

INSTITUT DE L'ÉNERGIE ET DE L'ENVIRONNEMENT DE LA FRANCOPHONIE

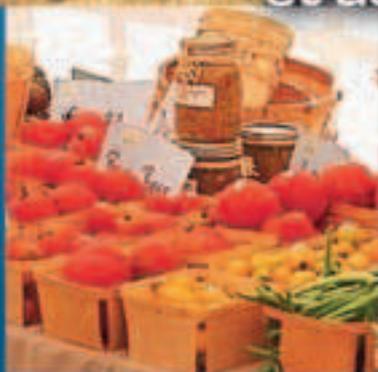
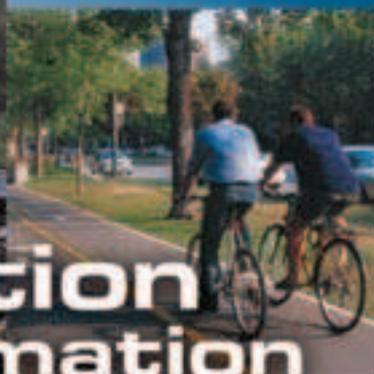
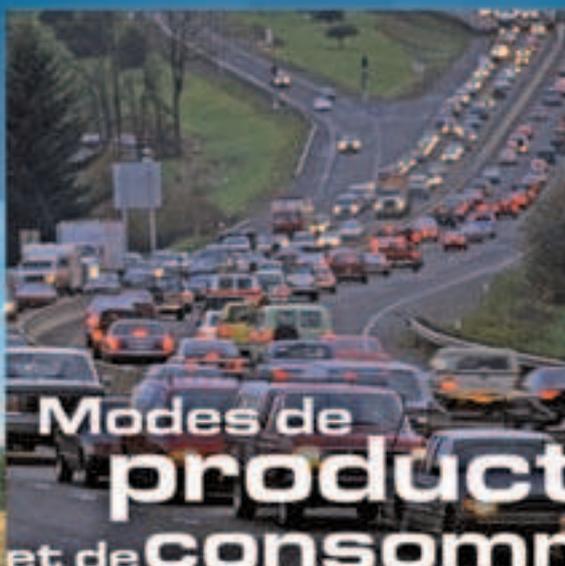
LIARISON

Énergie Francophonie

NUMÉROS 69 – 4^e TRIMESTRE 2005



ORGANISATION
INTERNATIONALE DE
LA FRANCOPHONIE



agence intergouvernementale
de la francophonie



IEPF



Numéro 69
4^e trimestre 2005

La revue *Liaison Énergie-Francophonie* est publiée trimestriellement par l'Institut de l'énergie et de l'environnement de la Francophonie (IEPF).
L'IEPF est un organe subsidiaire de l'Agence intergouvernementale de la Francophonie, opérateur principal de l'Organisation internationale de la Francophonie.

56, rue Saint-Pierre, 3^e étage
Québec G1K 4A1 Canada
Téléphone: 1 (418) 692-5727
Télécopie: 1 (418) 692-5644
Courriel: iepf@iepf.org
Site Internet: www.iepf.org

Directeur de la publication:
El Habib Benessahraoui

Comité éditorial:
Faouzia Abdoulhalik
Boufeldja Benabdallah
El Habib Benessahraoui
Sibi Bonfils
Sory I. Diabaté
Chantal Guertin
Louis-Noël Jail
Denis L'Anglais
Jean-Pierre Ndoutoum

Édition et réalisation graphique:
Communications Science-Impact

Photos de la couverture:
Suremballage (laitue): Alain Dex/Publiphoto
Produits en vrac: Alain Dex/Publiphoto
Bicyclettes: Ève-Lucie Bourque

ISSN 0840-7827

Tirage:
3200 exemplaires

Dépôt légal:
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada

Les textes et les opinions n'engagent que leurs auteurs. Les appellations, les limites, figurant sur les cartes de LEF n'impliquent de la part de l'Institut de l'énergie et de l'environnement de la Francophonie aucun jugement quant au statut juridique ou autre d'un territoire quelconque, ni la reconnaissance ou l'acceptation d'une limite particulière.

Prix de l'abonnement annuel (4 numéros):
40\$ CAD; 28\$ USD; 30€; 16000 CFA;
380 000 Dong vietnamiens
Poste-publications – Convention N° 400347191
Imprimé au Canada

SOMMAIRE

Mot du Directeur exécutif.....	3
El Habib BENESSAHRAOUI, Directeur exécutif de l'IEPF	
Éditorial.....	4
Claude FUSSLER, Conseiller spécial du Pacte Mondial des Nations Unies et Animateur du programme de l'Union Européenne Clean, Clever and Competitive pour l'innovation et l'éco-efficacité,	
Vers des modes de production et de consommation durables	
Avis d'un collectif d'experts internationaux.....	7
Christian BRODHAG, Geneviève VERBRUGGE, Irène CABY, Sophie TALIÈRE, Patricia RAVET, Abdeslam DAHMAN SAÏDI, Claire SABOURIN, Alexandre EPALLE, Claude AUROI, Monique BARBUT, Fanny DEMASSIEUX, Guido SONNEMANN, Raymond VAN ERMEN, Claude FUSSLER, El Habib BENESSAHRAOUI, Sibi BONFILS, Boufeldja BENABDALLAH	
Les enjeux de production et de consommation durables. Perspectives politiques.....	16
Claude FUSSLER, Monique BARBUT, Directrice, Division Technologie, Industrie et Économie DTIE, PNUE, Christian BRODHAG, Délégué interministériel au Développement durable, Ministère de l'Écologie et du Développement durable, France, Abdeslam Dahman SAÏDI, Institut agronomique vétérinaire Hassan II, Maroc; Farid YAKER, Coordinateur Enda Europe	
L'analyse du cycle de vie des produits et services: un outil d'aide à la décision pour les décideurs publics et privés en matière de développement durable	24
Sophie LAVALLÉE, Professeur en droit de l'environnement, Université Laval, Québec, Canada, Daniel NORMANDIN, Responsable du partenariat, du financement et des communications, CIRAIQ, Montréal, Canada, Guido SONNEMANN, Programme Officer, PNUE, Paris, France	
Démarches d'éco-conception en vue de la réduction des impacts environnementaux des produits	29
Daniel FROELICH, Responsable de recherche Éco-conception et recyclage, ENSAM, Chambéry, France	
Les instruments économiques et fiscaux.....	33
Jean-Philippe BARDE, Chef de la Division des politiques nationales OCDE, Direction de l'Environnement	
Le développement durable est-il certifiable? Normes, labels, standards, référentiels: échos du terrain.....	38
Marie D'HUART et Serge DE BACKER, Associés CAP Conseil, Sustainable Management, Belgique	
Vers une norme ISO 26000 «Responsabilité sociétale».....	44
Boufeldja BENABDALLAH, Responsable de programme Prospective, IEPF, Québec, Canada	
Le consommateur éduqué par l'entreprise responsable?	45
Rémi DEVEAUX, Consultant, Utopies, Cabinet de conseil en développement durable, Paris, France	
Comment sensibiliser les jeunes (15-25 ans) au développement durable?.....	50
Monica FOSSATI, <i>Ekwo</i> , Paris, France	
Sensibiliser le citoyen-consommateur: l'exemple de la campagne «famille Durable»	54
Alain CHAUVEAU, Journaliste, auteur, conférencier, formateur et consultant, France	
Les achats publics responsables: de la politique dans le caddie des politiques?.....	59
Philippe SCHIESSER, Fondateur d'écoeff, Paris, France	

Mot du Directeur

Le rapport sur l'évaluation des écosystèmes pour le millénaire établi, pour l'ONU, sous l'autorité de plus de 1 300 scientifiques des quatre coins du monde et publié en mars 2005, dresse un bilan des plus pessimistes de l'impact des activités humaines actuelles sur l'environnement mondial.

Sans tomber dans un catastrophisme qui ne peut être que démobilisateur, il est quand même patent de constater que les signaux relatifs à la capacité de régénération de notre planète sont au rouge.

Le découplage entre la croissance économique et l'utilisation des ressources est plus que jamais nécessaire. Mais le terme d'une telle équation ne se pose pas de la même manière partout, car parallèlement à une surconsommation avérée d'une partie des populations des pays les plus riches, une grande partie de l'Humanité n'a pas encore accès, ou pas suffisamment, aux produits et services correspondant à ses besoins essentiels.

Les enjeux de cette équation, qui sont aussi ceux du développement durable, sont démesurés.

Cependant, il faut relever une prise de conscience, grandissante et parfois agissante, de la nécessité d'une lutte acharnée contre la pauvreté et un développement accéléré pour les plus démunis, en concomitance avec celle de devoir produire et consommer autrement et plus sobrement pour les plus privilégiés.

Les savoirs, les connaissances techniques et les outils pour éclairer et accompagner une telle inflexion sont disponibles et, même, appliqués, ça et là. Des initiatives prometteuses sont déployées sous la houlette d'instances gouvernementales, du monde de l'entreprise ou de celui de la société civile et dans différentes régions du monde.

Le processus de Marrakech conduit par le PNUE, dans le suivi des décisions du Sommet Mondial pour le développement durable, connaît une dynamique porteuse et a marqué des étapes intéressantes de collaboration multilatérale.

Mais ces acquis demeurent, relativement, bien limités par rapport à la trajectoire tendancielle.

Il est temps, comme le stipule l'Avis des experts réunis par l'IEPF, de passer à l'action.

Il faut partout renforcer la prise de conscience, la rendre «active» par l'affirmation de la volonté politique et la légitimation de l'action citoyenne responsable au service de modes de vie durables.

L'une et l'autre devront être traduites par les dispositions législatives et réglementaires, économiques et fiscales nécessaires.

Cela suppose que la problématique des modes de production et de consommation, au-delà des discours, soit bien prise en compte dans les politiques nationales de lutte contre la pauvreté chez les uns et dans les stratégies nationales de développement durable chez tout le monde.

L'analyse de tels enjeux et de telles perspectives politiques est au centre des contributions réunies dans ce numéro sous la direction de M. Fussler, notre rédacteur en chef invité, et ce, en suivi des travaux du groupe d'experts.

Le fait que ce numéro soit édité immédiatement après celui consacré à la culture et au développement durable n'est pas anodin. Car les approches culturelles pour produire et pour consommer, tout en valorisant la diversité culturelle, permettent, justement, d'infléchir des modes consuméristes fondés sur des besoins créés et sur des approches souvent prédatrices. Elles conduisent, au contraire, à réconcilier l'Homme avec son terroir dans une relation qui permet sinon d'observer les équilibres nécessaires, du moins de «respecter» la capacité de régénération des ressources et l'esprit de solidarité sociale.

La Francophonie, pour qui la promotion de la diversité culturelle et la solidarité sont des valeurs fondamentales, est particulièrement interpellée dans ce cadre. ✨



El Habib BENESSAHRAOUI

Directeur exécutif, Institut de l'énergie et de l'environnement de la Francophonie.

Éditorial



Claude FUSSLER

Claude FUSSLER est un spécialiste de l'entreprise et du développement durable. Il est conseiller spécial du Pacte Mondial des Nations Unies et animateur du programme de l'Union Européenne Clean, Clever and Competitive pour l'innovation et l'éco-efficacité. Il enseigne une maîtrise sur la responsabilité sociale de l'entreprise à l'Institut de Formation Permanente de l'Université de Barcelone et préside le Panel Développement Durable du groupe EDF.



claud@fussler.org

servantes; l'objectif à son plus grand angle embrasse une Mercedes et trois voitures compactes japonaises, un sofa long de 15 mètres, des tapis, de l'électroménager, deux télévisions, du mobilier de bureau, plusieurs chambres à coucher, et une profusion d'autres accessoires qui disparaissent pratiquement dans ce panorama des biens du ménage.

En 1994, durant l'année mondiale de la famille, le photographe californien Peter Menzel publiait avec l'aide du Fonds des Nations Unies pour la Population un étonnant recueil de photographies de familles de 30 pays différents¹. Chaque famille représentant

assez bien la classe moyenne de son pays avait accepté de sortir l'ensemble de ses biens matériels devant son domicile et de poser ainsi pour le photographe avec tous ceux qui vivaient sous le même toit. Mieux que de longues statistiques ces portraits nous font saisir, au moins visuellement, les énormes enjeux de consommation durable. D'un côté, le fermier malien, ses deux épouses et leurs huit enfants; leurs biens sur le toit de la petite hutte en pisée: une bicyclette, un lit et sa moustiquaire, trois chaises, des cuvettes, des pilons, des jarres, une radio et, c'est pratiquement tout. De l'autre, l'enseignant koweïtien, son épouse, leurs quatre enfants et deux

Ce raccourci photographique n'oppose même pas ceux fabuleusement riches aux plus cruellement démunis de la planète. Mais ces portraits de familles moyennes à travers le monde révèlent pourtant le poids de ce qu'une majorité accepte comme le modèle le plus évolué de niveau de vie et de consommation que nous offrent aujourd'hui nos technologies de production. Nous le retrouvons du Koweït au Japon, en passant par l'Europe et l'Amérique. Il satisfait un milliard d'humains et fait rêver presque tous les autres. Les portraits des familles du Mali, de l'Inde, de la Chine, du Brésil, de l'Afrique du Sud, de l'Albanie et de bien d'autres pays encore nous suggèrent, en creux, cette aspiration d'au moins 4 milliards d'humains à un confort matériel plus opulent avec les symboles de statut social que sont beaucoup de nos biens de consommation. Quant au milliard qui survit péniblement aux marges de la consommation minimale, il ne peut même pas figurer dans ces images du poids et de la disparité de notre monde matériel.

C'est l'appétit de ce monde matériel qui fait tourner notre machine économique. Mais il appauvrit et fragilise de plus en plus l'environnement qui supporte notre économie. Pourtant, voilà bientôt 20 ans que la Commission Mondiale pour l'Environnement et le Développement, la commission «Brundtland», a forgé la notion de développement durable comme compromis politique entre ceux qui sont inquiets des impacts des technologies et des pratiques à la base du niveau de vie des pays riches et ceux qui sont soucieux de permettre aux pays pauvres d'accéder rapidement à un niveau de vie similaire. Ce développement durable exige donc une transition vers des modes de consommation et de production compatibles avec les capacités et les limites de notre environnement naturel. Maintes réunions internationales depuis 1987 ont reconnu et développé cette exigence reprise aujourd'hui dans le programme décennal du «processus de Marrakech».

1. Peter Menzel, *Material World, a global family portrait*; Sierra Club Books, 1995; ISBN: 0871564300.

L'ambition des pages qui suivent est de faire, pour les acteurs de la Francophonie, le point des enjeux et des modes d'actions les plus prometteurs. Pour cela, nous nous basons sur les conclusions d'un collectif d'experts internationaux réunis par l'Institut de l'énergie et de l'environnement de la Francophonie. Ce groupe s'est appliqué à réfléchir aux recommandations les plus pratiques pour faire avancer le processus. Les recommandations essentielles contenues dans l'Avis de ces experts sont approfondies ici par une série d'articles écrits par les meilleurs spécialistes francophones du domaine concerné.

Nous avons fait le tour de la question !

Les enjeux de production et de consommation durables sont démesurés. Mais il semble aussi qu'en presque 20 ans de débats autour du développement durable nous avons collectivement fait le tour de la question. De réflexions en réunions il s'est produit une lente convergence vers l'importance de l'éco-efficacité, qui découple la croissance économique de son impact sur l'environnement, et vers la portée des instruments économiques qui réajustent en sa faveur le cadre du marché. Il s'est formé une reconnaissance du pouvoir des partenariats publics-privés bien focalisés sur des projets enracinés localement. L'acceptation de l'obligation de développement accéléré des plus démunis s'est fortifiée et aussi, avec plus de réticences encore, celle du devoir de consommer autrement pour ceux qui ont les moyens de gérer leur comportement sans compromettre leur qualité de vie. Tout cela s'est accompagné du développement d'une panoplie d'outils de gestion et d'indicateurs d'état et de progrès : les analyses d'impact et de cycle de vie, l'éco-design, les normes, les écolabels et les certifications.

La notion de développement durable a ainsi considérablement mûri. Elle est aujourd'hui adossée à un cadre d'objectifs comme ceux de Kyoto, des Objectifs de Développement du Millénaire, du

Plan de Johannesburg et du Processus de Marrakech. Sans résoudre les incertitudes et les désaccords politiques, le développement durable, ses indicateurs de progrès et certains points de contrôle (2012, 2015) sont maintenant mieux définis et mieux équilibrés entre les composantes sociales, économiques et environnementales. Mais il s'agit bien de concevoir un modèle de croissance de la qualité de vie pour tous, de l'inclusion par l'emploi et l'activité de plus d'un milliard de pauvres tout en préservant le climat, la biodiversité et la santé de tous. Un projet global qui dépasse aujourd'hui en complexité tous ceux que nos civilisations ont déjà réussis.

Toujours trop peu et trop tard

Il y a une conviction implicite dans les pages qui suivent : *on pourrait réussir*. Mais de 2000 à 2005, il est difficile de prétendre que notre trajectoire de progrès est réellement alignée avec les engagements déclarés pour 2015. Alors que l'on pourrait réussir, gouvernements, entreprises et consommateurs ont systématiquement fait trop peu et trop tard. Faire trop peu, trop tard est l'écueil banal, malheureusement omniprésent, de toute dynamique de progrès. Il est difficile de le contrer par une démarche purement volontaire. Or l'initiative volontaire est jusqu'à présent le mode d'engagement préféré de toutes les politiques de développement durable. La base logique de cette approche est que les défis du développement durable sont trop complexes pour imposer, *a priori*, des solutions évidentes, qu'il faut laisser le temps à l'exploration, à l'innovation et au consensus pour départager les meilleures approches avant de les intégrer éventuellement dans un cadre plus prescriptif.

La préférence pour l'initiative volontaire est donc une préférence d'efficacité. Elle repose sur l'hypothèse que les valeurs morales et la capacité innovatrice des entrepreneurs et des autres acteurs concernés, exaltés par une saine concurrence et la transparence de leurs agissements dans un marché sans entraves, nous conduiront plus rapidement

De réflexions en réunions il s'est produit une lente convergence vers l'importance de l'éco-efficacité, qui découple la croissance économique de son impact sur l'environnement, et vers la portée des instruments économiques qui réajustent en sa faveur le cadre du marché.

et plus économiquement vers le développement durable qu'un processus de négociations politiques et réglementaires.

Mais le monde est moins parfait. Une démarche efficace reste sans effet, faute de volontaires. Le marché libre et transparent est une fiction. Et même si l'on commence à comprendre la valeur économique de nombreuses fonctions écologiques comme le cycle de l'eau, la stabilité du climat ou la biodiversité, l'élaboration d'une échelle de valeurs aboutit vite à un combat de pouvoir entre ceux qui profitent des conventions économiques de ressources inépuisables et ceux qui voudraient introduire le prix de la pénurie, de l'injustice et de la précaution. Et les premiers, en partie par l'avantage des externalités admises par leurs conventions économiques et comptables, ont pu accumuler le pouvoir de maintenir ces mêmes conventions.

Une démarche ouverte et apprenante

La transition vers des modes de consommations durables, à la portée de tous, demandera non seulement une mise en œuvre massive et rapide de solutions déjà connues mais aussi l'adaptation des codes et institutions du marché. On ébranlera donc l'orthodoxie néolibérale dont sont imprégnés les dirigeants des entreprises et des gouvernements les plus puissants de la planète. C'est là le nœud du problème. Car il s'agit bien de dépasser le credo de l'initiative volontaire qui s'enlise faute d'assez de volontaires. Mais il faut alors gagner une majorité du corps social aux objectifs de consommation durable. Il faut l'appui d'une gouvernance capable de demander des comptes et il faut aider les mutations nécessaires tout en continuant de stimuler les valeurs de l'initiative volontaire que sont l'innovation, l'esprit d'entreprise et la compétitivité. Ce modèle post-néolibéral ne peut se faire dans la nuit, à moins d'une crise majeure. Mais il pourrait se construire dès maintenant par une démarche ouverte et apprenante.

C'est du moins l'une des propositions de l'Avis du collectif d'experts : « En effet il existe aujourd'hui pour chaque activité de la vie courante et pour chaque acte de consommation un éventail de solutions souvent évidentes et un moyen d'estimer leur impact en cycle de vie ou leur

empreinte écologique. La question est de trouver les bonnes raisons pour choisir une solution au détriment de l'autre, donc de faire glisser le marché dans la bonne direction... Cette analyse pourrait se répéter pour tout le catalogue d'activités de la vie courante – le tourisme, le chauffage, l'éclairage, la mobilité, etc. – avec leur éventail de produits spécifiques dans lequel se trouvent nécessairement le meilleur et le pire du point de vue durabilité. À chaque fois un dialogue entre fournisseurs, consommateurs, spécialistes d'études d'impact et pouvoirs publics pourrait établir des scénarios plausibles pour tirer le marché vers le meilleur et éliminer l'impact du pire. De tels scénarios de consommation durable pourraient évoluer vers des pactes de progrès et des partenariats entre les divers acteurs. »

Mais comme le souligne l'Avis, cette démarche n'est pas spontanée. Elle ne s'enclenchera qu'avec l'initiative et la persévérance de suffisamment de pouvoirs publics et des collectivités territoriales.

L'apport de la Francophonie

Confrontés au même enjeu universel, nombre d'acteurs de la Francophonie ont eu le mérite d'éclairer la composante culturelle qui forme à la fois notre compréhension de l'enjeu et de ses solutions. (voir LEF 68). Avec persévérance, ils ont enrichi le pouvoir d'un modèle qui propose l'intégration du social, de l'économique et de l'environnement dans un langage pratiquement universel, mais qui bégaye lorsqu'il s'agit nécessairement de passer de la théorie générale à l'action locale. Cette traduction, notre français l'offre dans la simplicité naturelle du concept de terroir. Le terroir est en effet cette entité géographique et culturelle où les relations entre les comportements de production et de consommation et les écosystèmes sont palpables mais aussi compréhensibles dans toute leur pluralité. Il faut donc bâtir sur l'efficacité des solutions de proximité qui misent sur l'identité des consommateurs et le savoir des artisans, des forestiers et des paysans. Mais il faut aussi la générosité qui refuse le protectionnisme. Il faut la curiosité ou la modestie qui permettent de renoncer à celles de nos traditions qui n'ont rien de durable. Le levier des terroirs certes, mais aussi des cultures qui communiquent, apprennent et construisent ensemble un destin durable pour tous. ✨

Vers des modes de production et de consommation durables

Avis d'un collectif d'experts internationaux réunis par l'Institut de l'Énergie et de l'Environnement de la Francophonie

Le Sommet Mondial pour le Développement Durable, tenu à Johannesburg en 2002, a fortement réaffirmé l'importance de la transition vers des modes de consommation et de production compatibles avec les capacités et les limites de notre environnement naturel :

Des changements fondamentaux dans la façon dont les sociétés produisent et consomment sont indispensables pour réaliser un développement durable à l'échelle mondiale. Tous les pays devraient s'efforcer de promouvoir des modes de consommation et de production durables, les pays développés montrant la voie et tous les pays en bénéficiant, compte tenu des principes de Rio, y compris le principe, parmi d'autres, de responsabilités communes mais différenciées, énoncé au principe 7 de la Déclaration de Rio sur l'environnement et le développement. Les gouvernements, les organisations internationales compétentes, le secteur privé et tous les grands groupes ont un rôle essentiel à jouer dans l'action visant à modifier les modes de consommation et de production non durables.

Lors de ce même Sommet l'ensemble des pays participants ont demandé l'élaboration d'un cadre décennal de programmes pour appuyer des initiatives régionales et nationales pour un développement économique et social cohérent avec la capacité de charge des écosystèmes. Dès juin 2003, des experts internationaux réunis à Marrakech ont défini les priorités au niveau global et ont ainsi lancé le « processus de Marrakech ».

Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), en collaboration avec le Département des Affaires Économiques et Sociales des Nations Unies (DAESNU), a organisé des consultations régionales rassemblant les gouvernements, des partenaires du secteur privé, des représentants des associations de consommateurs et des syndicats, des organisations non gouvernementales et des organisations intergouvernementales en Amérique latine, dans les Caraïbes, dans la région Asie-Pacifique, en Afrique et en Europe, afin de mettre en place des stratégies régionales de promotion de la consommation et de la production durables. Un site Internet du processus de Marrakech¹ contient les informations et les documents clés sur les développements régionaux et internationaux.

C'est dans ce cadre que l'Institut de l'Énergie et de l'Environnement de la Francophonie a convié un groupe d'experts internationaux (voir encadré en page 8) pour réfléchir sur les spécificités de l'espace francophone dans la transition vers des modes de consommation et de production plus durables. Ces experts se sont surtout attachés à formuler des recommandations pratiques pour les collectivités locales, les entreprises et en général pour les décideurs de tous les secteurs sociaux.

1. <http://www.un.org/esa/sustdev/sdissues/consumption/Marrakech/conprod10Y.htm>

Les constats

On retrouve dans l'espace francophone une caractéristique globale fondamentale de ce débat de consommation et de production durables : *l'extrême disparité de revenus et d'accès aux biens essentiels entre les populations les plus pauvres et les plus riches*. De plus, le manque d'infrastructures dans les pays en voie de développement amplifie souvent des comportements de survie ravageurs pour l'environnement local et la santé (déforestation, décimation de la faune, épuisement des sources d'eau et des terres, accumulation des déchets), alors que l'abondance d'infrastructures dans les pays développés favorise le gaspillage, la

surconsommation et l'intensité des transports de personnes et de marchandises.

Il ne peut donc être question de traiter les enjeux de consommation et de production durables de la même façon. La communauté internationale s'est fixé par les Objectifs de Développement du Millénaire une amélioration, avant 2015, des conditions d'au moins la moitié de la population mondiale qui souffre aujourd'hui d'extrême pauvreté. *L'essence même de la notion de développement durable est de défaire la pauvreté d'une manière qui ne compromette pas la qualité de vie des générations actuelles et futures*. Cette victoire ne pourra s'obtenir en transférant les modes de vie, les technologies et les

Le groupe d'experts « Modes de production et de consommation durables » réunis par l'IEPF à Paris les 14 et 15 décembre 2004

France

Ministère de l'Écologie et du Développement Durable

Monsieur Christian BRODHAG
Délégué Interministériel au Développement Durable

Madame Geneviève VERBRUGGE
Chargée de mission, services des Affaires internationales
Madame Irène CABY
Chargée de mission Entreprises et Développement Durable

Madame Sophie TALIÈRE
Chargée de mission Relations Internationales Service du Développement Durable CIFAL

Madame Patricia RAVET
Recherche DD orientée produits
Cartes Vertes INTL

Maroc

Monsieur Abdeslam DAHMAN SAÏDI
Professeur, Institut agronomique vétérinaire Hassan II, Rabat

Québec

Madame Claire SABOURIN
Coordonnatrice des Activités de formation internationale École des Sciences de gestion, Université du Québec à Montréal

Suisse

Monsieur Alexandre EPALLE
Responsable du service cantonal du développement durable
Département de l'intérieur, de l'agriculture et de l'environnement – DIAE, Canton de Genève

Monsieur Claude AUROI
Professeur, Institut universitaire d'études du développement – IUED, Genève

PNUE-DTIE

Programme des Nations Unies pour l'Environnement

Madame Monique BARBUT
Directrice, Division Technologie, Industrie et Économie – DTIE

Madame Fanny DEMASSIEUX
Administratrice de programme, Division Technologie, Industrie et Économie – DTIE

Monsieur Guido SONNEMANN
Branche Production et Consommation, Division Technologie, Industrie et Économie – DTIE

Union Européenne

Monsieur Raymond VAN ERMEN
Directeur Exécutif Partenaires Européens pour l'Environnement – EPE, Bruxelles

Pacte Mondial des Nations Unies

Monsieur Claude FUSSLER
Conseiller

AIF – IEPF

Institut de l'énergie et de l'environnement de la Francophonie

Monsieur El Habib BENESSAHRAOUI
Directeur Exécutif

Monsieur Sibi BONFILS
Directeur adjoint

Monsieur Boufeldja BENABDALLAH
Responsable du programme Prospective et mobilisation de l'expertise pour le développement durable

comportements et même les conventions économiques des pays riches. Elle s'obtiendrait, idéalement, en inventant des scénarios de développement qui éviteront cet usage intensif des ressources naturelles qui est la norme même du modèle économique de l'affluence.

