



ÉDITION 2011



PRÉAMBULE

■ CONNAÎTRE

- p 6** Produit et environnement
- p 8** Le cycle de vie des produits
- p 9** Évaluation des besoins
- p 11** Qualité écologique des produits pour quoi faire ?
- p 12** Les logos écologiques
- p 24** Les arguments environnementaux dans la publicité
- p 24** Et demain, l'affichage environnemental

■ ANALYSER

- p 26** Points de repère
- p 27** L'articulation d'une offre et d'une demande croissante
- p 28** Les éco-produits sont-ils nécessairement plus chers ?
- p 30** Que penser des produits suremballés issus de l'agriculture biologique ?
- p 31** Un produit naturel est-il nécessairement meilleur pour l'environnement ?
- p 32** Un produit qui vient de loin peut-il être bon pour l'environnement ?
- p 33** Le cas particulier du recyclage
- p 35** Les obstacles à franchir...

■ DÉMARRER

- p 40** Des pistes pour agir
- p 44** Exemples de caractéristiques environnementales
- p 50** Initier sa démarche ou par quels produits commencer ?
- p 54** État des lieux rapide de la qualité écologique de vos achats
- p 58** Prise en compte du développement durable dans la commande publique

ANNEXES

- p 72** Liste des catégories écolabellisées
- p 74** La norme internationale ISO 14021
- p 76** La Stratégie nationale du développement durable
- p 77** État exemplaire : administrations éco-responsables



PASSEPORT ÉCO-PRODUIT

ÉDITION 2011

Pour la première fois en France, le Grenelle Environnement a fait de la consommation un enjeu de politique publique de l'environnement en propre. Le Comité opérationnel 23 « Consommation » a débouché sur de nombreuses mesures, pour beaucoup relatives à l'information :

- Du bon usage des allégations environnementales sur les produits : application de la norme ISO 14021, rapport du Conseil national de la consommation (CNC) ;
- Du bon usage des arguments environnementaux dans les publicités : réforme du Bureau de vérification de la publicité en Autorité de régulation professionnelle de la publicité (ARPP) ;
- De la connaissance des impacts environnementaux des produits : affichage environnemental ;
- De la mise en valeur des « bons » et « mauvais » produits : bonus / malus.

Par ailleurs, des mesures sont préconisées pour promouvoir l'achat éco-responsable qu'il soit public (circulaire du 3 décembre 2008) ou privé : demande à l'ADEME de développer une aide financière pour les acheteurs des entreprises. Ce passeport cherche à donner les premières informations pour l'action.

L'objectif de ce document est d'aider chacun à **rendre ses achats professionnels plus écologiques** et à répondre aux premières questions qui se posent :

- qu'est ce que la qualité écologique d'un produit ? comment définit-on un éco-produit ?
- quels sont les signes distinctifs de la qualité écologique ?
- quelles sont les difficultés les plus fréquemment rencontrées ?
- en pratique, que faire pour devenir exemplaire ?
- par quels produits commencer ?
- quelles sont les principales possibilités offertes par le Code des marchés publics ?

Ce document s'adresse en premier lieu à **toute personne amenée à réaliser des achats dans son cadre professionnel**, qu'il s'agisse de consommables ou de biens d'équipement. Il intéressera également tout ceux qui désirent obtenir un **premier éclairage sur la qualité écologique des produits**.



CONNAÎTRE



Produit et environnement

À l'échelle de la planète, la consommation globale des ressources et l'émission de polluants augmentent. Cette tendance est liée au développement de pays fortement peuplés, à la croissance de la population en général et à l'évolution de nos modes de vie (suremballage, produits à durée de vie courte...). La courbe ascendante de la demande en ressources ne semble pas prête de s'inverser, malgré la productivité matérielle. Cette tendance pose problème pour les ressources non renouvelables, et plus particulièrement pour les ressources énergétiques fossiles. Pour les ressources minérales, si le recyclage permet de ralentir le rythme d'épuisement, il ne permet pas de le stopper.

Alors, comment agir face à une consommation galopante et une pénurie des ressources ?

Diminuer notre consommation de ressources. Cela peut signifier : pour l'industriel, augmenter sa productivité, et pour le consommateur réduire sa consommation ou aller vers des produits plus durables, moins jetables.

Une seconde piste tient au **développement de la dématérialisation**, conduisant à une économie de la fonctionnalité qui consiste à passer de la notion de biens à celle de services.

