ADEME, la majorité des enseignes a dû créer les ACV correspondant aux produits testés. Toutefois, les bases de données existantes sont onéreuses et généralement incomplètes. Ainsi, l'indisponibilité de données pour certains ingrédients des produits a eu pour conséquence d'obliger les enseignes, soit à modéliser ces données à partir d'ingrédients du même type, soit à abandonner ces produits. Le recours à une modélisation des données nécessaires aux impacts environnementaux à partir d'ingrédients similaires varie selon l'opération et les produits testés (de moins de 5% en moyenne pour l'ensemble des produits d'une expérimentation à 60% des données relatives à la production, à l'utilisation, au transport et à la fin de vie des emballages pour un produit donné).

Outre le problème de la disponibilité des données secondaires, qui varie selon les opérations, certaines enseignes soulignent le manque de fiabilité des données, trop généralistes à date et qu'il conviendrait d'enrichir dans le temps. De manière générale, il est indispensable de réduire les incertitudes des données pour accroître la fiabilité des résultats des évaluations environnementales.

- Comparabilité des données

Certaines enseignes estiment que la possibilité de comparer les références entre elles n'est pas acquise. Dans le cadre d'une expérimentation, l'écart à partir duquel deux produits peuvent être considérés comme significativement différents a pu être analysé. Cet écart montre que, dans une majorité des cas, les résultats indiqués ne permettent pas de différencier les produits entre eux. Par ailleurs, le souhait que les produits puissent être comparés entre eux et de chiffrer l'incertitude n'est pas toujours réalisable à date. Les ACV réalisées dans le cadre de l'affichage environnemental ont, en effet, un niveau d'incertitude élevé et les budgets alloués à ce type d'exercice n'incluent pas d'étude d'incertitude chiffrée. Enfin, dans la phase de mise en œuvre par les entreprises, les référentiels nécessitent régulièrement des interprétations et des hypothèses par les consultants, ce qui amoindrit d'autant la comparabilité des opérations menées.

- La vérification des résultats

L'expérimentation a permis également de tester la possibilité de vérifier les résultats des évaluations environnementales, phase complexe et coûteuse (voir II.3 ci-après). En effet, il importe de vérifier les données entrantes spécifiques au produit ou au site de production, ainsi que les résultats calculés par le prestataire. Les erreurs commises, de bonne foi, par des prestataires externes sont possibles mais difficilement détectables sans une vérification rigoureuse. Or, tous les opérateurs (distributeurs et fournisseurs) n'ont pas toujours l'expertise nécessaire à ces vérifications.

3. Un engagement financier et humain important

Le temps passé ainsi que les moyens financiers engagés pour mener l'expérimentation nationale dépendent des démarches antérieures engagées par les distributeurs et de l'envergure de l'opération. Les éléments financiers et de temps passé présentés ci-dessous sont uniquement relatifs à l'expérimentation nationale.

Le recours à un prestataire a été la règle pour toutes les enseignes et a constitué le poste de dépense le plus important. Le consultant extérieur est, selon les cas, requis pour ses compétences techniques en matière de méthodologie d'analyse de cycle de vie et de bases de données et/ou pour des compétences de communication (agence de communication), notamment dans la réalisation du format d'affichage. Il est à noter cependant que le recours à un support technique ne dispense pas d'un suivi interne du travail du prestataire. La démarche mobilise ainsi les équipes de direction et d'ingénieurs jusqu'aux vendeurs en magasin.

Les prestations s'échelonnent de plusieurs dizaines de milliers d'euros, pour quelques références, à plusieurs centaines de milliers d'euros, selon le nombre de produits, le déploiement envisagé de l'information et la durée de l'opération.

Les deux postes de coûts les plus importants, via le prestataire ou en interne, sont les suivants :

- l'établissement de fichiers de collecte d'informations, l'acquisition des données (matériaux et process) et des méthodologies d'ACV simplifiées ;
- la réalisation du format d'affichage.

D'autres postes de coûts ont été mis en avant par les enseignes de la FCD :

- pour les enseignes ayant communiqué en magasin, les supports d'informations nécessaires (étiquettes, balisage...) ont constitué un coût supplémentaire ;
- la création d'un site internet dédié ou la modification du site internet de l'enseigne pour qu'il intègre un contenu spécifique à l'affichage environnemental est également source de coût et requiert un temps important.

Les étapes de la mise en œuvre de l'expérimentation les plus « chronophages » sont les suivantes :

- la construction des fichiers de collecte de données et la récupération des données primaires, (composition et approvisionnement des ingrédients, caractéristiques des pratiques agricoles - engrais, produits phytosanitaires, carburant... - quand ces données primaires étaient disponibles, process de fabrication, composition et approvisionnement des composants d'emballage, livraison aux différents entrepôts, données d'utilisation et fin de vie...);
- la vérification des données « produits », la relance des fournisseurs, les demandes de précision... En effet, conformément aux attentes en matière de qualité et de transparence de l'affichage environnemental, la vérification des données et des résultats a été, dans la mesure du possible, systématique, ce qui constitue un travail particulièrement « chronophage » ;

- le calcul des ACV ;
- la recherche du format d'affichage pour la restitution de l'information au consommateur a été plus ou moins longue, notamment pour les enseignes qui ont souhaité tester plusieurs dispositifs afin de choisir le dispositif final.

Un test d'une enseigne ayant associé un grand groupe industriel et une PME fournissant des produits à marque de distributeur, il apparaît que les conditions de mise en œuvre pour ces deux entreprises sont très différentes. En effet, une PME n'a pas la capacité à internaliser ce type d'évaluation environnementale. L'entreprise est donc dépendante d'un consultant et bénéficie rarement de l'expertise interne nécessaire pour encadrer les travaux du prestataire.

Plus généralement, les heures consacrées à l'affichage environnemental correspondent à une partie significative des moyens d'un département développement durable/environnement/qualité d'un distributeur, même de taille importante. Les moyens alloués à ce type de projet impliquent de réduire d'autres actions relevant de la compétence de ces services.

4. Un intérêt des consommateurs pour l'information environnementale

Un des objectifs de l'expérimentation était de tester « l'aval », à savoir les modalités de transmission de l'information au consommateur et l'utilisation qu'il en fait (compréhension, adhésion, changement des comportements). Dans cette optique, la grande majorité des enseignes ayant mené l'expérimentation a conduit des études consommateurs, pendant l'expérimentation ou à l'issue de cette dernière. L'objectif est d'évaluer leurs choix, notamment en termes d'affichage et de support utilisé pour la restitution de l'information au consommateur, ainsi que l'impact général de l'affichage environnemental sur les consommateurs.

Une partie des études s'est déroulée en magasin, où l'affichage était visible, afin de mesurer la réaction des clients dans les conditions du réel, et une autre partie via internet, notamment par le biais d'envois de questionnaires à des destinataires ciblés (fichiers de clients particulièrement intéressés par le développement durable ou non). Les retours aux questionnaires en ligne ont permis de confirmer l'intérêt du consommateur pour l'information environnementale. En effet, les distributeurs constatent un taux de retour relativement élevé (entre 5% à 10%), comparativement aux enquêtes sur d'autres sujets. L'information environnementale intéresse donc les consommateurs. Cependant, lors des études en magasin, il apparaît qu'une faible partie des consommateurs voient effectivement l'affichage, même balisé en magasin ou sur le produit. Les obligations réglementaires entraînent une multiplication des informations pour le consommateur sur les produits alimentaires (nutritionnel...) mais également les produits non alimentaires (COV...) ; le consommateur se sent perdu face à toutes les informations proposées et ne se concentre pas sur une information qui, de plus, est parfois difficile à comprendre.

Avant l'expérimentation, les panels consommateurs ont permis de tester plusieurs dispositifs de restitution de l'information environnementale. Après l'expérimentation, des études ont permis d'évaluer la compréhension du dispositif final par les clients. Il ressort de ces études, qu'en termes d'image, les consommateurs jugent l'information peu différenciante pour les marques concernées, lorsque l'information est restituée sous forme de données brutes. Plusieurs enseignes soulignent que l'impact prix de la mesure suscite la vigilance du consommateur.

Elles montrent également que l'intérêt des consommateurs varie suivant les modalités choisies pour le support de l'information et le format d'affichage. Pour autant, le caractère expérimental et la diversité des opérations menées ne permettent pas de dégager une conclusion commune opérationnelle.

Enfin, il semble nécessaire de proposer au consommateur une explication plus générale sur l'analyse de cycle de vie, notamment via des schémas, afin de permettre une compréhension des indicateurs qui en découlent : la méthodologie d'ACV semble relativement claire aux consommateurs interrogés, lorsque celle-ci leur est expliquée. Ainsi, le bénéfice pédagogique de la démarche est indéniable, par la sensibilisation des consommateurs aux différents impacts environnementaux associés aux produits.

III. PROPOSITIONS POUR L'AVENIR DU DISPOSITIF D'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

La généralisation d'un affichage environnemental au niveau français uniquement serait préjudiciable aux acteurs économiques avant qu'un cadre juridique communautaire ne soit institué. En premier lieu, une obligation qui concernerait uniquement les acteurs économiques français entraînerait une distorsion de concurrence avec les acteurs économiques non soumis à l'obligation, à moins que l'obligation ne porte sur tout produit mis en marché sur le territoire français, ce qui constituerait alors une entrave à la libre circulation des marchandises. Par ailleurs, même si la France, pionnière de l'information écologique des produits, influence les travaux menés actuellement au niveau européen, il importe que les avancées françaises en ce domaine restent cohérentes avec les développements actuels engagés par la Commission européenne, notamment dans le cadre de l'établissement de la méthodologie d'empreinte environnementale des produits (PEF) et de la prochaine communication à ce sujet, prévue début 2013.

En outre, si les démarches environnementales, dont l'affichage environnemental, sont, à terme, sources de compétitivité pour les entreprises, la mise en œuvre à grande échelle de l'affichage environnemental, à travers une obligation immédiate, engendrerait des contraintes de coûts difficilement supportables par les entreprises et pour le pouvoir d'achat des consommateurs.

1. Une démarche d'information environnementale qui doit rester volontaire pour les entreprises souhaitant l'engager ou la continuer

Si une obligation relative à un affichage généralisé des informations environnementales n'est pas envisageable, il n'en reste pas moins que les entreprises qui souhaitent continuer cette démarche doivent pouvoir le faire, sur une base volontaire. D'ores et déjà, une fois l'année d'expérimentation écoulée,

4 enseignes de la FCD ont choisi de généraliser progressivement la démarche à un nombre plus important de produits ou souhaitent poursuivre à moyen terme.

L'ACV simplifiée peut également être utilisée comme outil d'accompagnement sur certains produits, au même titre que les démarches déjà mises en œuvre par les distributeurs, telles que des audits, des évaluations des pratiques des cahiers des charges ou sur site. La démarche d'information environnementale permet, le cas échéant, de compléter l'approche mise en place par les entreprises. Ainsi, évaluer l'impact carbone d'un produit en bois portant un label garantissant la gestion responsable du bois permet d'envisager d'autres impacts et d'améliorer le produit en limitant les distances entre les lieux de production et de transformation, par exemple, ou en améliorant le processus de transformation.

Les entreprises qui souhaitent orienter leurs consommateurs par le biais d'autres instruments, notamment en utilisant les labels français et européens existants, doivent pouvoir le faire, sans que la méthodologie de l'analyse du cycle de vie devienne un outil obligatoire⁶ pour informer et orienter le consommateur vers des choix plus vertueux. En effet, si la méthode d'ACV peut être utilisée comme outil d'accompagnement des fournisseurs, elle ne permet pas de rendre compte de l'ensemble des bonnes pratiques mises en place. Par exemple, le bénéfice lié à l'origine du papier issu de forêts gérées durablement n'est pas pris en compte (la déforestation étant pourtant la troisième source d'émission de gaz à effet de serre d'origine humaine) et ne fait pas l'objet d'une

⁶ La méthodologie d'ACV n'est pas le seul outil d'information des consommateurs. Pour l'ANEC, même une échelle, quand cela est possible, ne permet pas une utilisation optimale de l'information par les consommateurs (Voir [Environmental assessment goes astray. A critique of environmental footprint methodology and its ingredients, ANEC, 2012](#)).

évaluation à travers un indicateur biodiversité. La mise en œuvre de l’affichage environnemental doit donc être volontaire et laissée au choix économique et stratégique des entreprises.

2. Une démarche volontaire nécessitant une harmonisation rapide et un encadrement par les pouvoirs publics

Même dans le cas d’une démarche volontaire, les enseignes de la FCD estiment qu’un cadre normatif ou réglementaire permettra d’améliorer l’information du consommateur⁷. La mise à disposition, pour les entreprises volontaires, des informations nécessaires pour le calcul des impacts environnementaux apparaît également comme un présupposé indispensable à tout déploiement de l’affichage environnemental, le succès de l’opération reposant sur une coopération entre tous les acteurs.

a. Une base de données publique doit être disponible, afin que l’information environnementale soit accessible techniquement et économiquement à toutes les entreprises, y compris les PME

La nécessité de la mise à disposition d’une base de données fiable, consensuelle et gratuite, ainsi que de référentiels complets, validés et harmonisés, déjà affirmée à la suite à l’expérimentation FCD-ANIA-ADEME menée en 2010 sur 300 produits, est confirmée par la mise en œuvre de l’expérimentation nationale des enseignes de la FCD.

Les éléments du bilan permettent de mettre en exergue que l’acquisition et l’adaptation des données relatives aux facteurs d’impact sont en effet les phases les plus coûteuses en termes financiers et de temps. La mise à disposition d’une base de données publique est donc nécessaire, sans quoi, l’information environnementale aurait inévitablement des répercussions sur le prix des produits.

En comparant des données utilisées au cours de l’expérimentation sur différents produits, les porteurs de projet ont pu constater des différences entre les facteurs d’impacts utilisés, principalement dues aux sources utilisées, variables selon les prestataires, à l’utilisation d’études plus récentes, etc. Cela souligne également le caractère indispensable d’une base de données commune afin de favoriser la fiabilité et la comparabilité des résultats des évaluations environnementales.

La base de données publique devra être enrichie et complétée avec pour objectif, qu’à terme, elle puisse couvrir l’exhaustivité des ingrédients présents dans les produits de grande consommation ainsi que l’ensemble des process de transformation amont des industriels.

b. Un outil de collecte et de calcul unique mis à disposition des entreprises, en laissant la faculté d’une accréditation des outils internes déjà en place dans certaines entreprises

De même que les données doivent être mises à disposition des entreprises, un outil de collecte et de calcul commun est un présupposé indispensable pour toute mise en œuvre de l’information environnementale par les entreprises, dont les PME. Cet outil devrait notamment permettre :

- de guider et faciliter la collecte des informations pour le fournisseur via une harmonisation de la méthode de collecte et de l’utilisation des données ;
- d’optimiser le temps de remplissage de l’industriel, par la réutilisation de ses propres données, systématiquement incluses dans l’outil ;
- de s’appuyer sur une base de données publique de facteurs d’émissions uniques (cf. III.2.a).