Ces enjeux de consommation et de production durables se jouent simultanément sur les terrains de l'environnement, des comportements de société et de l'éthique. Certes c'est en abusant des ressources et des mécanismes de notre planète que nous déclenchons des risques pour nos paysages, notre santé même et celle de nombreuses espèces vivantes. Le contexte écologique est donc primordial car c'est la base de notre alimentation et de notre économie. Mais les choix que nous faisons pour ignorer ou transgresser les limites, accaparer une part de nature et déplacer les risques sur autrui sont des comportements de sociétés et ce sont des choix politiques et moraux. Réciproquement, la transition vers une consommation et une production durables demande des choix éthiques et des actions collectives, non seulement au niveau intergouvernemental comme dans le processus de Marrakech, mais aussi au niveau personnel par une prise de conscience de notre rôle pour déstabiliser ou établir le monde que nous pensons désirer pour nous-mêmes, nos prochains et nos enfants.

Incontestablement, une économie qui assurerait une qualité de vie pour tous, maintenant et pour les générations à venir, dans les limites de la capacité de charge de nos écosystèmes, est un objectif hautement désirable ainsi qu'une juste paraphrase de nombreuses définitions du développement durable. Mais de fait, notre économie n'assure cette qualité de vie qu'au sixième le plus riche de la population tout en dépassant déjà, selon les études annuelles du WWF², de 20% la capacité de la biosphère à se régénérer. Nous dégradons donc nos forêts, nos stocks de poissons, nos réserves d'eau sans même pourvoir aux besoins de tous et sans pouvoir faire ainsi face à la croissance de population des prochaines décennies. *Cette économie durable appelle donc une stratégie de découplage entre la croissance économique, entre la qualité de vie et leurs impacts négatifs sur l'environnement.* Tandis

que les indicateurs de développement et de qualité de vie augmentent, ceux qui mesurent la détérioration de l'environnement devraient diminuer pour revenir à ce que le WWF et nombre de scientifiques estiment être la capacité de régénération de notre Terre. Il faudrait donc obtenir un découplage absolu. Le découplage de l'activité productive de son impact sur l'environnement est mesurable. Il est reflété dans les évaluations globales réunies régulièrement par l'Agence Européenne pour l'Environnement³ et par le PNUE⁴. Par exemple, en Union Européenne, de 1995 à 2001, la consommation d'eau a diminué, celle des matières premières est restée stable, soit un découplage absolu. La consommation totale d'énergie et le volume des déchets d'emballage n'ont augmenté que de 7% alors que le Produit National Brut augmentait de 16%, soit un découplage relatif. Ce découplage se retrouve encore pour les déchets industriels toxiques, la pollution de l'eau et de l'air des villes, le dioxyde de soufre et le plomb. Il semble d'ailleurs d'autant plus accentué qu'il existe une législation et des instruments économiques pour pousser au progrès. Par contre, le transport de passagers continue à augmenter à la vitesse de l'économie tandis que le fret routier et le trafic aérien dépassent largement la croissance économique. Il n'y a pas de découplage mais une accélération des impacts sur la pollution de l'air, sur le bruit et le climat.

C'est ce qui se produit également dans les zones de forte croissance des pays en voie de développement. Faute d'existence ou d'accès à des techniques fortement découplées, leurs habitants les plus riches adoptent les standards de consommation en vogue à Paris, Genève ou Montréal. Ils présentent alors un modèle de succès social qui stimule l'imagination et l'envie de leurs contemporains malgré sa pression néfaste sur l'environnement local. L'enjeu du découplage est donc également d'anticiper les besoins des pays en voie de développement lorsque leurs progrès créent une classe moyenne impatiente de profiter de sa liberté de consommer. Mais dans une large mesure, *ce sont les pays riches qui ont d'ores et déjà les moyens d'investir dans ces efforts de découplage* et qui ont déjà pris relativement conscience de la nécessité de le faire pour leur propre qualité de vie.

2. WWF' Living Planet report: http://www.panda.org/news_facts/publications/general/livingplanet/index.cfm

3. www.eea.eu.int

4. www.unep.org/geo3

Les progrès et les échecs du découplage apportent plusieurs leçons. Lorsqu'il existe *une volonté d'amélioration d'un système bien défini en même temps qu'un pouvoir de contrôle compétent* sur ce système, des améliorations tangibles sont au rendez-vous. Il n'est donc pas étonnant que la vaste majorité des stratégies de découplage réussisse dans le secteur de production avec des entreprises bien gérées ou dans de petites unités territoriales avec une forte participation citoyenne et une législation stimulant le progrès et la transparence. Mais les objectifs de découplage, même affirmés par les stratégies nationales de développement durable, sont illusoire dès lors qu'il s'agit de systèmes étendus et complexes et de chaînes de décisions floues, incapables d'arbitrer les intérêts contradictoires et de stimuler une vision collective.

Les réussites montrent également *le rôle fondamental de l'innovation technique et sociale*. Il faut en effet inventer une solution qui apporte autant, sinon plus, de services et de qualité de vie avec nettement moins d'effets indésirables sur l'environnement et qui puisse se substituer facilement aux techniques et pratiques courantes en séduisant leurs usagers. Ce type de dilemme tripolaire demande également plusieurs degrés d'innovation. La protection de la couche d'ozone, l'élimination des carburants au plomb, la réduction substantielle des pluies acides ont toutes mis en jeu une combinaison de percées technologiques, des campagnes d'information ainsi que des instruments économiques et législatifs pour finalement stimuler une action collective vers le découplage et même l'élimination quasi complète d'une substance toxique. Il existe également un faisceau d'études pour démontrer que *ce découplage a contribué à la compétitivité des entreprises et des régions qui l'ont mis en œuvre* plutôt que de leur nuire économiquement.

De plus, ces réussites ainsi que d'autres efforts de découplage ont permis de développer une panoplie de méthodologies d'évaluation et de mises en œuvre. Les études d'impact, de coûts/bénéfices, les analyses de cycle de vie, les protocoles de production propre, d'éco-conception ou d'éco-innovation, les normes de produits et de processus, les écolabels, les standards de gestion ISO 14000 et les lignes directrices AFNOR SD21000 de stratégie de développement durable, les dialogues et comité d'avis de parties prenantes, tous

ces outils soutiennent les initiatives volontaires de transition vers la production et la consommation durables et le découplage en particulier. *On sait donc faire, on pourrait faire*. Mais la rareté d'initiatives marquantes et la lenteur des progrès observés dans les pays développés montrent à quel point il est urgent de créer une dynamique d'amplification et d'accélération des expériences et des idées les plus probantes. C'est dans cette perspective que s'est située la réflexion des experts réunis par l'IEPF. Ils ont ainsi tenté de dépasser ces constats et de proposer des idées et des pistes d'actions pertinentes.

Propositions de pistes d'actions

La transition vers une production et une consommation durables met en jeu des actions complexes et ramifiées. Il s'agit en effet d'actions systémiques et *il faut donc toujours veiller à créer une synergie entre plusieurs groupes d'acteurs vers des objectifs communs*. Il est rare qu'une recommandation puisse être accomplie par un groupe seul sans le support des autres (voir tableau).

Les enjeux et les concepts du développement durable ont été exprimés jusqu'ici essentiellement en anglais international. Tout en reconnaissant l'efficacité de ce langage commun et son utilité pour une large diffusion des concepts nouveaux, *il est important d'approprier et d'exprimer les débats de production et de consommation durables à travers les valeurs de la Francophonie*. Il est ainsi recommandé d'intensifier l'échange à tous les niveaux de décideurs (tels que les réseaux universitaires et l'association des maires francophones) de l'information sur les outils, les bonnes pratiques et les initiatives. Il faut aider à renforcer les capacités dont les pays ont besoin pour formuler des stratégies de développement durable, intégrer les règles internationales et adapter les initiatives les plus prometteuses. Il faut également intensifier la préparation et la capacité d'influencer les négociations internationales par les participants de la Francophonie⁵.

5. <http://www.mediaterre.org/france/rub,2,1.html> et http://www.iepf.org/reseaux/relief_index.asp

Les cinq groupes d'acteurs	Leurs fonctions et responsabilités majeures
Les entreprises de production, de distribution et de services ainsi que leurs groupes d'intérêt comme les chambres de commerce ou d'agriculture	La consommation dépend largement de ce qui est offert par le secteur productif; cette offre dépend à court terme largement de l'outillage et de l'investissement productif existant; à moyen terme elle dépend de l'anticipation par le producteur des besoins et des désirs « durables » du consommateur. En pensant entreprise, il ne faut pas négliger les petites et moyennes structures ni même l'artisan et le fermier.
Le secteur financier et en particulier les banques d'investissement, les fonds de pension, les bourses et les analystes financiers	La capitalisation boursière de l'entreprise, sa valeur à la vente ou à l'acquisition, sa facilité d'accès au crédit dépendent de l'évaluation de ses opportunités et risques futurs par les investisseurs et leurs conseillers. Une grande partie de cette valeur est intangible; elle repose sur la confiance qu'ont ces investisseurs dans la qualité des engagements de l'entreprise avec le monde qui l'entoure. Il revient aux acteurs financiers d'allouer les ressources qui leur sont confiées aux investissements les plus durables.
Les consommateurs et leurs groupements d'intérêt, le monde associatif spécialisé dans les enjeux de développement durable et les syndicats	Sur le moyen terme, le consommateur est roi. Il peut certes être contraint par les limites de l'offre ou influencé par la publicité mais ce sont ses valeurs, sa compréhension des enjeux et son pouvoir d'achat qui prédominent sur la durée et forment les modes de consommation.
Les institutions d'information, de recherche, d'éducation et de formation; les entreprises d'information et de communication	Consommateurs, entrepreneurs et responsables publics réagissent en fonction de leur prise de conscience et de leur compréhension des enjeux de développement durable. Dans ce contexte, la part scolaire et universitaire est largement supplantée par la présentation qui les atteint dans la vie courante par les divers médias.
Les pouvoirs publics locaux, nationaux et internationaux	Ils fixent la licence légale de produire, distribuer, consommer et polluer. Ce pouvoir est fonction de leur diligence et de leur intégrité à l'exercer. Mais les modes de production et de consommation durables sont encore à inventer; ce ne sont pas encore des normes admises. Les pouvoirs publics ont ainsi la responsabilité de formuler et guider les aspirations des citoyens et de créer le cadre qui stimule les initiatives de réalisations de ces aspirations. Il leur appartient également de choisir les conditions pour transformer les initiatives réussies ou prometteuses en normes collectives. Ils influencent eux-mêmes le marché par leurs investissements pour le service public et se doivent de donner l'exemple d'achats responsables. Enfin par les infrastructures publiques ils créent les conditions de productivité des entreprises.

Dans le strict périmètre de leur système de production, un grand nombre d'entreprises ont démontré au cours des dernières années un découplage notable, parfois même absolu, entre leur volume de ventes et leur consommation d'eau, d'énergie, d'emballages et leurs rejets dans l'environnement sous diverses formes. Ce découplage fait partie d'une démarche généralement connue sous l'étiquette d'éco-efficacité. Les principes opérationnels de l'éco-efficacité ont été définis par une multitude de praticiens, d'expériences de terrain et de dialogues avec diverses parties prenantes sous l'impulsion du World Business Council for Sustainable Development (WBCSD⁶), une organisation qui regroupe aujourd'hui 175 grandes multinationales engagées pour le développement durable. Bien que l'éco-efficacité ait souvent été réduite à la formule simpliste « créer plus de valeur avec moins d'impact », il est essentiel de se référer à la définition complète qui est longue mais englobe plusieurs exigences fondamentales (voir tableau, page suivante).

6. <http://www.wbcd.org> (site en anglais)

Les différents niveaux de complexité et d'incertitude de cette définition impliquent que l'éco-efficacité n'est pas un état ou une qualité, mais un processus d'amélioration continue. Il en résulte aussi qu'elle n'est pas une approche unique. D'autres ont proposé des formulations et des programmes pour réaliser le développement durable. On peut citer en particulier la Production Propre du PNUE. Ni l'éco-efficacité, ni la Production Propre ne font référence au secteur, à la nationalité ou à la taille de l'entreprise. C'est qu'en fait ce sont des démarches universelles. D'une certaine manière, il est même plus facile à un artisan de la mettre en œuvre à condition d'avoir la volonté de bien connaître l'impact de son procédé et de prendre le temps de concevoir ses options de réduire ses impacts ou de chercher ailleurs les expériences d'amélioration. *C'est donc avant tout une question de temps, de volonté et de créativité.* La complexité de la démarche augmente en fait avec la taille et le nombre d'installations et de flux matières à gérer. Cependant, ce sont ces entreprises multinationales très visibles et

L'éco-efficacité est réalisée :*par la fourniture de produits et de services à des prix compétitifs,*

Les produits et les services éco-efficaces sont en compétition sur le prix et la qualité. Il faut qu'ils soient avantageux pour provoquer un réel progrès.

qui satisfont les besoins humains et apportent la qualité de vie,

Ils doivent être conçus pour satisfaire de vrais besoins et contribuer à la qualité de vie et non pas pour rendre la surconsommation écologiquement acceptable. Cette partie de la définition est clairement un objectif de consommation durable.

On doit y lire aussi, c'était l'intention des auteurs, le souci du développement des populations pauvres.

alors qu'ils réduisent progressivement leurs atteintes écologiques et leur intensité en ressources naturelles, tout au long de leur cycle de vie,

Leur conception doit prendre en compte la minimisation des impacts dans le contexte étendu de l'assemblage de leurs composants et l'extraction de leurs matières premières, leur distribution, leur utilisation et consommation ainsi que les résidus en fin de vie utile.

Cela implique une évaluation et une amélioration continue systémiques.

jusqu'à un niveau au moins compatible avec la capacité estimée de notre planète à les supporter.

Une approche de précaution, qui prenne en compte les limites de notre planète à régénérer ses cycles vitaux et les incertitudes de notre connaissance scientifique, est de rigueur.

vulnérables à la pression publique qui se sont engagées avec le plus d'impact positif. Il faut donc recommander l'extension de la démarche d'éco-efficacité au plus grand nombre d'entreprises de toutes tailles et de tous secteurs. Les méthodologies sont bien rodées et, en particulier, le PNUE et le Wuppertal Institute en Allemagne se sont efforcés de constituer une boîte à outils pour la petite entreprise⁷.

Si l'on peut recommander l'adoption de la démarche d'éco-efficacité sans hésiter, il ne faut pas se leurrer sur son impact dans l'état actuel de son application. Les meilleurs résultats sont démontrés dans le champ du système productif strict. C'est donc une application étroite de sa définition même. Or la majeure partie des impacts ont lieu dans les autres phases du cycle de vie du produit. L'usine de lave-linge la plus éco-efficace contribue finalement peu à l'impact de toute la filière lave-linge. Lorsque l'on comptabilise l'impact des productions de métaux, de plastiques et de peintures qui constituent le lave-linge, l'eau, l'électricité et les détergents qui seront utilisés pour toutes les lessives du consommateur et l'impact de toutes les étapes de transport au long de ce cycle de vie jusqu'à la décharge du lave-linge en fin de vie l'on constate que la phase même d'assemblage du lave-linge représente moins de 10% de tous ces impacts. On constate les mêmes proportions pour la majeure partie de nos grands produits de consommation, l'automobile, les aliments et boissons de grande distribution, l'habitat, les appareils électroménagers...

7. <http://www.efficient-entrepreneur.net/index.php3?seite=99&lang=fr>

Pour que la démarche éco-efficacité accélère réellement le découplage entre l'usage intensif de ressources naturelles et l'assurance de notre qualité de vie, il faut la pousser fidèlement à sa définition, dans toutes les phases des cycles de vie de notre confort matériel.

L'impact de l'éco-efficacité et de la production propre est également limité par le nombre d'entreprises qui la mettent réellement en œuvre et le nombre d'institutions qui les encouragent et les aident à le faire. En plus de 15 ans de développements et de démonstrations, elles sont restées des initiatives volontaires. Elles n'ont séduit qu'un petit contingent parmi les 64000 multinationales et les millions de PME actives dans le monde. Les initiatives volontaires sont pourtant en faveur. La base logique de leur crédit est que les défis du développement durable sont trop complexes pour imposer des solutions évidentes, qu'il faut laisser le temps à l'exploration, à l'innovation et au consensus pour départager les meilleures approches avant de les intégrer dans un cadre prescriptif. Dans le contexte du système économique ultra-libéral prôné par certains, la préférence pour l'initiative volontaire est donc une préférence d'efficacité. Elle repose sur l'hypothèse que les valeurs morales et la capacité innovatrice des entrepreneurs, exaltées par une saine concurrence et la transparence de leurs agissements, nous conduiront plus rapidement et plus économiquement vers le développement durable qu'un processus de négociations politiques et réglementaires. Et en effet, l'initiative volontaire des entreprises et les partenariats avec des ONG et des institutions publiques ont produit un consensus déclaratif intéressant et une boîte bien fournie en outils de

mise en œuvre : analyses de cycles de vie, éco-design, audit sociales, ISO 14000, bilan des gaz à effet de serre et permis d'émettre, comité de Responsabilité Sociale, etc.

Mais le bilan de l'initiative volontaire est mince. Nous sommes en retard sur tous les objectifs de développement durable et ni l'ampleur, ni l'énergie, ni la vitesse des programmes en cours ne permettent d'espérer le succès. *Une mobilisation volontaire, pauvre en volontaires, ne peut avoir l'impact désiré, elle fait trop peu, trop tard.* On peut donc douter de la capacité de l'entreprise de décider, seule, du déclenchement, des modalités et de l'ampleur d'une initiative collective de cette importance pour notre avenir. On peut surtout se demander quels processus, mieux conçus, pourraient à la fois stimuler l'initiative et l'innovation tout en créant un réel mouvement à l'échelle suffisante pour produire le changement.

On peut d'abord insister sur le rôle des partenariats publics-privés qui favorisent un équilibre entre la liberté d'action et d'innover de l'entreprise et un cadre de concertation sur les objectifs à atteindre et les règles du jeu à respecter. De tels partenariats permettent d'allier les entreprises et de préférence leurs groupements sectoriels ou les chambres de commerce aux pouvoirs publics et au mouvement associatif. *Si les objectifs sont clairs, les responsabilités respectives bien définies et le financement suffisant, les partenariats peuvent efficacement résoudre des questions systémiques complexes.* Éco-emballage en France est un bon exemple de partenariat étendu pour réduire et revaloriser les déchets d'emballage avec une vaste participation des consommateurs et de tous les acteurs de la chaîne. Mais il faut convenir que son initiative a été fortement encadrée par les décrets de 1992 sur les obligations et objectifs de valorisation des déchets d'emballage. Sur cette base non négociable les acteurs ont donc préféré s'allier pour une mise en œuvre économique. *Les pouvoirs publics devraient moins hésiter pour «forcer la main» sur les enjeux de production et de consommation durables.* Ils devraient instaurer des cadres stratégiques qui les amènent à travailler avec les entreprises, les associations de consommateurs et d'autres parties prenantes à la réalisation d'objectifs de découplage plus ambitieux.

Un autre levier d'action est l'accès au marché. Bien que l'éco-efficacité cherche la compétitivité, il est presque toujours difficile de rivaliser avec les solutions moins efficaces car elles bénéficient, outre l'habitude du consommateur, du bas prix des ressources qu'il faudrait économiser ou protéger. Considérée comme bien essentiel, l'eau est généralement vendue sous son prix de réinvestissement ce qui incite la vétusté des réseaux et donc les fuites et la contamination de ce bien. Les utilisateurs n'ont aucun intérêt à court terme de renchérir leur consommation par l'acquisition d'appareillages éco-efficaces. Il en est de même pour une majorité de biens de consommation. Mais dès lors que les pouvoirs publics pèsent sur les prix et, par exemple, renchérissent malgré la protestation des automobilistes le parking en ville et soutiennent les investissements du transport public et les réductions des tarifs, les alertes à la pollution de l'air de ces villes s'espacent, les embouteillages diminuent et, si l'on pouvait les compter, on constaterait un allègement des subventions collectives aux asthmes, aux dégâts de tôles, au nettoyage des façades noircies... Bien entendu, ce sont là des enfreintes au libre marché. Mais ce libre marché est basé sur de si nombreuses conventions humaines qui, d'une part, allouent certains biens communs à des groupes d'utilisateurs à des conditions régies par un jeu de taxes et d'exonérations et, d'autre part, ignorent complètement la valeur de certains biens pourtant devenus critiques comme la stabilité du climat ou la biodiversité. *Ces conventions et ces distorsions sont si nombreuses qu'il semble bien légitime de faire jouer les instruments de prix en faveur de l'éco-efficacité afin de la soutenir dans la conquête du marché.*

On devrait donc se préoccuper de l'avenir commercial de nombreuses innovations éco-efficaces existantes. En effet, il existe aujourd'hui pour chaque activité de la vie courante et pour chaque acte de consommation un éventail de solutions souvent évidentes et un moyen d'estimer leur impact en cycle de vie ou leur empreinte écologique. La question est de trouver les bonnes raisons pour choisir une solution au détriment de l'autre, donc de faire glisser le marché dans la bonne direction. On pourrait ainsi commencer par les domaines où ces choix existent déjà. Dans le cas de l'éclairage intérieur, il y a la solution des ampoules compactes fluorescentes qui sont cinq

fois moins gourmandes d'électricité, 12 fois plus durables, mais jusqu'à 20 fois plus chères au détail et 10 fois moins achetées que les traditionnelles ampoules à filament. Pourtant, en moins d'un an, elles peuvent récupérer leur surcoût d'achat par l'électricité qu'elles économisent. Quels seraient donc les catalyseurs qui feraient passer progressivement et sûrement l'ampoule compacte d'une part de marché de 6% à 15% ou 30%? Comment l'introduire dès le départ dans les quartiers en voie d'électrification dans les pays en développement? *On toucherait là les scénarios de sensibilisation, d'information et d'instruments économiques et réglementaires concrets qui permettraient à tous les acteurs de se concerter sur une transition souhaitable dans un cas aussi parlant que notre éclairage.*

Cette analyse pourrait se répéter pour tout le catalogue d'activités de la vie courante avec leur éventail de produits spécifiques dans lequel se trouvent nécessairement le meilleur et le pire du point de vue durabilité. À chaque fois un dialogue entre fournisseurs, consommateurs, spécialistes d'études d'impact et pouvoirs publics pourrait établir des scénarios plausibles pour tirer le marché vers le meilleur et éliminer l'impact du pire. *De tels scénarios de consommation durable pourraient évoluer vers des pactes de progrès et des partenariats entre les divers acteurs. Ils pourraient aussi faciliter l'introduction de mesures plus contraignantes pour éliminer les produits et les usages particulièrement nocifs.*

S'il est aujourd'hui difficile d'envisager une réforme totale et profonde des conventions et pratiques qui régissent nos marchés, il semble toutefois légitime d'influencer ses règles en faveur des entreprises innovantes dans l'efficacité et des consommateurs prêts à réduire leur empreinte écologique. *C'est une démarche ouverte et apprenante. Mais elle n'est pas spontanée.* Il appartient aux pouvoirs publics et aux collectivités territoriales de l'initier et d'encadrer sa mise en œuvre.

Une telle démarche faciliterait l'information des consommateurs. En l'absence d'un signal clair par le prix, les écolabels, les fiches techniques, les articles et les sites Internet spécialisés n'ont qu'une influence marginale. Au mieux, ils confrontent les consommateurs avec un dilemme, mais l'économie ou le désir l'emportent souvent sur la

raison écologique et sociale dans la décision. Il est difficile de vendre les valeurs de consommation durable dans un univers publicitaire et médiatique généralement aux antipodes. Mais l'on peut bâtir sur les programmes de sensibilisation des jeunes comme Jeunes Échanges⁸ du PNUE et de l'UNESCO, ou celle des foyers de consommateurs comme Famille Durable⁹ en France, la campagne belge « Ça passe par moi »¹⁰ ou le site de Consodurable¹¹ en France. *Pour réussir, il faut amener les consommateurs à des mises en œuvre culturellement adaptées, économiquement possibles et personnellement valorisantes.* Les scénarios de consommation durable présentés plus haut, seraient particulièrement utiles pour éclairer les choix de comportement et les amener du pire au meilleur par une démarche informée et réfléchie.

Cette démarche rappellera également les pouvoirs publics à leur rôle de consommateur avec un pouvoir d'achat qui pèse sur l'économie (8 à 25% du PNB selon les pays) et peut créer des parts de marché critiques pour les nouvelles offres éco-efficaces. L'achat « écoresponsable » bien qu'encore marginal, est en bonne voie avec la prise de conscience des pouvoirs publics de leur rôle de consommateur pilote et de leur obligation de mettre leurs déclarations politiques en cohérence avec leurs appels d'offres et leurs contrats. La réforme du code des marchés publics décidée en France en janvier 2004 est ainsi accompagnée d'une sensibilisation et d'une concertation des acheteurs publics afin qu'ils puissent intégrer les critères d'éco-responsabilité dans leur sélection de fournisseurs¹².

Le découplage entre notre qualité de vie et ses impacts sur l'environnement est nécessaire mais insuffisant pour réaliser la transition vers les modes de production et de consommation durables. Il est nécessaire au plus vite pour la consommation des 3 milliards et demi de personnes qui vivent dans une économie monétaire avec au minimum un habitat décent, de l'eau, de l'énergie et un moyen de locomotion par foyer, une alimentation et une scolarité suffisantes. Il est particulièrement

8. <http://youthxchange.e-meta.net/>

9. http://www.familledurable.com/2005/00_home/00_home.html

10. <http://www.ecoconso.be/>

11. <http://www.consodurable.org/>

12. <http://www.ecoresponsabilite.environnement.gouv.fr/>

nécessaire et urgent pour le milliard d'entre eux, les plus riches, qui servent de modèles aux rêves de progrès social du reste du monde. Mais il est insuffisant pour ceux, les 2 milliards et demi, qui survivent aux marges et même loin de cette économie monétaire. Pour eux, il faut avant tout une consommation décente, et pour le milliard le plus démuné c'est une question de vie ou de mort tous les jours. *Pour les plus pauvres une consommation minimale évoluée, sans a priori d'éco-efficacité, sera moins dommageable globalement pour l'environnement que la nécessité de survivre aux dépens de l'épuisement des dernières ressources naturelles locales.*

Les partenariats publics-privés pour l'accès aux biens essentiels, aux services de santé et d'éducation permettent d'associer la créativité des NGO de terrain, la légitimité des pouvoirs locaux et les ressources financières et les compétences des entreprises intéressées au développement sur le moyen terme de marchés nouveaux. Les instruments du micro-crédit ont montré leur efficacité pour déclencher le processus de développement personnel et l'affranchissement de conditions de vie inhumaines. Mais il faut également soutenir le progrès par le développement d'infrastructures et d'institutions capables de protéger et d'accroître la valeur ajoutée par l'effort individuel. Il reste beaucoup à faire pour créer le dialogue et les synergies entre l'investissement privé et l'assistance au développement, non pas au profit comme dans le passé de la filière des entreprises du pays donateur, mais réellement au profit des artisans, des fermiers et des entreprises du pays aidé. Il reste beaucoup à faire aussi pour permettre à ces artisans, fermiers et entreprises de comprendre et saisir les opportunités des marchés des pays riches de la Francophonie et d'ailleurs, celles en croissance des filières d'achat éthique et les approches éco-efficaces.