Enfin cela peut consister à s'orienter vers des matériaux moins rares ou plus disponibles, plus faciles à recycler, intégrant du recyclé, ou vers des matières d'origine renouvelable.

IL N'EXISTE AUCUN PRODUIT ZÉRO-IMPACT

Produits « verts », « écologiques », « bons pour l'environnement »... tous ont des impacts négatifs sur l'environnement :

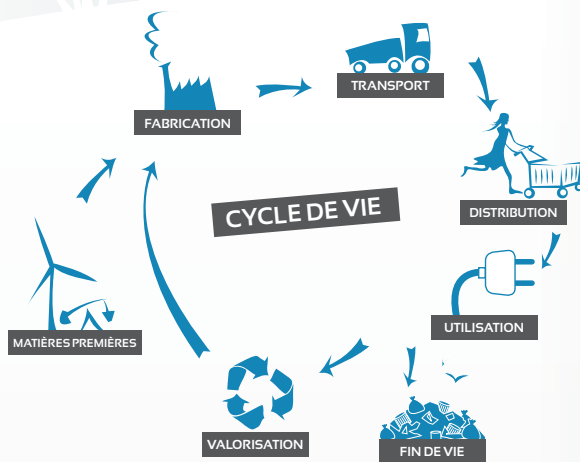
- *tout produit a besoin de matières et d'énergie pour être fabriqué,*
- *tout produit doit être transporté,*
- *tout produit ou emballage deviendra un jour un déchet...*

L'enjeu est d'identifier quel produit entraîne moins d'impact qu'un autre pour le même usage.

IMPACTS SUR L'ENVIRONNEMENT

« Tout ce qui dégrade notre environnement, soit en utilisant des **ressources ou des matières non renouvelables** (énergétiques et non énergétiques, fossiles et minérales), soit en entraînant des **rejets néfastes** (gaz à effet de serre, pollutions de l'air, de l'eau et des sols). »

Le cycle de vie des produits



L'analyse de cycle de vie (ACV) est une méthode qui permet de mesurer les impacts environnementaux des produits.

ÉCO-PRODUIT

« Tout produit ou service qui entraîne moins d'impacts sur l'environnement **tout au long de son cycle de vie** par rapport à un produit similaire et de qualité **équivalente...** »

Les produits et services porteurs de l'écolabel européen ou NF environnement sont considérés comme des éco-produits

Qualité écologique = qualité + environnement

Évaluation des besoins

La question la plus importante pour un acheteur concerne l'évaluation du besoin. Cette interrogation s'applique aussi pour l'achat éco-responsable. Il est important d'étudier le besoin à la base avant de proposer une solution et avant tout se poser la question : ai-je besoin d'acheter un produit ou puis-je louer un service ?

Produit ou service ?

Si l'achat d'un service est déjà courant pour les photocopieurs (« acheter 10 000 copies par mois et non un photocopieur »), l'offre se met également en place pour les véhicules, le mobilier, les revêtements de sols,... L'intérêt écologique du service réside dans le fait que le fournisseur a tout intérêt à proposer des matériels les plus robustes possibles ayant un minimum de panne (les dépannages étant à sa charge). Par ailleurs, il gérera les matériels en fin de vie et fera en sorte qu'ils soient recyclables et modulables. L'intérêt pour l'acheteur est qu'il n'a plus à se préoccuper directement des réparations et de la maintenance des équipements. De plus, il a directement accès au coût global de l'équipement (coûts d'acquisition, de maintenance, d'utilisation, d'élimination) qui lui est facturé de manière régulière durant son usage.



Quelle performance ?

On n'achète pas un tracteur pour tondre sa pelouse si l'on ne dispose que d'un jardin de taille modeste...

Par analogie, à quoi sert une lessive « avec laquelle on peut faire des nœuds dans son linge » si l'on a besoin de ne rafraîchir qu'un vêtement dans lequel on a transpiré ?

À rien, sinon à conduire à l'utilisation de produits chimiques de plus en plus forts et nocifs pour l'environnement.

De même, à quoi sert un produit conçu pour durer 10 ans si, tous les 2 ans, on en change car la technologie ou les goûts évoluent ?

En revanche, il est nécessaire d'avoir la qualité suffisante sous peine d'utiliser trop de produits ou de changer tout de suite de matériel.



IMPORTANT : toujours déterminer la qualité nécessaire et suffisante par rapport à son besoin.