⁷ Nous renvoyons également le lecteur aux propositions communes des industriels et des distributeurs (ILEC, FCD et ECR) sur l’affichage environnemental [Voir *Déclaration commune industrie – commerce sur l’information environnementale, 2012*, (Annexe 6)].

Cet outil devrait vraisemblablement être mis à disposition par catégorie de produits. En tout état de cause, il est indispensable que l'outil puisse être utilisé par tous les acteurs de la chaîne de production.

Ceux des industriels qui avaient déjà fait l'expérience de ce genre de démarche et de ce type de collecte d'informations environnementales ont pu fournir beaucoup plus facilement les informations demandées par les distributeurs mais, pour les autres, la collecte d'informations a été difficile. Certaines entreprises, notamment des PME, peuvent être dans l'incapacité de fournir les données, faute de moyens techniques et de possibilité de récupérer l'information. Il paraît donc important d'accompagner les entreprises, les PME en particulier, et de les sensibiliser à l'affichage environnemental, notamment pour la collecte des informations (démarche, méthodologie, process, outil de collecte de données, etc.).

Les enseignes de la FCD estiment également que les outils internes mis en place par les entreprises, dans le cadre de l'expérimentation nationale ou lors de démarches antérieures d'information environnementale, doivent pouvoir bénéficier d'une accréditation et d'une validation par les pouvoirs publics (ADEME). En effet, même si les outils de calcul propres aux entreprises devront vraisemblablement être modifiés pour être mis en conformité avec le modèle de l'outil de calcul mis à disposition par les pouvoirs publics, il serait dommage de ne pas permettre cette faculté, notamment eu égard aux coûts et au temps liés au développement de leur propre outil de calcul et à l'appropriation de cet outil, en interne mais également par les fournisseurs.

c. La nécessité de référentiels et de méthodologies complets, validés et cohérents avec les référentiels européens et les labels existants

Les opérations des enseignes de la FCD ont permis de relever des difficultés au niveau des référentiels validés par la plateforme ADEME-AFNOR comme indiqué précédemment (cf. II.2). En outre, même si les travaux de la plateforme ADEME-AFNOR ont largement avancé depuis un an, tous les référentiels produits ne sont pas achevés ou complets.

Par ailleurs, il importe que les informations relatives aux produits déjà identifiés comme les plus performants sur le plan environnemental ne soient pas contredites par l'affichage environnemental et la méthodologie d'ACV, par exemple pour les produits distingués par un écolabel ou par un étiquetage énergétique. Une standardisation entre les référentiels sectoriels validés au niveau de la plateforme ADEME-AFNOR, mais également entre les différentes méthodologies environnementales, sont donc des préalables indispensables, au risque sinon de fournir aux consommateurs des informations incohérentes. Outre l'harmonisation des référentiels et méthodologies de la plateforme ADEME-AFNOR, une révision des critères des écolabels existants, par exemple par l'intégration de critères relatifs à l'ACV, pourrait être une solution relativement simple à mettre en place techniquement.

d. Pour un référentiel alimentaire transversal

A travers la démarche d'information environnementale, les distributeurs ont pour objectif de favoriser une consommation responsable en permettant aux consommateurs d'acquérir une connaissance générale des sous-catégories de produits et de comparer les produits entre eux à l'intérieur d'un même rayon, ou les produits de rayons différents. En effet, la multiplicité de référentiels au sein de l'alimentaire peut être très perturbante pour les consommateurs si deux produits ayant un même impact sont évalués différemment, selon le référentiel auquel appartient chacun de ces produits.

e. Un support de l'information laissé au libre choix des entreprises

Le canal de communication vers les consommateurs doit être impérativement laissé à la discrétion des entreprises choisissant d'utiliser l'affichage environnemental. Ainsi, le mode de diffusion de l'information doit être libre : internet, étiquette, emballage, rayon, etc.

Les contraintes sont par ailleurs différentes selon les secteurs d'activités. Ainsi, dans le secteur de la distribution, en particulier entre l'alimentaire et le non alimentaire, les contraintes en magasin ne sont pas identiques. En outre, les enseignes de la distribution sont très souvent des groupes internationaux, dont les produits sont distribués dans plusieurs pays : cette contrainte doit être prise en compte concernant la collecte et l'analyse de l'information mais également concernant le support de restitution de l'information.

Selon le format d'affichage et le type de support qui serait utilisé, les coûts peuvent être accrus. L'affichage en magasin, notamment, induirait une refonte de l'ensemble des systèmes informatiques, des étiquettes, et du balisage en magasin, dont le coût serait prohibitif compte tenu du nombre total de références (jusqu'à 100 000 pour un hypermarché). Cela impliquerait également des coûts de gestion au niveau des ressources humaines, liés à la mise en place et à la conformité de ce type d'affichage. Par ailleurs, un tel affichage pourrait créer de la confusion pour le consommateur du fait de la multiplication des supports d'affichage.

f. Un système de communication lisible reposant sur une restitution harmonisée de l'information au consommateur : indicateurs, sémantique, seuils, codes couleurs...

Si le support de l'information doit être laissé au libre choix, technique et économique des entreprises, il ressort des études que les consommateurs souhaitent une harmonisation entre les entreprises afin de favoriser la comparabilité et la compréhension rapide des informations. Les enseignes, rejoignant la perception des consommateurs, estiment que si l'affichage environnemental doit rester volontaire, le système de communication et le format d'affichage doivent être harmonisés d'un point de vue sémantique et visuel. Le format d'affichage doit être élaboré par les pouvoirs publics, en concertation avec les acteurs économiques et les associations de consommateurs, en s'inspirant des expérimentations menées.

Grâce à la multiplicité des formats de restitution de l'information environnementale testés et aux retours d'expérience qui en découlent, quelques fondamentaux communs ont pu être dégagés par les distributeurs pour assurer une information la plus compréhensible et la plus pertinente possible. Les études démontrent que la préférence des consommateurs va vers les formats privilégiant la simplicité, c'est-à-dire une information condensée qui pourrait prendre la forme, par exemple, d'une note unique pour l'ensemble des indicateurs, sous réserve d'une méthodologie de référence pour la pondération des différents impacts. En l'absence d'une note unique ou d'une échelle, les consommateurs éprouvent des difficultés à hiérarchiser entre les différents indicateurs. Ceci paraît être la meilleure façon de répondre aux attentes des consommateurs pour l'identification des produits les plus performants. En tout état de cause, le retour d'expérience des enseignes de la FCD souligne que les données brutes sont peu compréhensibles pour les consommateurs. Le risque d'un affichage uniquement centré sur la transmission de données brutes est d'axer l'affichage environnemental sur une sensibilisation et une information du consommateur, au risque d'oublier l'objectif final du dispositif, consistant à orienter les choix vers une consommation plus durable.

ANNEXES

- Annexe 1 : Note de synthèse étude FCD-ANIA-ADEME, 2010
- Annexe 2 : Note d'introduction jointe aux dossiers de candidature à l'expérimentation nationale, 2010
- Annexe 3 : Position FCD sur le dispositif d'information harmonisé, 2011
- Annexe 4 : Conseil National de l'Emballage (CNE), Allégations environnementales portant sur les emballages des produits, 2011
- Annexe 5 : Conseil National de l'Emballage (CNE), La communication des impacts environnementaux de l'emballage des produits de grande consommation, 2009
- Annexe 6 : Déclaration commune industrie – commerce sur l'information environnementale, 2012

FCD-ANIA-ADEME

PROJET PILOTE SUR L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

SYNTHESE PUBLIQUE – OCTOBRE 2010

Contacts BIO Intelligence Service S.A.S.

Eric Labouze / Olivier Jan / Rémy Lauranson

 + 33 (0)1 53 90 11 80

Contacts RDC Environnement.

Michael Ooms / Bernard De Caevel

 + 32 (0) 2 420 28 23

Contacts Intertek

Marie de Coustenoble

 +33 (0) 2 32 63 31 45

Cette note de synthèse présente les enseignements du projet pilote pour l’affichage environnemental, commandé par la FCD et l’ANIA, accompagnés de l’ADEME, réalisé par un consortium mené par BIO Intelligence Service et comprenant RDC Environnement et Intertek Sustainability Solutions.

1. Présentation générale du projet pilote

a) Contexte et objectifs du projet

Formulée à l’occasion du « Grenelle Environnement », la volonté d’informer le consommateur sur la performance environnementale des produits de grande consommation doit être mise en œuvre à partir de 2011 par le biais d’expérimentations. Ce dispositif est considéré comme l’une des mesures clés permettant d’encourager l’adoption de modes de production et de consommation durables.

Dans ce contexte, la FCD (Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution) et l’ANIA (Association Nationale des Industries Alimentaires) ont souhaité mener ensemble une expérimentation afin de :

- rechercher et proposer une méthodologie simplifiée pour l’évaluation de l’impact environnemental des produits de grande consommation en vue de l’affichage,
- évaluer l’état actuel des connaissances et des données disponibles,
- estimer la capacité de mobilisation de l’information au sein des entreprises,
- apprécier la fiabilité des résultats obtenus par cette méthode simplifiée et les attentes des consommateurs vis-à-vis d’une telle information.

Ce test a été mené sur 150 références alimentaires par les entreprises de la FCD et l’ANIA ainsi que sur 150 références non-alimentaires par les enseignes de la FCD avec la collaboration de leurs fournisseurs. La FCD et l’ANIA désiraient ainsi bénéficier d’une expérience riche et concrète pour alimenter les réflexions en cours.

Les partenaires se sont accordés sur quatre principes fondamentaux sur lesquels baser cette expérimentation afin de permettre l’élaboration d’une information :

- multicritère, car le changement climatique n’est pas le seul impact environnemental pertinent ;
- prenant en compte tout le cycle de vie du produit, depuis la production des matières premières jusqu’à leur consommation et l’élimination des déchets ;
- issue d’une méthodologie suffisamment simple et économique pour être accessible par toutes les entreprises, quelle que soit leur taille;
- délivrer au consommateur **une information claire, pertinente, loyale et responsable**.

Un des enjeux de l’affichage reste de trouver le bon équilibre entre ces grands principes.

b) Déroulement du projet

Ce projet s’est déroulé en deux étapes :

- Une **première phase** (janvier 2009 – juin 2009), visant à définir une approche simplifiée d’évaluation environnementale compatible avec les objectifs d’affichage du Grenelle, dans la recherche d’un équilibre entre fiabilité du résultat et contraintes des acteurs de la chaîne d’approvisionnement (disponibilité des données à collecter, charge de travail et coût de l’obtention de ces données, non-discrimination des entreprises, etc.).
- Une **deuxième phase** (août 2009 – juin 2010), visant à tester l’approche simplifiée choisie sur 300 références de produits de grande consommation appartenant à différentes familles de produits alimentaires (150 références prévues) et non alimentaires (150 références prévues).

Le projet, mené en lien avec les groupes de travail ADEME et AFNOR, permettra d’alimenter la réflexion commune sur les outils et bases de données nécessaires à la mise en œuvre de l’affichage environnemental.

Le rapport final de l’étude intègre les résultats de l’expérimentation pour près de **250 références** (50 sur les 300 n’ont pu être étudiées faute de données suffisantes), appartenant à **21 familles de produits alimentaires (11) et non-alimentaires (10)**, listées dans le tableau qui suit.

L'objectif était de disposer d'un éventail de références qui reflète la diversité existante des produits de grande consommation, sans pour autant rechercher la représentativité statistique des produits couverts.

Familles Alimentaires	Familles Non Alimentaires
<ul style="list-style-type: none"> - Matières grasses végétales - Cafés - Produits céréaliers - Fruits et légumes vrac - Légumes préparés - Entrées traiteurs - Desserts de fruits - Viandes, Produits laitiers, Charcuterie - Glaces et crèmes glacées - Poissons et entrées à base de poisson - Plats préparés (appertisés, réfrigérés et surgelés) - Aliments pour animaux - Boissons : Jus de fruits Eaux, sodas, boissons alcoolisées 	<ul style="list-style-type: none"> - Textiles (pantalons, tee-shirts, chaussettes, vestes) - Chaussures - Equipements de sports : tentes, vélos, casques - Produits d'entretien et d'hygiène : gels douche –crèmes lavantes, lessives, liquide vaisselle, cotons à démaquiller - Aluminium ménager - Sacs poubelles - Ampoules - Réfrigérateurs - Cartouches d'imprimantes - Bougies

2. Description de l'approche d'évaluation environnementale

L'approche retenue consiste en une analyse simplifiée du cycle de vie. Dans le cadre de cette expérimentation, le cycle de vie des produits a été divisé en 7 étapes : production des matières premières, production des emballages, fabrication du produit (préparation ou transformation chez le fournisseur de la distribution), transport, distribution, utilisation et fin de vie.

Afin de réduire la recherche de données tout au long de la chaîne d'approvisionnement, la méthodologie fait appel à des données issues de la littérature et de bases de données. L'évaluation environnementale sur l'ensemble du cycle de vie sera donc le résultat d'un calcul associant, d'une part, des données spécifiques au produit étudié et, d'autre part, des données génériques issues de bases de données ou de la littérature.

Les **données spécifiques au produit devaient être suffisamment accessibles au fournisseur de rang 1 du distributeur**. Le tableau ci-dessous présente l'approche d'évaluation simplifiée mise en œuvre et plus précisément la nature des différentes données utilisées (spécifique ou générique) étape par étape.

Les travaux ont été effectués en parallèle des avancées des groupes de travail de la plate-forme ADEME / AFNOR. Ils se sont à la fois basés sur les recommandations formulées par ces groupes et ils alimentent également leur réflexion.