Dans cette perspective, il est particulièrement intéressant d'accentuer une approche par terroirs. Le concept de terroir est familier à la culture française et à la Francophonie. Il est le carrefour palpable des enjeux de développement durables dans leur diversité et des relations entre la pluralité des comportements humains et leurs écosystème¹³. Le terroir permet donc aussi de développer des solutions adaptées qui mettent en jeu

l'exploitation des ressources au bénéfice des populations locales, par des circuits courts et efficaces, grâce au savoir local. Sans figer la société dans des traditions autarciques ou destructives, les terroirs peuvent miser sur des méthodes de qualité et de normalisation telles que les Appellations d'Origine Contrôlée qui peuvent aisément intégrer des dimensions éthiques et écologiques dans leurs cahiers de charges. Ces démarches construites sur les spécificités du terroir d'origine et le savoir de ses paysans, ses forestiers et ses artisans deviennent de véritables stratégies de valorisation et de conservation des richesses locales.

Les enjeux de production et de consommation durables sont énormes. Les experts réunis par l'IEPF ont tenté de faire le tour des principales pistes d'action tout en reconnaissant qu'elles sont largement une répétition de ce qui a été recommandé ailleurs par d'autres comités d'experts. La répétition des mêmes constats et des mêmes idées semble bien indiquer qu'en presque 20 ans de débats autour du développement durable nous avons collectivement fait le tour de la question. De réunion en réunion, on a constaté une lente convergence vers l'importance de l'éco-efficacité et des instruments économiques et réglementaires qui réajustent en sa faveur le cadre du marché, une convergence vers le pouvoir des partenariats publics-privés bien focalisés sur des projets enracinés localement dans des terroirs, et une convergence vers la reconnaissance de l'obligation de développement accéléré des plus démunis et aussi, avec plus de réticences encore, vers le devoir de consommer et de produire autrement pour ceux qui ont les moyens de gérer leur comportement sans compromettre leur qualité de vie. Alors? *La seule conversion qui reste à faire est d'essayer de passer à l'action.* ✨

13. *Liaison Énergie-Francophonie*, n° 68, 3^e trimestre 2005; *Culture et Développement Durable*; en particulier Christian Brodhag: *Consommation durable et valeurs culturelles*; page 65.

Les enjeux de production et de consommation durables.

Perspectives politiques

Afin d'analyser les perspectives politiques des enjeux de production et de consommation nous avons invité trois spécialistes dirigeants d'institutions gouvernementales et non gouvernementales à débattre avec Claude Fussler, l'éditeur de ce numéro spécial.

Monique Barbut

Directrice, Division Technologie, Industrie et Économie DTIE, Programme des Nations Unies pour l'Environnement
Monique.barbut@unep.fr

Christian Brodhag

Délégué Interministériel au Développement Durable, Ministère de l'Écologie et du Développement Durable, France
Christian.BRODHAG@ecologie.gouv.fr

Abdeslam Dahman Saïdi

Professeur, Institut agronomique vétérinaire Hassan II, Maroc
a.dahman@iav.ac.ma
a.dahman@targa-aide.com

Farid Yaker

Coordinateur Enda Europe
f.yaker.enda@wanadoo.fr

Claude Fussler – *Le collectif d'experts réunis par l'IEPF pour formuler l'Avis sur les voies spécifiques au monde francophone pour une transition vers des modes de consommation et de production durables s'est rapidement accordé sur les recommandations principales. En effet, tous les concepts, les pistes d'actions et les instruments d'incitation leur semblaient déjà bien définis et débattus. Par contre, ils ont déploré l'énorme déficit de mise en œuvre par les politiques. Ils ont également estimé que l'on attend trop des initiatives et des partenariats volontaires qui ont eu peu d'impact réel jusqu'à présent. Quant à vous, voyez-vous des raisons d'espérer un changement dans le proche avenir?*

Farid Yaker – Face aux tragédies du SIDA, des catastrophes naturelles, des conflits non résolus et de la menace terroriste, le monde a-t-il la tête à se pencher sérieusement sur la durabilité des modes de production et de consommation? Les pays du Sud, préoccupés par la lutte contre la pauvreté et la recherche de stabilité politique, ont-ils les moyens de s'opposer à la dégradation, souvent irréversible, de leur base de ressources et de l'environnement global de la planète?

Et pourtant, il est clair que la non-prise en compte, au Nord comme au Sud, de la nécessité de modifier en profondeur nos modes de production et de consommation (MPC) ne fera qu'exacerber les tensions et les problèmes actuels tout en accroissant les risques graves encourus par la planète et en réduisant le patrimoine légué aux générations futures. Il est donc nécessaire de s'attaquer conjointement, et de manière déterminée, aux déséquilibres sociopolitiques et à la non-durabilité des modes de production et de consommation.

Dans cette optique, les États ont un rôle essentiel à jouer en réformant en profondeur le cadre réglementaire et fiscal en vue de permettre, notamment, l'internalisation des coûts environnementaux; en intégrant l'impératif de changement des MPC dans toutes leurs politiques sectorielles, en réaffectant des dépenses, notamment militaires, en faveur d'activités permettant de réduire l'empreinte écologique des pouvoirs publics, des entreprises et citoyens; en adoptant de nouveaux indicateurs mesurant les niveaux de découplage entre PIB et croissance économique, d'une part, et exploitation des ressources naturelles, d'autre part.

Il est tout aussi nécessaire de mettre les entreprises face à leurs responsabilités et d'amener ces

dernières à modifier leurs pratiques et processus de production et à s'engager sur des objectifs chiffrés et vérifiables de réduction de leurs impacts écologiques.

Les politiques de coopération doivent également intégrer l'objectif de changement des MPC tout en privilégiant les programmes susceptibles d'agir de manière simultanée sur les problématiques sociales et environnementales.

L'ampleur des défis auxquels nous faisons face exige la mise en commun des énergies et l'établissement de partenariats opérationnels et conséquents entre les différentes familles d'acteurs concernés. Parmi ces acteurs, un effort particulier doit être fourni pour permettre aux associations et ONG de jouer leur rôle d'aiguillon et de certification des changements de MPC, de sensibilisation des décideurs et du grand public, de suivi des médias ainsi que de laboratoires d'idées et de pratiques innovantes.

Abdeslam Dahman Saïdi – Il est difficile pour un observateur du Sud de garder un optimisme raisonnable face aux tendances actuelles, installées durablement par la logique de la globalisation des échanges économiques mondiaux. Depuis Johannesburg, aucun signe tangible d'un début de changement effectif des modes de production et de consommation dans les pays du Nord et encore moins dans les pays du Sud n'autorise un quelconque optimisme pour l'horizon des cinq prochaines années. Bien au contraire, l'émergence économique récente de la Chine (dont le système politique était, pour certains pays du Sud, porteur d'une véritable vision allant au-delà d'un développement économique «à tout prix») vient renforcer et alourdir encore plus cette tendance internationale. Ce pays ramené progressivement au respect des normes économiques dominantes s'est trouvé au centre de trois flux amplificateurs: (i) la délocalisation d'une part importante de la production internationale appelée par la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée, disciplinée et peu onéreuse, (ii) l'implantation de nouvelles unités de production multinationales destinées à la consommation interne d'un marché en pleine expansion et (iii) le développement rapide d'une capacité propre de production d'une performance sans précédent capable d'exporter dans le monde entier une manufacture de qualité technologique

de plus en plus appréciée. Ceux qui prétendaient que le véritable espoir pour les pays du Sud résidait dans le fait que leur développement durable, partant de très bas, pouvait autoriser un greffage progressif mais structurant de nouveaux modes de consommation et de production, doivent revoir la simplicité et la linéarité d'une telle vision optimiste. D'autant plus que de nombreux pays émergents rêvent devant les chiffres macro-économiques de la Chine et ne demandent pas mieux que d'enfourcher le même modèle.

Claude Fussler – *Donc, votre constat rejoint celui de l'Avis. Chacun a une responsabilité incontournable, urgente. Mais où est l'évidence d'une mobilisation ?*

Christian Brodhag – Je ne suis pas fondamentalement optimiste car je considère que l'ampleur et la vitesse de la montée des problèmes sont bien supérieures à la vitesse de diffusion des solutions. Mais ce qui peut donner espoir c'est l'accélération de la prise de conscience et l'expérience accumulée.

Aujourd'hui, les problématiques liées au développement durable commencent à être largement connues. Depuis que le changement climatique est observé et que la responsabilité de ce changement est attribuée aux activités humaines par la plupart des scientifiques compétents, la mobilisation ne ralentit pas. Mais la prise de conscience se fait sous l'angle du catastrophisme qui n'est finalement pas mobilisateur et a du mal à se traduire par une mise en œuvre concrète.

Autre raison d'optimisme: en une quinzaine d'années nous avons largement avancé dans l'identification des solutions et des acteurs sur lesquels il faut faire porter la responsabilité du changement. À Rio, la communauté internationale pensait faire porter les efforts sur les États et les institutions multilatérales. Cinq ans après, la même communauté, tirant un premier bilan, fait aussi porter l'accent sur le rôle des entreprises. À Johannesburg, enfin, la responsabilité des consommateurs est identifiée et les modes de production et de consommation sont abordés comme un tout.

Nous avons aussi des représentations du monde plus mobilisatrices: l'empreinte écologique ou la notion de services écologiques telle qu'établie par l'évaluation des écosystèmes pour le millénaire.

Farid Yaker – Je partage l’avis de Christian Brodhag selon lequel nos problèmes s’accroissent plus vite que les solutions que nous tentons de mettre en œuvre. J’ajouterais que les rapports de force ne sont pas encore en faveur de ceux qui plaident pour des mesures draconiennes seules à même de préserver notre planète. Je suis par contre plus mitigé sur les motifs d’optimisme avancés par Christian Brodhag. Il me semble également que nous ne pourrons avancer sur ces questions si nous ne prenons pas en compte les énormes déséquilibres Nord-Sud, d’une part, et l’influence prépondérante des multinationales, milieux financiers et autres lobbys industriels, d’autre part, qui freinent et s’opposent à la mise en œuvre de politiques, pratiques et règlements favorables à une remise en cause des modes de production et de consommation dominants.

Monique Barbut – Changer nos modes de consommation et de production requiert une modification des comportements tant individuels que collectifs qui implique un travail de longue haleine basé sur une prise de conscience des risques d’un scénario tendanciel. La question des modes de production et de consommation durables ne sera pas dernière nous dans cinq ans. Cependant, de mon point de vue, la prise de conscience accrue des gouvernants, des entreprises et des citoyens et les changements d’attitude que nous commençons à observer indiquent que nous sommes sur la bonne voie, bien que le chemin qui nous reste à parcourir demeure long et tortueux. Le défi qui est le nôtre aujourd’hui est de traduire de bonnes intentions en actions concrètes dans le cadre de projets et initiatives aux résultats tangibles et mesurables.

Farid Yaker – Mais c’est aussi, je le répète, un défi de rééquilibrer les rapports de forces. Au Sud et à l’Est, l’appétit de consommation est énorme pour les 4 milliards de personnes dont le niveau de vie est encore bien loin des standards occidentaux. Les gouvernements du Sud ainsi que les populations sont avant tout préoccupés par l’accroissement du revenu national même si ceci occasionne des choix de développement non durables et des dégradations irréversibles des patrimoine biologique et culturel (artificialisation du littoral, perte de terres arables, non-maîtrise de la croissance urbaine avec les conséquences que l’on connaît sur l’accroissement des violences

urbaines, la santé, la pollution, etc.). Très souvent les choix des États sont faits sans prise en compte de l’avis d’autres acteurs nationaux tels que les ONG locales qui sont souvent marginalisées, voire réprimées, et sans que les institutions financières internationales et organismes de coopération ne pèsent de tout leur poids pour infléchir les politiques publiques (ex. : exploitation du bois tropical, promotion du tout automobile au détriment des transports publics et du rail, absence de soutien aux énergies renouvelables, etc.).

Au Nord, et malgré, il est vrai, une prise de conscience croissante, les intérêts économiques à courte vue continuent de primer et de freiner les évolutions nécessaires des cadres fiscaux et réglementaires ainsi que des modes de production et de consommation. En France, dans un pays se disant mobilisé dans la réduction des émissions de gaz à effet de serre, un projet de loi prévoyant de taxer les véhicules 4x4 (dont les ventes sont en nette augmentation) a été remis en juillet 2004 sous la pression du lobby automobile. De manière plus générale, les cadres fiscaux des pays du Nord n’intègrent toujours pas l’objectif de découplage, de réduction de l’empreinte écologique et d’application du principe pollueur payeur. Bien au contraire, de nombreuses subventions et détaxations anti-environnement continuent de subsister dans les domaines du transport aérien lui aussi en pleine expansion (kérosène), ou terrestre (diesel) de l’agriculture où le modèle productiviste entraîne une utilisation excessive de pesticides et de fertilisants, de l’aide à l’irrigation qui favorise la salinisation des sols.

Monique Barbut – Les difficultés sont nombreuses, mais les éléments pour promouvoir une culture de changement sont actuellement réunis. Le catastrophisme ne nous permettra pas de progresser. Un optimisme béat non plus. Une première raison d’optimisme réside dans la sensibilisation accrue du public et des citoyens aux problématiques de développement durable qui est, sans nul doute, l’un des moteurs de la transparence dont les gouvernements et les entreprises privées doivent désormais faire preuve.

Cette prise de conscience, largement stimulée par les technologies de l’information et de la

communication, rend plus difficile, pour des entreprises ou pour des pouvoirs publics, l'adoption délibérée de pratiques non durables. La dénonciation du travail des enfants sur lequel certaines multinationales fermaient les yeux est un exemple de cette prise de conscience et de la mobilisation des consommateurs que doivent prendre en compte les entreprises et les pouvoirs publics. Les répercussions sur la santé de certaines décisions prises dans les quarante dernières années au mépris de la santé humaine, comme l'amiante ou le tabac, conduisent aujourd'hui à la mobilisation des citoyens qui demandent des comptes à leurs gouvernants ou aux entreprises.

Une deuxième raison d'optimisme s'appuie sur ce que j'ai pu observer dans le cadre du processus de Marrakech. Après trois premières années de travail, l'implication croissante des gouvernements et la véritable volonté de travailler ensemble au niveau international qui s'est dégagée me semblent être une autre raison d'espérer. La première phase de consultations régionales qui est maintenant achevée a montré une réelle appropriation par les gouvernements des problématiques de la consommation et de la production durables et a permis de faire de ce processus une réalité vivante dans certains pays et dans les différentes régions du monde. Toutefois, si le processus me semble être en place d'un point de vue international, les résultats concrets ne sont pas encore au rendez-vous, et il convient maintenant de s'y atteler sans relâche.

Pour ce faire, il faudrait que ces problématiques ne soient pas cantonnées à la seule sphère environnementale. Faire de la consommation et de la production durables un objectif de l'ensemble des ministères dans les pays, qui soit intégré de manière horizontale dans les objectifs nationaux, et notamment dans le cadre de stratégies nationales de développement durable, me semble une priorité. Pour contribuer à cet objectif, le PNUE a engagé un projet pilote visant à intégrer la consommation et la production durable de manière concrète dans les stratégies de réduction de la pauvreté. Par ailleurs, lors de la réunion d'octobre 2005 au Costa Rica qui nous a permis de faire le point des avancées du processus de Marrakech, un processus a été initié avec les agences d'aide et les bailleurs bilatéraux et multilatéraux visant à développer conjointement des

pistes d'action pertinentes afin d'intégrer de la manière la plus efficace cette question cruciale.

Claude Fussler – *Mais comment pourrait-on aller encore plus vite pour répondre à la fois à l'impatience de développement du Sud mais éviter ce développement coûte que coûte que décrit Farid Yaker?*

Christian Brodhag – Il est urgent de créer une dynamique de diffusion, d'amplification et d'accélération des expériences et des idées les plus probantes. C'est une démarche ouverte et apprenante pour laquelle le processus d'appropriation change les valeurs et les représentations. En fait, le plus important est de changer les représentations du monde et des raretés réelles, le sens qu'il faut donner au mot progrès. Ces échanges doivent privilégier le niveau régional, entre des acteurs placés dans des situations comparables.

Il faut passer à une prise de conscience active, qui déclenche une action aussi bien chez les décideurs politiques que chez les citoyens. Cela concerne les informations mais aussi l'action. Tous les processus concrets, par exemple le tri des déchets, ont une double vocation, celle de valoriser la matière et celle d'engager une activité concrète qui facilite cette prise de conscience active.

Enfin, les pouvoirs publics locaux, nationaux et internationaux sont aussi des acteurs économiques à la fois comme gestionnaires directs de services publics, ou indirects en élaborant les cahiers des charges lorsqu'ils les ont délégués, et comme consommateurs avec les marchés publics. Ce volet économique peut être un moteur de pratiques et d'achats écoresponsables. Les pouvoirs publics doivent mettre en accord leur dire et leur faire, et ne pas se limiter à dire le droit.

Farid Yaker – Loin de diminuer les inégalités sociales entre le Nord et le Sud et à l'intérieur des pays tendent également à s'accroître. Face à ces défis, la voie de la conscientisation active me semble insuffisante pour inverser les tendances en cours. Des moyens sont à dégager et des mesures sont à prendre très rapidement pour accroître et amplifier les mécanismes de solidarité et de lutte contre les inégalités internes et Nord-Sud. Des dispositions fiscales et réglementaires sont à prendre pour réduire nos empreintes

écologiques et mettre les différents acteurs (qu'il ne suffit pas d'identifier) face à leurs responsabilités. Parallèlement, une réflexion de fond doit nous aider à faire émerger de nouveaux modes de vie, de partage et d'utilisation des ressources, plus respectueux de l'environnement et garants de la cohésion sociale. Il est plus que jamais urgent de remettre en cause nos modèles productivistes mesurés par l'indicateur roi de la croissance économique pour mettre au cœur de nos préoccupations le bien-être des populations et le respect de nos équilibres naturels.

Abdeslam Dahman Saïdi – Dans un contexte de mondialisation, les conditions critiques pouvant garantir un début de changement ne peuvent être que globales et supranationales. Globales, car l'action doit être à la fois politique, économique et éducative. Ces actions internes doivent nécessairement s'accompagner d'un arsenal légal international régulant les rapports entre pays et posant un cadre supranational sans lequel les actions nationales, même globalisées, restent inefficaces. La proposition *d'une prise de conscience active, qui déclenche une action aussi bien chez les décideurs politiques que chez les citoyens* a montré ses limites pratiques, notamment dans l'affaire Francorchamps quand, en janvier 2003, le parti Vert belge vote le « non » à l'exception à la loi interdisant la publicité du tabac proposée pour maintenir le Grand Prix de Formule 1 de Francorchamps. Cinq mois plus tard, Ecolo est passé d'un score électoral de 20% réalisé en 1999 à moins de 6%, ce qui a sonné la fin de sa participation au Gouvernement. La suppression de cette course et donc d'une activité économique fondamentale pour une région vulnérable est l'expression directe d'un lobbying international qui a eu à court terme le dernier mot. Le courage d'une telle décision sera probablement payant à long terme et c'est bien l'absence d'accords internationaux relatifs à un sujet de santé publique dont l'urgence de règlement est admise par tous qui a réduit ses effets à très court terme.

Monique Barbut – Parmi les conditions critiques de réussite de la transformation de nos

modes de consommation et de production, c'est-à-dire des fondements de notre société, l'enjeu est bien celui de la volonté politique, sociétale et individuelle de traduire cette prise de conscience dans la réalité par des initiatives concrètes.

Le rôle des gouvernements et des États est absolument crucial à cet égard, dans la mesure où il leur revient de mettre en place les dispositifs législatifs et réglementaires indispensables à toute évolution d'ampleur. Certains pays se sont engagés dans des initiatives et des adaptations de leur législation, notamment dans le domaine du recyclage et des déchets, et j'espère que ce mouvement va s'amplifier.

La deuxième condition critique réside pour moi dans la modification et l'adaptation des outils économiques afin qu'ils puissent promouvoir le découplage et provoquer les changements néces-

Le développement durable est, bien évidemment, l'affaire de tous, pouvoirs publics, secteur privé, citoyens, ONG, répondant parfaitement à l'esprit de la responsabilité commune et partagée mais différenciée.

saires, en particulier les dispositifs de taxation, afin qu'ils évoluent vers un système qui prenne en compte la durabilité et le mode de production. Le décalage entre le prix et le coût d'un produit et son impact environnemental est en effet considérable. L'incitation économique à de bonnes pratiques ou la taxation de pratiques de production, de distribution de produits dont la fabrication, la diffusion, le conditionnement sont effectués au mépris d'un processus respectueux de l'environnement constituerait un pas décisif vers la modification de nos modes de consommation et de production. Il s'agit-là pour notre système législatif et économique de prendre en compte l'évolution des problématiques de nos sociétés et de se moderniser afin d'internaliser les priorités d'aujourd'hui et les besoins de demain.

Bien sûr, je suis convaincue que le travail du secteur privé, des initiatives volontaires et des partenariats est indispensable, mais j'ai mis en avant ces deux priorités qui sont principalement liées à l'action des gouvernements, car, sans des dispositifs législatifs et économiques adaptés, ces initiatives et les concepts promus par certains ne pourront pas atteindre une masse critique et avoir

un impact suffisant sur le fonctionnement de nos sociétés et sur la qualité de notre environnement.

Il n'est pas question pour moi pour autant de dédouaner les autres acteurs de leurs responsabilités. Le développement durable est, bien évidemment, l'affaire de tous, pouvoirs publics, secteur privé, citoyens, ONG, répondant parfaitement à l'esprit de la responsabilité commune et partagée mais différenciée. Ainsi, les deux prochaines Commissions du développement durable en 2006 et 2007 dont l'un des thèmes est le thème du développement industriel devront être l'occasion de faire un premier bilan des actions des entreprises par rapport aux engagements pris à Johannesburg. La préparation de rapports sectoriels que nous avons engagés avec les différents secteurs industriels doit permettre d'y contribuer.

Claude Fussler – *Christian Brodhag, vous êtes l'un de ceux qui a inlassablement œuvré pour une assimilation et appropriation par la culture francophone du débat largement anglo-saxon de sustainable development. L'espace francophone peut-il être la source de solutions spécifiques? Et que recommandez-vous à ses décideurs?*

Christian Brodhag – Le mérite de la proposition des experts francophones, c'est de ne pas faire reposer la solution sur une hypothétique percée technologique. Méfions-nous du syndrome du père Noël: attendons le 25 décembre et le père Noël pourvoira à nos désirs. Même si les enfants n'y croient plus réellement, ils se plaisent à faire semblant d'ignorer que les parents achètent les cadeaux. Nos sociétés se comportent comme des enfants et se plaisent à penser que la science et la technologie apporteront demain des cadeaux surprises et que, donc, il n'y a pas d'efforts à faire aujourd'hui. Beaucoup de solutions sont aujourd'hui sur l'étagère. Il s'agit de techniques mais aussi de pratiques, d'outils économiques, de management, de systèmes d'information... Il faut les évaluer et les diffuser, et cela en langue française. Un système comme Médiaterre pourrait contribuer à la diffusion des bonnes pratiques.

Une seconde recommandation est de mobiliser la composante culturelle de la consommation¹. C'est à la communauté francophone de porter cette question culturelle, comme elle l'a fait à Johannesburg. Cette approche culturelle de la consommation peut emprunter de multiples voies: développer des circuits courts, des modes de développement endogènes valorisant la diversité culturelle et biologique, diffuser la notion de terroir et des appellations d'origines, et changer le rôle de signal social des consommations ostentatoires les moins durables vers des consommations en accord avec la nature et la quantité des ressources locales. Faut-il vraiment encourager la culture du riz au Sénégal pour répondre à une demande qui s'est construite sur des produits d'importation? Ou ne faut-il pas retrouver la consommation de céréales traditionnelles plus adaptées aux conditions climatiques locales que le riz? Une production inadaptée aux conditions locales mobilise de façon indue des ressources et de la main-d'œuvre.

Une dernière recommandation qui est en cours de mise en place. Les pays francophones doivent participer activement aux négociations internationales qui établissent le cadre d'une mondialisation maîtrisée à la fois dans les enceintes politiques multilatérales et dans le champ des normes comme celui de la négociation de l'ISO 26000 sur la responsabilité sociétale.

Farid Yaker – La Francophonie, qui est traversée par la fracture Nord-Sud, peut être un lieu où s'élaborent et se mettent en œuvre des solutions locales et globales. La Francophonie, à côté d'autres acteurs tels que l'Union européenne, peut aider à constituer cette masse critique et à inverser le rapport de force qui permettra de transformer les engagements souvent pieux des

La Francophonie peut constituer un réel tremplin pour la promotion de la consommation et de la production durables, pour la constitution de partenariats Nord-Sud et Sud-Sud, dont on sait qu'ils sont essentiels pour la promotion du développement durable et le transfert de connaissances, de technologies et la formation.

1. « Consommation durable et valeurs culturelles », par Christian BRODHAG, *Liaison Énergie-Francophonie*, numéro 68, Culture et développement durable, p. 65-71, <http://www.iepf.org/docs/lef/LEF68.pdf>

Conférences et des négociations internationales (non contraignants contrairement à l'OMC) en voies réelles de progrès.

Monique Barbut – La première de deux recommandations que je souhaiterais faire aux décideurs francophones est la suivante : si vous n'êtes pas encore impliqués dans le processus de Marrakech, faites-le. La phase de consultation et d'identification des priorités est achevée. La réunion du Costa Rica, en octobre 2005, a mis l'accent sur la nécessité de travailler concrètement dans des secteurs d'activités précis. Le changement de modes de consommation et de production requiert des efforts dans de multiples secteurs d'activités. Pour pouvoir progresser et atteindre des résultats et susciter des dynamiques, le travail doit être partagé et concentré par secteur d'activités. Ainsi, des pays ont décidé de se mobiliser sur des thèmes, en créant des groupes de travail avec d'autres gouvernements, dont l'objectif est de mettre en œuvre des projets concrets. À cet égard, des groupes ont été créés dans les domaines suivants : modes de vie durable, produits durables, achats écoresponsables, et coopération pour l'Afrique. En perspective figurent également les thèmes suivants : villes durables, gestion des déchets, énergie. Libre à chaque pays de créer un groupe sur un thème différent ou de joindre les groupes animés par d'autres gouvernements. En 2007, à la réunion Marrakech + 4 qui se tiendra en Suède, un premier bilan sera fait des actions menées dans les différents secteurs d'activités.

Ma deuxième recommandation est plus concrète, elle peut être mise en œuvre dès demain à tous les niveaux, si la volonté est présente : il s'agit des achats écoresponsables. Nombre d'études et expériences ont montré que les achats écoresponsables peuvent être le moteur d'écoinnovations et de progrès sociaux notables dans tous les pays du monde. Ils permettent de contribuer à la réalisation d'objectifs environnementaux, sociaux et économiques, en particulier en dynamisant les opportunités économiques qui sont offertes aux entreprises locales.

À l'instar de Christian Brodhag et de Farid Yaker, je suis profondément convaincue que la Francophonie peut constituer un réel tremplin pour la promotion de la consommation et de la production durables, pour la constitution de partenariats

Nord-Sud et Sud-Sud, dont on sait qu'ils sont essentiels pour la promotion du développement durable et le transfert de connaissances, de technologies et la formation. Passerelle entre des pays aux développements divers, mais unis par un lien culturel, elle peut être une plateforme d'échange d'expériences et de recherches conjointes de solutions adéquates à un problème commun, mais aussi une plateforme de débats par exemple sur les réformes à entreprendre, les projets communs, les innovations à promouvoir ou encore sur les modes d'incitation financière à la production durable.

Abdeslam Dahman Saïdi – Comme mes collègues, Monique Barbut, Farid Yaker et Christian Brodhag, je crois que la mobilisation autour de la composante culturelle de la consommation qui sied le mieux à la vocation et aux choix de la francophonie finira par payer à long terme. Cet atout culturel de la francophonie doit être valorisé pour une meilleure connaissance des milieux endogènes et pour accentuer la circulation de l'information, des expériences du Nord et du Sud et donner plus de visibilité aux solutions qui sont sur l'étagère en un support linguistique que nous partageons tous. Par la voie culturelle les changements sont lents mais profonds.

