

L'affichage environnemental, un outil pour contribuer à la diffusion de l'écoconception

L'affichage environnemental consiste à communiquer aux consommateurs des informations quantifiées sur les principaux impacts environnementaux des produits et services de grande consommation. Une expérimentation nationale de l'affichage environnemental, avec 168 entreprises participantes, s'est déroulée de juillet 2011 à juillet 2012. Le bilan de cette expérimentation été transmis au Parlement le 21 octobre 2013.

Le concept d'affichage environnemental pourrait contribuer à démocratiser l'écoconception, en alimentant les entreprises en informations environnementales et en mettant à leur disposition des outils techniques.

Pour en savoir plus

Ministère de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie - Commissariat général au développement durable

Contact

■ jean-paul.ventere@developpement-durable.gouv.fr

Commissariat
général
au Développement
durable

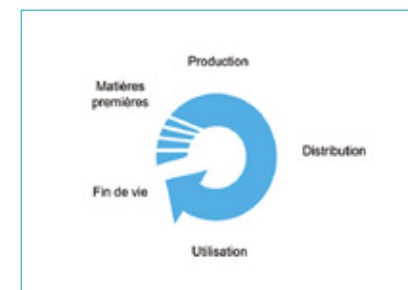
Commissariat
général
au Développement
durable

Novembre 2013

L'écoconception des produits

Définition et objectif

L'écoconception consiste à intégrer la protection de l'environnement dès la conception des biens ou services. Elle a pour objectif de réduire les impacts environnementaux des produits tout au long de leur cycle de vie : extraction des matières premières, production, distribution, utilisation et fin de vie. Elle se caractérise par une vision globale de ces impacts environnementaux : c'est une approche multi-étapes (prenant en compte les diverses étapes du cycle de vie) et multi-critères (prenant en compte les consommations de matière et d'énergie, les rejets dans les milieux naturels, les effets sur le climat et la biodiversité).



Le cycle de vie d'un produit

L'écoconception est mise en œuvre par une entreprise ou un organisme public, mais elle implique un grand nombre d'acteurs tout au long de la chaîne de valeur du produit et même au-delà, en incluant les consommateurs ou utilisateurs et jusqu'aux récupérateurs et recycleurs. Sa richesse tient dans l'examen des relations qui existent entre les choix de conception relatifs à un produit et les flux de matière et d'énergie qui en résultent tout au long de son cycle de vie.



DICOM/CG00 - 08 - Impression : MEDE/SG/ATLZ - Imprimé sur du papier certifié écolabel européen



Bénéfices de l'écoconception

Gains environnementaux

L'écoconception apporte des gains environnementaux qui peuvent concerner la préservation des ressources et de la biodiversité, la prévention des pollutions et des nuisances, l'équilibre du climat, la destination des sols. À l'issue d'une démarche d'écoconception portant sur un produit, il est courant de pouvoir constater des réductions d'impacts environnementaux comprises entre 10 % et 40 % pour plusieurs indicateurs (sur un total d'une douzaine d'indicateurs généralement calculés en analyse de cycle de vie).

Connaissance du produit

L'écoconception apporte un nouveau regard sur les produits, quels que soient le métier et la branche concernés. Les retours d'expérience sont concordants : elle apporte des enseignements originaux, « des choses auxquelles on ne s'attendait pas ». Les aspects ainsi découverts ne sont pas seulement environnementaux, mais portent aussi sur la qualité du produit, sa fonction, les matières et les technologies employées.

Effet positif sur la synergie dans l'entreprise et vis-à-vis des partenaires

L'écoconception demande la participation de nombreux métiers au sein de l'entreprise: conception, marketing, achats, production, qualité, responsable du développement durable. Le caractère intéressant et motivant de l'écoconception renforce la synergie entre les équipes au sein de l'entreprise. Parce que son champ d'action s'étend au-delà des murs de l'entreprise, l'écoconception débouche sur de nouvelles synergies avec d'autres acteurs de la filière concernée.

Impact sur le coût du produit

L'écoconception est avant tout une démarche d'arbitrage entre des objectifs parfois contradictoires : qualité, coûts, délais, sécurité, environnement. Les premiers pas de l'écoconception sont souvent faciles et peu coûteux à mettre en œuvre. Ils peuvent coïncider avec des options de bon sens qui amènent une réduction des coûts : économies de matière (par allègement) ou d'énergie consommée, optimisation de la chaîne logistique (taux de remplissage des camions, chaîne du froid), moindres quantités de déchets à traiter.

Le positionnement prix d'un produit écoconçu est un choix. Ce produit, positionné dans un segment haut de gamme, associé à un investissement design, une qualité supérieure et de l'innovation, peut être plus cher qu'un produit concurrent non écoconçu. Mais cela n'est pas une fatalité ; cela dépend du positionnement recherché pour le produit en question.

Les actions en France et au niveau européen

La pratique de l'écoconception

L'écoconception est pratiquée par des grandes entreprises, des PME et des TPE, des organisations professionnelles, des centres techniques. Ces organisations la mettent en œuvre par eux-mêmes ou avec l'aide de consultants spécialisés. La pratique de l'écoconception est très liée à l'analyse de cycle de vie (ACV) et nécessite au préalable une bonne compréhension de ses concepts. Mais il est possible de faire de l'écoconception sans réaliser une étude d'ACV. L'écoconception se trouve également à la base de divers outils publics ou privés, comme les écolabels et les politiques de verdissement des achats.

La promotion de l'écoconception

En France aujourd'hui, c'est essentiellement l'Ademe qui aide les entreprises à développer des démarches d'écoconception, dans le cadre d'opérations individuelles ou collectives. L'ADEME finance également des programmes de recherche et développement et met à disposition des outils et des méthodes comme le bilan produit, un outil gratuit (voir www.ademe.fr/eco-conception et www.ademe.fr/bilanproduit). Par ailleurs, elle lance par elle-même ou cofinance des études d'analyse de cycle de vie dans des domaines très variés : biocarburants, circuits de distribution, emballages, filières de traitement de déchets.

En outre, de nombreux organismes jouent un rôle important pour promouvoir l'écoconception : le réseau des CCI et leur centre de ressources, le pôle écoconception et management du cycle de vie de Saint-Étienne, les pôles de compétitivité, de nombreux centres techniques (CETIM, FCBA, CTC) et diverses associations (Orée, Comité 21, WWF).

Le prix Écoproduit pour le développement durable

Le prix Écoproduit pour le développement durable fait partie des prix Entreprises et Environnement, organisés chaque année par le ministère du Développement durable et l'Ademe. Ces prix français existent depuis 25 ans, tout comme les prix qui les prolongent au niveau européen : les « European Business Awards for the Environment », organisés par la Commission européenne.

La directive européenne sur l'écoconception des produits liés à l'énergie

La réglementation sur l'efficacité énergétique des produits et équipements s'établit au niveau européen en application de deux directives-cadres. La première est relative à l'écoconception des produits (2009/125/CE) et permet de fixer par règlement des exigences de performances minimales pour les produits mis sur le marché, et ainsi d'interdire les produits les moins efficaces. La seconde est relative à l'étiquetage énergétique des produits (2010/30/UE).

Une vingtaine de familles de produits a déjà fait l'objet de tels règlements : éclairage, appareils électroménagers, téléviseurs, climatiseurs, moteurs électriques, aspirateurs, ordinateurs, etc. Au total, l'application de ces règlements permettra d'économiser en Europe plus de 426 TWh (térawatt-heure) par an à l'horizon 2020.