Données \ Etape	Production des matières premières	Production des emballages	Fabrication du produit	Transport (amont et aval)	Distribution	Utilisation	Fin de vie
Données primaires (ou spécifiques) utilisées (collectées par le fournisseur ou par le consortium)	Type et quantité de chaque intrant ¹ mis en œuvre Origine/Mode de production	Type et quantité de chacun des éléments d'emballages (primaire, secondaire, tertiaire)	Consommation énergétique et non énergétique du site Type et quantité de polluants réglementés Quantités produites sur le site	Distance parcourue et mode de transport de chacun des intrants Distance parcourue et mode de transport du produit final	Type de distribution (ambient, frais ou surgelé)	Identification par le consortium d'un scénario d'utilisation représentatif (si pertinent)	aucune
Données secondaires (ou génériques) utilisées (au sein d'une base de données constituée par le consortium)	Facteurs d'impact de chacun des intrants, pour leur <u>production</u> et leur <u>fin de vie</u>	Facteurs d'impact de chacun des éléments d'emballages, pour leur <u>production</u> et leur <u>fin de vie</u>	Facteurs d'impact de chacune des consommations énergétiques ou non énergétiques Facteurs d'impacts des polluants	Modèles Taux de remplissage et taux de retour à vide Facteurs d'impact de chacun des modes de transport	Facteurs d'impact reconstruits par le consortium, pour chaque mode de distribution	Facteurs d'impacts reconstruits par le consortium, pour chaque scénario d'utilisation Fin de vie des déchets	Facteur d'impact de chaque type de fin de vie pour les produits alimentaires et les emballages; paramètres nécessaires aux calculs des formules de fin de vie

En pratique, en termes d'évaluation environnementale, les quantités d'intrants (donnée primaire : kg de maïs, par exemple) sont multipliées par le facteur d'impact (donnée secondaire : kg de CO₂ éq. émis par kg de maïs produit), pour connaître l'impact de l'ingrédient de la recette. La simplification porte principalement sur l'utilisation de facteurs d'impacts génériques pour les fournisseurs amont de l'industriel auprès duquel les données sont collectées.

3. Quel bilan de la collecte des données au sein des entreprises ?

a) Des résultats positifs...

La deuxième phase du projet a permis de constater **la capacité d'une majorité des entreprises participantes à répondre à nos demandes de données primaires** sur les références étudiées, Sur les 150 entreprises (représentant 308 références) sollicitées dans le cadre de ce projet, 110 entreprises (soit **243 références**) ont participé entièrement à la démarche. Notons cependant que :

- Le panel des entreprises participantes n'est pas totalement représentatif de la diversité des produits de grande consommation ni de la globalité des entreprises des secteurs concernés. Par

¹ Un intrant est compris ici comme un ingrédient de la recette pour un produit alimentaire (sauce tomate, viande de bœuf, etc.), et un composant du produit pour un produit non-alimentaire (PET, acier, etc.), non forcément mono-matériau.

exemple, l'industrie alimentaire est essentiellement constituée de PME (90% des 10 000 entreprises du secteur) alors que peu de PME indépendantes ont participé au projet.

- Il s'agissait d'entreprises volontaires et pour beaucoup motivées par l'exercice, ayant parfois déjà réalisé une démarche d'évaluation environnementale. Les données pourraient être plus difficiles à collecter auprès d'acteurs moins engagés sur ces problématiques à ce jour.
- Certaines références a priori plus complexes à évaluer (produits électriques et électroniques, fruits exotiques, par exemple) ont également été écartées du projet dès le départ.

Sur l'ensemble des données collectées, celles **relatives à la composition des produits, à l'origine des composants et des emballages** ont été collectées le plus aisément par les entreprises. Il convient néanmoins de mentionner l'existence de problèmes de confidentialité pour certains produits (refus par exemple de certaines entreprises de détailler la composition d'un ingrédient jugé crucial d'un point de vue concurrentiel).

b) ... qui ne doivent pas masquer de nombreuses difficultés rencontrées

Malgré la relative simplicité de la démarche mise en œuvre, un **nombre conséquent de questionnaires renseignés par les entreprises ont nécessité des ajustements**. Ainsi, environ **les 2/3 des entreprises** ont demandé des explications complémentaires pour remplir le questionnaire de collecte des données malgré l'existence d'un guide de saisie, et il est estimé par le consortium que **moins de 20% des questionnaires étaient complets et exacts** à l'issue de la première saisie. Des échanges complémentaires étaient donc nécessaires presque systématiquement pour permettre d'harmoniser la qualité des données saisies. Sur la base d'un questionnaire standardisé et relativement stable d'une année à l'autre, ces difficultés devraient avec le temps s'estomper, voire disparaître.

Les difficultés et les interrogations principales soulevées par les entreprises lors de la collecte des données sont les suivantes :

- **Les données sur la logistique des produits sont difficiles à collecter** : la charge de travail nécessaire à la collecte des données logistiques a été importante, notamment au regard de leur contribution pouvant être modérée pour certains produits.
- **Les données sur la fabrication des produits (étape « process ») sont souvent délicates à obtenir** : en particulier, les émissions de polluants, pour les installations qui, du fait de leur localisation géographique ou de leur nature, ne sont pas soumises à l'obligation de suivre leurs émissions vers l'air ou l'eau ; les données de consommation énergétiques ou autres données environnementales, dans la mesure où il est nécessaire d'avoir les informations spécifiques à chaque ligne de production ; les flux de déchets, qui ne sont même pas toujours comptabilisés au niveau des sites. Pour palier l'absence de données spécifiques à une ligne de production, le projet a privilégié l'utilisation d'une allocation massique des impacts entre les différentes références produites sur un site. Or, dans bon nombre de cas, les produits étudiés ne représentaient qu'une faible part des références fabriquées, et sur des sites produisant en particulier des références très différenciées en termes de procédés l'incertitude attachée aux données est donc importante.

c) temps de collecte

La charge de travail nécessaire à la collecte des données incombant aux professionnels dans le cadre de ce projet a été estimée à 4 jours en moyenne par référence avec des écarts moyens entre entreprises de plusieurs jours. Le recueil de données a nécessité de nombreuses explications et a fait l'objet de nombre de vérifications (affectation, saisies, erreurs, unités, travail des données...). Dans le cas d'une mise en œuvre réelle sur un nombre important de référence, des économies d'échelles pourraient s'opérer. En effet, l'identification des sources de données est une grosse partie du travail et n'a pas systématiquement besoin d'être répété pour des références différentes. La réduction de temps au niveau de la collecte a été estimée à 30 % lorsqu'un fonctionnement en routine sera mis en place. Il est également important de noter que cette estimation n'intègre que l'étape de collecte de données, les autres charges pour l'entreprises n'ayant pu être estimées au stade actuel (formations et suivi administratif du dossier, validations internes de ces données, transmission et mise en œuvre pratique de l'affichage du résultat, contrôle externe le cas échéant)

4. Résultats des évaluations environnementales simplifiées

a) Faisabilité de l'évaluation au regard de la disponibilité des données

Ce projet a fait appel aux données spécifiques des industriels et aux données secondaires disponibles dans des bases internes du consortium, composées majoritairement de valeurs issues d'ACV publiées, des nombreux travaux internes, ainsi que les bases ECOINVENT, LCAFOOD, PlasticEurope et dans quelques cas de la base CLM². Cela représente plusieurs milliers de données d'inventaires disponibles. Malgré cela, les évaluations seraient restées en nombre limité sans un travail du consortium pour compléter ces données. En effet, selon la méthodologie testée et en utilisant les bases de données citées, il n'aurait été possible de quantifier un bilan multicritère sur 3 indicateurs pertinents que pour **44 des 237 références étudiées** (voir tableau ci-dessous).

Des travaux complémentaires ont donc été entrepris pour obtenir un plus grand nombre de bilans environnementaux, en modélisant des facteurs d'impacts manquants. Ceci concerne notamment les produits alimentaires pré-transformés (concentré de tomate, fromage en poudre), dont le produit primaire était disponible en base, des produits non alimentaires complexes (un compresseur de réfrigérateur), ainsi que les mélanges de certains produits disponibles (mélanges de fibres, de plastiques). A partir de ces travaux supplémentaires, et en retenant un critère de coupure à 90% en masse (avec une extrapolation sur les 10% restants), il a été possible de réaliser l'évaluation d'au moins un indicateur (émissions de Gaz à Effet de Serre) pour **214 des 237 références** finalisées. Le nombre de références pour lesquelles 3 indicateurs pertinents ont pu être évalués a quant à lui été **porté à 75³**.

Nombre de références parmi celles étudiées	NON ALIMENTAIRE (99 références)		ALIMENTAIRE ⁴ (138 références)	
	AVANT reconstruction	APRES reconstruction	AVANT reconstruction	APRES reconstruction
Seuil de coupure à 90%				
Au moins 1 indicateur faisable	28	88	47	126
Au moins 2 indicateurs faisables	28	73	34	48
3 ou plus indicateurs faisables	25	44	22	31

Malgré ces démarches, **12 produits** n'ont pu être évalués⁵, et **11 autres** ne l'ont été qu'après avoir encore abaissé le seuil de coupure⁶. Rappelons aussi qu'une vingtaine de références de jus de fruit et de desserts de fruits ont été écartées préalablement car elles intégraient des produits exotiques, pour lesquelles nous savions que l'évaluation chiffrée ne pourrait être menée faute de données secondaires adéquates.

En résumé, **la connaissance des impacts environnementaux des intrants des produits est actuellement limitée** : pour la plupart des références, **des données secondaires manquent** pour certains ingrédients/composants. Consciente de cette problématique, l'ADEME constitue cependant une base de données pour les productions agricoles françaises, ce qui devrait permettre d'augmenter la faisabilité des deux derniers indicateurs d'impacts. Le bénéfice de cette base encore non disponible n'a cependant pas pu être évalué dans le cadre de l'étude.

² D'autres bases de données existent, mais n'ont pas été intégrées dans cette étude (IVAM, Gabi, ESU, DEAM, ...).

³ Ces travaux ayant été plutôt ciblés sur l'indicateur GES, les taux de faisabilité de l'évaluation sont restés plus faibles pour les autres indicateurs. Cela est particulièrement vrai pour les produits alimentaires.

⁴ Pour l'alimentaire, les 1, 2 ou 3 indicateurs "faisables" sont estimés parmi les 5 indicateurs pertinents retenus à date par le GT1 : GES, pollution de l'eau (Eutrophisation, Ecotoxicité), Consommation d'eau, et Biodiversité. La biodiversité n'a jamais été quantifiée faute de méthode consensuelle.

⁵ Parmi ces 12 références : 4 non alimentaires, principalement des détergents et gels douche, et 8 alimentaires, parmi lesquels les chewing-gums, des poissons, certains produits à base de fruits non disponibles dans les bases utilisées.

⁶ Passage de 90% à 85% en masse de leur composition (voire moins pour 2 gels douche). A noter que les impacts environnementaux de la part du produit qui n'est pas évaluée sont approximés par extrapolation.

b) Impacts des différentes phases de la vie d'un produit sur le bilan global

Le périmètre des évaluations environnementales conduites couvre l'ensemble du cycle de vie, à l'exception des postes exclus par l'annexe du référentiel BP X 30-323, comme par exemple les déplacements des salariés et le transport des clients, dont les impacts, seront communiqués aux consommateurs, mais pas de manière intégrée aux indicateurs concernant l'affichage environnemental des produits, selon la version actuelle du référentiel.

L'étude du profil des impacts des catégories étudiées présente les caractéristiques suivantes :

- **Alimentaire** : la majorité des impacts est généralement portée par l'étape de production des ingrédients entrant dans la composition des produits ; néanmoins, la contribution de cette étape peut s'avérer plus ou moins significative selon l'impact unitaire des ingrédients mis en œuvre et selon le degré de transformation des produits. Ainsi, pour les eaux minérales, les fruits et légumes (sauf ceux cultivés sous serre), les légumes surgelés, et certains jus de fruits dont l'étape de production des matières premières est relativement peu impactante, la contribution des autres étapes du cycle (emballages, transport, refroidissement, distribution,...) va être plus significative.
- **Non-alimentaire** : le profil d'impact est plus diversifié qu'au sein de l'univers alimentaire, et diffère selon les catégories de produits. Les points suivants peuvent cependant être retenus :
 - Les étapes de distribution et de transport sont généralement négligeables, à de rares exceptions près.
 - Les étapes de production des emballages, la fabrication du produit et la fin de vie des emballages et du produit ne sont généralement pas les étapes les plus significatives, mais elles ont une influence sur le positionnement relatif entre certaines références.
 - Les composants des produits et leur utilisation (quand ceux-ci génèrent des impacts en phase d'utilisation) ont presque systématiquement une influence forte sur les résultats.

c) Avec l'approche simplifiée retenue, quelle précision peut-on espérer sur les résultats ?

Quantifier la précision des résultats est une tâche délicate. Diverses causes conduisent à rendre un résultat imprécis : l'incertitude des mesures, des modèles, ou de la méthodologie développée pour calculer certaines données en sont autant. Ainsi, la complexité d'une catégorie d'impact comme l'écotoxicité implique des simplifications de modélisation introduisant un niveau non négligeable d'incertitude sur le résultat. Aussi, et parce que les données nécessaires viennent souvent à manquer, l'évaluation peut utiliser des données plus agrégées ou mesurées dans un autre cadre. Il convient alors de s'interroger sur la représentativité des données mobilisées (ma donnée est elle bien adaptée à cette région ? à cette technologie ? ...). Cela nécessite de connaître la précision des données utilisées pour conduire ce calcul, sachant que diverses situations peuvent être considérées : cherche-t-on à étudier une imprécision absolue, situation de comparaison générique d'un produit par rapport à un produit très différent (un plat préparé à base de poisson versus une pizza), ou plutôt une imprécision relative entre deux produits proches (deux pantalons entre eux) ? Cherche-t-on à étudier une situation actuelle sans harmonisation méthodologique ou une situation à terme après mise en place de travaux méthodologiques préalables ?

En raison de la grande variabilité méthodologique actuellement observée entre les différentes bases de données d'inventaires de cycle de vie, le consortium s'est attaché, dans le cadre de ce projet, à **évaluer le degré d'imprécision des résultats** qui pourrait être atteint par l'affichage environnemental **lors de sa mise en place**, en faisant l'hypothèse :

- Qu'un travail de collecte et de sélection d'inventaires nationaux et internationaux, visant à obtenir un minimum d'harmonisation des règles méthodologiques utilisées, aura été mis en place préalablement. Ces inventaires seront rendus disponibles dans une base de données publique.

- Que les données primaires pertinentes auront été collectées pour les procédés identifiés comme clés (différents par catégorie de produits)⁷
- Que toutes les étapes sont à prendre en compte dans ces estimations.

Sur la base d'une analyse qualitative des niveaux de précision des inventaires en base de données publique lors de son lancement, et pour une situation de comparaisons génériques, **la précision « absolue » des résultats atteignable se situe entre +/-10% et +/-20%** selon les catégories de produits. Ces niveaux sont valables pour les indicateurs les plus fiables (émissions de gaz à effet de serre, consommation d'énergie, potentiel d'eutrophisation, ou photo-oxydation) pour lesquels les liens entre quantités émises sont relativement proportionnels aux effets étudiés.