Une seconde recommandation consiste à renforcer davantage la participation des pays francophones aux négociations internationales où se profile le cadre de la mondialisation qui peut autant catalyser qu'inhiber l'efficacité des politiques et des actions nationales. Cette participation active doit se prolonger, à l'échelle nationale et régionale, par une mise en œuvre effective des décisions et processus issus de ces négociations internationales. La francophonie peut sérieusement aider d'abord à la mise en cohérences de ces politiques nationales et régionales et donner, par la suite, plus de visibilité aux expériences réussies. ✨



Pourquoi youthXchange ?

La moitié de la population mondiale a moins de 20 ans et 90% des jeunes vivent dans des pays en développement. Au Nord comme au Sud, les jeunes consommateurs de classe moyenne ont accès à l'éducation, aux médias, à Internet et ils ont le pouvoir de formuler des idées, des modes, des cultures et ainsi des aspirations et des modèles de consommation. Ce sont ces jeunes d'aujourd'hui qui dessinent la planète de demain.

C'est pourquoi le PNUE et l'UNESCO ont créé youthXchange – Kit de formation sur la Consommation Durable. Cet outil répond au besoin d'informations fiables, claires et malgré tout ludiques sur la signification et les enjeux du développement durable dans la vie quotidienne. La communication de youthXchange est fondée sur une vision positive d'un mode de vie durable qui serait « cool » plutôt que « indispensable », « chic » plutôt que « responsable ».

Le but est de donner aux jeunes, à leurs formateurs et aux ONG les moyens de passer de la théorie à la pratique en encourageant les nouvelles idées, la créativité et la diffusion de visions futures pour faire évoluer les modes de vie.

Que propose youthXchange ?

YouthXchange est un outil dynamique qui aborde le Consommation Durable de façon large et globale et qui propose des solutions concrètes et accessibles.

- ▶ Le guide, édité à ce jour en 12 langues dont le français, contient l'essentiel des faits et données illustrés de conseils et d'exemples concrets, avec des références claires quant aux sujets qui peuvent être étudiés plus en profondeur.
- ▶ Le site web, vrai parcours de formation conçu comme ressource d'information et d'idées pour les formateurs

Les thèmes essentiels du développement durable sont présents : mobilité, eau, déchets, énergie, alimentation... Il informe sur l'état des lieux, les solutions existantes, les bonnes pratiques, les conseils, l'amélioration et l'existence de produits durables... Mais le guide aborde également les sujets de fond et d'éthique en amenant les jeunes à s'interroger sur leurs priorités et le bien fondé de leurs valeurs. Le travail des enfants, la maltraitance des animaux, le commerce équitable et l'égalité en général ne sont-ils pas des thèmes intimement liés à la Consommation Durable ?

La première édition en français est disponible sur demande pour les formateurs et les enseignants. Le site est disponible en anglais et le sera en français avant fin 2005.

www.youthxchange.net



Pour toute information : PNUE DTIE, www.unep.fr/sustain, sc@unep.fr
UNESCO DESD, www.unesco.org/education/desd

L'analyse du cycle de vie des produits et services: un outil d'aide à la décision pour les décideurs publics et privés en matière de développement durable

La pensée cycle de vie se définit comme étant une philosophie de production et de consommation qui vise la prise en compte de toutes les relations (environnementales, économiques et sociales) propres à un produit ou à un service, depuis l'extraction de matières premières jusqu'à l'élimination finale, afin d'en réduire l'impact négatif sur l'environnement et la société. L'analyse du cycle de vie ou bilan écologique est une méthode scientifique d'évaluation des impacts sur l'environnement et sur les ressources naturelles d'un produit, d'un service ou d'une activité. Cette méthode et ses applications sont décrites dans les lignes suivantes.

Ces trois dernières décennies, gouvernements, consommateurs, industries et autres acteurs ont développé et expérimenté plusieurs stratégies et initiatives visant à réduire la pollution, parmi lesquelles se trouvent notamment les systèmes de traitement d'eaux usées et des émissions gazeuses, les sites d'enfouissement confinés, les systèmes de gestion environnementale, les campagnes de sensibilisation du public, etc. Depuis quelques années, de nouveaux outils et approches ont vu le jour. Ces derniers visent à agir désormais non plus seulement de façon curative, comme c'était souvent le cas par le passé, mais également de façon préventive.

Le développement durable impose une nouvelle philosophie de production et de consommation. Poursuivant cet objectif, le Sommet mondial pour le développement durable (WSSD), tenu sous les auspices de l'ONU à Johannesburg en août 2003, a proposé l'adoption d'un plan de travail sur dix ans visant à changer les modèles de consommation et de production non durables [1]. Parmi les moyens proposés se trouve la prise d'actions en amont plutôt qu'en aval des problèmes environnementaux, en stimulant une économie basée sur une nouvelle philosophie: la «pensée cycle de vie».

La «pensée cycle de vie»

La pensée cycle de vie se définit comme étant une philosophie de production et de consommation qui vise la prise en compte de toutes les relations (environnementales, économiques et sociales) propres à un produit ou à un service, depuis l'extraction de matières premières jusqu'à l'élimination finale, afin d'en

[1]. Ce n'est pas un appel de note mais un renvoi bibliographique.



Guido SONNEMANN Daniel NORMANDIN



Sophie LAVALLÉE

Sophie LAVALLÉE est professeure en droit de l'environnement à la Faculté de Droit de l'Université Laval, à Sainte-Foy (Québec), Canada, et membre du Centre Interuniversitaire de Référence sur l'Analyse, l'Interprétation et la Gestion du cycle de vie (CIRAIG).

Daniel NORMANDIN est responsable du partenariat, du financement et des communications au CIRAIG, à Montréal (Québec), Canada.

Guido SONNEMANN est agent de programme, Branche de Production et Consommation, Division de Technologie, Industrie et Économie, Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), Paris.



L'analyse du cycle de vie des produits et services: un outil d'aide à la décision pour les décideurs publics et privés en matière de développement durable

réduire l'impact négatif sur l'environnement et la société. Cette philosophie s'appuie sur un « coffre à outils » appelé « gestion du cycle de vie » (GCV), lequel contient des outils dont, entre autres, « l'analyse du cycle de vie » (ACV) des produits et services, appliquée à l'éco-labelling et à l'éco-design. Dans le cadre du présent document, nous nous attarderons principalement à l'ACV.

L'analyse du cycle de vie

L'analyse du cycle de vie ou bilan écologique est une méthode d'évaluation des impacts sur l'environnement et sur les ressources naturelles d'un produit, d'un service ou d'une activité, de l'extraction des ressources naturelles jusqu'à l'élimination des déchets, dont le produit en fin de vie. Également appelée « écobilan », cette analyse est un bilan détaillé et quantitatif des entrées et des sorties mesurées aux frontières d'un système préalablement défini [2]. En termes simples, il s'agit de dresser un bilan des matières et de l'énergie utilisées durant tout le cycle de vie d'un produit ou d'un service et de faire de même en ce qui concerne les impacts. L'ACV est avant tout un outil d'aide à la décision.

Les différentes étapes qui sont prises en compte dans une ACV sont les suivantes :

- Extraction des matières premières ;
- Production ou fabrication ;

- Emballage, distribution ;
- Consommation, usage ;
- Élimination ou recyclage ;

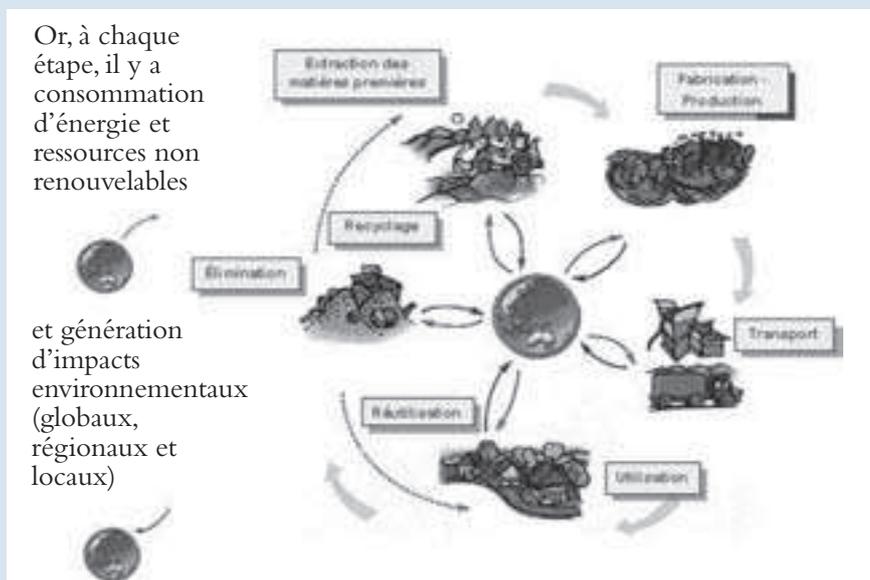
La figure 1 résume le concept.

Les quatre phases d'une ACV

Régie par les normes de la série ISO 14040 [3], l'ACV est une approche rigoureuse qui comporte quatre phases distinctes, soit : la définition des objectifs et du champ de l'étude, l'analyse de l'inventaire, l'évaluation des impacts et la phase d'interprétation.

La première phase, soit la définition des objectifs et du champ de l'étude, a pour but de déterminer les objectifs de l'étude et de circonscrire les limites du champ d'étude, que l'on appellera ici « système ». Un point important de cette phase consistera à définir « l'unité fonctionnelle » à la base de l'étude. Cette unité permet de comparer différents produits rendant un service similaire. Elle est définie avec précision à partir de l'objectif de l'étude, de son utilisation et de l'usage des produits. Elle permet de prendre en compte à la fois une unité de produit et une unité de fonction. Un exemple d'unité fonctionnelle pourrait être « la consommation de café de 1000 personnes durant un mois ». En somme, cette première étape doit répondre, entre autres, aux questions suivantes :

Figure 1 – Schéma conceptuel du cycle de vie d'un produit



À quoi servira l'ACV? À une comparaison de produits? À améliorer un produit, un service ou un procédé existant? À mettre en place une politique publique? Qui utilisera les résultats de l'étude?

La deuxième étape, l'analyse de l'inventaire, consiste à quantifier tous les flux entrants et sortants du système à étudier, à l'aide de bases de données très détaillées. Ces bases de données sont issues de sources privées, gouvernementales et universitaires. Certaines de ces bases sont disponibles à même les logiciels commerciaux d'analyse du cycle de vie, dont les plus utilisés sont: GaBi (PE Europe GMBH, Allemagne); SimaPro (PRé Consultants, Pays-Bas); TEAM (Éco-Balance, France-USA); Umberto (ifu, Allemagne); KCL-ECO (KCL, Finlande).

Cette deuxième phase de l'ACV permet, entre autres, de répondre aux questions suivantes: Quelle quantité d'énergie est requise pour produire, distribuer et disposer du produit? Quelles substances sont consommées durant les étapes de la vie du produit? Quels sont les co-produits, déchets et polluants émis dans l'environnement (eau, air et sol)? La figure 2 schématise cette deuxième étape.

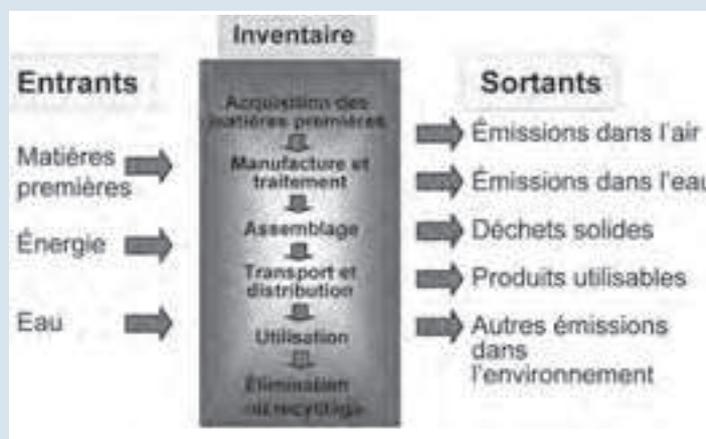
La troisième étape consiste à évaluer les impacts des différents flux de matières et d'énergie estimés à la phase précédente. Il s'agit d'effectuer une analyse qualitative et quantitative de ces impacts. Selon la norme ISO 14042 [3], dix catégories d'impacts sont généralement considérées dans une ACV, soit:

- Le réchauffement de la planète (*GWP*);
- La destruction de l'ozone stratosphérique (*ODP*);
- La formation d'agent photo-oxydant (smog) (*POCP*);
- L'acidification (*AP*);
- L'eutrophisation (*EP*);
- L'impact écotoxicologique;
- L'impact toxicologique chez les humains;
- L'utilisation des ressources abiotiques;
- L'utilisation des ressources biotiques;
- L'utilisation des terres.

Pour procéder à l'évaluation de ces impacts, différentes méthodes peuvent être mises à profit, telles que IMPACT 2002+ [4] pour le contexte européen ou alors TRACI [5] ou LUCAS [6], pour la prise en contexte géographique et environnementale des États-Unis et du Canada respectivement. Ces méthodes permettent de déterminer quelles sont les étapes et composantes du cycle de vie d'un produit ou d'un service qui génèrent le plus d'impacts et qui requièrent le plus d'énergie et de ressources. Les résultats de cette analyse sont généralement présentés sous forme graphique, ce qui permet de repérer rapidement les étapes du cycle de vie qui posent un problème et de concentrer les efforts d'amélioration sur ces étapes.

Une évaluation par pondération de ces différentes catégories d'impacts est également possible et permet d'en arriver à un indicateur général. Ceci requiert la mise à contribution de méthodes

Figure 2 – Inventaire du cycle de vie d'un produit



dédiées à cet effet, telles que Eco-indicator 99 [7] ou EDIP 2003 [8].

La quatrième et dernière étape de l'ACV est l'interprétation des données recueillies lors des trois étapes précédentes. En plus d'évaluer la qualité des résultats, cette étape (ISO-14043) permet l'analyse des possibilités en termes de réduction des impacts environnementaux et d'accroissement du rendement économique d'un produit ou d'un service par une utilisation plus efficace de l'énergie et une réduction ou une substitution de matières premières et secondaires. Ainsi, cette phase permet, entre autres, de répondre aux questions suivantes : Est-ce que la quantité de polluants émise dans l'environnement peut être réduite ? Est-ce que le produit peut être réutilisé, recyclé ou transformé ? Est-ce que l'énergie peut être récupérée ? Est-ce que le produit peut être fabriqué à partir de matières premières et secondaires moins polluantes ?

Beaucoup d'entreprises considèrent l'ACV comme une façon de générer des occasions d'affaires. Ainsi, en réduisant la consommation d'énergie et de matières premières dans la fabrication d'un bien ou l'exécution d'un service, il est possible d'en réduire le coût de revient et de dégager une marge de profits plus importante. De façon incidente, cette réduction d'énergie et de matières premières entraîne une réduction des impacts locaux et globaux. En somme, tout le monde y trouve son compte, y compris l'environnement.

Applications actuelles de l'ACV dans les secteurs privé et public

Il est difficile d'effectuer un recensement complet de toutes les industries ayant utilisé ou utilisant l'ACV. Une analyse de son application démontre toutefois qu'il est important d'avoir l'expertise dans l'entreprise [9]. Chose certaine, la grande entreprise est largement en avance sur les petites et moyennes entreprises sur ce plan, puisque la réalisation d'ACV détaillées coûte cher, nécessite une expertise de pointe et des outils adaptés qui font souvent défaut à la PME. Cependant, la « démocratisation » rapide des outils et le développement intensif de banques de données pour plusieurs secteurs industriels tendent à renverser la vapeur. Une étude relativement récente [10] a permis de déterminer qu'au moins 22 pays à

travers le monde ont un programme de recherche sur les ACV. Les pays qui sont les plus actifs à cet égard sont les Pays-Bas, les pays scandinaves, l'Allemagne et le Japon.

Afin de favoriser la promotion de la pensée cycle de vie dans les pays en développement et les pays développés ainsi qu'une utilisation universelle de l'ACV incluant les petites et moyennes entreprises, le Programme des Nations Unies pour l'Environnement (PNUE), conjointement avec la *Society for Environmental Toxicology and Chemistry* (SETAC), a lancé l'Initiative sur le Cycle de Vie (*Life Cycle Initiative*) à Prague, en avril 2002. Cette initiative internationale, qui regroupe des gouvernements, des entreprises, des ONG et des universités des quatre coins de la planète, entend stimuler le développement et l'utilisation d'outils ACV par les entreprises et les gouvernements ainsi que l'identification des meilleures pratiques et la propagation de l'information relative à la gestion du cycle de vie [11].

L'ACV peut servir d'assise à l'activité législative et réglementaire des pouvoirs publics en matière de protection environnementale, en mettant à leur disposition des données sur les impacts réels des activités et des produits d'une entreprise. Elle peut ainsi permettre d'élaborer des normes législatives et réglementaires sur le fondement de données plus holistiques que celles sur lesquelles les autorités publiques se fondent à l'heure actuelle^{12,13}.

Correspondant à la vision holistique des problèmes environnementaux et des correctifs que nécessite la mise en œuvre des principes du développement durable, l'ACV ouvre une nouvelle perspective pour les pouvoirs publics qui disposent maintenant d'un nouvel outil pour mesurer l'impact de leurs programmes, législations et réglementations et pour les modifier, le cas échéant, en vue d'optimiser le gain global pour l'environnement.

Conclusion

L'analyse du cycle de vie a pour objet, grâce à une matrice d'évaluation, d'analyser l'impact d'un produit ou d'un service sur l'environnement à tous les stades de son cycle de vie. Devant l'urgence de changer les modes de production et de consommation actuels pour des modes qui

s'inscrivent dans une logique de développement durable, l'ACV est un outil incontournable. La tendance qui s'est dessinée sur le plan international en faveur de l'utilisation de cet outil semble s'intensifier ces dernières années, notamment depuis la création, en 2002, de l'Initiative sur le Cycle de vie par ses deux partenaires fondateurs, le Programme des Nations Unies pour l'Environnement et la SETAC, de même que par la normalisation récente, en 1997, de l'approche ACV par l'Organisation internationale de normalisation (ISO).

Une utilisation accrue de l'ACV, notamment par les PME et les pays en développement, doit toutefois impérativement passer par une démocratisation de l'ACV. Ceci implique le transfert de connaissances, le développement et la validation d'approches simplifiées, et la mise en place de banques de données d'inventaire accessibles touchant l'ensemble des secteurs industriels, ce qui viendrait diminuer significativement les coûts associés à l'ACV.

Ce texte a permis d'illustrer brièvement en quoi les incidences de l'ACV peuvent être importantes, tant pour l'amélioration continue de la performance des produits fournis par l'industrie que pour la création de futures politiques publiques et l'évaluation de celles qui existent à l'heure actuelle. Ceci ne peut être réalisé que si l'État conserve un rôle de premier plan comme agent de régulation en améliorant, s'il le faut, la qualité des textes adoptés et s'il investit les efforts indispensables à la collecte et à la diffusion des données sur l'ACV pour l'implantation du développement durable. ✨

Bibliographie

- [1] UNEP, WSSD, *Plan of Implementation*, unedited advance copy, Johannesburg, 2002.
- [2] L. GRISEL, *L'Analyse du Cycle de Vie d'un Produit ou d'un Service – Applications et Mise en Pratique*, AFNOR, Saint-Denis-La Plaine, 2004.
- [3] ISO 14040 (1997), *Management environnemental. Analyse du cycle de vie – Principes et cadre*, Organisation internationale de standardisation; ISO 14041 (1998), *Management environnemental. Analyse du cycle de vie – Définition de l'objectif et du champ d'étude et analyse de l'inventaire*, Organisation internationale de standardisation; ISO 14042 (2000), *Management environnemental. Analyse du cycle de vie – Évaluation de l'impact du cycle de vie*, Organisation internationale de standardisation; ISO 14043 (2000), *Management environnemental. Analyse du cycle de vie – Interprétation du cycle de vie*, Organisation internationale de standardisation.
- [4] O. JOLLIET, M. MARGNI, R. CHARLES, S. HUMBERT, J. PAYET, G. REBITZER, R. ROSENBAUM, «Impact 2002+ : A New Life Cycle Impact Assessment Methodology», *Int J LCA* 8(6) 2003, p. 324-330.
- [5] J. BARE, G. NORRIS, D. PENNINGTON et T. MCKONE, «TRACI, The Tool for the Reduction and Assessment of Chemical and Other Environmental Impact», *J. Ind. Ecology*, 6 (3-4), 2003, p. 49-78.
- [6] L. TOFFOLETTO, C. BULLE, J. GODIN, C. REID et L. DESCHENES, «Development of Site-Specific Characterisation Factors for Canada», *Int. J. LCA* (soumis).
- [7] M. GOEDKOOP, R. SPRIENSMA, *The Eco-indicator 99, A Damage Method for Life Cycle Impact Assessment*, methodology report, Amersfoort, PRé Consultants, 2001, p. 132.
- [8] M. HAUSCHILD, J. POTTING, *Spatial Differentiation in Life Cycle Impact Assessment – The EDIP 2003 Methodology*, guidelines from the Danish Environmental Protection Agency, report Technical University of Denmark, 2003, 146 p.
- [9] P. FRANKL, F. RUBRIK, *Life Cycle Assessment in Industry and Business – Adoption patterns, Applications and Implications*, Springer Verlag, Berlin, 1999.
- [10] CIRAIG, *Analyse environnementale du cycle de vie des produits, procédés et services : validation des processus existants et implantation en industries*, rapport d'étape présenté au Fonds d'action québécois pour le développement durable, 2003.
- [11] UNEP-SETAC, *Life Cycle Initiative*, pour plus d'information, on peut consulter le lien suivant : <http://www.uneptie.org/pc/sustain/lca/lcini.htm>.
- [12] M.A. CURRAN, «Life-Cycle Based Government Policies: A Survey», *Int. J. LCA* 2 (1) 1997, p. 39-43.
- [13] EUROPEAN ENVIRONMENT AGENCY, *Life Cycle Assessment, A guide to approaches, experiences and information sources*, Environmental Issues Series, n° 6, Copenhagen, 1998.

Démarches d'éco-conception en vue de la réduction des impacts environnementaux des produits

Face à un contexte mondial où l'on perçoit les limites des ressources naturelles et du milieu naturel à se régénérer – alors que le développement industriel n'est qu'émergent pour de nombreux continents et qu'une large fraction de la population mondiale vit encore en dessous du seuil de pauvreté –, il devient urgent de remettre à plat nos modes de consommation et notamment leurs impacts sur le milieu naturel.

Si on ne peut rejeter en bloc le bien-être apporté par nos modes de consommation, il devient néanmoins nécessaire d'adopter une attitude consciente et active vis-à-vis de l'environnement et du développement durable. C'est sur ce point que l'éco-conception ou conception environnementale sur le cycle de vie des produits et procédés trouve son terrain d'application.

Définition de l'éco-conception

L'éco-conception peut être considérée comme une démarche globale de l'entreprise jusqu'au client final pour réduire au maximum les impacts sur l'environnement des produits tout en préservant les fonctionnalités et services que nous offrons ces produits et afin de les offrir à un public de plus en plus vaste.

Elle se traduit en général par une démarche de type managériale :

- Une démarche stratégique qui consiste à fixer les grandes orientations de l'entreprise en matière d'environnement produit puis à mettre en place la dynamique pour les différents acteurs, notamment pour les concepteurs ;
- Une démarche d'ingénierie innovante pour réduire l'impact environnemental dès la conception du produit tout en garantissant au moins un même niveau de performance, de qualité et de coût ;
- Une démarche commerciale permettant de rendre accessibles les fonctionnalités des produits et services à un plus grand nombre de consommateurs tout en limitant les impacts environnementaux ;
- Une démarche de communication interne et externe.



Daniel FROELICH

Daniel FROELICH a obtenu sa formation d'ingénieur en physique des matériaux de l'INSA de Lyon en 1981 puis son doctorat dans le domaine de la combustion en 1985. Après une expérience d'une année en tant qu'ingénieur de recherche dans le domaine de la combustion au MIT (États-Unis), il intègre Renault où il occupera les postes de Directeur Technique de l'Éco-conception et du recyclage de 1990 à 1996, puis de Responsable de la Modélisation de la Qualité de l'Air urbaine de 1996 à 1998. En 1998, il devient Professeur à l'École Nationale Supérieure des Arts et Métiers de Chambéry, en France, où il occupe actuellement la fonction de responsable de la recherche et de la plateforme technologique dans les domaines de l'éco-conception et du recyclage des produits.

Daniel.Froelich@chambery.ensam.fr



Étape une de l'éco-conception : une démarche stratégique préalable

Lorsque l'entreprise cherche à définir sa politique environnementale « produit », elle croise en général les aspects suivants :

- Les impacts environnementaux globaux de son produit, en général déterminés à partir d'une analyse de cycle de vie. L'éclairage porte sur les points forts / faibles de son produit / procédé dans l'absolu et par rapport à ceux de la concurrence ;
- Les enjeux réglementaires actuels et à venir ;
- Les risques environnementaux ou sanitaires évitables par une démarche proactive ;
- Les exigences des clients sur la qualité environnementale réelle ou perçue (l'enjeu du marché) ;
- La sensibilité « citoyenne » du personnel et son degré de mobilisation pour innover dans ce sens ;
- Le potentiel d'amélioration du produit en fonction des marges de manœuvres : jalonnement des investissements, coûts ou gains de productivité associés, voies d'amélioration existantes, savoir-faire...

De cette démarche émergeront les grandes orientations de l'entreprise et la dynamique pour les différents acteurs de l'entreprise, dont les concepteurs.

On remarque que la dynamique créée pour l'environnement dépasse souvent les objectifs environnementaux fixés par l'entreprise. Le caractère transversal de cette problématique et la motivation souvent constatée à son égard font qu'une communication s'établit entre les différents acteurs de l'entreprise qui en « profitent » pour régler un certain nombre de dysfonctionnements ou pour développer de meilleurs compromis.

Les démarches d'ingénierie d'éco-conception

La démarche d'éco-conception peut s'effectuer de deux façons :

- dans le sens d'une rupture technologique ou commerciale ;
- dans le sens d'un progrès continu.

La rupture technologique ou commerciale

L'idée sous-jacente à cette rupture est de proposer la même fonctionnalité ou le même service rendu par le produit en changeant totalement le concept technologique ou commercial.

Rupture technologique

Objectif: Offrir la même fonctionnalité du produit, mais avec une technologie nettement différente.

En général, elle est basée sur un ou plusieurs critères environnementaux issus de l'Analyse du Cycle de vie du produit. Voici quelques exemples :

La lampe à décharge à basse consommation



- Le résultat de l'ACV montre que 90 % de l'impact environnemental d'une lampe à filament provient de la consommation d'énergie.
- L'affichage des consommations est obligatoire (label Énergie)
- Rupture technologique pour réduire la consommation d'un facteur 3 à 5 d'une lampe fournissant le même éclairage.

La radio nomade sans pile (Philips)



- Le résultat de l'ACV montre un impact important des piles.
- Risque de pollution des sols, d'intégration de métaux lourds dans la chaîne alimentaire.
Source : <http://www.ihrt.tuwien.ac.at/sat/base/Ecolife/ECOIndex.html>
- Rupture en remplaçant les piles par une dynamo actionnée manuellement.
Source : <http://www.ihrt.tuwien.ac.at/sat/base/Ecolife/ECOIndex.html>

Planche de bord de Modus (Renault)



- Enjeu environnemental de substitution progressive des matières vierges;
- Pièce intégrant 45% de matière recyclée;
- Développement de méthodes de conception pour les matériaux recyclés.
Source: Renault.

Rupture de concept commercial

Transformation d'une activité de vente de produits en une activité de service :

Objectif: Offrir la même fonctionnalité aux usagers sans en faire des propriétaires de produits.

Photocopieur: Rank Xerox



- Service vendu : les photocopies ;
- Installation, maintenance et fin de vie assurées par Rank Xerox ;
- Maintenance assurée par l'usage de pièces d'occasion issues de la fin de vie.
- Offre la possibilité de penser différemment le produit pour induire un impact plus faible sur l'environnement : durée de vie plus importante, démontabilité optimisée...