Qualité écologique des produits, pour quoi faire ?

AGIR SUR TOUS LES FRONTS

Industries, collectivités, transports, bâtiments : toute activité a des impacts sur l'environnement, et nous devons tenter d'en réduire les effets néfastes.

Il en est de même pour les produits.

Nous pouvons limiter leurs impacts sur l'environnement :

- **par notre questionnement** : bien analyser nos besoins,
- **par nos choix** : sélectionner à l'achat des produits plus respectueux de l'environnement,
- **par nos comportements** : mieux utiliser les produits achetés,
- **par notre implication** : trier les produits usagés pour qu'ils soient valorisés.

Les logos écologiques

Pour promouvoir les avantages écologiques (réels ou supposés) de leurs produits, fabricants et distributeurs impriment sur les produits ou leurs emballages des signes distinctifs sous forme de pictogrammes, avec ou sans phrase explicative.

En réalité, certains de ces logos correspondent effectivement à des produits ayant moins d'impacts sur l'environnement, alors que d'autres ne signifient rien !

DES REPÈRES À TRAVERS LA JUNGLE DES LOGOS...

1- Les logos sur lesquels s'appuyer

- **les écolabels**

Initiés par les pouvoirs publics, les écolabels garantissent à la fois la qualité d'usage du produit et ses caractéristiques écologiques : le produit est performant et génère moins d'impacts sur l'environnement tout au long de son cycle de vie (voir liste des produits écolabellisés : p. 72).

➔ Pour en savoir plus : www.ecolabels.fr
www.eco-label.com

En France, l'écolabellisation fait l'objet d'une certification régie par la loi n° 94-442 du 3 juin 1994.

LOGOS DES ÉCOLABELS LES PLUS COURANTS EN FRANCE :



écolabel français
NF-Environnement



écolabel européen



écolabel allemand
Ange bleu



écolabel des pays nordiques
Cygne blanc

LES LABELS OFFICIELS AGRICULTURE BIOLOGIQUE



label français
Agriculture biologique



label européen
Agriculture biologique



• le logo Energy Star

Le programme Energy Star a été mis en place par l'agence gouvernementale américaine de protection de l'environnement (EPA).

Le logo Energy Star sur un équipement indique qu'il est économe en énergie aussi bien en fonctionnement qu'en veille. On le trouve sur les ordinateurs, les écrans, les imprimantes, les scanners, les photocopieurs, les télécopieurs et les appareils qui cumulent plusieurs fonctions.



• le logo TCO

Le logo TCO a été créé par la fédération syndicale suédoise des employés (Tjänste-männens Centralorganisation ou TCO).

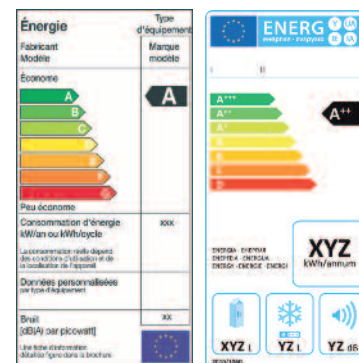
La présence de ce logo sur un produit assure qu'il respecte des critères de qualité (luminosité, qualité de l'image) mais aussi des critères environnementaux (puissance en mode veille...).



• l'étiquette énergie

L'étiquette énergie, créée en 1994 par la Commission européenne est obligatoire. Elle a pour but d'informer le public sur la consommation d'énergie des appareils électroménagers et des ampoules.

Depuis le 20/12/2010, cette étiquette a évolué vers un nouveau format plus lisible et identique dans tous les pays d'Europe.



Ancienne étiquette énergie Nouvelle étiquette-énergie

La nouvelle étiquette énergie, qui s'applique dans un premier temps aux appareils de réfrigération, aux lave-linge, aux téléviseurs et aux lave-vaisselle, conserve certaines caractéristiques de base qui la rend facilement reconnaissable (échelle de classification, couleurs).

De nouveaux éléments apparaissent afin de valoriser les performances environnementales des produits. La nouvelle étiquette énergie de l'Union européenne :

- compte jusqu'à trois classes supplémentaires à savoir A+, A++ et A+++ , par rapport à la classification antérieure qui allait de A à G,
- est identique dans les 27 États membres de l'UE,
- est linguistiquement neutre car les textes sont remplacés par des pictogrammes,
- indique le niveau sonore des produits.