- **Les écarts entre les bilans environnementaux les plus extrêmes dépassent les imprécisions « absolues », permettant sur chaque grande famille étudiée de proposer plusieurs niveaux fiables d'impact pour informer le consommateur. Pour certaines familles de produits,** les différences dans les masses ou le type de matériaux ou d'ingrédients mis en œuvre, dans les zones de production, etc., sont des paramètres suffisamment différenciants pour créer des différences notables d'impacts, plus ou moins marquées au sein des familles. **Ce constat ne signifie pas que toutes les références peuvent être positionnées comparativement aux autres,** mais que, pour une famille donnée, plusieurs niveaux d'impacts sont généralement observés, et qu'ils permettraient donc d'offrir un premier positionnement hiérarchisant de manière robuste des produits entre eux.
- **Des travaux préalables restent à mettre en œuvre pour aboutir à une hiérarchisation fiable au sein de certains sous-groupes de produits :** il se dessine des sous-groupes (notamment pour les produits alimentaires) qui se situent aujourd'hui à des niveaux d'impact très proches, en deçà de l'imprécision absolue. Ces produits mettent en général en œuvre des composants de même nature (les références haricots surgelés produits en France par exemple) pour lesquels la base de données utilisée ne proposait pas de segmentation suffisamment fine pour obtenir une comparaison.
- **Aussi, la prise en compte d'une imprécision « relative » et non plus « absolue » au sein des sous-groupes, devrait autoriser des comparaisons entre résultats encore plus proches,** étant donné la proximité des matériaux mis en œuvre et la probable compensation de certaines imprécisions. Cette analyse, qui n'a pu être conduite dans le cadre de ce projet car nécessitant de comparer spécifiquement chaque référence au sous-groupe, aurait pu montrer que certains écarts d'impacts, même faibles, sont en fait robustes. Aussi l'étude d'un nombre plus important de références pourrait montrer que ce qui apparaît dans le présent projet comme un sous-groupe non différenciable est en fait plus éclaté que cela (ex : les pains de mie, en incluant des pains de mie à base d'autres céréales, ou de recettes un peu plus différentes).
- **Le choix des unités fonctionnelles peut moduler le caractère différencié des résultats,** en venant enlever un degré de variabilité aux résultats (l'UF au lumen pour les ampoules, ou à la masse de coton pour les cotons démaquillants, réduisent les écarts).
- **Une réflexion particulière est à mener pour les indicateurs les moins robustes (potentiel de toxicité et d'écotoxicité notamment) :** les niveaux estimés dans le cadre de ce projet ne font pas sens pour des indicateurs plus complexes pour lesquels des effets de milieu (molécule émise en zone confinée ou non par exemple), mal pris en compte actuellement dans les évaluations, peuvent venir influencer les potentiels d'impact calculés (toxicité et écotoxicité notamment). Pour ces catégories d'impact, les niveaux d'imprécision « absolue » sont forts et bien au-delà des valeurs proposées ci-dessus. Un travail spécifique est à mener sur ces indicateurs pour étudier les biais des modèles et chercher à en estimer les niveaux de précision relative envisageable.

Ainsi, sans négliger les difficultés rencontrées par les entreprises dans le cadre de la collecte des données pour ce projet pilote (c'est-à-dire l'absence de certaines catégories de données et la nécessité d'apporter des ajustements à l'approche proposée), et si les difficultés relatives à la méthodologie et la collecte de données

⁷ Celles maîtrisées par l'industriel et qui expliquent la différence entre références d'une même catégorie

citées plus haut étaient résolues, **le projet confirme, pour bon nombre de familles de produits, la possibilité à terme de réaliser des évaluations environnementales simplifiées fournissant un premier positionnement de références d'une même famille entre elles pour les indicateurs robustes⁸**. Le niveau de finesse de la segmentation dépendra des catégories de produits et sera très largement corrélé à la qualité de la base de données publique support de l'affichage. La confirmation de ce constat est à approfondir pour les indicateurs de potentiel de toxicité et d'écotoxicité.

d) Quelles limites à ces évaluations ?

La mise en place d'un affichage environnemental multicritère pour les produits de grande consommation doit répondre aux limites auxquelles le projet pilote a été confronté.

- **Des données secondaires incomplètes aujourd'hui** : même si le consortium n'a pas travaillé sur l'ensemble des bases de données, le constat peut être fait qu'à l'heure actuelle, les données disponibles dans les bases de données d'Analyse de Cycle de Vie et les publications étudiées sont encore incomplètes (d'où une nécessité importante de reconstruction des impacts des intrants, dans le cadre de ce projet). Elles témoignent d'une meilleure connaissance des émissions de Gaz à Effet de Serre que des autres impacts environnementaux. Des travaux complémentaires sont donc indispensables pour déployer l'approche simplifiée testée, notamment sur les produits composés, mais aussi par exemple sur les inventaires nécessaires aux formules d'allocation des bénéfices environnementaux du recyclage proposées (recyclage de certains types de plastique, du verre).
- **Des données secondaires (inventaires) existantes n'offrant pas une représentativité et une cohérence méthodologique satisfaisantes** : pour les ingrédients alimentaires, par exemple, les données disponibles dans les bases de données étudiées peuvent différer en raison de divergences d'approches méthodologiques et de périmètre temporel, géographique ou technique. Par exemple, il est établi que les émissions de N₂O de l'agriculture, en raison des apports d'engrais, ont une contribution cruciale sur l'impact sur le réchauffement climatique des produits agricoles. Si les modalités de comptabilisation de ces émissions diffèrent pour l'estimation du facteur d'impact de la pomme et celui de la poire, la comparaison de ces aliments par voie d'affichage est non-pertinente. Ces problématiques de modélisation (méthodes d'allocation, etc.) sont des enjeux qui requièrent une harmonisation méthodologique initiale des inventaires disponibles en base de données, dont la fréquence d'actualisation pourra néanmoins être faible. Les règles d'allocation notamment, non pleinement harmonisées dans le cadre de ce projet, seront l'un des enjeux phare de ce travail indispensable d'harmonisation méthodologique.

Par ailleurs, la pertinence des inventaires d'impact utilisés et disponibles n'est pas toujours confirmée par les professionnels. Ces inventaires ne sauraient en aucun cas refléter le résultat d'une seule évaluation, spécifique à un cas particulier.

- **Des modalités de modélisation de certaines étapes du cycle de la vie du produit qui nécessitent des améliorations et une validation de l'approche par l'ADEME/AFNOR** :
 - **Transport** : durant ce projet, les données de transport ont été collectées auprès du fournisseur direct de la distribution. Ce sont les distances directes jusqu'à et depuis le site de ce fournisseur qui ont été collectées; l'information est relativement précise. Des simplifications avaient déjà été entreprises, avec notamment un taux de chargement moyen utilisé par défaut et pas de taux de retour à vide appliqué pour palier l'absence trop fréquente de ces informations. Ces données collectées ne sont de plus pas celles qui portent la majeure partie de l'impact environnemental : ainsi, les distances de transport dans les pays producteurs d'autres continents sont généralement inaccessibles à la collecte, et peuvent être responsables d'impacts très significatifs. **Ce constat appelle donc une amélioration de l'approche déployée dans le projet.**

⁸ Sont considérés comme robustes les indicateurs GES, Energie, Eutrophisation, Acidification, Oxydation photochimique. En revanche, sont considérés non robustes principalement les indicateurs de potentiel de toxicité, d'écotoxicité pour les différents milieux, ainsi que la biodiversité.

- **Fabrication des produits** : les données de fabrication disponibles sont agrégées pour l'ensemble du site, nécessitant une allocation (sur base massique dans le cadre de ce projet). Néanmoins, cette approche ne permet pas de restituer la réalité des impacts environnementaux pour les références des sites hétérogènes en termes de production et pour les références nouvellement mises sur le marché. **Ce constat appelle également une amélioration de l'approche déployée dans le projet.**
- **Distribution** : à l'aide de données d'acteurs de la distribution, trois scénarii de distribution (ambiant/réfrigéré/surgelé) ont été distingués et une affectation par Unité Fonctionnelle des impacts de la distribution pour chacun des scénarii a été effectuée durant ce projet. **Cette approche méthodologique et les données utilisées pour quantifier l'impact des scénarii sont discutées au sein des plateformes ADEME/AFNOR.**

Pour mettre en perspective ces commentaires, il convient de rappeler que l'étape de transport des marchandises est généralement moins impactante que d'autres critères sur le bilan environnemental total ; l'étape de fabrication est négligeable pour environ un tiers des catégories de produits, peu influente pour un autre tiers, et significative dans le reste des cas ; l'étape distribution, enfin, est également en général peu significative pour les impacts autres que GES, et de niveaux souvent secondaires pour les GES (sauf pour les produits surgelés et certains produits réfrigérés). **La recherche de pistes de simplification des modélisations de ces étapes paraît donc acceptable par rapport au profil d'impact des produits de grande consommation.**

5. Quels enseignements méthodologiques généraux ?

a) Unité Fonctionnelle

L'Unité Fonctionnelle est l'unité de fonction à laquelle sont rapportés les résultats (par exemple "fournir 100 g de produit alimentaire consommable") et sur laquelle reposeront les comparaisons des consommateurs. Le choix de l'unité fonctionnelle peut être déterminant par son influence sur le niveau d'impact, le positionnement des produits entre eux et par son utilisation par le consommateur. Il appartiendra à chaque groupe de travail sectoriel dans le cadre de la plate-forme ADEME/AFNOR de se positionner par rapport à ces enjeux.

- **Alimentaire** : les réflexions actuelles sur l'UF se focalisent sur la recherche de l'approche la plus efficiente, avec deux ambitions difficiles à concilier : d'un côté la volonté de proposer une unité qui soit facilement appréhendée et utilisée par les consommateurs ; de l'autre, le besoin de tenir compte de fonctions, notamment nutritives, différentes entre produits et de modes de consommation différents. Le présent projet a testé quatre unités fonctionnelles : l'unité massique (et volumique pour les boissons et les glaces) ; l'unité calorique ; la portion alimentaire et l'Unité de Vente Consommateur (UVC). Les analyses conduites par famille soulignent les atouts et les limites de chacune des approches. Le tableau ci-dessous résume les forces et faiblesses de chaque approche.

UF envisageable	Avantages	Inconvénients
UF massique/volumique	<p>Cohérence avec l'affichage du prix (au kilo ou au litre) en magasin</p> <p>Transversalité entre familles</p> <p>Cohérence avec l'étiquetage nutritionnel</p> <p>Simplicité pour le consommateur</p>	<p>Pas de prise en compte des consommations réelles. Problématique pour certains produits spécifiques (viandes avec os, produits lyophilisés, sauf si le poids est exprimé en kg de produit préparé)</p>
UF calorique	<p>Prise en compte d'une caractéristique nutritionnelle</p>	<p>Ne correspond pas aux fonctions nutritives de certains produits : ne peut être appliquée pour l'ensemble des familles (ex : produits basses calories, fruits et légumes, sel, eau)</p> <p>Pas de cohérence avec les informations nutritionnelles</p>

UF envisageable	Avantages	Inconvénients
UF portion nutritionnelle	Prise en compte des quantités consommées (le consommateur a directement l'information sur une quantité de référence, plus facile à gérer qu'un poids)	Distorsion de taille de portion possible selon que le produit est dans un emballage unitaire (portion = taille de l'emballage) ou dans des formats familiaux (portion établie par consensus professionnel au sein de la CIAA) La portion peut varier selon l'usage dans la journée pour certains produits (snack, entrée, plat principal) Besoin de consensus sur la définition de la portion (Pas encore de consensus sur la taille de la portion pour certaines familles), mais <ul style="list-style-type: none"> - information disponible et consensuelle pour la plupart des familles (travaux CIAA) - Informations vraisemblablement réglementées dans le cadre du règlement Information du consommateur (2011/2012)
UF UVC	Cohérence avec l'affichage du prix Transversalité entre familles Cohérence avec l'affichage du prix (au kilo ou au litre) en magasin	Pas de prise en compte des consommations réelles Comparaison entre familles et au sein des familles rendue plus complexe, avec l'impression donnée d'impacts élevés pour les grands formats et les produits concentrés

Ces travaux montrent qu'il est difficile d'identifier une Unité Fonctionnelle à la fois transversale et intégratrice des spécificités de consommation de chaque type de produit. Sur la base des tests réels et des analyses réalisées, deux unités apparaissent comme de réelles options envisageables. **L'unité massique/volumique** présente l'avantage d'une approche identique à celle mise en place sur les prix ou sur l'approche nutritionnelle, mais nécessitera un travail sur certains produits particuliers. **Une unité à la portion** (portion nutritionnelle recommandée) permet une meilleure prise en compte de la manière de consommer les produits. Mais cette dernière nécessite l'harmonisation des définitions lorsque ce n'est pas déjà fait. Ce travail rejoint donc les recommandations actuelles du GT1.

Enfin, l'UF "UVC" a aussi été étudiée dans le cadre de ce projet car elle est simple à mettre en œuvre, et présente l'avantage de fournir une information sur la même base que le prix du produit. Le consommateur serait alors dans une situation de comparaison des produits, qui bien que plus complexe, lui est déjà familière (il réalise déjà des arbitrages de prix en fonction de ses intérêts et de son propre mode d'utilisation). Les tests réalisés confirment cependant le plus grand éclatement des résultats et le degré supplémentaire d'analyse nécessaire pour bien utiliser cette information.

- **Non-alimentaire** : Des propositions d'UF ont été faites pour chacune des catégories de produit dans le cadre du projet pilote. Deux types d'unité fonctionnelle peuvent être considérés : une unité transversale, l'unité de vente (UVC), ou des unités plus spécifiques retraçant le service rendu par le produit (nombre de lessives, m² d'aluminium pour emballer des produits,...). La première unité présente l'avantage de la transversalité entre toutes les catégories de produits, alliée à une simplicité de mise en œuvre et de compréhension. De leur côté, les unités spécifiques prennent en compte le service rendu et facilite une comparaison équitable des produits. Si le choix se porte sur le second type d'approche, des problématiques spécifiques aux produits non alimentaires se posent :
 - la prise en compte de la durabilité des produits, et donc de leur durée de vie dans la définition de l'UF : selon que l'affichage se fait par UVC, ou par UVC par an d'utilisation, les résultats peuvent changer sensiblement. Prendre comme unité fonctionnelle l'UVC ramenée à une période de temps semble pertinent uniquement quand la durée de vie est effectivement induite par les

caractéristiques des produits et lorsqu'il est possible, sur la base de protocoles normés, d'estimer *ex-ante* la durée de vie d'un produit d'une manière fiable.