Dématérialisation du produit :

Objectif: Rendre le même service au client, mais en dématérialisant le produit.

Exemples :

- Abandon de l'annuaire papier pour l'annuaire électronique ;
- Vente par correspondance.

L'éco-conception dans une démarche de progrès continu

La démarche d'ingénierie de l'éco-conception se situe souvent dans un processus de reconception et est généralement basée sur une démarche de progrès de type PDCA (Plan Do Check Act).

Les progrès réalisés varient généralement de 10% à 30% pour le critère choisi à chaque cycle.

Les critères environnementaux sont soit issus d'une ACV complète et donc consolidés au niveau environnement, soit issus directement de la réglementation.

Dans ce dernier cas, le progrès réalisé peut induire un transfert d'impact d'environnement.

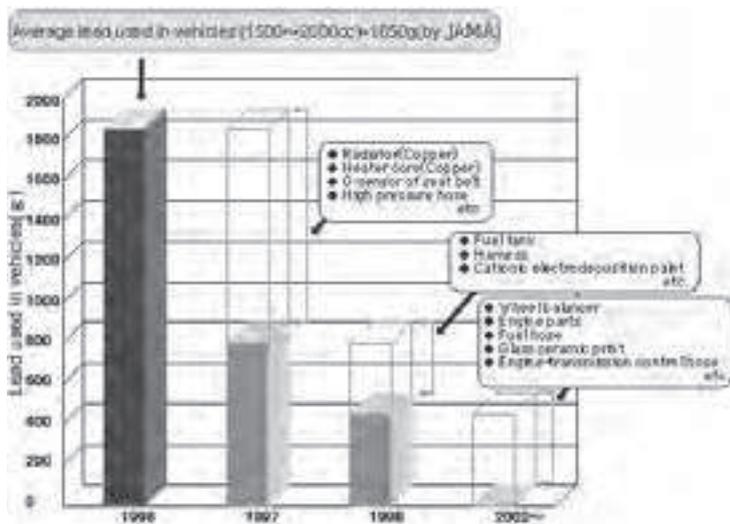
Les critères les plus généraux sont en général :

- **La consommation énergétique induite directement par l'usage du produit ou indirectement par le contenu énergétique des matériaux.**

L'utilisation de bois dans la construction

	Charpente de bois	Charpente en acier
Poids (en tonnes)	10,4	5
Contenu Énergie kWh/t	1800	13200
Total kWh	18720	73250

- Réduction de l'impact de la consommation d'énergie indirectement en prenant des matériaux à faible contenu énergétique pour réaliser la même fonction.
- **La substitution de substances réglementées comme le plomb, le mercure, le chrome VI, le cadmium ou les retardateurs de flammes bromés.**



- Substitution progressive du plomb à chaque nouveau modèle.

Source : Nissan (substitution du plomb).

- **La conception en vue du recyclage**

Emballage de lessives (Procter et Gamble)



Action : augmentation de la recyclabilité par :

- la diminution de la masse de matières engagées (action conjuguée à la concentration des lessives) ;
- l'utilisation de matériaux recyclés et recyclables.

Source : ADEME.

Conclusion

L'éco-conception est une approche en plein développement pour réduire les impacts environnementaux des produits tout en maintenant le bien-être apporté par leurs fonctionnalités.

Afin d'arriver à un optimum, cette démarche peut conduire successivement à :

- une amélioration de l'efficacité des performances du produit pour un moindre impact sur l'environnement. Cette approche permet par exemple de réduire de 30% à 40% les besoins énergétiques d'un foyer ;
- une rupture technologique pour minimiser l'impact environnemental. Dans le cas de l'éclairage à basse consommation, cela a permis des économies d'un facteur de 3 à 5 ;
- l'abandon de la notion de propriété individuelle pour une notion de propriété collective ou de temps partagé d'un produit. Cette approche permet par exemple, dans le cas de mise en commun d'équipements domestiques dans un espace collectif ou de covoiturage, de réduire l'impact de la fabrication ou de l'usage d'un facteur de 3 à 5 ;
- la notion de dématérialisation du produit, qui amène des économies de matières premières.

Cette réflexion doit s'étendre rapidement à l'ensemble des secteurs impactants. La pénurie annoncée d'énergie ou de certaines matières premières n'est pas éloignée de la durée de vie de certains produits, comme le bâtiment, les avions et certains équipements électriques. Il convient donc de penser éco-conception pour ces produits à longue durée de vie, mais également pour ceux à courte durée de vie afin de préserver au plus vite les ressources naturelles. ✨

Les instruments économiques et fiscaux¹

On peut situer la consommation durable comme des comportements de consommation qui contribuent aux objectifs environnementaux, économiques et sociaux du développement durable, dont elle constitue un sous-ensemble. Mais la question des instruments et politiques destinés à promouvoir cette « consommation durable » est ancienne et lancinante. Dans le contexte d'une économie de marché, on peut d'abord s'interroger s'il est souhaitable et justifié d'infléchir les comportements des consommateurs et, si oui, dans quelle direction et jusqu'où, sans introduire des distorsions économiques ni empiéter sur la liberté et le libre arbitre des individus. Un certain intégrisme « politico-écologique » tend à vouloir dicter aux consommateurs ce qui est bon ou mauvais pour eux. L'enfer de la consommation durable peut être pavé de bonnes intentions.

Il existe une littérature abondante sur les instruments politiques (au sens anglo-saxon de « policy instruments ») susceptibles d'influer sur les comportements de consommation, allant des campagnes de sensibilisation et d'information aux réglementations contraignantes (voir l'encadré 1). Chaque approche a ses forces et ses faiblesses. Souvent, les campagnes de sensibilisation (par exemple, « Je trie mes déchets ») finissent par s'éroder et des messages multiples et divers s'annulent mutuellement et saturent les « récepteurs ». L'important est d'informer le consommateur par des signaux économiques et techniques, tout en lui laissant le choix final : dans cette optique, le moyen le plus efficace est de s'assurer que le marché délivre les signaux économiques appropriés.

En effet, les déterminants fondamentaux de la consommation incluent, notamment, le revenu disponible, le patrimoine (« l'effet de richesse »), l'information, les fonctions de préférence ou d'utilité. Ces déterminants sont directement ou indirectement affectés par le niveau des prix. Une structure de prix qui reflète les contraintes et préférences environnementales (notamment qui « internalise les coûts externes ») est essentielle ; dans cette optique, deux séries de mesures sont requises : 1) supprimer les aides et subventions nuisibles à l'environnement, 2) injecter des signaux de prix appropriés, au moyen d'une « fiscalité verte ».



Jean-Philippe BARDE

Jean-Philippe BARDE est Docteur en Sciences Économiques (Université de Paris) et Chef de la Division des politiques nationales de l'environnement de la Direction de l'Environnement de l'OCDE. Il a eu plusieurs activités d'enseignement, notamment à l'Université de Paris 1, et à l'École des Hautes Études en Administration Publique de Lausanne (Suisse) ; il est également chargé de cours à l'European School of Advanced Environmental Studies (Université de Pavie, Italie). Il a présidé le Comité Scientifique du Programme Interinstitutionnel de Recherche en Économie de l'Environnement du Ministère Français de l'environnement (1995-2000).



1. Les opinions exprimées dans cet article sont propres à leur auteur et ne reflètent pas nécessairement les vues de l'OCDE.

Les instruments d'une politique de consommation durable

Instruments économiques: redevances sur les déchets, taxes applicables à la consommation d'énergie et d'eau, systèmes de consigne pour les bouteilles et les piles et batteries, suppression des subventions au titre de l'eau, octroi de subventions au titre de l'énergie verte, permis négociables pour les déchets municipaux, réforme fiscale verte...

Instruments réglementaires: réglementation relative à l'éco-étiquetage et aux «allégations vertes», directives applicables à la gestion des déchets, normes d'efficacité énergétique, responsabilité élargie des producteurs, objectifs officiels d'émissions polluantes, normes de qualité de l'eau, mesures d'interdiction frappant certains produits...

Source : OCDE, 2002.

Instruments sociaux: campagnes d'information et de sensibilisation du public aux problèmes d'environnement (sur les déchets, l'énergie, l'eau, les transports), formation, débats publics et mécanismes de décision participatifs, aide aux initiatives du secteur associatif, partenariats avec d'autres acteurs (secteur privé, ONG, etc.)...

Autres instruments: évaluation de l'état de l'environnement et fixation d'objectifs, élaboration d'indicateurs de viabilité des modes de consommation, mesures incitatives favorables à l'innovation et à la diffusion de technologies ménageant davantage l'environnement, mise en place d'infrastructures, zonage et planification de l'utilisation des sols...

Une urgence: supprimer les subventions nuisibles à l'environnement

Chaque année, les pays de l'OCDE accordent quelque 400 milliards USD de subventions aux différents secteurs économiques, qui ont beaucoup d'incidences sur l'environnement². Ce chiffre est très vraisemblablement sous-estimé, car on manque de données sur les subventions au secteur de l'énergie et à l'industrie manufacturière. Même si elles sont destinées à répondre à différentes préoccupations sociales ou économiques (emploi, développement régional, etc.), ces subventions faussent les prix relatifs et peuvent induire des comportements de production et de consommation non «durables». Les subventions à l'agriculture constituent un cas particulièrement préoccupant: en 2004, le total du soutien à l'agriculture s'élevait à 378 milliards USD, soit 1,16% du PIB des pays de l'OCDE. Sur ce total, 279 milliards USD ont été destinés à soutenir la production (OCDE, 2005a). Ces mesures de soutien contribuent pour certaines à accroître la production agricole et, par conséquent, l'utilisation des ressources foncières et hydriques. Les soutiens des prix du marché, les paiements au titre de la production (par unité produite) et les subventions aux intrants (par exemple, engrais,

2. Les subventions englobent un large éventail de mesures de soutien: paiements directs, soutien des prix, prix subventionnés des intrants, allègements fiscaux, taux d'intérêt préférentiels, etc.

pesticides, eau et énergie) causent les plus forts dommages à l'environnement: surproduction agricole, monoculture, exploitation de terres écologiquement fragiles, pollution des sols et des eaux, etc. En termes de consommation, ceci se traduit, par exemple, par une forte consommation de viandes relativement peu chères dont la production est subventionnée et polluante (porc, volaille), et s'effectue parfois dans des conditions peu éthiques (élevages en batterie).

On peut également citer le secteur de la pêche: les subventions dans les pays de l'OCDE, quoiqu'en baisse, s'élevaient encore à 5,8 milliards USD en 2002, soit 20% de la valeur des captures débarquées (OCDE, 2005b). Certaines de ces subventions soutiennent la recherche-développement, la surveillance et les services de gestion, et peuvent donc contribuer à une gestion durable des ressources halieutiques. Les autres peuvent favoriser le développement ou le maintien d'une surcapacité des flottilles, ainsi que la surexploitation et, à terme, l'épuisement des stocks de poissons.

Les subventions à la consommation d'eau prennent de nombreuses formes, dont les redevances de prélèvement qui ne couvrent pas les coûts de fourniture, les coûts externes et les rentes de ressources. De même pour les subventions à l'eau d'irrigation et les subventions au prix de l'eau à usage domestique et industriel. Ces mesures de soutien accroissent la demande d'eau, érodent la viabilité financière du secteur

et accentuent les pressions exercées sur l'environnement par la surexploitation des ressources en eau et par la pollution et la salinisation des sols. L'eau devenant de plus en plus une ressource rare, une tarification adéquate est essentielle. Par exemple, l'augmentation soutenue du prix de l'eau (conformément à la directive-cadre sur l'eau de la Commission européenne) a entraîné une forte réduction de la consommation au Danemark (de 196 litres par personne par jour en 1982 à 122 en 2002, figure 1) et en Hongrie (de 153 à 101 litres par personne par jour durant la décennie 1990 – *Hungarian Central Statistical Office, 2001*).

Les subventions à la production d'énergie dans les pays de l'OCDE sont destinées principalement à protéger les producteurs nationaux et à préserver l'emploi dans certains secteurs. On manque de données précises, et les estimations varient entre 20 milliards et 82 milliards USD par an, dont une part importante sert à soutenir la production de charbon, qui est un des combustibles les plus polluants.

L'industrie est également subventionnée, même si les données manquent. Ces subventions peuvent avoir des incidences dommageables pour l'environnement en entraînant des niveaux de production supérieurs à l'optimum social, en encourageant l'utilisation de certaines matières premières ou la consommation d'énergie, ou en induisant des effets de verrouillage qui font perdurer des

technologies peu efficaces. Toutes les subventions industrielles ne sont cependant pas dommageables pour l'environnement, puisque l'aide à la recherche-développement, par exemple, peut servir à soutenir la mise au point de technologies « propres ».

Les transports sont également concernés. Si l'on compare le prix payé pour l'utilisation des infrastructures de transport au coût social marginal correspondant à un mode de transport particulier, on constate une forte sous-tarification : par exemple, les tarifs payés par les voitures et les poids lourds dans les zones urbaines sont généralement beaucoup trop faibles ; dans certaines agglomérations, il faudrait une augmentation de 150% de ces tarifs pour couvrir l'intégralité des coûts sociaux (CEMT, 2003).

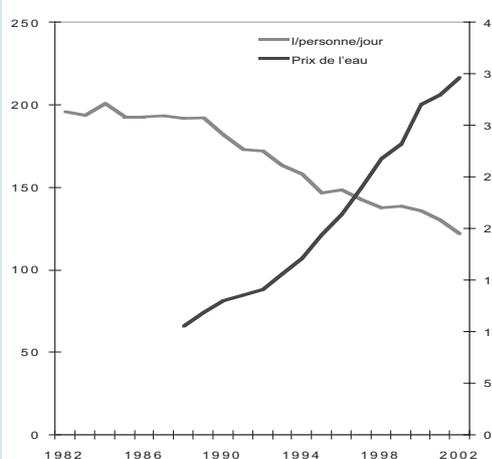
D'une façon générale, les subventions (notamment agricoles) ont des conséquences néfastes pour les pays en développement, qui ne peuvent exporter leurs produits face à des prix subventionnés dans les pays développés. Ainsi, les effets pervers des productions et des consommations non durables ont des ramifications internationales.

Les taxes environnementales : une voie pour l'avenir

Une option politique fondamentale consiste à restructurer en profondeur la fiscalité de façon à corriger les distorsions fiscales nuisibles à l'environnement et à internaliser les coûts externes. En effet, si les prix de certains produits ne reflètent pas (ou mal) la rareté de certaines ressources (l'eau, etc.) ainsi que les dommages environnementaux (coûts externes), seule une action tutélaire de l'État peut y remédier, notamment au moyen de la fiscalité.

La première urgence consiste à *corriger certaines dispositions fiscales préjudiciables à l'environnement*, comme les dispositions spéciales ou les exonérations. Par exemple, cinq pays de l'OCDE seulement appliquent des taxes sur le charbon, et encore offrent-ils aux plus gros consommateurs de charbon de multiples dégrèvements fiscaux. Le secteur des transports bénéficie également d'un grand nombre de subventions indirectes, par exemple par le biais des très nombreuses possibilités d'exonération et de dégrèvement qui sont

Figure 1 – Prix et consommation d'eau au Danemark



Sources : Danish EPA 2004, citée par l'Agence européenne de l'environnement (2005) : « Household Consumption and the Environment ».

accordées dans beaucoup de pays au titre des taxes sur le diesel destiné au transport routier, à l'agriculture et à la pêche, et par l'intermédiaire de l'exemption fiscale totale du kérosène utilisé dans l'aviation commerciale. La relative sous-taxation du diesel par rapport à l'essence a contribué à l'explosion du parc de véhicules diesels (plus bruyants et plus polluants). Dans les pays de l'OCDE, la part de consommation de diesel par les transports a plus que doublé, passant de 15% en 1970 à 33% en 2002 (OCDE, 2004). La base de données commune de l'OCDE et de l'AEE (Agence Européenne de l'Environnement) dénombre pas moins de 1 100 exemptions de divers types applicables aux taxes relatives à l'environnement (voir l'encadré 2).

Le deuxième aspect d'une fiscalité environnementale consiste à *restructurer des taxes existantes*, de façon à ce que les prix des produits concernés reflètent leurs impacts relatifs sur l'environnement. On peut ainsi envisager une refonte des taxes sur l'énergie ou l'instauration de nouvelles taxes écologiques. Par exemple, dans la plupart des pays de l'OCDE, les taxes sur l'essence représentent plus de 50% du prix à la pompe. Il existe donc une importante marge de manœuvre pour restructurer ces taxes de façon à ce qu'elles s'appliquent, entre autres, à la teneur en plomb, en soufre et en carbone, ainsi que l'ont déjà fait les pays nordiques et les Pays-Bas. Le différentiel

de taxation des carburants diesels, selon leur teneur en soufre, a entraîné la disparition rapide du marché de ces carburants au Royaume-Uni et en Suède. Par ailleurs, la plupart des pays de l'OCDE ont instauré un différentiel de taxe entre l'essence plombée et celle sans plomb; il en est résulté une disparition de ce carburant dans la quasi-totalité de ces pays. Ces restructurations des taxes énergétiques sont un puissant levier pour une consommation durable.

On peut enfin *créer de nouvelles taxes*. La base de données OCDE/AEE recense 350 taxes: 100 taxes sur une variété de produits tels que les pesticides, les engrais, les emballages, les déchets les piles usagées, les vaisselles jetables, les carcasses et les pneus de voitures, les équipements électroménagers, etc. À cela s'ajoutent quelque 250 taxes relatives aux transports et à l'énergie. Ainsi, plus un produit est nuisible, que ce soit lors de son utilisation ou à l'état de déchet, plus il est taxé, donc cher. Le consommateur, tout en étant confronté à un libre choix, doit ajuster ses comportements en fonction des prix relatifs des produits et de leurs coûts d'utilisation: par exemple, un véhicule plus ou moins «propre», des produits recyclables, des engrais et d'autres produits organiques, etc.

Ces taxes sont efficaces; citons quelques exemples. La taxe sur les pesticides au Danemark (1996) a entraîné une baisse de leur utilisation de

Définition des taxes liées à l'environnement

Le concept de «taxe liée à l'environnement», retenu pour la base de données OCDE/AEE, (<http://www.oecd.org/env/policies/database>) repose sur deux notions fondamentales. En premier lieu, on a retenu la définition des taxes selon la classification des «Statistiques de dépenses publiques» de l'OCDE, à savoir «des versements obligatoires effectués sans contrepartie au profit des administrations publiques. Les impôts n'ont pas de contrepartie en ce sens que, normalement, les prestations fournies par les administrations au contribuable ne sont pas proportionnelles à ces versements». En deuxième lieu, ni la dénomination ni l'objet explicite d'une taxe donnée ne suffisent à classer une taxe sous la catégorie «environnementale»: le critère pertinent est l'effet potentiel de la taxe sur l'environnement. Par exemple, les taxes énergétiques sont ainsi classées sous la catégorie de «taxes liées à l'environnement» parce

que leur impact potentiel sur les émissions polluantes est significatif. La base de données de l'OCDE retient donc essentiellement les assiettes fiscales relatives à l'environnement (énergie, transports, etc.). On a donc adopté ici une approche fondamentalement économique focalisée sur l'effet prix de la taxe dont l'efficacité environnementale dépend des élasticité-prix. Une conséquence importante est que, outre les taxes environnementales «classiques» (telles que les taxes sur les émissions, déchets, lubrifiants, pesticides, engrais, emballages, etc.), l'ensemble des taxes sur l'énergie et les transports sont incluses. Toutes ces taxes se trouvent donc regroupées sous la dénomination de «taxes liées à l'environnement». Dans les pays de l'OCDE, en 2002, les recettes totales des taxes liées à l'environnement représentaient de 2 à 2,5% du PIB et de 6 à 7% des recettes fiscales totales.

10 à 13% en un an (1995-1996) (Schou, 2005). Au Danemark, alors que le PIB augmentait de 20% entre 1988 et 1997, la taxe sur le CO₂ a permis une baisse de 6% des émissions (*Nordic Council of Ministers*, 2002). La taxe suédoise sur le soufre (1991) a eu pour résultat une réduction de la teneur en soufre des combustibles de 50% en dessous des normes légales et une réduction des émissions de SO₂ de 80% par rapport au niveau de 1980 (*Nordic Council of Ministers*, 1999). Les exemples pourraient être multipliés.

Conclusion

La fiscalité environnementale constitue, à nos yeux, le levier le plus souple, le plus puissant et le plus pérenne pour inciter à des comportements de production et de consommation durables. Tout en préservant la liberté de choix du consommateur, elle injecte dans le marché des signaux-prix qui reflètent (même si c'est imparfaitement) les coûts externes et les raretés relatives de ressources, permettant ainsi des ajustements structurels des économies à long terme, dans le sens d'un développement durable. Certes, «l'économie politique» de la fiscalité environnementale est délicate et exige une panoplie de mesures de mise en œuvre et, le cas échéant, d'ajustements d'ordre économique et social, notamment, des mesures de compensation d'éventuels effets redistributifs régressifs (si les taxes affectent plus les catégories sociales à faible revenu). Des problèmes, parfois épineux, de compétitivité internationale existent également. Les moyens de traiter ces questions sont bien connus, même si des obstacles politiques peuvent survenir (OCDE, 2001).

L'approche la plus efficace consiste à mettre en œuvre des «réformes fiscales vertes» au moyen d'une restructuration d'ensemble de la fiscalité, notamment en taxant la pollution et en détaxant le travail et le capital productif. En général, ces réformes sont fiscalement neutres dans la mesure où elles s'effectuent à revenus constants : les augmentations de taxes environnementales sont compensées par des baisses d'autres taxes, notamment sur le travail. Seul un petit nombre de pays (pays nordiques, Pays-Bas, Allemagne,

Royaume-Uni) ont effectivement franchi ce pas. L'avenir des réformes fiscales vertes pour une consommation et un développement durables reste donc largement ouvert. ✨

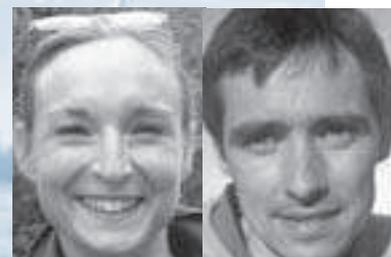
Références

- AEE (2005), *Household Consumption and the Environment*.
- CEMT (2003), *Reforming Transport Taxes* (chapitre 2), ECMT, Paris.
- Danish Environmental Protection Agency (2002), *Danske husholdningers miljøbelastning*. Arbejdsrapport fra Miljøstyrelsen nr. 13. (<http://www.mst.dk/default.asp?Sub=http://www.mst.dk/udgiv/publikationer/2002/87-7972-094-3/html/>)
- Nordic Council of Ministers (1999), *The Scope for Nordic Co-ordination of Economic Instruments in Environmental Policy*, TemaNord, Nordic Council of Ministers, Copenhagen.
- Nordic Council of Ministers (2001), *An Evaluation of the Impact of Green Taxes in the Nordic Countries*, TemaNord 2000:561, Nordic Council of Ministers, Copenhagen (disponible sur www.norden.org/pub/ebook/2001-566.pdf).
- OCDE (2001), *Les taxes liées à l'environnement dans les pays de l'OCDE : problèmes et stratégies*, OCDE, Paris.
- OCDE (2002), *Vers une consommation durable des ménages ? Tendances et politiques dans les pays de l'OCDE*, OCDE, Paris.
- OCDE (2005a), *Les politiques agricoles des pays de l'OCDE, suivi et évaluation*, OCDE, Paris.
- OCDE (2005b), *Examen des pêcheries dans les pays de l'OCDE*, *Statistiques nationales*, OCDE, Paris.
- OCDE (2005c), *Données OCDE sur l'environnement : Compendium 2004*, OCDE, Paris, tableau 6A.
- Schou (2005), «The Danish Pesticide Tax», présentation faite au *Workshop for Practitioners of Environmental Taxes and Charges*, Vancouver, Canada, 17 et 18 mars 2005.

Le développement durable est-il certifiable? Normes, labels, standards, référentiels: échos du terrain

Le concept de développement durable s'impose. Qui ose s'y opposer? Par contre, sur le terrain, son application provoque de multiples débats. Qui doit faire quoi? Selon quel modèle? Et avec quelle responsabilité? Force est de constater qu'à ce jour, il n'existe pas de recette unique. Et encore moins de standard intégrant toutes les composantes d'un développement durable, avec une définition exhaustive et une certification à la clef. Au contraire, une multitude de standards, de référentiels et de normes ont vu le jour en trente ans, ciblant tantôt la gestion environnementale, tantôt le volet social, tantôt encore la gouvernance, la sécurité, l'hygiène ou la qualité. Aujourd'hui, la tendance est à l'intégration par souci d'efficience... Des ébauches de référentiels intégrés et multicomposantes apparaissent. Les trois piliers du développement durable (économique, environnemental et social) sont mentionnés dans un même texte. Système de management avec le SD 21000 en France, outil de reporting avec le Global Reporting Initiative (GRI), assurance crédibilité avec AA1000 en Grande-Bretagne et tout récemment le travail sur ISO 26000, futures lignes directrices pour la responsabilité sociétale des organisations. Cette kyrielle d'outils parfois standardisés ou référencés reflète la diversité d'un thème en pleine innovation.

Sur le terrain, le développement durable interroge la prise de responsabilité des acteurs de la société. Gouvernements, entreprises, monde associatif, ONG et académiciens sont chacun interpellés et prennent position. Leurs interactions génèrent des tensions et des dynamiques en perpétuel changement. Des rapports de force se créent, des idéologies s'affrontent et des attentes s'expriment. La conciliation est la solution. Elle se matérialise à travers plusieurs pistes, comme autant de réponses à des besoins formulés: standardiser, homogénéiser, comparer, crédibiliser, mesurer les performances, gérer de façon plus cohérente, contrôler, communiquer en toute transparence, labelliser, réglementer. Ce qui varie, ce sont les publics visés, les résultats et les comportements attendus ou le contrôle mis en place par le biais de ces réponses. Les unes ciblent les entreprises, les autres, les pouvoirs publics. Certaines se présentent sous la forme



Marie D'HUART Serge DE BACKER

Marie D'HUART s'est spécialisée en sciences et gestion de l'environnement. Elle fait un passage au sein des institutions européennes, puis exerce sept ans comme conseillère environnementale au Canada, au Pérou (auditrice ISO 14001), et comme juriste d'entreprise en Belgique, au Maroc et en Afrique du Sud pour SNC-Lavalin. Elle travaille ensuite pour l'Agence Alter en tant que coordonnatrice de projets en développement durable. Elle fonde CAP à l'automne 2003.

Journaliste de formation, Serge DE BACKER a exercé plusieurs métiers au service d'ONG (Vétérinaires sans frontières, etc.), et de bureaux de conseil en Belgique et à l'étranger (Kenya, Sud-Soudan, Saïgon). Il fonde ensuite au sein de l'Agence Alter la première newsletter bilingue sur les enjeux du développement durable, la responsabilité sociétale des entreprises et la finance éthique, dont il assume le poste de rédacteur en chef durant trois ans avant de créer le bureau de conseil CAP.

marie.dhuart@capconseil.be
serge.debacker@capconseil.be

de systèmes de gestion, d'autres, en lignes directrices pour du *reporting*, d'autres, encore mesurent la performance. La vérification de ces outils est tantôt externe (audit indépendant), tantôt informelle, interne ou adopte une revue par les pairs (*peer review*).

Ne pas comparer des pommes avec des poires

Cette diversité de réponses, à première vue perturbante, répond à une certaine logique. Elle suit les enjeux des acteurs qui les proposent. Codes de conduite, référentiels, standards, labels, normes et règlements (nationaux, internationaux) sont autant de réponses formelles à des enjeux sous-jacents.