• **l'étiquetage des véhicules ou "car labelling"**

Consommation de carburant et émission de CO₂
Information en application de la directive 1999/100/CE

Marque : **VOITURE**
 Modèle : **Xxx**
 Version : **Xxx**
 Énergie : **Essence**

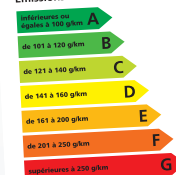
Consommation de carburant

Mesures effectuées selon la directive 98/100/CE modifiée 1999/100/CE.

Consommation mixte : **X,X l/100 km**
 Consommation urbaine : **X,X l/100 km**
 Consommation extra-urbaine : **X,X l/100 km**

CO₂ Le CO₂ (dioxyde de carbone) est le principal gaz à effet de serre responsable du changement climatique.
Mesures effectuées selon la directive 98/100/CE modifiée 1999/100/CE.

Émissions de CO₂ faibles



XX g/km



La consommation de carburant et les émissions de CO₂ d'un véhicule sont fonction non seulement de son rendement énergétique, mais également du comportement au volant et d'autres facteurs non techniques. Les informations sur les consommations de carburant et les émissions de CO₂ de tous les modèles de voitures particulières neuves, contenues dans le guide de l'ADEME, peuvent être obtenues gratuitement dans tous les points de vente, auprès de l'ADEME et consultées sur le site internet : www.ademe.fr

Le « car labelling » a été mis en place par la Commission européenne et est réglementaire.

En France, depuis l'arrêté ministériel du 10 novembre 2005, cette étiquette est obligatoire pour les voitures neuves à la vente depuis le 10 mai 2006.

Cette mesure d'information et d'incitation a fait l'objet d'un long travail avec tous les constructeurs automobiles, français et étrangers.

Cette étiquette qui est amenée à évoluer courant 2011 devrait permettre de sensibiliser les acheteurs sur les émissions de CO₂, responsables de l'effet de serre et du réchauffement climatique, ainsi que sur les consommations énergétiques des différents modèles de véhicules.

Dans sa nouvelle version, l'étiquette "car labelling" comporterait ainsi le coût annuel en carburant, la norme du véhicule et le montant du bonus/malus s'il y a lieu. De plus, l'étiquetage concernerait également les véhicules d'occasion et les véhicules utilitaires légers (avec des étiquettes spécifiques).

Bonus écologique

Cette mesure phare du Grenelle Environnement contribue à l'évolution des comportements d'achat des particuliers et de l'offre de véhicules moins émetteur de CO₂.

L'achat d'un véhicule émettant jusqu'à 120 gCO₂/km, permet de bénéficier d'une réduction de prix. Le bonus écologique est une aide financière pour l'acheteur, qui l'incite à s'orienter vers les voitures particulières neuves émettant peu de CO₂.

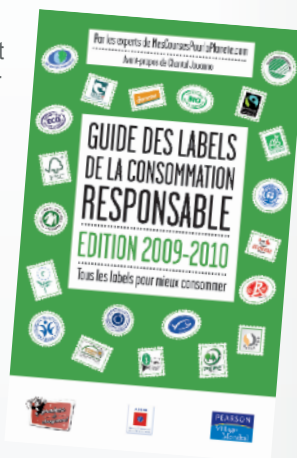
Plus les émissions sont faibles et plus le bonus est élevé. Ce système pénalise, via un malus, les acheteurs qui optent pour les modèles les plus polluants.

- **les autres labels**

De plus en plus de labels certifient des démarches plus respectueuses du développement durable d'un point de vue social ou environnemental.

Généralement, lorsqu'il s'agit de labels collectifs, délivrés sur certification par une tierce partie indépendante sur la base d'un cahier des charges objectif, il s'agit de démarches sérieuses. À l'acheteur de choisir les critères qu'il souhaite le plus mettre en avant.

Une analyse des caractéristiques de ces labels a été réalisée dans le guide des labels que vous pouvez retrouver sur :



<http://www.ademe.fr/eco-citoyens>

EN RÉSUMÉ

Consommation de carburant et émission de CO₂

Voiture : VOTURE	Modèle : Xxx
Version : Xxx	Carburant : Essence
Consommation de carburant : XX,X l/100 km	
Emission de CO ₂ : XX g/km	

ENERGIE

XYZ

ENERGY STAR

Vous pouvez leur faire confiance !