- La prise en compte des modalités d'utilisation/fonctionnement des produits : celles-ci peuvent avoir une influence forte sur le service rendu par le produit. Par exemple, pour les cartouches d'encre, c'est la capacité d'impression qui est le service rendu. La prise en compte du nombre de pages imprimées (avec une UF « 100 pages imprimées ») permet de mieux rendre compte de la performance du produit. Cette notion de qualité d'usage nous paraît intégrable dans l'unité fonctionnelle à deux conditions : qu'elle ait une influence sur le service rendu par le produit (donc ses impacts environnementaux), et que le consommateur en tienne compte dans son utilisation effective. Par contre, les caractéristiques de qualité d'utilisation, qui n'impactent pas les quantités de produits consommés lors de l'utilisation, comme par exemple la résistance de différents papiers aluminium, ne doivent pas être prises en compte dans l'UF car la surface de papier aluminium utilisée par les consommateurs ne semble que très peu dépendre de leur épaisseur ou de leur résistance.

Ainsi, pour certaines familles de produit, la mise en œuvre d'unités fonctionnelles traduisant au plus fin la qualité environnementale des produits **peut nécessiter des travaux préalables**. Certains GT sectoriels se sont ainsi saisis de cette problématique pour avancer vers une définition intégrant la durabilité (GT chaussure, sport ou ameublement notamment). La deuxième approche a été retenue par d'autres GT comme celui traitant des lessives (un lavage en machine à laver avec un flux de référence déterminé par la dose de détergents)

b) Choix des indicateurs

Le projet a traité la question du choix des indicateurs d'impacts environnementaux en deux temps.

Tout d'abord, la pertinence intrinsèque des impacts environnementaux a été analysée sur la base d'études bibliographiques et confrontée aux premiers travaux des GT sectoriels de l'ADEME/AFNOR (sous-groupe agricole pour la partie alimentaire) et du GT Méthodologie.

Puis une analyse de la capacité actuelle de quantification de ces indicateurs a été réalisée, sur base des facteurs d'impacts (ou Inventaires de Cycles de Vie, ICV) disponibles dans les bases de données étudiées (le présent projet n'a pu mobiliser l'ensemble des bases existantes pour des raisons de coût d'accès à certaines d'entre elles)

- **Alimentaire** : l'analyse bibliographique de différentes études présentant la répartition des impacts de la consommation des ménages⁹ a conduit le consortium à valider les recommandations de choix d'indicateurs émises par le GT 1 restreint (produits agricoles), à savoir la considération des émissions de Gaz à Effet de Serre, des problématiques « eaux » (eutrophisation, écotoxicité et consommation d'eau) et de la biodiversité.

Il convient enfin de souligner qu'il n'existe pas de méthodologie de mesure de l'impact sur la **biodiversité** rapporté à une référence précise qui soit consensuelle à l'heure actuelle. Des travaux complémentaires de recherche sont à mener pour permettre de mesurer / calculer cet indicateur. Etant donné l'importance de cet aspect environnemental, ce constat handicape la communication d'informations "complètes" des impacts environnementaux des produits alimentaires. La quantification de l'indicateur « biodiversité » nécessite de déterminer :

- une unité de mesure de la biodiversité (nombre d'espèces, rareté des espèces, nombre de spécimens, surface de l'écosystème...)
- le nombre d'unités de biodiversité perdues quand on détruit un habitat ou quand on émet un polluant, surtout pour la production des matières premières, étape la plus impactante sur la biodiversité.

Le groupe de travail restreint sur les produits agricoles a notamment réfléchi à un indicateur basé sur le versement de prime herbagère agro-environnementale et qui précise les surfaces de biodiversité

⁹ Etudes EIPRO, IMPRO, BIO IPP.

équivalentes d'une exploitation agricole. Cet indicateur doit faire l'objet d'études complémentaires pour tester son bon fonctionnement dans la démarche d'affichage.

La consommation d'eau a parfois pu être évaluée. Il convient cependant de rappeler que cet indicateur ne bénéficie pas d'un consensus scientifique à l'heure actuelle (développement en cours du référentiel ISO sur le Water footprint), mais représente également un enjeu environnemental fort et pertinent pour certaines familles de produits de l'industrie alimentaire.

- **Non-alimentaire** : une réflexion sur les indicateurs pertinents à quantifier a été conduite pour chacune des catégories de produits non alimentaires car leurs spécificités propres ne permettent pas l'élaboration d'une recommandation transversale. Le projet a néanmoins confirmé l'intérêt d'un affichage multicritère pour ces catégories, pour plusieurs raisons :
 - Des arbitrages sont fréquemment possibles entre des ressources présentant des profils environnementaux très différents : la mobilisation de ressources fossiles ou de ressources d'origine végétale ou animale, par exemple, pour les textiles, les chaussures et les bougies, qui se traduira par des profils d'impact différenciés (plus de ressources non renouvelables mobilisées pour les matières synthétiques, contre plus d'émissions de molécules eutrophisantes par exemple pour les matières végétales).
 - La répartition des impacts sur l'ensemble du cycle de vie des produits non-alimentaires est souvent répartie sur les étapes de production des composants et d'utilisation : par exemple, des effluents rejetés dans les eaux lors de l'utilisation peuvent être responsables d'impacts sur les milieux aquatiques nettement plus élevés que ceux de la production. C'est le cas par exemple des gels douches et crèmes lavantes, des lessives et des liquides vaisselles. Les causes d'impacts de ces familles sont donc diversifiées et doivent faire appel à plusieurs indicateurs pour les retracer convenablement.

c) Périmètre de l'évaluation : pistes de simplification

Toutes les étapes ne sont pas des contributrices majeures à l'impact total. Certaines, comme les transports ou l'étape de transformation, sont de plus génératrices d'une charge de travail conséquente pour les industriels. Des simplifications transversales de la modélisation de certaines étapes peuvent donc être envisagées pour bon nombre de catégories de produits. Il s'agit en général des étapes de process, de fin de vie, de transport, de distribution, voire d'emballage (notamment au sein des produits non alimentaires pour les deux dernières).

Quelques pistes de simplification ont été proposées, sans pour autant qu'un travail exhaustif intégrant les tests nécessaires aient pu être menés.

d) Périmètre de l'évaluation : pertinence de l'inclusion de l'utilisation et de la fin de vie dans l'affichage

Durant ce projet pilote, l'évaluation des impacts des produits en phase d'utilisation et de fin de vie a été incluse dans le périmètre des évaluations.

Pour la phase d'utilisation, cela s'est fait sur la base de données spécifiques transmises par les industriels ou de scénarii d'utilisation définis par le consortium, spécifiques aux différents produits. Dans l'analyse des périmètres à prendre en compte, nous nous sommes interrogés sur la pertinence de l'intégration des caractéristiques d'usage du produit en fonction de :

- L'influence des propriétés intrinsèques du produit sur la phase d'utilisation. Par exemple les ampoules consomment plus ou moins d'électricité en fonction de leurs composants.
- L'exploitation effective ou non par le consommateur des caractéristiques du produit lors de son utilisation. Par exemple une lessive lavable à froid va-t-elle réellement être utilisée différemment d'une lessive classique par le consommateur ?

Pour la phase de fin de vie, la modélisation se base sur la moyenne des comportements et des modes de traitement. Les modèles et données proviennent de bases de données. Ainsi, pour un produit donné, on prend le taux de recyclage moyen et, pour la fraction non-recyclée, on considère le taux d'incinération moyen

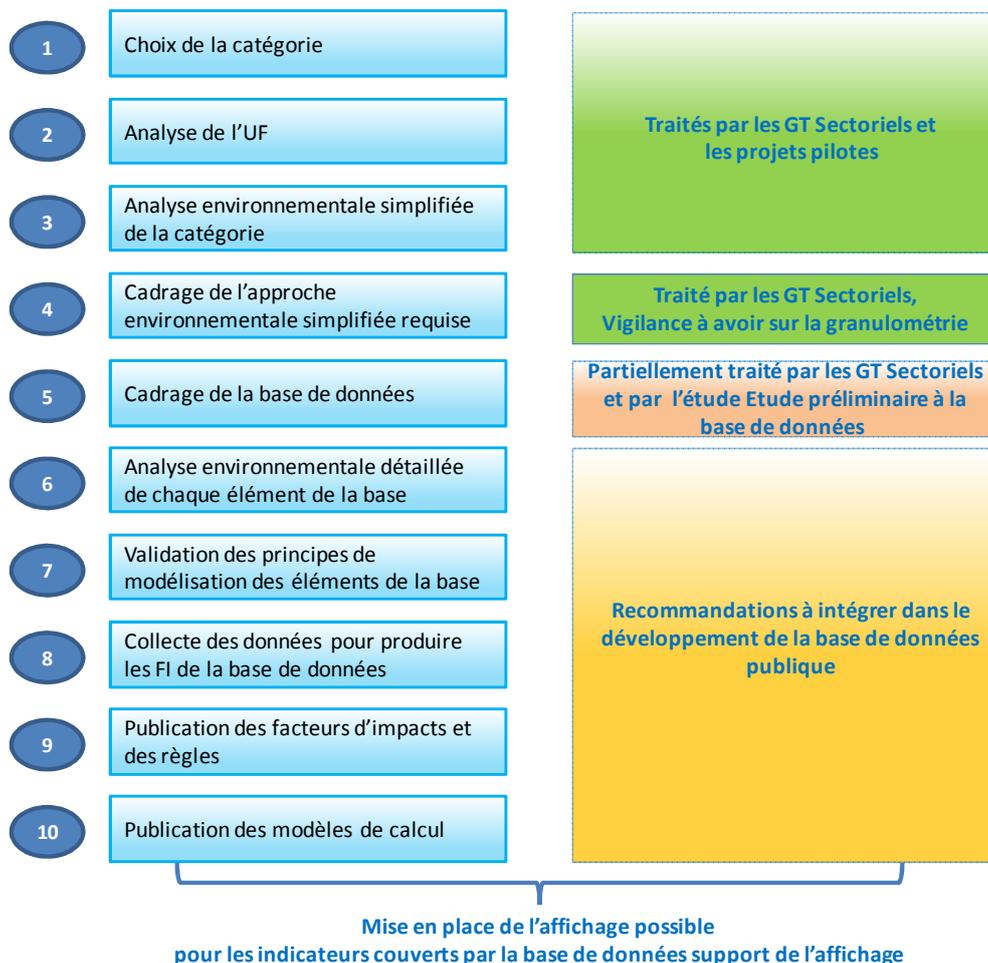
pour la France. Or, chaque produit acheté par un consommateur donné ne connaîtra qu'une fin de vie : il sera recyclé s'il y a une collecte sélective prévue à cet effet et que le consommateur y participe et, s'il n'est pas recyclé, il sera soit incinéré, soit mis en décharge. Comme il ne peut être préjugé de ce geste, l'affichage d'un impact générique pour cette étape ne peut être calculé que sur la base de la moyenne des comportements. Il conviendra cependant de s'interroger pour les produits pour lesquels cette étape peut jouer un rôle non négligeable sur la manière d'attirer l'attention du consommateur sur l'importance de ce geste.

Ces éléments devront donc être pris en compte dans le choix du format de l'affichage environnemental. Un **produit présentant des enjeux importants en phase d'utilisation et/ou de fin de vie** pourrait utilement voir ses impacts environnementaux en phase d'utilisation et/ou de fin de vie **communiqués distinctement** (voire de façon déportée) des impacts environnementaux du reste de son cycle de vie.

6. Quels travaux à mener pour la mise en œuvre d'un affichage environnemental multicritère ?

a) Présentation de travaux à réaliser pour déployer l'affichage en matière de méthodologie et de données primaires

Il est nécessaire de mener un certain nombre de travaux pour mener à bien un projet d'affichage environnemental multicritère. Une proposition de séquençage des travaux est présentée ci-après. Ces travaux devraient être menés par catégorie de produits, sachant que cette notion de catégorie devra être établie de manière itérative et que certaines données gagneront à être étudiées de manière transversale.



Ce projet illustre l'importance pour les GT sectoriels et les projets de constitution de la base de données d'intégrer les points de vigilance décrits dans la partie suivante.

b) Des points de vigilance à avoir dans le développement de l'affichage

Le présent projet a cependant permis de souligner des points de vigilance à observer :

- **Il est important d'avoir une réflexion préalable en matière de précision visée et de précision possible du résultat.** Ce travail est indispensable pour pouvoir faire le lien entre unité fonctionnelle, format d'affichage, niveaux de comparaisons possibles entre références, possibilités de retranscription dans l'affichage de certaines démarches d'éco-conception spécifiques aux secteurs,... Ce niveau conditionne le niveau de granulométrie qui sera demandé à la base et donc le dimensionnement du développement à prévoir. **Les démarches à mettre en œuvre préalablement doivent viser à réduire,**

ou à encadrer à minima, ces sources d'imprécision. Plusieurs tâches sont proposées ci-dessous pour atteindre cet objectif.