Les plus contraignants sont les lois et les règlements nationaux. Par exemple, l'article 116 de la loi française sur les Nouvelles Régulations Économiques (NRE) oblige les entreprises cotées en bourse à produire annuellement un rapport sociétal informant de leurs activités sur le plan social et environnemental. Il s'agit de formaliser une obligation de transparence. En droit international, les traités des Nations Unies, les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et d'autres protocoles (Kyoto, Biodiversité...) sont des instruments juridiques. Les nations ont le choix d'y souscrire sur une base volontaire. Et, dans les faits, ils sont souvent non contraignants. Encore aujourd'hui, des pays n'adhèrent pas au respect des normes fondamentales du travail, car ils sont non-signataires de ces traités internationaux. Dans ces zones, des normes ou standards volontaires émanant d'organisations privées (Organisation Internationale de Standardisation – ISO – ou *Social Accountability International* – SAI) peuvent pallier un vide juridique.

L'Europe reste volontaire

En ce qui concerne l'Europe, à l'exception des réglementations et des directives propres au droit du travail, au droit social ou au droit de l'environnement (abondantes ces dernières années), aucune directive transversale ne vient édicter des règles pour l'application d'un développement durable. La Commission a, à ce jour, fait paraître

Figure 1 – Schéma de la ligne du temps de toutes les normes et événements liés au développement durable



un livre vert sur la responsabilité sociétale des entreprises et publiera bientôt deux communications. La Commission opte pour une politique non contraignante en la matière. Elle encourage toute démarche volontaire de la part des acteurs concernés. Innovation dans ce paysage, la révision de la directive européenne concernant les marchés publics prévoit une série d'ouvertures pour inclure des clauses sociales ou environnementales, tant au niveau de l'attribution du marché que pour leur exécution. La jurisprudence de la cour de justice européenne va dans ce sens. Autrement dit, les critères habituels de prix et de qualité de l'offre peuvent être complétés par des clauses : une mise à l'emploi de publics marginalisés, une formation, un critère écologique dans les achats de matériaux.

Aux côtés de ces lois et règlements, une série de standards, de normes, de *guidelines* et de référentiels ont vu le jour. Ils constituent des cadres de référence édictés par des instituts de normalisation tels l'ISO, l'Agence Française de Normalisation (AFNOR) ou le *British Standard Institute* (BSI). Leur application dépend du bon vouloir des acteurs y souscrivant sur une base volontaire. Il s'agit de s'engager, dans le chef d'une organisation (privée, publique...), à respecter une série de prescriptions, avec ou sans contrôle et certification à la clef. On citera, par exemple, sur le pilier environnemental du développement durable, les standards EMAS et ISO 14001 qui permettent de faire certifier un système de gestion environnementale par un auditeur indépendant. Sur le pilier

social, le référentiel SA 8000 permet de certifier un système de gestion des droits fondamentaux des travailleurs en examinant quelques conventions de l'OIT (travail des enfants, juste rémunération, travail forcé, sécurité...).

Du plus contraignant au plus volubile

D'autres outils, de type «lignes directrices», se contentent d'édicter des principes sans certification ni contrôle. Par exemple, les dix principes du *Global Compact* des Nations Unies. Par ailleurs, les chartes et codes de conduite restent des engagements individuels et autodéclarés, qui ne s'inspirent pas nécessairement d'un cadre proposé par une institution ou une organisation externe.

De la loi, en passant par les conventions internationales, les référentiels certifiables ou non, jusqu'au code de conduite autoédicte, la marge de manœuvre de l'organisation va croissant. La loi ne se discute pas, alors que les codes de conduite sont souvent autoproclamés.

Figure 2 – Schéma du triangle inversé de marge de manœuvre



ISO 14000 et EMAS : l'environnement pionnier

Dans la genèse du développement durable, l'environnement est sans doute le premier domaine où la nécessité d'agir et d'inventer des réponses techniques, des systèmes de management, des outils s'est fait ressentir. Ce pilier jouit donc d'une longueur d'avance. ISO recensait déjà, à la fin de 2002, pas moins de 50 000 certificats ISO 14001 délivrés dans 118 pays. EMAS, *Environmental Management Scheme*, la version européenne du système de management environnemental, jouit aussi d'un certain essor. Ces référentiels sont rejoints par des initiatives sectorielles volontaires, comme le Responsible Care pour la chimie ou les normes HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*) dans l'industrie alimentaire. Leur renommée et la légitimité des organisations qui les promeuvent en font peu à peu des outils incontournables.

Figure 3 – Trois chaises dans la nature



Du social au sociétal: SA 8000 et gestion des parties prenantes

Le volet social vit sur une tradition législative abondante et souvent historique (droit du travail, droit social, sécurité). Le développement durable propose d'élargir cette dimension sociale aux préoccupations sociétales: l'être humain en tant que travailleur, voisin, riverain, population autochtone, dirigeant, politicien, génération future. Il s'agit de la fameuse «partie prenante» ou «*stakeholder*» de l'activité concernée.

Des standards complètent cette panoplie de règlements, tantôt pour valider leur application effective en amont du contrôle d'une inspection du travail, tantôt pour pallier le déficit de législation dans des endroits du globe où elle fait défaut. Le meilleur exemple est le référentiel d'audit social, SA 8000. Ce standard, certifiable par audit de tierce partie, répète et préconise le respect des droits fondamentaux du travailleur, édictés dans les conventions de base de l'OIT, dans le chef des entreprises et dans leurs relations avec leurs fournisseurs et sous-traitants. Dans la même lignée, le label social belge, basé sur les mêmes conventions de l'OIT, émane d'une loi des autorités belges. Il se différencie par un cahier de charges et la sanction d'un label octroyé à un produit par des pouvoirs publics, soit un argument d'autorité et de légitimité pour les éventuels souscripteurs. Les problèmes liés aux produits en provenance d'Asie ravivent à chaque fois la pertinence de ce type d'outils. Parfois plus contraignante qu'une loi, la gestion d'une réputation a convaincu de nombreuses enseignes de leur utilité.

Économie et bonne gouvernance: utopie ?

Autant les volets sociétal et environnemental conditionnent le bon fonctionnement du développement, autant le pilier économique en est le

moteur. Il s'est aussi, au fil du temps, équipé de certaines réponses pour prévenir les éventuels dérapages, plus particulièrement pour les entreprises, acteurs de premier plan en la matière. Les législations et les règlements d'institution sont les plus connus (Organisation Mondiale du Commerce (OMC), directive européenne sur la concurrence...). Mais l'affaire Enron (faillite retentissante de ce courtier énergétique aux États-Unis), suivie d'autres scandales européens (Parmalat, Lernout & Hauspie...) ont marqué les esprits, salissant du même coup l'entreprise, les cabinets d'audit et leurs déclarations officielles de bonne conduite, d'éthique et de transparence. Faut-il rappeler qu'Enron avait remporté un prix pour l'excellence de son code de déontologie ?

Le volet social vit sur une tradition législative abondante et souvent historique (droit du travail, droit social, sécurité). Le développement durable propose d'élargir cette dimension sociale aux préoccupations sociétales.

Le *Sarbanes-Oxley Act* a été la première réponse du gouvernement américain. Encore flou aux yeux de certains, ce règlement impose un certain nombre de comportements éthiques aux gestionnaires et auditeurs. En Belgique, sur une base volontaire, les codes Lippens (grosses entreprises) et Buysse (PME) préconisent des recettes de bonne gouvernance.

Le tout à la mesure

Ces nombreuses références démontrent la multiplicité des réponses apportées pour avancer sur la voie d'un développement durable. Mais le développement durable s'appréhende aussi régulièrement par ses enjeux qui dépassent ses trois piliers classiques.

Aujourd'hui, portées par la logique du marché régissant les échanges à l'échelle planétaire, les entreprises, en particulier mais pas seulement elles, créent des réponses à leurs besoins. La mesure de la performance et son suivi (combien d'euros vaut une unité de développement durable?), l'assurance d'une crédibilité (comment garantir que ce que je dis est pertinent et vrai?) font partie des préoccupations.

De nombreux outils de mesure de ce type ont vu le jour ces dernières années, sans doute plus nombreux à évaluer la performance d'une nation que celle des entreprises. Côté business, le GRI (*Global Reporting Initiative*), le plus connu et reconnu, propose près d'une centaine d'indicateurs de gestion permettant à l'entreprise de structurer la mesure de sa performance pour ensuite gérer sa communication et ses rapports dans un cadre stratégique de développement durable. Cependant, la complexité avérée de la mise en place de cet outil ne le rend *de facto* accessible qu'à quelques grands groupes multinationaux. L'Union Wallonne des Entreprises (UWE), la fédération patronale belge francophone, a relevé le défi de créer un outil mesurant la performance en développement durable de toute entreprise, des PME en premier lieu. Elle a créé un set de 15 indicateurs de développement durable avec pour principe de base d'arriver à un pourcentage global de développement durable. Cette cote positionne l'entreprise par rapport à un état idéal de développement économique compatible avec la préservation des ressources et du bien-être collectif. L'atout majeur de l'exercice provient d'une comparaison sectorielle (on ne peut mesurer identiquement la performance

d'une entreprise de services informatiques ou d'intérim avec un complexe chimique ou une papeterie) et d'un résultat agrégeant 15 indicateurs très différents, répartis en trois piliers de même poids: économique, soci(ét)al et environnemental.

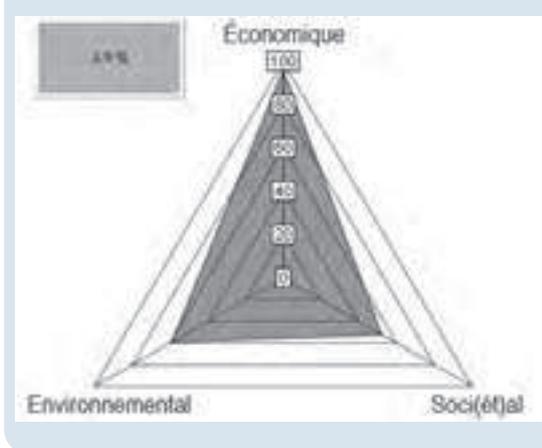
Analyse d'impact transversale

Dans le même ordre d'idées, certains pouvoirs publics ou semi-publics se dotent de grilles d'analyse pour passer leurs futures décisions à travers un « filtre » de développement durable. C'est ainsi qu'un ministère belge a souhaité développer un outil d'analyse *ex ante* des décisions qu'il allait adopter avec lequel il questionne chaque dossier sur 21 impacts potentiels répartis sur les trois piliers du développement durable: quel est l'impact attendu de tel ou tel type de décision sur les plans sociaux, économiques et environnementaux? La Commission parle

Autre enjeu et préoccupation, à la fois carotte et bâton pour un développement durable: la gestion de la réputation. Quotidiennement, les entreprises, ONG et gouvernements justifient leurs pertes ou profits, rappellent l'utilité de leur existence, leur finalité sociétale, leurs valeurs.

d'étude d'impact de soutenabilité (*Sustainable Impact Assessment*). Au même moment, plusieurs assureurs-crédits à l'exportation réfléchissent aux critères qu'ils pourraient appliquer pour mieux appréhender les dimensions du développement durable lors de l'examen des dossiers qui leur sont soumis. Quels sont les impacts en termes de développement durable présents, par exemple, dans un projet de barrage au Brésil, ou d'adduction d'eau en Algérie?

Figure 4 – Triangle du développement durable, selon l'UWE



Communiquer: crise de confiance, fantôme de la transparence

Autre enjeu et préoccupation, à la fois carotte et bâton pour un développement durable: la gestion de la réputation. Quotidiennement, les entreprises, ONG et gouvernements justifient leurs pertes ou profits, rappellent l'utilité de leur existence, leur finalité sociétale, leurs valeurs. Mais comment

garantir le contenu de ce message? Comment asseoir sa sincérité? Comment recréer le lien vital entre son organisation et la société? Cette communication, parfois exprimée par un rapport d'activité ou un site Web spécifique, joue un rôle non exclusif mais prépondérant. En témoigne l'apparition ces dernières années de rapports d'activités en tous genres teintés d'une appellation tantôt environnementale, tantôt sociétale, puis intégrés sous le label du développement durable. Une tendance qui exprime l'engouement de l'organisation à vouloir investir dans sa crédibilité, regagner sa «*licence to operate*», améliorer sa relation avec ses parties prenantes (clients, employés, actionnaires, analystes financiers, ONG, consommateurs, fournisseurs...).

Le standard AA1000, développé par l'institut londonien AccountAbility, est le premier et l'unique référentiel à se pencher sur la question de la crédibilité de ces rapports «*vus de l'extérieur*».

On le voit, la prise de conscience de la transversalité du développement durable fait son chemin dans (presque) tous les domaines et chez (presque) tous les acteurs de la société. L'apparition de SD 21000 en France ou du projet Sigma en Grande-Bretagne en témoigne.

La panoplie d'acteurs, de domaines et de sujets à couvrir est immense, et ce n'est pas étonnant; le défi d'assurer un développement durable pour la planète entière ne pourrait en être autrement. Cette responsabilité, partagée par tous, est au cœur de la philosophie adoptée par ISO dans ses travaux sur ISO 26000. L'enjeu est aujourd'hui de transformer le premier rapport de 2004, *Working Report on Social Responsibility*, en lignes directrices pratiques. Les protagonistes insistent pour dire que ce travail ne conduira pas à un référentiel ou à une norme classique, mais bien à des lignes directrices qui ne remplaceront aucunement les accords intergouvernementaux sur les droits de l'homme, les déclarations universelles des Nations Unies, ou encore les conventions de l'OIT (Organisation Internationale du Travail). Un chantier est ouvert. Il durera

jusqu'en 2008. Et d'ici là, d'autres solutions intégrées pour la mise en pratique d'un développement durable auront sans doute vu le jour. ✨

Plus de détails sur le processus en cours dans l'encadré de Boufledja Benabdallah dédié à ce sujet.

CAP Conseil (www.capconseil.be) est une société créée en 2003, qui offre des services de conseil, de recherche et de formation en développement durable et en responsabilité sociétale. CAP est désigné comme expert par l'Institut belge de normalisation pour suivre les travaux de l'ISO dans l'élaboration d'ISO 26000. CAP est le partenaire belge de l'institut londonien Account Ability et est accrédité pour former, accompagner et auditer les entreprises sur la base des standards SA 8000 et AA1000.

Références

Standardisation ISO et responsabilité sociétale:

www.iso.org/iso/en/commcentre/pressreleases/2005/Ref953.html

Mesurer la performance par les indicateurs de l'UWE:

www.uwe.be/indicateursDD

Crédibiliser la démarche:

<http://www.accountability.org.uk/aa1000/default.asp?pageid=52>.

SA 8000:

www.sa-intl.org

Global Reporting Initiative (GRI):

www.globalreporting.org

Sarbanes-Oxley:

www.sarbanes-oxley.com

Codes Lippens et Buysse:

www.corporategovernancecommittee.be

SD 21000:

www.afnor.fr/sd.asp

CAP Conseil:

www.capconseil.be

Vers une norme ISO 26000 «Responsabilité sociétale»

Aujourd'hui, selon le Secrétariat de l'ISO, 15000 standards nationaux et de nombreux organismes de liaisons existent dans le monde. Après Bahia et Nairobi, les parties prenantes impliquées dans la question de la Responsabilité sociétale se sont retrouvées à Bangkok (du 27 au 30 septembre 2005) pour traiter des lignes directrices de l'éventuelle norme ISO 26000 «Responsabilité sociétale». Ce concept après avoir fait son chemin dans les entreprises «RSE: Responsabilité sociétale des entreprises» cherche désormais à être applicable à tout type d'organisation, étant entendu que cette norme ne sera pas élaborée à des fins de certification.



Boufeldja Benabdallah

Responsable du programme
Prospective et mobilisation
de l'expertise pour le
développement durable
IEPF, Bangkok,
27-30 septembre 2005

Quelque 270 experts provenant de 49 pays représentés dont 23 pays en développement et 32 organismes de liaison ont débattu pendant quatre jours sur la question et ont arrêté la composition des groupes de travail ainsi que l'ossature (têtes de Chapitres) de l'ISO 26000.

L'objectif du WG-SR de l'ISO (Working Group of Social Responsibility – Groupe de travail sur la responsabilité sociétale) est d'aboutir par consensus à l'adoption en 2008 de cette nouvelle norme ISO 26000.

La langue de travail à cette deuxième rencontre était l'anglais.

Pour certains pays du Nord, les représentants des principales parties prenantes étaient présents (industrie, gouvernement, syndicat, ONG, recherche-développement, consultance). Pour les pays en développement, seuls les représentants gouvernementaux et parfois des syndicats ont réussi à faire le déplacement à Bangkok pour participer aux travaux et échanger avec leurs homologues.

Neuf pays francophones étaient présents: Canada, Côte d'Ivoire, Belgique, France, Maroc, Sénégal, Sainte-Lucie, Suisse, Vietnam.

L'IEPF a invité les représentants de ces pays à deux rencontres (mardi 27 et vendredi 30 septembre 2005) en marge des travaux de l'ISO avec pour objectif d'échanger sur les résultats des travaux des Groupes de travail sur la ISO 26000 et de discuter au sujet du séminaire francophone que l'IEPF prévoit organiser avec ses partenaires sur le même sujet en décembre 2005 à Marrakech.

Étaient présents à ces deux rencontres 20 représentants (gouvernementaux, industriels, syndicats, chercheurs, consultants, ONG) de la Belgique (4), Côte d'Ivoire (1), France (7), Maroc (1), Sénégal (3), Sainte-Lucie (1), Suisse (2) et AIF / IEPF (1).

Les délégués ont exprimé leur frustration concernant les documents de travail de l'ISO inexistant en français (sauf quelques documents de conclusion de certains Groupes de travail traduits gracieusement par l'AFNOR). Après avoir discuté sur certains points des différents Groupes de travail de l'ISO, les délégués francophones ont accueilli positivement l'initiative de l'IEPF de les réunir pour échanger en français sur ces questions, partager les expériences et se mettre éventuellement en réseau pour une meilleure implication dans les prochaines négociations.

Un excellent débat technique a eu lieu, ce qui me permet de dire que la manifestation prévue à Marrakech (décembre 2005) arrive à point nommé pour mettre à niveau l'information sur cette question de «Normes et Responsabilité sociétale», échanger sur les expériences acquises et surtout imaginer des façons de faire pour travailler en réseau afin que l'ensemble des pays membres de la Francophonie puisse être partie prenante du travail sur cette nouvelle norme ISO 26000.

Deux principaux résultats de la rencontre de l'ISO de Bangkok ont été notés par les délégués francophones:

1. Les Résolutions (voir: www.iso.org/wgsr pour les membres ou www.iso.org/sr pour le public) ont été adoptées par consensus et seront la base des travaux de la troisième rencontre prévue à Barcelone en juin 2006. Ces Résolutions fixent l'ossature (titres de chapitres) et les modalités de négociation des contenus de la norme ISO 26000.
2. La création officielle par le WG-SR de l'ISO d'une «task force» francophone.

Les délégués francophones qui étaient présents à Bangkok souhaitent que la troisième rencontre prévue à Barcelone en juin 2006 puisse constituer l'occasion d'une plus grande présence de pays francophones afin d'intégrer au mieux leurs spécificités et leurs priorités dans le contenu de cette norme. Ils ont accueilli favorablement l'initiative de l'Agence intergouvernementale de la Francophonie représentée par l'IEPF de se faire qualifier dans la catégorie Liaison D à l'ISO.

Le consommateur éduqué par l'entreprise responsable ?

La communication des entreprises est régulièrement taxée d'irresponsable par les altermondialistes, parce qu'elle pousse souvent à une forme de surconsommation dégradant l'environnement. Certaines entreprises tentent pourtant de sensibiliser le consommateur à des modes de consommation plus responsables. Mais ces initiatives restent pour l'instant insuffisantes pour espérer renverser la tendance.

La sensibilisation des consommateurs à des modes de vie plus responsables est un sujet devenu crucial dans l'étude des impacts des activités humaines sur l'environnement; rapports¹ et conférences² ont foisonné sur la « consommation durable³ » cet automne.

Si des acteurs se mobilisent aujourd'hui pour changer les modes de vie, c'est en réaction à un triple constat: depuis les années 1960, la consommation croît très fortement; cette tendance n'est pas « soutenable » à long terme d'un point de vue environnemental; il est nécessaire de changer le comportement des consommateurs pour favoriser le lancement de nouvelles technologies plus écologiques ou l'apparition de modes de consommation plus responsables.

La consommation a considérablement évolué lors des dernières décennies, à la fois en volume et en qualité: les dépenses des ménages ont crû mondialement de 4500 milliards de dollars en 1960 à 19500 milliards de dollars en 2000 (figure 1), suivant une pente régulière. Cette évolution, qui s'explique

1. *Talk The Walk – Case studies of sustainable lifestyle marketing strategies and campaigns*, Utopies / PNUE / Pacte Mondial, 2005. La plupart des informations de cet article proviennent de ce rapport qui étudie l'influence des actions de marketing des entreprises sur les modes de consommation durables.

Communiquer sur le développement durable – comment produire des campagnes publiques efficaces, PNUE, 2005.

2. Notamment en Europe « Consommation responsable – recherche désespérément le consommateur responsable » (Commission européenne, Bruxelles, 26 septembre) et « How to communicate your corporate values to consumers » (Ethical Corporation, Londres, 22 et 23 novembre).

3. La définition de « consommation durable » s'inspire de celle donnée du développement durable par la Commission Brundtland en 1987, à savoir: « l'utilisation de services et de produits qui répondent à des besoins essentiels et contribuent à améliorer la qualité de la vie tout en réduisant au minimum les quantités de ressources naturelles et de matières toxiques utilisées, ainsi que les quantités de déchets et de polluants tout au long du cycle de vie du service ou du produit, de sorte que les besoins des générations futures puissent être satisfaits » (Ministère norvégien de l'Environnement, 1994).

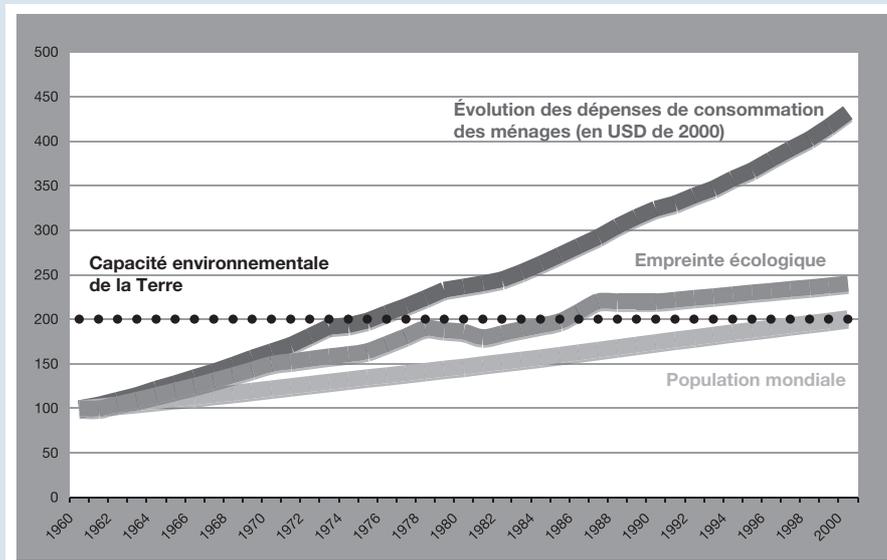


Rémi DEVEAUX

Rémi DEVEAUX, Consultant à Utopies, est diplômé de l'EDHEC et auteur d'un mémoire de fin d'études sur *La responsabilité éthique des grands laboratoires pharmaceutiques*. Il travaille pour le cabinet de conseil en stratégies de développement durable Utopies à Paris depuis 2003. Il mène actuellement des études d'empreinte économique locale de sites industriels (BIC) et hôteliers (Accor) et est en charge d'un groupe de travail sur la communication responsable. Il a auparavant participé à la réalisation de rapports de développement durable (pour le papetier Matussiaire & Forest et le fabricant de matériel électrique Schneider Electric) et à des missions d'accompagnement stratégique (pour le groupe BIC et Gaz de France).



Figure 1 – Évolution de la population, de la consommation des ménages et de l’empreinte écologique, Monde, 1960-2000



Source : Talk The Walk, Utopies/PNUE/Pacte Mondial, 2005.

partiellement par la hausse de la population mondiale sur la même période, a été initiée par les pays industrialisés et est désormais calquée dans les pays en développement, comme la Chine ou l’Inde. Plus de 1,7 milliard d’êtres humains composent aujourd’hui la « classe de la consommation », dont la moitié vive dans les pays en développement. La répartition des dépenses des ménages s’est également modifiée, s’orientant vers les activités de loisir, les produits de grande consommation, les services et les transports.

Mais ces tendances, bien qu’elles aient contribué par maints aspects à améliorer les conditions de vie, ne peuvent pas perdurer d’un strict point de vue environnemental. Selon le WWF, il faudrait plus de trois fois les ressources de la planète pour que le monde entier consomme comme un Européen, et plus de cinq fois pour un Nord-Américain. L’ONG fonde ce constat sur le calcul de l’« empreinte écologique », un indicateur de la pression exercée par les activités de l’homme sur les capacités de la Terre, calculée par la surface nécessaire pour produire la nourriture et les objets qu’il consomme, absorber ses déchets et fournir l’espace nécessaire à ses infrastructures. Compte tenu des projections de consommation dans les pays en développement, il est nécessaire d’atteindre ce que l’OCDE appelle le « découplage absolu », qui combinerait une réduction de

l’impact environnemental global et une hausse de la population et de la consommation *per capita*. Mais, pour l’instant, la consommation d’énergie, les émissions de carbone, la production de déchets et les réductions des ressources en eau sont appelées à augmenter fortement au cours des décennies à venir.

Le comportement du consommateur, s’il tient de facteurs complexes, est notamment influencé par la politique de marketing des entreprises. Il suffit pour s’en convaincre d’écouter les acteurs antipubliques dénonçant la publicité des entreprises qui, trop souvent, contribuerait à créer des besoins artificiels aux antipodes des principes de la « consommation durable ». Les entreprises qui décideraient d’adopter un comportement responsable sur ce sujet peuvent mener des actions de sensibilisation des consommateurs.

Le premier niveau d’effort pour favoriser l’émergence de modes de vie durables consiste à éviter les campagnes de communication faisant la promotion de produits peu respectueux de l’environnement ou d’un usage immodéré du produit. On constate par exemple en Grande-Bretagne que les produits qui bénéficient des plus gros budgets publicitaires sont également ceux qui nécessitent le plus de ressources pour leur fabrication (produits d’alimentation, de transport

individuel et, dans une moindre mesure, biens ménagers)⁴. De même, les publicités contraires aux principes du développement durable ne manquent pas, même émanant d'entreprises pourtant engagées dans cette voie. En 2003, le constructeur automobile Renault offrait ainsi 50 000 km de carburant gratuit pour l'achat d'un de ses véhicules et montrait ainsi dans trois spots télévisés un client utilisant sa voiture pour des trajets injustifiés (jeter ses déchets dans la poubelle de son jardin, aller promener son chien ou emprunter du lait à sa voisine).

Un deuxième niveau d'action consiste pour les entreprises à mieux informer les consommateurs sur les impacts environnementaux des produits. Ainsi, 74% des Britanniques déclarent qu'ils prendraient en compte dans leurs choix d'achat le comportement éthique, social ou environnemental des entreprises s'ils étaient mieux informés, tandis que, pour 39% des Français, le manque d'information serait le premier obstacle à l'achat de produits issus du commerce équitable⁵. Migros, le premier distributeur suisse, a mené en 2004-2005 une campagne de publicité pour sensibiliser les consommateurs aux problématiques environnementales et sociales liées à la production des articles consommés (comme la surpêche – figure 2) et a lancé neuf labels de produits « verts » facilement identifiables dans ses magasins.

Un dernier niveau consiste pour les entreprises à être proactives et à mener des campagnes d'éducation des consommateurs et de promotion de leurs produits « verts ». Certaines entreprises fondent leur stratégie de croissance sur la sensibilité des consommateurs au respect de l'environnement. Stonyfield Farm, le premier fabricant mondial de yaourts biologiques, communique par exemple ses bonnes pratiques environnementales pour sensibiliser ses consommateurs à la prise en compte de l'environnement dans leurs achats et les interpelle sur leurs modes de vie. L'entreprise utilise l'opercule de ses yaourts (figure 3), son site Internet et des blogs pour toucher ses clients. D'autres entreprises cherchent des gains de réputation ou à prévenir les risques. Les producteurs de savon, de détergents et de

Figure 2 – Campagne de communication de Migros, Suisse, 2004



Figure 3 – Opercules de yaourts du fabricant Stonyfield Farm sensibilisant ses clients à l'environnement



4. *Talk The Walk, Utopies/PNUE/Pacte Mondial*, 2005.

5. *Ibid.*

produits d'entretien regroupés au sein d'une association, l'AISE, ont mené à partir de 1999 en Europe une campagne de sensibilisation des consommateurs, intitulée *Wash Right*, pour réduire l'impact de leurs produits sur l'environnement. Exploitant de nombreux supports (emballages, site Internet multilingue, brochures, encarts dans les magazines et les journaux et publicités télévisées), la campagne *Wash Right* invite les consommateurs de lessive à ne pas sous-remplir les machines, à mettre les quantités de lessive appropriées, à utiliser les températures recommandées et à réduire les déchets d'emballage (figure 4). Cette campagne d'éducation du consommateur a permis l'économie de 6% de l'énergie, de 16% de la lessive et de 15% de l'emballage par lavage. Autres exemples d'éducation ou de sensibilisation des consommateurs à des modes de vie plus écologiques: le distributeur Carrefour a mené à l'été 2004 en France une campagne de publicité avec ce slogan: «Arrêtons

La qualité, le confort offert et le prix sont toujours les critères de choix des consommateurs, même ceux ayant une conscience écologique éveillée.

de consommer plus pour consommer mieux»; le constructeur automobile coréen Kia offrait un vélo à l'achat d'un de ses véhicules en 2003 en Grande-Bretagne et invitait dans une campagne de communication à utiliser le vélo pour les trajets courts et la voiture pour les trajets plus longs.

On peut s'interroger sur l'impact de ces campagnes marketing responsables des entreprises sur le comportement des consommateurs: les ventes de produits «verts» sont-elles significatives sur leur marché? Les exemples d'entreprises positionnées sur le marketing responsable et connaissant des taux de croissance à deux chiffres sont légion dans le monde (Patagonia, American Apparel et Stonyfield

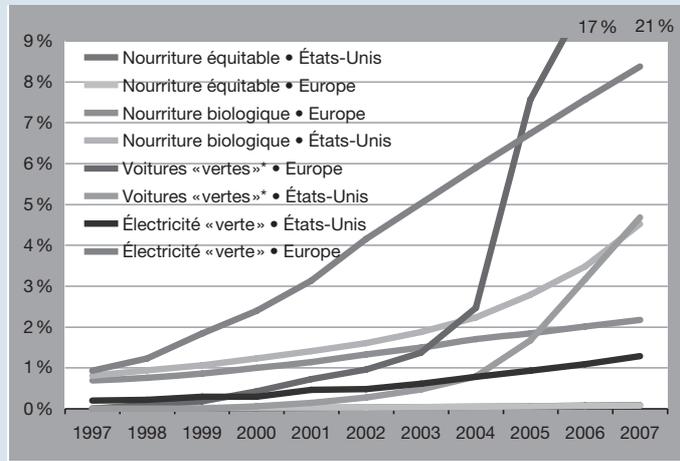
Farm aux États-Unis, The Body Shop en Grande-Bretagne, Natura au Brésil, etc.), ce qui montre que des consommateurs sont sensibles aux arguments et aux produits mis en avant par ces entreprises. Celles-ci connaissent des succès tels sur leur marché que dans certains secteurs, comme les produits cosmétiques ou alimentaires, les leaders s'engagent à leur tour en les rachetant (cas de Stonyfield Farm par Danone ou de Ben & Jerry's par Unilever) ou en lançant leurs propres gammes de produits «verts» (café certifiés de Kraft Food et Nestlé, par exemple). D'autres industries, à l'image de l'automobile et, dans une moindre mesure, de l'énergie, semblent suivre actuellement ce mouvement.

Cependant, cette vision optimiste ne doit pas masquer une autre réalité, à savoir que les produits «verts» dépassent rarement les 3% de part de marché sur leur segment (figure 5), que les profits réalisés sur ces marchés sont insuffisants pour justifier des investissements plus importants et que les campagnes marketing proactives contredisent souvent les pratiques marketing habituelles des entreprises. La qualité, le confort offert et le prix sont toujours les critères de choix des consommateurs, même ceux ayant une conscience écologique éveillée. De plus, la multiplication des allégations vertes trompeuses sur les produits et le développement des labels d'entreprises sèment la confusion chez le consommateur parfois méfiant envers ces initiatives.

Figure 4 – Ccampagne de communication *Wash Right* de l'AISE, Europe, 1999-2003



Figure 5 – Part de marché de différents produits «verts», Europe et États-Unis, 1997-2006



Source : Talk The Walk, Utopies/PNUE/Pacte Mondial, 2005.

Pour les entreprises, la solution consiste à proposer des produits «verts» dont le surcoût éventuel pour le consommateur puisse être rapidement amorti (économies d'énergie pour les voitures hybrides, par exemple), à transmettre une image positive des produits «écologiques» (les stars d'Hollywood ont beaucoup fait pour le développement de la Toyota Prius aux États-Unis) et à ramener la confiance en faisant labelliser les produits par des organismes indépendants et en mettant en place des politiques marketing responsables. Le succès nécessaire des produits «verts» ne doit cependant pas occulter les efforts

**Les produits «verts»
sont probablement l'aiguillon
indispensable au développement
de la «consommation durable»
en piquant les consciences.**

à mener sur les autres catégories de produits vers la voie de la «consommation durable»: amélioration de la qualité écologique des produits respectant des réglementations environnementales plus strictes ou succès des produits verts «non certifiés», comme les matériels électroniques à faible consommation, les services Internet dématérialisés ou les moteurs à injection directe (qui émettent moins de CO₂). Les produits «verts» sont probablement l'aiguillon indispensable au développement de la «consommation durable» en piquant les consciences. Aux entreprises d'agir! ✨

Comment sensibiliser les jeunes (15-25 ans) au développement durable ?

Sensibiliser les jeunes de 15 à 25 ans au développement et à la consommation durables est essentiel aujourd'hui. Ils sont désormais de vrais acteurs du changement, car ils représentent à l'heure actuelle le 6^e de la population mondiale.

Loin de l'ordre, de la morale et des dogmes, expliquer aux jeunes de 15 à 25 ans le développement durable et leur transmettre un sens de la consommation plus responsable – alors que tout les pousse vers le contraire – est une aventure nécessaire qui exige de bien les connaître. Pour cela, l'écoute attentive des désirs des jeunes et la compréhension profonde de leurs propres valeurs sont des atouts majeurs pour adapter les valeurs du développement durable à leurs codes.

Derrière les 15 à 25 ans, deux sous-groupes majeurs

Prenons comme exemple un jeune urbain âgé de 15 ans aujourd'hui. Né en 1990, il a grandi avec les CD, la télé couleur avec télécommande et les films à la demande, la crise, la crainte du chômage et du sida. Il a toujours vu les supermarchés déborder de produits, connu les jeux électroniques, les effets spéciaux. Il pense que le téléphone et l'ordinateur portables sont des objets usuels, il a ses codes pour *chater*.

Parfaitement accoutumé aux images de violence et au *zapping* entre de nombreuses chaînes, il a aussi appris à décrypter la publicité qui pourtant le fascine. La pollution, les catastrophes et la guerre surmédiatisées font partie intégrante de sa vie. Difficilement soumis à la discipline de ses parents, il sait jouer de diplomatie à leur égard pour arriver à ses fins. Il connaît des familles explosées ou recomposées, et pense que ses connaissances à lui sont bien plus modernes que celles, dépassées pour lui, des « anciens ».

À l'abri dans le foyer familial, il ne sait pas ce qu'il fera plus tard, mais il gagnera de l'argent facilement, et il attend ses 18 ans avec impatience pour se sentir encore plus libre.

Il sort définitivement de l'enfance en s'appropriant les droits et codes de ses aînés de quelques années. Il a soif d'expériences et d'individualité, mais cherche des produits qui l'identifieront à « son » groupe, à « son » réseau.



Monica FOSSATI

Après avoir été Directrice de titres sur la mode jeune en France et à l'international, Monica FOSSATI fonde, en 1999, le premier magazine vendu en kiosque sur le développement durable: *Ekwo*. Puis, elle devient Consultante en communication sur le développement durable vers le grand public. Elle est membre du comité de pilotage de l'Université d'été de la communication sur le développement durable (www.acidd.com), et participante aux travaux pratiques de la charte sur l'environnement. Elle a réalisé le contenu de l'exposition la « Maison du développement durable », le « Passeport écocitoyen », ainsi que diverses missions et publications pour le Programme des Nations Unies pour l'environnement, pour les collectivités locales et pour les Parcs naturels régionaux. Elle enseigne la communication sur le développement durable à l'Iscom.



Prenons maintenant un jeune citoyen de 25 ans. Né en 1980, il a connu la transition du tourne-disque au lecteur de CD. Il s'est extasié devant son premier *walkman* avec lequel il dormait. Il a vu naître la crainte du sida et les bouquets de chaînes de télé. Il a découvert la fascination pour les nouveaux objets techno : Internet, cybercafés, ordinateurs, téléphones portables. Il joue des TIC pour créer et entretenir son groupe comme son identité (*chat, buzz, blog*).

Ses attitudes et désirs sont tous empreints d'ambiguïté : ouvert au monde, il explore les restaurants de cuisine internationale, mais met sur un pied d'égalité un hamburger et un poulet basquaise. Il aime voyager comme ses aînés de la Route des Indes, mais désormais dans un certain confort.

Il aspire instinctivement à vivre autrement que ses parents, il souhaite affirmer sa complète indépendance, mais reste de plus en plus tard dans le cocon familial. Il rejette de plus en plus la violence et l'injustice du monde, mais il est tenté par un hédonisme de vie prôné par la publicité.

Les points communs de ces tranches d'âge se situent dans la quête d'expériences constructives, dans leur désir d'individualité et dans la recherche consumériste que la société dans laquelle ils ont grandi leur suggère.

Là se trouvent en effet toute la complexité et le paradoxe de notre époque : comment faire comprendre les enjeux fondamentaux actuels à une population qui est sans cesse encouragée à consommer ? Comment s'adresser à ces jeunes qui ont toujours connu, au moins à travers les médias et leur proche environnement, l'opulence et le plaisir consumériste ?

Une étude réalisée en 2000 par le PNUE et l'UNESCO, intitulée « Le futur t'appartient-il ? », a permis d'interroger 10 000 personnes de 24 pays. Elle révèle que les jeunes comprennent l'impact de l'utilisation et du traitement des biens de consommation sur l'environnement, qu'ils considèrent comme des préoccupations majeures l'environnement, les droits de l'homme et la santé, mais sans pour autant faire le lien entre ces problématiques et leurs propres comportements à l'achat.

Prolongée par une étude PNUE-McCann-Erickson l'année suivante, il a été confirmé que

le prix, la marque, la qualité et l'influence du groupe atteignent tous des scores plus élevés que la « durabilité » dans le classement des conditions importantes de l'achat. Les jeunes, par ailleurs, attendent des collectivités et des entreprises un comportement et des choix plus éthiques et respectueux de l'environnement.

Nous venons de voir que les jeunes constituent un mélange complexe de comportements et de pulsions aussi divers et apparemment antagonistes que la révolte, l'idéalisation, le pragmatisme consumériste, la maturité, la naïveté, le besoin de modèles, de générosité, d'égoïsme, et de *tribus*. Il est donc fondamental de comprendre une première règle de bon sens : les jeunes ne pensent pas comme les adultes. Bienvenue dans leur monde.

Les neuf clés

Une étude réalisée par l'Éconovateur et testée à travers divers outils d'éducation au développement durable, et même la presse (magazine *Ekwo*), a permis d'identifier les piliers fondamentaux des valeurs de ces jeunes. Ils peuvent ainsi servir de base de conception pour des campagnes de vente de produits ou de services responsables (marketing vert) ou des campagnes citoyennes d'incitation à des changements positifs de comportement (marketing social).

Le besoin de révolte

Chaque génération a vécu, durant la post-adolescence, cette phase de rébellion en quête d'idéal, nécessaire à la construction du futur adulte. Les jeunes ont un sens naturel de la justice : « La planète se meurt, il y a des injustices sociales, on ne peut pas laisser faire, il faut réagir, il y a bien des solutions ! » Le refus de la fatalité se concrétise, quand on est jeune, dans une vision tournée vers un monde idéalisé et généreux. Mais qui dit révolte dit aussi refus de l'autorité. Un message de sensibilisation à l'attention des jeunes (prévention routière, tabac, alcool) ne devrait jamais donner l'impression qu'il émane d'une quelconque autorité, sous peine de voir son efficacité amoindrie.

Le besoin d'implication

Une étude réalisée en Angleterre sur des enfants de quatre et de cinq ans montre que les avertissements sur les dangers de la route restent inefficaces: ils continuent de traverser la rue seuls! Les messages d'alerte sur les méfaits du tabac sur les paquets de cigarettes n'empêchent pas les gens de fumer... On n'arrive en fait guère à susciter des changements durables d'attitudes, d'opinions ou de comportements en misant uniquement sur des campagnes de communication, aussi créatives soient-elles. Informer ne suffit pas. Le citoyen et le consommateur doivent être impliqués personnellement et concrètement. Remarquons que le manque d'implication est la lacune principale de beaucoup de campagnes de sensibilisation actuelles, qui reposent trop sur des visuels et accroches-chocs.

Le besoin de l'autre et du don de soi

Les dons spontanés lors de catastrophes humanitaires prouvent une vérité première, souvent oubliée: tout être humain – et en particulier les jeunes – a autant besoin de donner que de recevoir. Le don de soi est le stade ultime du besoin d'implication. On comprend mieux alors les capacités étonnantes d'implication que le désir du don de soi peut déployer chez les jeunes. Encore faut-il les comprendre et savoir les inciter correctement. Autres temps, autres mœurs, ce besoin s'exprime différemment aujourd'hui: au revoir la lutte des classes sociales, le syndicalisme, les lendemains qui chantent, la cause unique... Bonjour les actions multiples, spontanées, éphémères et ludiques, les progrès modestes mais réels, les réseaux informatiques, les manifestations ludiques, la gratuité... dont s'inspirent les meilleures campagnes de sensibilisation à leur égard. En s'impliquant sérieusement, les jeunes se rassurent sur leur engagement personnel, satisfont leur besoin de communauté sociale, constatent l'impact de leur action et, surtout, changent durablement de comportement.

Le besoin de rêve

Le besoin de rêve est fondamental. Un individu, quel qu'il soit, rêve d'abord une réalité qu'il juge idéale et qui lui servira de moteur pour sa vie. Le rêve reste le meilleur moyen d'inciter un

jeune à *se battre* pour un avenir durable ou un comportement responsable, qui souvent lui sont présentés par un biais alarmiste, répressif et quasi forcé (campagnes de prévention routière basées seulement sur des visuels spectaculaires). Une nature *révée*, sauvage, impulsive, secrète, peuplée d'esprits à la fois bons et mauvais leur paraîtra beaucoup plus attirante qu'une prairie de fleurs et de papillons, car elle inspire une émotion en résonance avec leur imaginaire et leur besoin de défi. Il s'agira donc de s'entourer des meilleurs réalisateurs, scénaristes, graphistes... pour transcrire artistiquement les concepts souvent abscons du développement durable, et rendre attractif un nouveau comportement.

Le besoin de réalité

Un des grands problèmes des enjeux de société est leur difficulté d'appréhension. Comment, en effet, visualiser les effets terminaux du tabac ou d'un cancer quand un jeune se sent en bonne santé avec toute la vie devant lui? Nous avons tous besoin de prendre clairement conscience d'un problème, de le rendre réel, avant de commencer à réagir. Pour ce faire, il faut créer des représentations ou symboliques visuelles fortes qui aident à mieux prendre conscience du problème (montrer un jeune avant et après une dépendance, généraliser des systèmes publics de visualisation de la pollution atmosphérique pour concrétiser le réchauffement climatique). L'obligation pour les appareils électroménagers de montrer leur consommation d'énergie est une bonne application officielle de ce besoin. Notons un piège courant à éviter: expliquer une certaine réalité de façon trop rationnelle en abusant des arguments scientifiques: l'utilisation judicieuse de l'émotion humaine (sans tomber cependant dans l'excès d'images uniquement chocs) renforce considérablement l'impact des argumentaires scientifiques. Les jeunes ont aussi besoin que l'on comprenne *leur* réalité; il faut donc parler leur langage et utiliser leurs propres codes de communication.

Le besoin de fuite

Antithèse apparente du besoin de don, la jeunesse est aussi fortement tentée de se contenter de *vivre sa vie* sans trop se poser de questions, dans un

contexte quotidien d'abondance, de confort et de propositions commerciales permanentes. Une actualité média chargée (crises sociales, environnementales, insécurité, guerres...) décourage très souvent toute initiative positive. Les meilleures façons de contrecarrer le besoin de fuite restent l'argumentation positive, la mise en scène d'un futur désirable, le soutien moral, l'accompagnement au quotidien et la mise en place de lois sociales *normatives* (suppression de la publicité pour le tabac...).

Le besoin de plaisir, de reconnaissance

Au-delà d'une tentation de fuir leurs responsabilités sur le monde, les jeunes sont aussi – et c'est tout à fait normal – des hédonistes qui s'ignorent; ils cherchent à *croquer la vie*, ils désirent devenir riches et célèbres le plus vite possible, et posséder notamment des objets à forte reconnaissance sociale (marques de voitures haut de gamme). Ce besoin est légitime dans la mesure où il aide les jeunes à satisfaire leur désir d'expérience de pouvoir et de reconnaissance, tout en participant à leur intégration dans la société, à condition qu'il ne constitue pas une finalité en soi. Les promesses hédonistes et pragmatiques ne sont donc pas à négliger dans toute campagne de sensibilisation à leur égard. Les incitations positives aux changements de comportements doivent être aussi *sexy* et satisfaire leur ego en les valorisant.

Le besoin de transgression

Tout jeune a un besoin naturel de connaître ses limites, de flirter avec le danger, de partir à la découverte de lui-même en enfreignant certaines règles sociales. La sensibilisation au développement durable peut en tirer bénéfice: par exemple, les sports de glisse *nature* (surf, *windsurf*, *snowboard*) savent orienter positivement le goût des 18-30 ans pour les conduites à risques: il s'agit de se mesurer à un élément naturel (neige, eau, air). La nature est perçue dans ces milieux comme un lieu de confrontation positive avec des éléments sauvages et indomptés.

Le besoin de modèles, d'imitation

Corollaire du besoin de réalité, la jeunesse a besoin de jeunes prescripteurs et prescriptrices *sexy* qui leur donnent envie d'adopter de nouveaux comportements, en comprenant et en parlant leur langage, et en leur donnant un modèle d'identification sociale qui les satisfasse. Par exemple: un chanteur engagé, un footballeur charismatique, un animateur cordial, une jeune personnalité médiatique. Les jeunes sont également très sensibles au modèle adulte, même s'ils l'expriment rarement de manière aussi ouverte. Le *casting* peut ainsi se diriger vers un adulte moins pétillant, mais qui a le respect des jeunes (aventurier, acteur, présentateur...).

Le développement durable, concrètement

Pour les jeunes, le développement durable est aujourd'hui une notion aussi abstraite que pour nous tous. Les impliquer à participer à sa mise en œuvre passe nécessairement par une éducation consumériste. Il faut faire passer le message, finalement contraire à tous ceux qu'ils reçoivent actuellement de la part des marques et des médias, que derrière un produit de plaisir, de distraction, d'insouciance se cachent des conséquences énormes en matière de coût environnemental et de philosophie de vie. Mais il faut rester attractif et savoir valoriser à leur égard des comportements et des réflexions positifs qui ne soient ni moralisateurs ni contraignants.

Pour ce faire, un imaginaire positif doit leur être insufflé, à la mesure de leur soif de vivre. Les entreprises y gagneront des consommateurs matures, et la société, des citoyens d'autant plus adultes que leur besoin de rébellion n'aura pas été étouffé ou dévoyé. ✨

Sites Internet

www.uneptie.org/pc/youth_survey

www.tns-sofres.com/etudes/pol/231199_jeunes.htm

www.econovateur.com/rubriques/communiquer/ethddjeunes1103.shtml

www.youthxchange.net

Sensibiliser le citoyen-consommateur : l'exemple de la campagne « famille Durable »

Alain CHAUVEAU*

De nombreuses campagnes d'information sur les gestes éco-citoyens se sont développées depuis quelques années, à l'instar du livret famille Durable, édité à un million d'exemplaires, chaque année depuis 2003, à l'occasion de la Semaine du développement durable. Pourtant, au-delà de cette sensibilisation, comment inciter le citoyen-consommateur à vraiment mettre en pratique, à changer ses modes de vie et de consommation de façon durable? De ce défi, dépend la façon dont vivront les générations futures...

En 2002, la Secrétaire d'État au développement durable, Tokia Saïfi¹, annonçait la création d'un événement annuel pour sensibiliser les Français: «*La Semaine du développement durable, que j'ai initiée, a pour objectif d'expliquer le développement durable en termes simples et concrets. Le développement durable se conjugue dans nos actes quotidiens, à travers nos activités professionnelles, de loisirs, au sein de notre foyer... La Semaine mettra ainsi sous les projecteurs des bonnes pratiques initiées par les différents acteurs, que l'action soit d'envergure nationale ou locale.*»

En pratique, lors de la Semaine nationale du développement durable, début juin, de nombreuses actions lancées par des ONG, des collectivités locales, des entreprises sont labellisées par le Ministère: l'idée majeure est de montrer que les gestes quotidiens ont des impacts sur des phénomènes globaux (changement climatique, pauvreté dans le monde, épuisement des ressources naturelles, etc.).

Diffuser un guide des pratiques écocitoyennes permettait donc de répondre aux objectifs du Secrétariat d'État au développement durable pour cette semaine et de partager sa démarche de développement durable avec le grand public.

* Alain CHAUVEAU est journaliste, auteur, conférencier, formateur et consultant spécialisé du développement durable et de la responsabilité sociale des entreprises. Il a été Coordinateur du premier livre sur la responsabilité sociale d'entreprise, le développement durable et l'éthique, Les pionniers de l'entreprise responsable, publié aux Éditions d'Organisation en 2001 et coauteur d'un essai sur les mêmes thèmes, paru en février 2003, L'entreprise responsable, qui a reçu le premier prix Cidem du livre «Entreprise et développement durable». Courriel: alain.chauveau@noos.fr

1. Aujourd'hui députée européenne.

L'originalité du guide famille Durable

Avant le 2 juin 2003, au début de la première Semaine du développement durable, quelques guides de gestes écocitoyens avaient déjà été publiés en France. Mais ils étaient, pour la plupart, conçus sur un schéma «classique», c'est-à-dire par entrées thématiques: économies d'énergie, transports, eau, tri des déchets, etc.

Avec la création de la «famille Durable²», pour la première fois, un guide se basait sur la vie quotidienne d'une famille française type pour informer le grand public de façon pédagogique – et aussi pratique – afin de répondre à la question: «Qu'est-ce que je peux faire, moi?». À travers la vie quotidienne d'une famille de quatre personnes (le père, la mère et les deux enfants), les «Durable», on pouvait montrer comment mettre en pratique le développement durable, à travers son mode de vie et ses choix de consommation.



2. Marque déposée.

Cette personnalisation permet une approche à la fois plus concrète et plus conviviale: chacun peut se retrouver dans les gestes quotidiens de la famille Durable. En suivant les Durable, Alain, Sophie et leurs deux enfants, Amélie et Jules, à la maison dans les différents lieux de vie (salle de bains, cuisine, chambres, etc.), à différents moments de la journée (du matin jusqu'au soir), mais aussi sur leur lieu de travail et pendant leurs week-ends ou leurs vacances, on aborde également, mais de façon ludique et concrète, tous les grands thèmes du développement durable: l'énergie, l'eau, les transports, les déchets... On découvre les bons gestes pour protéger la planète, mais aussi les enjeux du développement durable. La famille Durable prêche par l'exemple: elle conseille ses lecteurs pour qu'ils deviennent, à leur tour, des citoyens-consommateurs responsables.

Enfin, pour chacun de ces gestes écocitoyens de la famille Durable, le livret donne une information sur un enjeu du développement durable liée à ce geste et fournit un chiffre-clé sur le développement durable.

Un modèle économique entièrement privé

La seconde originalité du guide famille Durable est son modèle économique et son mode de distribution. Cette dernière est gratuite, pendant la Semaine nationale du développement durable, grâce au partenariat des 216 hypermarchés Carrefour qui en proposent un million d'exemplaires, financés grâce à des partenaires privés: les deux premières années, le principal partenaire a été l'AFISE (Association des Industries des Savons et des Détergents), remplacée en 2005 par Ariel Actif à Froid (groupe Procter & Gamble). Les autres partenaires ont été La Poste en 2003, Kraft France en 2004 et en 2005, Tetra Pak en 2005...

Ces partenariats ont également permis de créer un site (www.familledurable.com) reprenant les éléments du guide, avec des animations, pour prolonger l'opération.

Par ailleurs, ce guide a obtenu le parrainage du ministère de l'Écologie et du Développement durable; il fait partie des projets ayant reçu le label officiel « Semaine du développement durable ». Il a également été parrainé par le PNUE (Programme des Nations Unies pour l'Environnement) en 2003-2004 et par le WWF France en 2003.

Les livrets 2004 et 2005: la famille Durable en vacances et à la maison

Pour le deuxième guide, édité à l'occasion de la Semaine du développement durable de 2004 – repoussée à la fin de juin pour cause d'élections –, juste avant les premiers grands départs de l'été, il était

normal que la famille Durable parte en vacances. En France, à l'étranger, à la plage, en balade, à l'hôtel ou dans la location... Alain, Sophie et leurs deux enfants, Amélie et Jules, ont donc conseillé les lecteurs pour qu'ils deviennent des vacanciers responsables qui ne contribuent pas à dégrader la beauté des sites, ou à perturber les équilibres naturels.

Pour le troisième livret en 2005, en suivant les bons conseils de la famille Durable, les familles françaises ont pu commencer à mettre en pratique les gestes qui aident à préserver la planète... sans diminuer leur confort à la maison. Nous passons, en effet, en moyenne 14 heures par jour au sein de notre habitation, entre-temps libres et sommeil. Pendant ce temps, nous consommons de l'eau, de l'électricité, du chauffage... Souvent, sans nous en rendre compte, nous les gaspillons.