- **Une telle réflexion questionne la mobilisation sans précaution poussée, d'indicateurs comme le potentiel d'écotoxicité ou de toxicité humaine.** Ces indicateurs sont en effet plus imprécis car faisant appel à des modèles de caractérisation plus complexes, ainsi qu'à des données d'émission ou d'impact moins précises. Quantifier les limites de précision atteignables clarifiera ce qui peut être envisagé avec ces indicateurs. Il s'agira notamment de voir comment évoluent ces niveaux de précision si l'on demandait à l'affichage de fournir une valeur d'impact « absolue », ie. qui autorise des comparaisons entre tous types de produits, ou si l'on raisonne en précision « relative » au sein d'une comparaison de produits proches.
- **Des règles méthodologiques fortes et stables doivent être apportées pour ne plus considérer ce paramètre comme une source potentielle d'imprécision.** Les allocations entre coproduits, impactant fortement les résultats des produits alimentaires mais aussi ceux des produits issus de la pétrochimie par exemple, sont à discuter et à arbitrer de manière transversale et homogène entre produits. La retranscription lors de l'élaboration de la base de données est indispensable afin d'assurer l'homogénéité complète du système. Les règles d'allocation entre les coproduits des matières premières agricoles sont particulièrement prégnantes pour les familles alimentaires, et même bien au-delà à travers le coton, le lin, le cuir par exemple.
- **La connaissance des imprécisions passe par une bonne connaissance des impacts et des paramètres clés pouvant entraîner des variations notables (étapes 4, 5 et 6 ci-dessus):** ce travail de préparation est indispensable pour permettre de définir les flux les plus influents des bilans (travail actuellement en cours à travers les projets pilote et les GT). Mais il ne doit pas s'arrêter là et doit s'attacher à définir pour ces flux les paramètres les plus influents et donc susceptibles de faire varier fortement les résultats. Cela doit amener à se questionner sur les inventaires qui seront à mobiliser : définir leurs paramètres clés, étudier la variabilité de ce paramètre ; réfléchir à la retranscription en base de données de ces paramètres. L'analyse de ces plages de variations est nécessaire pour cerner le bon niveau de granulométrie à proposer en base (un seul inventaire, plusieurs, voire un inventaire avec une donnée spécifique à renseigner) pour atteindre la précision visée.
- **L'absence de données spécifiques à la ligne de production impose notamment de chercher à réduire les imprécisions de cette étape.** Pour compenser ce manque, une approche qui semble minimiser l'imprécision à coût raisonnable consisterait à rendre ces données génériques ou semi-génériques. Il faudra probablement alors descendre au niveau des types de procédés, qui devront être définis par secteurs. Un travail de recensement est donc à prévoir auprès d'industriels du secteur, en incluant là aussi une réflexion sur les différents niveaux de granulométrie possibles, qui servira à viser le niveau adapté aux objectifs de précision visés (études des types de procédés, de leurs paramètres déterminants et de leurs flux principaux).
- **La maîtrise de la précision visée doit s'appuyer sur des règles de calcul (qu'on appelle modèle de calcul) et de validation définies avec précision et d'utilisation facilitée pour les acteurs de l'affichage (étape 7, puis 9 et 10 avec la mise à disposition de ce modèle).** Ces tâches doivent chercher à satisfaire plusieurs objectifs : par la formalisation des modèles et hypothèses de calculs, il s'agira de disposer d'une étape de vérification de la cohérence entre catégories de produits ; cela permettra aussi d'élaborer une matrice de calcul sur lesquelles les étapes ultérieures n'auront plus qu'à s'appuyer (collecter les données secondaires manquantes notamment) ; enfin, elles doivent permettre de sécuriser les calculs des industriels proposant leurs propres ACV en fournissant un canevas précis pour les mener.
- **Un accompagnement fort des industriels et des vérifications/validations des données mobilisées seront nécessaires.** La mise en œuvre effective de l'affichage devra en outre reposer aussi sur la mise en place d'outils d'accompagnement (outils d'évaluation environnementale simplifiée, guide d'accompagnement à la collecte des données et à l'évaluation, etc.) et la définition des règles à respecter pour garantir la qualité et le caractère contrôlable des données utilisées (informations à archiver).

Un travail conséquent pour atteindre un niveau de précision correct d'affichage et respecter le principe d'un affichage multicritère est nécessaire. Se dessine ainsi un **calendrier nécessairement progressif au déploiement de l'affichage.**

L'affichage environnemental peut être déployé à court terme, de manière fiable, et à un coût restreint, pour certaines familles de produits les plus simples. La majorité des autres familles nécessite des travaux plus lourds, qu'ils soient d'ordre méthodologique, ou qu'il s'agisse d'élaboration de modèle de calcul satisfaisant aux ambitions de précision visées ou de collecte de données.

La réduction des ambitions en matière de précision (et donc de discrimination entre références) peut dans un premier temps autoriser une moindre contrainte sur le nombre d'inventaires à proposer en base de données, et donc réduire en partie le temps nécessaire. Mais il restera nécessaire de cibler les paramètres clés des bilans et de définir préalablement des règles de calcul détaillées afin d'encadrer la dynamique de progrès qui se créera inexorablement une fois la démarche commencée.

La validation des données spécifiques ou de facteurs d'impacts spécifiques, que pourront être amenés à proposer des industriels voulant affiner leurs bilans, sera un enjeu majeur de l'affichage : cette amélioration des connaissances permettra d'aller vers des bilans de plus en plus précis, mais nécessitera un système de validation afin de s'assurer de l'homogénéité et de la rigueur des données proposées.

7. L'enquête consommateur

Une enquête consommateur a été réalisée par IPSOS auprès de 1 003 personnes représentatives de la population française afin de mieux connaître la vision des consommateurs.

D'après cette enquête, les Français se montrent majoritairement favorables à l'information environnementale : ils sont ainsi 86% à témoigner d'un intérêt pour ce type d'information même si la proportion de personnes se disant « tout à fait favorable » à sa mise en place reste modérée (31%), la grande majorité se disant le plus souvent « plutôt » favorable au projet (55%). A titre d'exemple, le niveau de connaissance de la définition de l'empreinte carbone d'un produit apparaît lui aussi assez élevé : 69% des Français en ont entendu parler et parmi eux, 32% affirment même savoir de quoi il s'agit. Parmi ceux affirmant savoir de quoi il s'agit, 8% des citations font état d'une définition complète de la notion d'empreinte carbone tandis que 81% sont en mesure d'en donner une définition partielle.

De nombreux critères peuvent potentiellement faire évoluer l'attrait et la crédibilité de l'affichage environnemental : l'hypothèse d'un surcoût ; l'émetteur de l'information et sa crédibilité ; l'emplacement de l'information, son format (le nombre d'indicateurs par exemple). Cet intérêt pour une information environnementale reste donc fortement conditionné aux modalités de sa mise en œuvre.

Au-delà de la seule mise à disposition de caractéristiques environnementales chiffrées, l'affichage environnemental doit permettre au consommateur d'orienter ses choix vers des produits à moindres impacts pour l'environnement. Il restera donc à déterminer les modalités les plus appropriées pour que l'information délivrée conduise le plus grand nombre à modifier ses comportements d'achats.



FEDERATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

Expérimentation nationale d'affichage des caractéristiques environnementales des produits : Note d'introduction et de cadrage sur les opérations proposées par les enseignes de la FCD

Les enseignes de la FCD ont initié leur travail commun sur l'information écologique des produits dès 2008, avec la signature d'engagements mutuels formalisés à travers une convention prise entre le secteur de la distribution et le Ministère en charge de l'écologie. En application de cette convention, les enseignes se sont attachées à évaluer la faisabilité de l'évaluation environnementale à travers une étude menée sur 300 produits en collaboration avec l'ANIA et l'ADEME.

Riches de cette expérience et fidèles à cette logique de test concret préalable, les enseignes de la distribution soutiennent la démarche d'expérimentation nationale prévue par l'article 228 de la loi Grenelle 2 et souhaitent se mobiliser pour y apporter leur contribution. Les enseignes soutiennent également la traduction opérationnelle que les pouvoirs publics ont souhaité donner à cette disposition législative. En laissant l'initiative aux acteurs économiques, ce dispositif expérimental permettra d'identifier les opportunités et les contraintes que peut générer l'information environnementale afin de définir les conditions optimales de sa mise en œuvre.

1. Des opérations mises en œuvre par les enseignes, en fonction des opportunités et des spécificités de chacune, et dont le retour d'expérience sera mutualisé

Un des éléments fondamentaux de l'expérimentation voulue par les pouvoirs publics consiste à transmettre *in fine* une information au consommateur afin qu'il oriente ses comportements d'achat. Il s'agit d'un point crucial. En effet, l'initiative déjà menée par les enseignes de la FCD sur le sujet a porté sur « l'amont » : les modalités d'élaboration de l'information, l'accessibilité des données (génériques et spécifiques) et la fiabilité des résultats obtenus. Il importe désormais de tester « l'aval » en complément de l'évaluation proprement dite, à savoir : les modalités de transmission de l'information au consommateur, l'utilisation de cette information par le consommateur (compréhension, adhésion, changement des comportements) et les effets globaux de l'information environnementale (impacts ou bénéfiques pour les entreprises, pour les filières de production agricoles et industrielles et pour les marchés spécifiques comme l'agriculture biologique, bénéfice environnemental envisageable à terme, etc.).

Cette phase implique une mise en œuvre opérationnelle par les entreprises. Pour cette raison, la profession a souhaité organiser sa contribution en associant différentes réalisations concrètes mises en œuvre par les enseignes. Ce schéma permettra de tester des pistes de travail plus nombreuses tout en permettant l'appropriation pratique, par les enseignes, de l'évaluation environnementale et de l'information destinée aux consommateurs. La distribution souhaite par ailleurs voir une cohérence des méthodologies et des pratiques des professionnels. L'initiative des enseignes de la FCD fera donc l'objet d'une mutualisation pour l'élaboration d'un retour d'expérience commun au secteur. La FCD souhaite ainsi contribuer à l'élaboration du bilan de l'expérimentation nationale, qui devra être établi sur la base d'indicateurs d'évaluation définis, au préalable et de façon consensuelle, en collaboration avec les différentes parties prenantes.

Le contenu des différentes opérations n'est pas encore pleinement déterminé. En effet, de nombreux points restent à clarifier par les enseignes. A titre d'exemple, elles travaillent à la construction des partenariats nécessaires avec les industriels volontaires, ce qui détermine la liste précise des produits visés. Comme le prévoit le cahier des charges de l'expérimentation, les enseignes adresseront toutes les précisions nécessaires en temps utile.

2. La distribution appelle à un travail conjoint des différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement

La mise en œuvre d'une information environnementale à destination des consommateurs impose une coopération entre les différents acteurs de la chaîne d'approvisionnement. Les enseignes souhaitent donc pouvoir collaborer avec leurs partenaires de la production et de la transformation dans le cadre de cette expérimentation. Comme elles l'ont fait en mars 2010 à l'occasion des premières conclusions de l'étude FCD-ANIA-ADEME, les enseignes appellent les entreprises de la production agricole et de l'industrie à se mobiliser à leurs côtés et souhaitent les associer pour construire ensemble une information fiable et praticable à destination des consommateurs. Sans la participation des entreprises volontaires de l'amont, les distributeurs, qui sont tributaires des informations transmises par leurs fournisseurs, seront dans l'incapacité de mettre en œuvre l'information visée. Cette bonne collaboration de l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement conditionne la concrétisation des projets des enseignes, qui, à défaut, seraient compromis.

3. Les enseignes de la FCD collaboreront avec les pouvoirs publics pour que soient réunies les conditions permettant une information fiable des consommateurs

Dans le cadre de l'étude réalisée en commun avec les industriels et l'ADEME, la FCD a identifié deux préalables indispensables à la mise en œuvre d'une information fiable et comparable sur les produits, à savoir : la mise à disposition de bases de données publiques et consensuelles et l'existence de référentiels communs. Sans ces deux piliers, l'information ne pourra être déployée de façon pertinente pour le consommateur. Les réalisations des entreprises sont donc contraintes par l'élaboration préalable ou parallèle de ces outils indispensables.

Si les référentiels sectoriels doivent encore être élaborés dans le cadre de la plate-forme mise en place par l'AFNOR, les enseignes de la FCD souhaitent cependant que ces référentiels puissent être publiés le plus rapidement possible et y apporteront leur contribution. En effet, sans méthodologies communes à tous, les informations transmises ne pourront être comparables et les enseignes auraient dès lors un intérêt moindre à poursuivre les opérations prévues.

La base de données, quant à elle, est en cours d'élaboration par l'ADEME. Le calendrier de son élaboration et les composants qu'elle visera en priorité déterminent la nature des opérations que pourront mener les enseignes. Les distributeurs ont conscience du caractère nécessairement itératif du processus de construction de cet outil. Ils n'attendent donc pas la production des pouvoirs publics pour agir mais entendent collaborer au mieux avec l'ADEME afin d'établir les priorités pour l'élaboration de cette base. A défaut, les informations qui pourront être transmises au consommateur dans le cadre des différentes opérations ne pourront atteindre la comparabilité et la fiabilité souhaitées, indispensables à la crédibilité du processus. Par ailleurs, l'absence, à ce jour, de ces données limite nécessairement l'ampleur des réalisations, compte tenu du coût de leur élaboration.

Les enseignes adapteront donc la dimension des projets et le choix des produits concernés en fonction de l'avancement de cette co-construction et dans tous les cas contribueront à l'enrichissement du bilan prévu au terme de l'expérimentation.



FÉDÉRATION DES ENTREPRISES
DU COMMERCE
ET DE LA DISTRIBUTION

Affichage environnemental : position de la FCD sur le système d'information commun mis en place par les industriels de l'ILEC

Septembre 2011

1. ÉLÉMENTS DE CONTEXTE

Les engagements des enseignes de la FCD

L'affichage environnemental constitue une des priorités du Grenelle de l'environnement sur laquelle les enseignes de la FCD se sont mobilisées très tôt, en s'engageant, dès janvier 2008, à réaliser une expérimentation sur 300 produits de consommation courante. Les enseignements de cette étude, la plus vaste réalisée jusqu'alors, ont été rendus publics en mars 2010 et ses données sont utilisées, depuis lors, par certains des groupes de travail sectoriels de la plateforme ADEME-AFNOR.

Fortes de cette expertise pionnière, plusieurs enseignes de la FCD participent à l'expérimentation nationale en cours, depuis le 1^{er} juillet 2011, telle que prévue à l'article 228 de la loi « Grenelle 2 » du 12 juillet 2010. Les enseignes qui ont candidaté ont souhaité porter leurs projets individuellement pour permettre l'appropriation pratique, par chacune, des problèmes posés et tester différents modes de restitution au consommateur, conformément aux objectifs poursuivis par le ministère de l'écologie. Chaque enseigne réalisera le bilan de son expérimentation. Il est cependant prévu de faire un bilan commun, au niveau de la FCD, pour dégager les points de convergence éventuels. Cette position de principe a été formalisée dans la note d'introduction élaborée par la FCD, que chaque enseigne adhérente a pu joindre à son dossier de candidature.

L'initiative de l'ILEC

Les industriels réunis au sein de l'ILEC¹ considèrent qu'une harmonisation sémantique et visuelle est indispensable à la mise en œuvre de l'information environnementale et que les industriels ont un rôle fondamental à jouer dans ce processus. A cette fin, ils ont développé un système d'information commun aux entreprises de l'ILEC, également accessible aux entreprises qui ne font pas partie de l'ILEC mais sont partenaires d'opérations collectives menées par des entreprises membres de l'ILEC².

Concrètement, le dispositif identifie, sous forme de pictogrammes, 4 principaux impacts (CO₂/effet de serre, eau, biodiversité, ressources naturelles), en reliant chacun à divers indicateurs spécifiques, lesquels font l'objet d'une définition pédagogique et d'un glossaire commun pour expliquer les termes les plus complexes. Ce dispositif a vocation à être déployé en priorité de façon dématérialisée (smartphones via l'application « Proxi Produit » développée par GS1, sites internet des marques...) mais aussi, sur les produits eux-mêmes.

¹ L'ILEC (Institut de liaisons et d'études des industries de consommation) réunit des groupes industriels, parmi les plus importants, qui commercialisent des produits de marque de notoriété nationale et internationale : <http://www.ilec.asso.fr>

² Parmi les 168 projets retenus dans le cadre de l'expérimentation nationale, les entreprises de l'ILEC sont impliquées dans 7 projets collectifs réunissant 15 entreprises ILEC (bières, boissons rafraîchissantes, conserves, corps gras, eaux minérales, jus de fruits, lessives) et dans 5 projets portés individuellement (1 concernant le café, 1 autre le sel et 3 la cosmétique). Si l'on tient compte des partenaires hors ILEC, environ 40 entreprises ont vocation à utiliser ce système d'information.