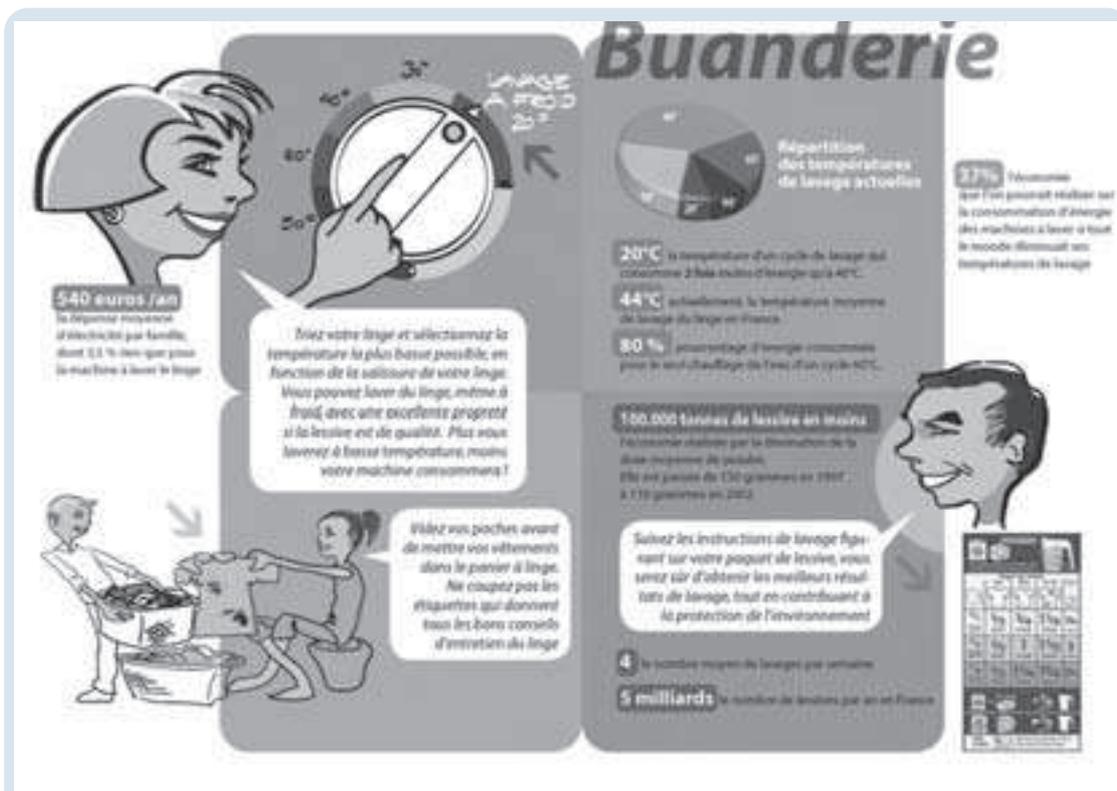
Pendant cette troisième Semaine du développement durable (du 30 mai au 5 juin 2005), Carrefour, partenaire-distributeur de la famille Durable, a également proposé sur son site Internet (www.carrefour.fr), le jeu de la famille Durable: en répondant à une douzaine de questions sur les impacts de nos gestes quotidiens, dont les réponses se trouvent dans le livret *famille Durable* ou sur le site de Carrefour, les internautes ont pu gagner un séjour de découverte de la faune et de la flore, en France, pour quatre personnes, et 50 livres *Planète Attitude*.

Passer du savoir au faire

La sensibilisation au développement durable augmente d'année en année. Aujourd'hui, de nombreuses initiatives, comme les livrets *famille Durable*, relaient ce type de conseils écocitoyens, dont certaines ont des moyens de diffusion très importants (voir l'encadré sur le Défi pour la Terre); chaque éditeur – ou presque – a désormais publié « son » livre sur ce sujet. Par exemple, le livre co-édité par le WWF France et Le Seuil, *Planète Attitude*, a connu un grand succès, avec plus de 50 000 exemplaires vendus. Enfin, la presse reprend de plus en plus souvent, dans ses articles et dossiers sur le développement durable, quelques gestes quotidiens.

Malgré toute cette communication, on peut rester dubitatif sur la réelle mise en pratique par le citoyen-consommateur. Il suffit de s'auto-observer pour constater qu'il ne suffit pas de « savoir pour faire »!

Changer ses habitudes, ses modes de vie, est certainement une des choses les plus compliquées à mettre en place. Il est clair que le faire au niveau individuel – voire au niveau de la cellule familiale – reste « héroïque », sauf pour quelques personnes très motivées, très engagées, comme l'expliquent les



sociologues belges Catherine Rousseau et Christian Bontinckx du CRIOC (Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs) dans l'étude intitulée *Logiques d'attitudes et de comportements face aux éco-produits*: « L'importance du lien social est un autre élément à ne pas négliger pour soutenir le changement. La plupart des consommateurs s'identifient à un groupe et consomment comme les autres personnes qui constituent ce groupe. Il est peu vraisemblable qu'une personne isolée change de comportement après la lecture d'une brochure ou la vue d'une affiche. Par contre, le groupe est perçu comme un moteur de changement et parfois, à l'inverse, comme un facteur d'inertie, lorsque par exemple quelqu'un justifie son absence d'action par le fait qu'il n'a pas envie de se démarquer du groupe: "je ne trie pas mes déchets, car dans ma rue personne ne le fait". »

Les clés du succès de la mise en pratique

Global Action Plan est une ONG environnementale britannique, créée en 1993, qui s'est spécialisée sur les gestes écocitoyens. Son approche est basée sur la création d'Eco teams, des groupes de six à huit foyers ou familles qui acceptent pendant quatre mois de surveiller leurs habitudes de consommation d'énergie, d'eau, de tri des déchets, etc.

Ces groupes sont basés sur des principes simples :

- Personne ne peut tout faire, mais nous pouvons tous faire quelque chose;
- La « mise en pratique » des bons gestes est partagée par le groupe, ce qui permet à chacun d'échanger ses expériences et ses idées, d'encourager les autres;
- Changer ses modes de vie et de consommation est un processus qui doit se faire pas à pas, par de petits ajustements... qui deviendront de bonnes habitudes;
- En mesurant ses consommations d'électricité, de gaz, d'eau, d'essence, on peut calculer ses économies pendant la mise en place du programme, ce qui est un facteur important de motivation.

Il y a, dans cette approche, quelques éléments-clés du succès d'une mise en pratique réelle et durable, comme l'effet groupe ou la mesure concrète de ses améliorations. Il n'y manque peut-être qu'un volet qui serait plutôt du ressort des pouvoirs publics: l'emploi de « la carotte et le bâton », c'est-à-dire fixer préalablement des objectifs, puis récompenser les « bons » comportements et pénaliser les « mauvais ».

En effet, dans l'étude déjà citée de Catherine Rousseau et de Christian Bontinckx, on peut lire, par exemple, que « les participants ont exprimé des besoins de récompense et de valorisation des bons

comportements et ont émis des propositions originales, comme la possibilité d'obtenir une réduction sur les taxes "eau" et "déchets" lorsqu'ils peuvent apporter la preuve de comportements respectueux de l'environnement, ou de bénéficier d'une réduction sur le montant de leurs achats s'ils n'utilisent pas les sacs jetables fournis aux caisses des magasins.»

Ainsi, en Grande-Bretagne, l'administration Blair réfléchit à des quotas de CO₂ personnels: les résidents britanniques pourraient se voir doter d'une carte de « crédit personnel de carbone », l'équivalent d'un « permis à points » de droits d'émission de gaz à effet de serre.

Le principe des *domestic tradable quotas* – ou quotas domestiques négociables – consisterait à attribuer à chacun un plafond individuel, matérialisé par une carte de paiement, valable un an et fractionnée en unités carbone. Cette carte serait « débitée » en fonction des achats et des consommations d'énergies contribuant à l'effet de serre: plein de carburant, facture d'électricité ou de gaz, billets d'avion, etc.

Ce système, très séduisant intellectuellement, pose évidemment de nombreux problèmes sur sa faisabilité (c'est une véritable « usine à gaz » à mettre en place), sur ses aspects éthiques (le projet a nettement un côté « *Big brother is watching you* »). Pourtant, c'est peut-être le seul moyen, en décalquant au niveau individuel le marché des crédits d'émission mis en place en Europe pour les entreprises, dans le cadre du Protocole de Kyoto, de permettre au citoyen-consommateur de se responsabiliser: on pourrait en effet imaginer l'obligation de compenser ses dépassements de quotas (en finançant par exemple des « puits de carbone ») et au contraire des bonus – pourquoi pas sous la forme de crédits d'impôt? – pour ceux qui auront réussi à ne pas dépasser leur quota.

Manifestement, l'opinion publique des pays européens ou occidentaux est désormais consciente de l'urgence des problèmes environnementaux que nous allons avoir à affronter et de la responsabilité de chacun dans la dégradation de la planète. Il y a un moment (le fameux *kairos* grec, le dieu de l'occasion opportune, du *right time*) où le citoyen-consommateur est prêt à accepter un sacrifice personnel pour un bien commun: on l'a vu récemment encore en France, avec l'interdiction de fumer dans les lieux publics liée à une augmentation très importante des taxes sur le tabac, ou encore la politique de répression de la vitesse sur la route avec la mise en place de milliers de radars fixes. Selon les sociologues, il y aurait déjà 25 % de la population occidentale qui pourrait être rangée dans la catégorie « alterconsommateurs », c'est-à-dire des consommateurs qui souhaitent faire passer leurs valeurs éthiques, environnementales et sociales dans leurs modes de consommation...

En attendant que le « politique » en tire les conclusions, il revient à l'initiative privée, à la fameuse société civile, de préparer le terrain: ainsi, 255 000 personnes se sont déjà engagées dans le Défi pour la Terre, ce qui correspond à une économie « théorique » de 140 000 tonnes de CO₂. De son côté, à Bruxelles, la région de Bruxelles-Capitale a lancé un défi de taille à 250 ménages bruxellois: changer leurs comportements quotidiens pendant six mois, avec pour objectif d'économiser une tonne de CO₂ par ménage... Enfin, la famille Durable proposera, quant à elle, pour la quatrième Semaine du développement durable (au début de juin 2006), à travers son site Internet, de créer des groupes de familles Durable – par exemple, au niveau d'un immeuble – pour mettre en pratique ses conseils écocitoyens avec un système de mesure concrète des économies, basé sur la comptabilisation des factures d'électricité, de gaz, d'eau, etc. ✦

Les achats publics responsables : de la politique dans le caddie des politiques ?

Quid du développement durable dans les achats publics ? À entendre certains juristes, point de salut en intégrant des caractéristiques environnementales ou sociales, qui viendraient polluer le principe essentiel de la commande publique : « acheter pour répondre à des besoins »... et non point faire de la politique. De récentes évolutions très positives se dessinent pourtant, même en termes de jurisprudence... Peut-on d'ailleurs totalement exclure le développement durable de la commande publique et trouver une cohérence à l'action publique ?

Les ouvertures juridiques pour le développement durable

L'achat public en France serait-il à l'aube d'une révolution sans précédent ?

Si les nombreuses et récentes réformes du Code des marchés publics (CMP) visent à en faire un outil plus efficace de réponse aux besoins (en termes de travaux, de fournitures et de services) de l'État, des administrations décentralisées, des collectivités locales et territoriales et d'autres organismes soumis au Code (soit plus de 15% du PIB), le développement durable trouve graduellement une déclinaison de plus en plus forte dans les textes et ajouts tant ministériels que parlementaires successifs.

Ce même code donne également un périmètre intéressant à analyser à la notion même de développement durable. Voici les domaines (tableau ci-dessous) que l'on peut retrouver dans le Code et leur évolution respective (en termes de dynamique) dans les codes successifs (2001, 2004 et 2006¹).

Environnement	++
Lutte contre le chômage	+
Insertion professionnelle	++
Handicapés – CAT et ateliers protégés	++
Éthique – travail des enfants	?
SCOP, groupement de producteurs agricoles, artisan, société coopérative d'artisans, société coopérative d'artistes (« préférence à égalité de prix ou équivalence d'offres »)	+
PME (« part d'exécution du contrat que le candidat s'engage à confier à des PME ou à des artisans »)	?

1. Projet disponible en septembre 2005, sujet à modifications par définition.



Philippe SCHIESSER

Philippe SCHIESSER est un expert et un formateur reconnu sur les questions d'éco-conception et d'achats responsables. Il a créé en 1999 le Bureau d'études ecoeff. Il accompagne de nombreuses collectivités en France, intervient régulièrement pour des ministères ou des agences gouvernementales et travaille depuis plusieurs années sur les outils de formation pour les acheteurs du PNU. Il a formé plus de 500 acheteurs à l'achat éco-responsable en France. Philippe Schiesser est par ailleurs Président de l'APEDEC (Association Professionnelle d'Experts pour le Développement de l'Éco-conception) depuis 2001, membre à ce titre du Comité d'Orientation Stratégique de l'AFNOR et membre du jury Éco-produit du ministère de l'Écologie et du Développement durable. Enfin, il est le coauteur de l'ouvrage *Éco-concevoir* aux éditions Economica et a participé à la rédaction de « achats et développement durable » du Comité 21 publié aux éditions AFNOR.



L'environnement prend une place prépondérante et de plus en plus affirmée pour le législateur et les autorités chargées du contrôle des marchés publics. Cette consécration est marquée également par la publication récente d'un guide officiel dédié spécifiquement à cette dimension du développement durable et qui reprend les principales possibilités offertes par le Code².

L'approche environnementale se trouve encore renforcée par l'adoption de la Stratégie Nationale de Développement Durable qui fixe plusieurs objectifs à atteindre pour les services de l'État, tout comme la publication de la circulaire ministérielle sur les forêts³; dont un des objectifs, non des moindres, est d'atteindre 100% de bois éco-certifié dans la commande publique.

À partir du rapport (en date du 3 juin 2003) du Conseil National du Développement Durable (CNDD), le Comité Interministériel pour le Développement Durable (CIDD) affiche pour l'État les objectifs suivants à atteindre à moyen terme :

- intégrer les critères de développement durable dans les marchés publics;
- encourager le commerce équitable et le tourisme durable (volet international);
- diminuer les émissions de gaz carbonique de 10% d'ici à 2008 pour la fonction « transport » des administrations et dans les bâtiments publics;
- réaliser 20% d'économie d'eau, réduire de 10% les consommations énergétiques, augmenter le taux de recyclage des papiers blancs de 60% d'ici 2008;
- renouveler 20% des flottes sous forme de véhicules propres (véhicules d'intervention

exclus) dont, si possible, 5% de véhicules électriques dès 2004;

- mettre en place au moins un plan de déplacement pour au moins un établissement administratif par an et par département à partir de 2004;
- pour 2005, 20% des nouvelles constructions de l'État devront répondre à la démarche haute qualité environnementale (HQE) ou au label haute performance énergétique, et 50% à compter de 2008.

Des futurs guides officiels devraient compléter les périmètres concernant le papier, le bois, les matériaux, l'efficacité et même, en 2006, le domaine du social et de l'insertion par l'activité économique.

Le législateur a d'ailleurs confirmé très récemment la légitimité qu'il leur reconnaissait en les dotant des mêmes ouvertures juridiques que le domaine environnemental⁴. Cela sera-il suffisant? Certains services de l'État et certains juristes restent plus que réservés par rapport à l'usage de la « clause sociale ». Pourtant, certaines grandes agglomérations françaises, comme Strasbourg ou Grenoble, se sont déjà lancées dans l'expérimentation de ces clauses, notamment dans un secteur économique très tendu qu'est le BTP.

Ayant notamment mobilisé les acteurs économiques, la Métro de Grenoble a également intégré directement dans ses cahiers des charges des conditions d'exécution visant le recrutement de personnes en situation d'insertion pour qu'ils puissent bénéficier de vrais emplois.

Poursuivant sans doute le même objectif de contenu en emplois plus riches de la commande publique, le législateur s'apprête, à l'image du « Small Business Act » des États-Unis, à permettre également d'accorder un droit de préférence aux PME⁵ (une mesure déjà possible pour les SCOP et les artisans).

Plusieurs dispositions nouvelles (tant dans le domaine du contrôle des entreprises du respect de l'emploi de travailleurs handicapés que de

2. Groupe Permanent d'Étude des Marchés « Développement Durable, Environnement » (GPEM/DDEN) placé auprès du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie. Guide de l'achat public éco-responsable, approuvé par la Commission technique des marchés le 9 décembre 2004.

3. Groupe Permanent d'Étude des Marchés « Développement Durable, Environnement » (GPEM/DDEN) placé auprès du Ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, *Notice d'information sur les outils permettant de promouvoir la gestion durable des forêts dans les marchés publics de bois et produits dérivés*, approuvée par la Commission technique des marchés le 31 mars 2005.

4. Loi Borloo de cohésion sociale du 18 janvier 2005 – article 58 – modifiant l'article 53 du Code des marchés publics.

5. Hypothèse présente dans le projet de nouveau code, mais contestée – à valider avec le texte final en 2006.

l'accès plus facile à la commande publique des CAT ou des ateliers protégés) ont également vu le jour récemment⁶.

Sans jamais restreindre par définition les critères possibles pour le choix des offres (qui restent à l'appréciation de l'acheteur public, mais doivent dans tous les cas « être liés à l'objet du marché »), les notions d'achat éthique et d'achat équitable restent quant à elles totalement absentes des textes. Mentionnée dans l'instruction d'application de 2001, la notion d'achat éthique a trouvé une déclinaison quelques années plus tard dans la Loi Le Texier⁷ qui avait modifié le Code de l'Éducation.

Au-delà des aspects thématiques présentés ci-dessus, il fut même un temps où le développement durable fut, dans le projet de code 2004, mentionné dans l'article premier pour être un peu vite biffé en dernière lecture ministérielle. La demande politique, s'exprimant dans les besoins de l'acheteur, ne peut évidemment plus faire l'impasse sur les questions de développement durable tout en évitant les bonnes idées de départ ou en habillant de « durable » des questions plus « localisables » telles que, notamment, les

questions de préférences locales, régionales, nationales, européennes... dont certaines ont quelques relents de politique d'exclusion.

Exemple d'un réseau régional français

L'ARENE Île-de-France (l'Agence régionale de l'environnement et des nouvelles énergies) a lancé il y a près de seize mois une opération de mobilisation d'une centaine d'acteurs locaux d'Île-de-France sur le sujet des achats responsables. Au final, plus d'une dizaine de collectivités ou de structures intercommunales ont été assez intéressées pour être directement impliquées dans le travail.

Le but initial de l'opération était que chaque participant aboutisse à la rédaction d'un marché-pilote intégrant une démarche de développement durable, répondant aux enjeux régionaux « achats » définis lors d'une première réunion.

Les enjeux régionaux définis par le groupe de travail « achats responsables » de l'ARENE sont :

1. Énergie (fluides) ;
2. Transports, logistique, emballages, gaz à effet de serre (GES) ;
3. Déchets ;
4. Eau ;
5. Ressources naturelles et biodiversité ;
6. Toxiques, pollutions, santé et sécurité ;
7. Alimentation ;
8. Droits sociaux ;
9. Emplois.

Chaque collectivité a désigné par la suite une personne chargée du suivi de l'opération et des marchés cibles.

Les autres objectifs étaient également de créer une émulation parmi les collectivités présentes pour le déploiement d'une politique d'achats responsables plus globale, par le biais d'un soutien technique et méthodologique, et de diffuser de l'information exploitable par différentes directions au sein de la collectivité (juridique, normes et labels, insertion, papier, véhicules propres...).



Formation écoeff réalisée pour le compte du réseau de Rhône-Alpes pour une commande publique responsable, à la Mairie de Romans (© écoeff, 2004).

6. Article 54 du Code des marchés publics modifié par le décret du 26 novembre 2004 (article L. 323-1 du Code du Travail).

7. N° 99-478 du 9 juin 1999 visant à inciter au respect des droits de l'enfant dans le monde, notamment lors de l'achat des fournitures scolaires (JO du 10 juin 1999).

Quelques autres acteurs français œuvrant dans le domaine

Acteur	Action
Ville de Lille	Passation d'un marché d'éclairage public; 40 % d'économie d'énergie.
Ville de Rennes	Marché des phytosanitaires intégrant des caractéristiques environnementales.
ADEME Aquitaine	Formations de plusieurs dizaines d'acheteurs.
Ministère de l'Éducation Nationale	Passation d'un marché incluant un lot avec du papier recyclé.
Comité 21	Publication de l'ouvrage Achats et développement durable aux éditions AFNOR.
Groupe régional Nord-Pas-de-Calais	Publication d'un guide de la commande publique éthique, expérience de Dunkerque.
Ville de Lyon	Publication d'un guide sur l'achat de bois écocertifié, pratiques en découlant.
Conseil Général des Hauts de Seine	Publication d'un guide sur l'achat éco-responsable, groupe de travail réunissant plusieurs communes et les services du contrôle de légalité.
Réseau Rhône-Alpes	Rédaction de fiches d'expériences, formation de 80 acheteurs de collectivités locales et territoriales.

L'accompagnement, mené par écoeff, a été bâti sur un double suivi:

- Par quatre ateliers collectifs qui permettaient d'aborder au sein d'un groupe élargi et multi-acteurs (avec deux ou trois personnes de chaque entité présente dans le groupe de travail) diverses thématiques-clés de compréhension du sujet (les enjeux, les aspects juridiques, normatifs, techniques et méthodologiques) et également d'avoir des temps d'échanges entre collectivités (certaines collectivités ont poursuivi depuis ces échanges sur des thématiques techniques). Ces ateliers collectifs ont également été l'occasion de présenter deux études réalisées spécifiquement pour le réseau:
 - une étude sur le papier recyclé;
 - une étude sur les véhicules propres.
- Par deux réunions de suivi individuelles pour chaque entité qui permettaient de rencontrer les différents acheteurs ou techniciens en charge de la mise en œuvre effective des achats responsables, d'orienter leur réflexion vers tel ou tel aspect à prendre en compte, de répondre à leurs attentes en termes de technique (critères à prendre en compte, déclinaison dans les marchés...).

Cet appui a notamment été précieux pour la phase de préparation des marchés, phase qui jusqu'à présent, dans la plupart des collectivités, n'intégrait pas les questions de développement durable.



Formation écoeff réalisée pour le compte du réseau de Rhône-Alpes.

Cet accompagnement a également permis une remontée d'information importante puisque pratiquement toutes les entités présentes ont rédigé une, voire deux fiches sur un marché jugé cible en termes de développement durable.

Au-delà des fiches d'expérience (prochainement publiées par l'ARENE), 33 marchés ont été touchés par l'opération, essentiellement dans les deux catégories traitées en priorité, à savoir le papier et les véhicules propres mais également dans le domaine des enjeux «toxiques», à savoir les phytosanitaires, les produits d'entretien et les peintures, et des enjeux «travaux», tant dans le domaine environnemental que social. ✨

SÉMINAIRE INTERNATIONAL «NORMALISATION ET RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE POUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE DANS L'ESPACE FRANCOPHONE»

Marrakech, Maroc, du 13 au 15 décembre 2005

FORMAT DU SÉMINAIRE

Conférences, présentations d'expériences, tables rondes, ateliers thématiques, plénières pour restitution des résultats et discussions autour d'un programme d'action pour les années à venir.

PARTICIPANTS

- Représentants gouvernementaux (ministères de l'Environnement, ministères du Commerce et de l'Industrie, etc.),
- Représentants des collectivités locales,
- Représentants du secteur privé (entreprises et organisations patronales),
- Représentants du milieu syndical,
- Représentants des institutions internationales de normalisation,
- Organisations de consommateurs,
- Chercheurs,
- ONG concernées

OBJECTIFS GÉNÉRAUX

- Promouvoir la Responsabilité sociétale dans les Stratégies nationales de développement durable (SNDD) des pays francophones;
- Favoriser la concertation des parties prenantes : institutions étatiques, société civile, entreprises, syndicats...;
- Regrouper les compétences (représentants gouvernementaux, chercheurs, chefs d'entreprises, syndicalistes, ONG...) au sein d'un mécanisme d'échanges (Réseau d'experts, Groupe *ad hoc*...);
- Élaborer un programme d'action sur le sujet (information en ligne, sessions de formation, participation aux débats nationaux, régionaux et internationaux, jumelages...).

OBJECTIFS SPÉCIFIQUES

- Faciliter l'accès des pays francophones en développement au processus de négociation de l'ISO 26000 sur la RS (voir aussi le plan d'action de l'ISO pour les pays en développement – DEVCO);
- Promouvoir la création de comités miroirs dans les différents pays membres de la Francophonie;
- Faire valoir, dans le cadre de cette négociation, des points de vue conformes aux visions développées par la Francophonie (importance des institutions

multilatérales, importance de la diversité culturelle en tant que pilier du développement durable, prise en compte des spécificités des pays en développement, etc.).

PROGRAMME

MARDI 13 DÉCEMBRE 2005

Session 1. Responsabilité sociétale : définition, historique, processus...

- Stratégies nationales de développement durable – SNDD et Responsabilité sociétale: définition et lien
- Les processus liés aux modes de production et de consommation (Marrakech et Costa Rica)
- Pacte Mondial : expériences africaines
- Mesure de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise: initiative du Global Reporting
- Processus d'élaboration de la GRI et perspectives
- Échanges
- Les mécanismes de négociation des normes et signification du consensus
- Rapport des travaux ISO à Bangkok (septembre 2005)
- Table ronde sur «Point de vue des acteurs: Gouvernements, Entreprises, Organisations syndicales, ONG, Collectivités locales, organisations de consommateurs et organisations de recherche sur les enjeux de ISO 26000»
- Avantages et limites des mécanismes volontaires dans le domaine de la RSE
- Enjeux «Développement durable, Entreprise et Responsabilité sociale»: point de vue d'un chercheur
- Échanges

MERCREDI 14 DÉCEMBRE 2005

Session 2. Normalisation et Responsabilité sociétale: Instruments internationaux et expériences nationales

- Fonctionnement des organismes de normalisation et différences avec les négociations multilatérales
- Les outils de mise en oeuvre de la RS dans les pays francophones: Lois, Normes, Outils de diagnostic, Outils de notation, Outils d'aide à la décision ex ante, Agenda 21, Outils d'aide à la communication (AA1000, GR1), Outils d'audit (SA8000)
- Élaboration d'outils de notation
- Échanges

La problématique de la normalisation dans les pays en développement :

- Les accords de partenariat économique des pays ACP avec l'Union Européenne
- Cas du Sénégal
- Cas de la Tunisie
- Cas du Maroc
- Échanges

Session 3. Tables rondes parallèles:

1) Rôle des entreprises, 2) Rôle des collectivités

Table ronde 1. Rôle des entreprises

- La RSE et l'application de la Loi « Nouvelles réglementations économiques – NRE »
- Expérimentation de la Norme SD 21000
- Mise en oeuvre d'un Agenda 21 local et lien avec les PME
- Point de vue d'une organisation syndicale
- Accords sociaux, syndicats et entreprises
- Échanges

Table ronde 2. Rôle des collectivités

- Développement d'un outil d'aide à la décision ex ante
- Mise en oeuvre d'une Stratégie nationale de développement durable – SNDD
- Point de vue des ONG
- Échanges

Restitution des tables rondes

- Table ronde « Entreprises »

- Table ronde « Collectivités »
- Échanges

JEUDI 15 DÉCEMBRE 2005

Session 4. Ateliers parallèles sur les enjeux de la normalisation dans les filières

Atelier 1: Les enjeux de la normalisation dans le secteur textile

Atelier 2: Les enjeux de la normalisation dans les secteurs agricole et forestier

Atelier 3: Les enjeux concernant le commerce équitable / équité du commerce

Restitution des travaux en ateliers

Atelier 1: Les enjeux de la normalisation dans le secteur textile

Atelier 2: Les enjeux de la normalisation dans les secteurs agricole et forestier

Atelier 3: Les enjeux concernant le commerce équitable / équité du commerce

Échanges sur les ateliers

Session 5. Le renforcement de capacités dans les pays en développement de l'espace francophone et la mise en réseau des experts

- Échanges et débat ouvert

Session 6. Cadre d'action concerté

- Présentation du portail francophone MEDIATERRE et des Outils de travail collaboratif sur Internet
- Présentation du Cadre d'action concerté et Présentation du Rapport général du séminaire
- Échanges

Cérémonie de clôture

LIEU DE TENUE DU SÉMINAIRE

Hôtel ATLAS MÉDINA

Avenue Hassan 1^{er}, Hivernage,
40000 Marrakech, MAROC

Courriel: atlasmedina@menara.ma

Site Web: <http://www.hotelsatlas.com>

Tél.: (212) 44 33 99 99

Fax: (212) 44 42 00 05



INSTITUT DE L'ÉNERGIE ET DE L'ENVIRONNEMENT DE LA FRANCOPHONIE (IEPF)
56, RUE SAINT-PIERRE, 3^e ÉTAGE, QUÉBEC (QUÉBEC) G1K 4A1 CANADA

*L'IEPF est un organe subsidiaire de l'Agence intergouvernementale de la Francophonie
opérateur principal de l'Organisation internationale de la Francophonie.*