2. ÉLÉMENTS D'APPRÉCIATION

L'initiative de l'ILEC a pour intérêt principal qu'elle permet de communiquer de façon harmonisée vers le grand public, ce qui devrait a priori accroître la visibilité de l'affichage environnemental et faciliter sa compréhension par les consommateurs. En outre, un système d'information commun devrait permettre de réduire les coûts de mise en œuvre, en favorisant des économies d'échelles. C'est pourquoi les enseignes de la FCD sont favorables à une unification des dispositifs d'information à long terme.

Cependant, toutes les enseignes de la FCD s'accordent à reconnaître qu'il importe en priorité de tester différents modes de restitution de l'information, conformément au cahier des charges de l'expérimentation nationale. Des arbitrages ont d'ailleurs déjà été effectués en interne, rendant impossible la reprise à l'identique du système d'information proposé par l'ILEC. Il convient donc d'attendre les retours d'expérience et le bilan de l'expérimentation pour se prononcer sur l'éventualité d'un dispositif d'information commun, à définir, le cas échéant, en fonction de ce bilan.

Un consensus a donc été dégagé pour différer les choix collectifs de la profession, en renvoyant toute décision à l'issue de l'expérimentation en cours. Il est possible que l'expérimentation impose *in fine* certains schémas de fonctionnement, notamment en ce qui concerne la restitution de l'information aux consommateurs, mais il est encore trop tôt pour juger de la pertinence d'un système d'information par rapport aux autres. Si la normalisation des pratiques en matière de communication peut s'avérer pertinente, cet objectif doit être subordonné à l'harmonisation des méthodologies d'évaluation et à la création d'une base de données publique, consensuelle et gratuite. Pour les enseignes de la FCD, cette hiérarchisation des priorités est fondamentale car elle garantit la fiabilité des résultats et leur réelle comparabilité.

3. PROCHAINES ÉTAPES

Les enseignes de la FCD souhaitent maintenir le caractère individuel des projets proposés dans le cadre de l'expérimentation nationale. Elles estiment cependant utile d'engager dès à présent une réflexion collective sur le mode de restitution de l'information et, plus généralement, sur les suites qui seront données à l'expérimentation nationale, afin que les distributeurs puissent contribuer, avec les autres acteurs économiques, à définir les modalités d'une éventuelle généralisation.

A cette fin, les enseignes de la FCD appellent le ministère de l'écologie à clarifier rapidement les critères d'évaluation qui guideront la réalisation des bilans attendus des entreprises participantes et seront utilisés, par les pouvoirs publics, pour décider s'il est opportun ou non de généraliser la mesure.

Concernant l'émergence d'un dispositif d'information harmonisé, diverses options sont possibles : une collaboration entre les industriels et les distributeurs pourrait être envisagée pour formaliser une approche commune des metteurs sur le marché, en tenant compte des retours d'expérience des entreprises impliquées dans l'expérimentation nationale, ainsi que des contraintes propres aux PME.



Allégations environnementales portant sur les emballages des produits

Note de position du Conseil National de l'Emballage

CONTEXTE ET EXPOSE DES MOTIFS

Le CNE affirme ci-dessous sa position sur les allégations environnementales portant sur les emballages de tout produit afin :

- de conformer les pratiques en matière d'information environnementale aux règles en vigueur,
 - et ne pas induire les consommateurs en erreur.
- En 2011, nous assistons à des communications d'informations environnementales portant sur les produits, et notamment sur leurs emballages, à la suite des lois Grenelle et à la prise en compte des enjeux environnementaux par les acteurs économiques.
 - L'expérimentation de l'affichage environnemental des 168 entreprises retenues par le Ministère de l'Écologie, du Développement Durable, des Transports et du Logement (MEDDTL), a démarré le 1^{er} juillet 2011. Elle permettra de tirer des enseignements concernant les méthodes (fiabilité), les données (disponibilité), les informations (robustesse), le format d'affichage et la compréhension du consommateur.
 - Le CNE participe aux travaux de la plate-forme ADEME/AFNOR, qui ont pour but d'élaborer des référentiels par marché. Le besoin de justesse et de clarté des allégations environnementales communiquées aux consommateurs a conduit les membres du CNE à émettre des recommandations en vue d'améliorer la sincérité de l'information et la pertinence de la communication qui en est faite.
 - Le CNE rappelle que la loi n° 2009-967 du 3 août 2009, dite Grenelle I, stipule que « *les consommateurs doivent pouvoir disposer d'une information environnementale sincère, objective et complète, portant sur les caractéristiques globales du couple produit-emballage...* »
 - Le CNE rappelle que les consommateurs achètent des produits emballés, et non des emballages vides. La part relative de l'emballage dans les différents impacts environnementaux du couple produit-emballage tout au long du cycle de vie (incluant l'utilisation du produit) varie selon les indicateurs environnementaux et selon les familles de produits, mais elle est généralement faible.
 - La Commission Européenne travaille actuellement à l'élaboration d'un affichage environnemental commun à tous les pays membres, en s'appuyant sur leurs travaux en cours. Elle lance au second semestre 2011 une expérimentation au niveau européen afin d'aider à la mise en place d'une méthodologie harmonisée.

POSITION

Le CNE rappelle que l'information environnementale et les approches méthodologiques associées ne peuvent s'envisager que dans un cadre européen, voire international. Il recommande la mise en œuvre d'un affichage harmonisé européen respectant les règles de la libre circulation des biens.

Il importe d'ailleurs de souligner que le code de la consommation (articles L. 121-1 à L. 121-15-4) permet de sanctionner les allégations environnementales lorsqu'elles sont **infondées ou fallacieuses**, au même titre qu'il prohibe et sanctionne la publicité **mensongère** et les pratiques commerciales trompeuses. Des dispositions similaires existent dans tous les pays de l'Union Européenne, en application de la directive n° 2005/29/CE relative aux pratiques commerciales déloyales.

Règles, normes et méthodes

- Le CNE rappelle que les évaluations d'impacts environnementaux doivent être réalisées à l'aide d'analyses de cycle de vie (ACV) complètes. Elles s'appuient sur des outils normés (ISO 14040 et 14044) à disposition des entreprises.

Ces évaluations doivent être :

- multi-étapes : de l'extraction des matières premières et de la génération des ressources à la gestion de la fin de vie et à l'élimination finale, sans omettre les phases de production et d'utilisation.
- Multicritères : effet de serre, eutrophisation des eaux, acidification de l'air, biodiversité...

- Le CNE rappelle que, pour l'affichage environnemental, le référentiel¹ de bonnes pratiques BP X 30-323 « *Principes généraux pour l'affichage environnemental des produits de grande consommation* » et les référentiels marchés agréés ou en cours d'agrément par l'ADEME et l'ANOR doivent être des outils de référence. Le référentiel de bonnes pratiques et les outils de calcul associés ne sauraient se substituer à une ACV répondant aux normes rappelées ci-dessus.

- Le CNE rappelle que la prévention des déchets, la réduction à la source et les impacts environnementaux d'un couple produit-emballage doivent s'évaluer sur le système complet de l'emballage.

- Le CNE **demande aux acteurs de s'abstenir de tout indicateur d'impact environnemental dédié à l'emballage seul**, il rappelle que, conformément à la loi Grenelle I, les informations des impacts environnementaux doivent porter sur le couple produit-emballage.

- Le CNE est à la disposition des entreprises afin de les aider dans l'approche méthodologique de l'évaluation environnementale de leurs produits emballés.

Communication

- Le CNE rappelle que toute communication doit respecter l'esprit de la loi Grenelle I et reposer sur une information juste (sincère, objective et complète), compréhensible et pertinente. Si l'information environnementale n'obéit pas à ces critères, elle n'a pas lieu d'être.

La compréhension du consommateur est primordiale : les informations trompeuses parce qu'incomplètes ou erronées doivent être proscrites.

- Le CNE engage les acteurs à intégrer les définitions des termes ayant trait à l'environnement (biodégradable, durable, etc.), proposées par le Conseil National de la Consommation et de s'appuyer sur le guide pratique des allégations environnementales² du MEDDTL et du Ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi et sur les avis adoptés par le Conseil national de la consommation le 6 juillet 2010 et le 15 décembre 2010.

- Le CNE considère que toute communication d'allégations environnementales doit se conformer à la norme ISO 14020 « Étiquettes et déclarations environnementales - Principes généraux » et les suivantes (notamment la norme ISO 14021).

- Le CNE rappelle que toute communication basée sur les résultats d'une ACV nécessite la réalisation d'une revue critique, conformément aux normes régissant les ACV rappelées précédemment.

- Le CNE rappelle l'existence de règles déontologiques pour toute communication environnementale et engage les acteurs à les respecter, notamment les recommandations de l'ARPP³ sur le développement durable, et propose aux metteurs en marché de consulter cette instance pour avis.

Paris, le 13 septembre 2011

¹ <http://www.boutique.afnor.org>.

² http://www.bercy.gouv.fr/conseilnationalconsommation/guide_allegat_environ.pdf

³ Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité : http://www.arpp-pub.org/Nouvelle_recommandation.html

La communication des impacts environnementaux de l'emballage des produits de grande consommation

Note de position du Conseil National de l'Emballage

CONTEXTE ET EXPOSE DES MOTIFS

- On assiste, en France comme dans plusieurs pays européens et au niveau international, à une multiplication d'initiatives en matière d'indicateurs environnementaux relatifs à l'emballage, au transport ou au cycle de vie des produits emballés et de leur communication. Ces initiatives témoignent des nouvelles préoccupations de la société et de la prise en compte croissante des enjeux environnementaux par les acteurs économiques, les groupes d'intérêts, les ONG et les autorités publiques.
- Plusieurs adhérents professionnels du CNE ont lancé, dans notre pays, des initiatives pionnières, individuelles ou collectives, qui ont permis d'ouvrir la voie, et, par là même, de mettre en évidence les enjeux mais aussi la complexité de l'affichage environnemental et les risques liés à la disparité des approches et à l'absence de langage commun. D'autres s'interrogent sur le bien fondé de la démarche, au regard de la confusion engendrée et des coûts induits pour les entreprises et pour les produits.
- En l'état actuel de la législation française, l'affichage environnemental ne fait l'objet d'aucune obligation. Cependant, les projets de loi issus du Grenelle de l'environnement, en cours d'examen, actent le principe (art. 47 du Grenelle 1)¹ et en ébauchent les modalités (art. 85 du Grenelle 2)², sur la base des propositions faites par le Comité opérationnel 23 du Grenelle de l'environnement.
- Afin de permettre aux metteurs en marché de répondre aux obligations qui leur incomberont, l'ADEME et l'AFNOR ont été chargées de piloter l'élaboration d'un référentiel de bonnes pratiques, publié en juillet 2008, et travaillent actuellement à la définition d'une méthode par catégories de produits. Le CNE et plusieurs de ses adhérents contribuent aux travaux de la plate-forme ainsi créée.
- Il est patent que les consommateurs achètent des produits emballés et non pas des emballages vides. Les études confirment, en la matière, le bon sens ; elles montrent également que leur sensibilité à l'égard de l'emballage augmente.
- La part relative de l'emballage dans les différents impacts environnementaux du couple produit-emballage, tout au long de son cycle de vie (incluant l'utilisation du produit), varie selon les indicateurs environnementaux et selon les familles de produits. Au sein d'une même catégorie de produits, le process industriel ou le mode de conservation induisent bien souvent le type d'emballage.
- La diversité des approches méthodologiques, le besoin de justesse et de clarté des informations environnementales restituées aux consommateurs ont conduit les membres du Conseil National de l'Emballage à émettre des recommandations collectives en vue d'objectiver le débat, d'améliorer la sincérité de l'information et d'évaluer la pertinence de la communication.

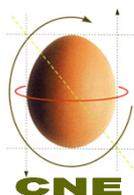
¹ Art. 47 du projet de loi Grenelle 1 (tel qu'adopté par le Sénat en 1^{ère} lecture) : « La mention des impacts environnementaux des produits et des offres de prestation de services en complément de l'affichage de leur prix sera progressivement développée, y compris au niveau communautaire, tout comme l'affichage et la mise à disposition, sur les lieux et sites de vente, de leur traçabilité et des conditions sociales de leur production. La méthodologie associée à l'évaluation de ces impacts donnera lieu à une concertation avec les professionnels concernés ».

² Art. 85 du projet de loi Grenelle 2 : « A partir du 1^{er} janvier 2011, le consommateur doit être informé, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, du contenu en équivalent carbone des produits et de leur emballage ainsi que de la consommation de ressources naturelles ou de l'impact sur les milieux naturels qui sont imputables à ces produits au cours de leur cycle de vie... ».

A la différence de la prévention des déchets d'emballages par réduction à la source, le CNE n'a pas, pour autant, vocation à élaborer des référentiels et des outils, d'autant qu'il en existe et que certains sont normés. En revanche, le CNE est légitime pour prendre position sur leur utilisation, leur exploitation, et pour mettre le sujet dans la bonne perspective en vue de ne pas induire les consommateurs en erreur.

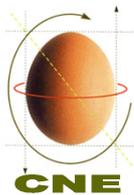
POSITION

- Toute communication destinée aux consommateurs doit reposer sur une information juste (exacte, vérifiable, objective...), compréhensible et pertinente, et ce particulièrement lorsqu'il s'agit de leur permettre d'orienter leurs choix. Si l'information environnementale n'obéit pas à ces critères, elle n'a pas lieu d'être.
- La perception et la compréhension des consommateurs doivent primer. Les informations trompeuses, parce qu'incomplètes ou erronées, doivent être proscrites.
- Le CNE a établi depuis 1997 de considérer le système d'emballage complet (primaire, secondaire et tertiaire), dès lors que l'on traite de la prévention des déchets, de la réduction à la source, ou des impacts environnementaux de l'emballage d'un produit (couple « produit – emballage »).
- Le CNE estime qu'il convient de ne pas dissocier l'affichage environnemental de l'emballage de celui du produit emballé et soutient donc les termes du projet de loi qui vise une information « portant sur les caractéristiques globales du couple produit/emballage ».
- Il recommande de s'abstenir de tout marquage des impacts environnementaux de l'emballage seul.
- Les évaluations d'impacts doivent être réalisées à l'aide d'analyses de cycle de vie (ACV) complètes, c'est-à-dire multi-étapes, de l'extraction des matières premières et de la génération des ressources à la gestion de la fin de vie et à l'élimination finale, sans omettre les phases de production et d'utilisation. Pour optimiser les coûts de mise en œuvre et de ne pas surenchérir le prix des produits, il conviendra de combiner l'utilisation de données génériques et de données spécifiques.
- Le CNE rappelle que les ACV sont multi-critères et ne se limitent pas à l'évaluation des émissions de gaz à effet de serre. L'utilisation du monocritère CO₂ est réductrice et peut occulter d'autres impacts prépondérants pour certaines activités. Le CNE recommande, pour l'emballage, de ne pas sélectionner, a priori, le ou les deux indicateurs d'impact apparemment les plus significatifs au stade de sa production, puisque c'est l'ensemble des impacts environnementaux qui doit être consolidé au niveau du produit emballé, pour en identifier les critères les plus pertinents.
- L'ACV est l'un des outils normés (ISO 14040 et 14044) à disposition des entreprises pour leur permettre d'identifier les principaux impacts environnementaux de leur activité, de mesurer les différents enjeux et de se fixer des objectifs d'amélioration des performances environnementales. Les ACV n'ont pas été conçues initialement pour des applications de communication concurrentielle. Le CNE recommande de l'utiliser d'abord comme un outil d'optimisation en interne et avec les partenaires situés en amont et en aval de la chaîne d'approvisionnement. Aucune communication extérieure ne peut être envisagée sans une revue préalable du travail par des experts extérieurs (revue critique incluant les progrès récents des ACV non encore transcrits dans la norme sous forme d'analyse de sensibilité).
- Dans la mesure où il est envisagé de généraliser la communication des impacts environnementaux à l'ensemble des produits, le CNE recommande d'évaluer auparavant les conséquences économiques liées à la collecte, au traitement et à l'actualisation des données pour les entreprises, en particulier les PME, et pour les consommateurs. La démarche environnementale ne doit pas s'affranchir des dimensions économique et sociale du développement durable.
- Les approches méthodologiques et les modes éventuels de restitution de l'information ne peuvent s'envisager que dans un cadre européen, voire international ; on veillera à ce qu'ils n'entravent pas le fonctionnement du marché intérieur de l'UE. En cas d'affichage obligatoire des impacts environnementaux des produits, le CNE recommande la mise en œuvre d'un affichage harmonisé européen.



<i>Membres du groupe de travail</i>

Corinne Picard	Casino
Thibault Pinoteaux	Casino
Chantal Sandoz	Carrefour
Jean-François Stosser	CLIFE
Delphine Caramella	CNE
Olivier Labasse	CNE
Raymond Wallaert	CNE
Carole Pascal	Eco-Emballages
Françoise Gerardi	Elipso
Benoît Lefebvre	Elipso
Bruno Siri	Danone
Emilie Gheerardyn	Décathlon
Agathe Grossmith	FCD
Evangeline Baeyens	ILEC
Charles Duclaux	L'Oréal
Olivier Draullette	ONDEF
Olivier de Lagausie	ONDEF
Gérard Benoist du Sablon	ORGECO
Marie-Caroline Arnaud	Pernod
Gilles Barreyre	Procelpac
Murielle Pierre	Unilever
Jean-Michel Pointet	Système U
Tristan Brunin	Valorplast
Daniel Lucot	Yoplait



Membres du Conseil d'administration

Georges Robin, Président
Gérard Benoist du Sablon, ORGECO, Vice-président,
Jérôme Bédier, FCD, Président du Comité stratégique
Stéphane Bernhard, CLCV
Francis Chalot, AMF
Michel Gardes, CSVMF
Eric Guillon, ECO-EMBALLAGES
Françoise Gerardi, ELIPSO
Dominique de Gramont, ILEC
Philippe Joguet, FCD
Olivier de Lagausie, ONDEF
Noël Mangin, PROCELPAC
Jean-Pierre Renaud, DANONE
Martine Varièras, ECO-EMBALLAGES
Robert Vouthier, AMF

Délégué général : Olivier Labasse

Les 8 collèges du CNE

Fabricants de matériaux d'emballages,
Fabricants d'emballages,
Industriels de produits de grande consommation,
Entreprises de la distribution,
Sociétés agréées et opérateurs du secteur de la collecte et de la valorisation,
Associations de consommateurs,
Associations de protection de l'environnement,
Collectivités locales.

Publications

- **Catalogues de la prévention des déchets d'emballages**
 - Catalogue 1998 – Conseil National de l'Emballage
 - Catalogue du millénaire –format électronique (site Internet : www.conseil-emballage.org)
- **Manuel des meilleures pratiques pour la mise en œuvre de la prévention lors de la conception & de la fabrication des emballages** (mai 2000) *
- **Guide d'application du décret n°98-638 du 20 Juillet 1998** « Emballages et déchets d'emballages » en référence aux normes CEN, en liaison CLIFE-ILEC-FCD (mai 2000) et sa réactualisation (2003) *
- **La place de l'emballage dans la vie des français en 2000.** Etude réalisée par COFREMCA/SOCIOVISION pour le CNE avec le soutien d'ECO-EMBALLAGES.
- **100 milliards d'emballages et moi et moi et moi....**Eco-Emballages-CNE (2000)
- **La prévention des déchets d'emballages ménagers par de meilleures pratiques de consommation** (août 2001) *
- **Consommons responsable pour réduire nos déchets d'emballages** (2002 ; 2004). Dépliant grand public.*
- **Mieux produire et mieux consommer : la prévention des déchets d'emballages** (juin 2004). Etude sur les facteurs explicatifs de l'évolution des tonnages d'emballages -dont la prévention par réduction à la source- sur 8 marchés de produits de grande consommation entre 1997 et 2003 (partenariat CNE, ADEME, ADELPHÉ, ECO-EMBALLAGES) *
- **« Etre ou ne pas être emballé », 32 Questions que nous nous posons sur les emballages.** Eléments de réponses factuels et chiffrés aux questions récurrentes posées par les consommateurs, leurs associations, les élus (mai 2005) *
- **Emballages & Suremballages des yaourts et des autres produits laitiers ultra-frais** Etat des lieux des réalisations, mesure des enjeux, évaluation des efforts de réduction à la source, identification de nouvelles pistes d'amélioration, participation à la formation des acteurs (mai 2007)
- **Ecorecharge, vide technique, suremballage des produits d'entretien de la maison et d'hygiène de la personne** Analyse des systèmes d'emballages complets et identification des meilleures pratiques, des pistes d'amélioration et des obstacles à leur mise en œuvre (mai 2007) *
- **Prévention et valorisation des déchets d'emballages : mieux concevoir et mieux consommer** (ADEME, CNE, ECO-EMBALLAGES). Identification des facteurs explicatifs de l'évolution des tonnages d'emballages ménagers en France entre 1997 et 2006 et mesure des impacts environnementaux associés (juin 2007) *
- **Matériaux plastiques issus de ressources renouvelables & emballages « biodégradables »** Note de position (juin 2008) *

* téléchargeable sur le site www.conseil-emballage.org

Déclaration commune industrie – commerce sur l'information environnementale

Exposé des motifs

L'article 228 de la loi Grenelle portant engagement national pour l'environnement dispose : « À partir du 1^{er} juillet 2011, et après concertation avec l'ensemble des acteurs des filières concernées, une expérimentation est menée, pour une durée minimale d'une année, afin d'informer progressivement le consommateur par tout procédé approprié du contenu en équivalent carbone des produits et de leur emballage, ainsi que de la consommation de ressources naturelles ou de l'impact sur les milieux naturels qui sont imputables à ces produits au cours de leur cycle de vie.

« Cette expérimentation fait l'objet d'un bilan transmis au Parlement évaluant l'opportunité d'une généralisation de ce dispositif. »

Les entreprises signataires de la présente déclaration ont participé activement à l'expérimentation lancée par les pouvoirs publics, nombre d'entre elles ayant déjà une antériorité en la matière. Elles opèrent toutes dans le secteur de la grande consommation, dont les produits sont commercialisés par les enseignes de la distribution généraliste et spécialisée, dans les magasins et sur les sites marchands du commerce en ligne. C'est au sens de cette définition qu'il faut comprendre les termes « produits » et « emballages ».

La pratique des entreprises les a conduit à dégager un consensus sur un certain nombre de principes affirmés dans leur déclaration commune, laquelle n'a d'autre but que d'assurer la transparence, la rigueur scientifique et la clarté dans l'expression de l'information apportée.

Industriels et distributeurs ont la conviction que, dans un domaine aussi complexe, il faut laisser le champ ouvert à l'expérience et à l'exemplarité qui ne manquera pas d'en découler, dans un univers très concurrentiel. C'est pourquoi il convient de confirmer le choix d'une méthode combinant initiatives des entreprises et encadrement par l'édiction de règles du jeu, dans un processus de coproduction de la règle. Au demeurant, dans le cadre du marché unique, toute initiative unilatérale d'un Etat de l'Union européenne serait susceptible d'être interprétée comme une entrave à la libre circulation des biens.

Ce processus de coproduction devrait confirmer un certain nombre de choix qui font déjà l'unanimité. Le premier concerne la liberté du support de l'information, à commencer par l'option entre le réel et le virtuel. Il paraît irréaliste économiquement, et disproportionné juridiquement, d'obliger les magasins à surcharger leurs linéaires déjà encombrés, ou les fabricants à alourdir l'information figurant déjà sur leurs emballages, par ailleurs objets

d'opérations de réduction à la source. Inversement, il ne faut pas priver les metteurs en marché du droit d'utiliser ces supports s'ils y ont convenance, en fonction de leurs contraintes financières et logistiques. De la même manière, l'option du virtuel doit rester ouverte : elle est seule à correspondre aux exigences des entreprises qui diffusent leurs produits sur plusieurs marchés nationaux, en particulier dans le périmètre du marché unique.

La grande diversité des produits propre à l'univers de la consommation courante, oblige à prévoir une information multicritère adaptée à chaque catégorie, voire à chaque référence. Ainsi, les fabricants de shampoings peuvent communiquer sur l'eau et sur l'effet de serre, quand les producteurs de sel y ajouteront la biodiversité et les ressources naturelles.

Tout en laissant libre le choix du support, la coproduction de la règle devrait encadrer l'expression de l'information. Les termes utilisés devraient proscrire tout langage scientifique, par nature difficilement compréhensible, et faire l'objet d'une harmonisation sémantique, le même concept étant traduit par une seule terminologie appartenant au vocabulaire courant. C'est donc à la préparation d'un glossaire unique qu'il faudrait œuvrer. Il en irait de même pour l'expression graphique. La déclaration présente fait état d'un certain nombre d'exemples qui n'ont aucun caractère définitif, mais qui prétendent illustrer ce à quoi il conviendrait d'aboutir.

En d'autres domaines, de nature technique, les administrations devront apporter un indispensable concours, car les entreprises ne peuvent par elles-mêmes, dans un délai court, normaliser des méthodes scientifiques de calcul. Par ailleurs, les entreprises ont besoin de bases de données ouvertes, telles que celles disponibles à l'Ademe, quitte à les compléter par des données propriétaires lorsqu'elles en disposent, à charge pour elles de répondre de leur objectivité en cas de contrôles, qui ne pourront être confiés qu'à la puissance publique.

Tel est l'esprit dans lequel les parties signataires ont rédigé la présente déclaration.

Déclaration commune

Les industriels et distributeurs signataires de cette déclaration souhaitent pouvoir collaborer avec les pouvoirs publics lors de l'élaboration du bilan de « l'expérimentation nationale sur l'affichage environnemental ». Leurs recommandations ci-après résultent d'un travail commun d'analyse des retours d'expérience sur l'expérimentation nationale, à laquelle ils ont largement contribué.

Conscients de l'importance de l'information environnementale pour les consommateurs, les distributeurs et les industriels se sont mobilisés en réalisant :

- Un projet pilote mené par la FCD et l'ANIA, en partenariat avec l'ADEME, afin de déterminer les conditions de faisabilité de l'évaluation environnementale multicritère à travers une méthodologie commune et définir la manière dont l'information environnementale pourra répondre aux attentes du consommateur.
- Un système d'information commun, tourné vers la pédagogie et l'accompagnement du consommateur, porté par l'Ilec, la Febea, l'Afise et l'ANIA dans le cadre de l'expérimentation prévue par l'article 228 de la loi Grenelle II.
- Des initiatives individuelles et collectives menées par des entreprises du secteur.

Aujourd'hui, ils sont volontaires et mobilisés pour participer au bilan complet de l'expérimentation, afin d'appréhender au mieux les paramètres scientifiques, techniques, organisationnels et économiques découlant de l'information environnementale.

Les organismes signataires, les distributeurs et les industriels ont élaboré les recommandations suivantes :

- Afin d'éviter tout cloisonnement du marché unique européen, le cadre de l'expérimentation devrait être maintenu sur un principe de volontariat. Cette phase volontaire devrait durer aussi longtemps qu'une base juridique européenne fixant les modalités relatives aux méthodologies de l'empreinte environnementale multicritère des produits n'est pas établie à l'échelle du marché unique.

- De plus, afin de garantir un environnement dans lequel les entreprises pourront avoir les mêmes capacités à être compétitives, toute démarche volontaire d'information environnementale doit être établie dans le respect de règles communes et bénéficier des conditions d'application suivantes :
 - o Les modalités de calcul des indicateurs pour une catégorie de produit doivent s'appuyer sur les référentiels méthodologiques définis par la plateforme ADEME-AFNOR, dès que ceux-ci auront été complétés pour la catégorie de produits concernée. Nous entendons par modalités de calcul, toute méthode utilisée pour arriver à une valeur chiffrée des indicateurs sélectionnés et s'appuyant sur le référentiel de bonnes pratiques BP X30-323.
 - o Un outil unique de calcul devrait être installé, en vue de garantir au consommateur une information fiable et des résultats homogènes et objectifs. Il permettrait de suivre à la lettre ces référentiels et reposerait sur la base de données en cours de développement à l'ADEME. Pour permettre à l'ensemble des entreprises d'effectuer ces calculs de manière cohérente et, ainsi, ne pas pénaliser les plus petites d'entre elles, cet outil doit être accessible à tous et gratuit, comme nous souhaitons que le soit la base de données ADEME.
- Enfin, l'objectif de l'article 54 de la loi Grenelle I étant de fournir une information « sincère, objective et complète » aux consommateurs, un système de communication harmonisé d'un point de vue sémantique et visuel doit être établi, sans pour autant imposer de canal de communication vers les consommateurs (choix libre du mode de diffusion : internet, étiquette, rayon, ...).

Les organismes signataires, forts de leur expérience, entendent être associés à l'élaboration du bilan et à la préparation du dispositif prévu, le cas échéant, par la loi.