2- Le symbole du recyclage

Selon la norme internationale ISO 14021 (annexe p.74), l'**anneau de Möebius**, triangle constitué de 3 flèches, est le symbole du recyclage.



signifie :

« ce produit ou cet emballage est recyclable »



signifie :

« ce produit ou cet emballage contient 65 % de matières recyclées »

3- Terminologie

Dégradable, recyclable, contenu en recyclé, comment utiliser ce vocabulaire à bon escient ? Pour seize de ces déclarations usuelles, la norme ISO 14021 donne la définition et les exigences à respecter. Penser à s'y référer (détail en annexe p.75)

4- Les logos sans lien direct avec les préoccupations d'achats professionnels

- **Le « point-vert »** (Eco-Emballages, Adelphe) 

Il signifie que l'entreprise contribue aux coûts de valorisation des déchets d'emballages à destination des ménages. Il ne présume donc pas du recyclage effectif des emballages qui le portent. Le point vert est présent sur la quasi-totalité des emballages à destination des ménages.

- **Les symboles d'identification des matériaux**

Ils servent à identifier les matériaux lors du tri des produits et emballages usagés pour faciliter leur recyclage. Ils n'ont donc aucune signification écologique spécifique.

Symboles courant d'identification des matériaux



Symbole de l'aluminium



Symbole de l'acier



Symbole du verre

SYMBOLE	ABRÉVIATION	NOM DU POLYMÈRE
	PET	Polyéthylène téréphtalate
	PEHD	Polyéthylène haute densité
	PVC	Polychlorure de vinyle
	PEBD	Polyéthylène basse densité
	PP	Polypropylène
	PS	Polystyrène
	AUTRES	Autres matières plastiques, telles que l'acrylique, le nylon et les polycarbonates

5- Les logos qui n'ont pas (ou plus) de sens

- *Les logos qui sont vagues ou imprécis*

exemple :



- *Les logos qui ne font que reprendre une obligation réglementaire*

exemple :



- *Les logos qui font référence aux forêts alors que la caractéristique vantée n'a rien à voir avec les arbres*

exemple :



Les arguments environnementaux dans la publicité

Chaque année, l'ADEME et l'ARPP (Autorité de régulation professionnelle de la publicité) analysent une sélection de messages publicitaires et publient un bilan intitulé « Publicité et environnement ».

L'objet de l'étude est de repérer les manquements aux règles déontologiques professionnelles en vigueur. L'analyse de la publicité porte sur le contenu des messages publicitaires et non sur les produits ou les services promus.

L'étude permet de mieux faire connaître la réalité et la nature des dérives existantes mais aussi les points d'amélioration possibles.

Son but est d'analyser le discours publicitaire utilisant des allégations environnementales. C'est aussi un excellent moyen de sensibiliser les professionnels de la communication.

➔ **Pour en savoir plus et consulter les résultats d'études :**
www.arpp-pub.org/

Et demain l'affichage environnemental

L'article 54 de la loi Grenelle 1 votée le 3 août 2009 précise que : « Les consommateurs doivent pouvoir disposer d'une information environnementale sincère, objective et complète portant sur les caractéristiques globales du couple produit/emballage et se voir proposer des produits respectueux de l'environnement à des prix attractifs. »

Les caractéristiques de cette information sont :

- de porter sur le cycle de vie du produit et de son emballage : de la matière première à l'élimination ;
- de porter sur plusieurs impacts environnementaux ; (empreinte carbone des produits et autres impacts) ;
- d'être accessible au moment de l'achat.

La loi Grenelle 2 du 12 juillet 2010 précise dans son article 228 qu'à partir du 1^{er} juillet 2011 débutera une expérimentation nationale d'une durée minimum d'un an et dont les retours permettront de décider de la forme d'une éventuelle généralisation.

L'ADEME pilote à l'AFNOR une plate-forme qui a pour objectif de développer des méthodologies de calcul des indicateurs et le choix des impacts autres que les émissions de gaz à effet de serre (équivalent CO₂) pour chaque grande famille de produits. Au total, 670 organisations (fédérations, industriels, distributeurs, associations environnementales, associations de consommateurs, consultants...) sont représentées. Le cadre et les principes généraux de l'affichage environnemental adoptés en juillet 2008 sont regroupés dans le BP X30-323*. Une méthodologie transversale a été adoptée en 2009 et le premier référentiel sectoriel concernant les chaussures (ville homme) a été adopté en juillet 2010. Ces réflexions sectorielles sont généralement animées par des fédérations professionnelles.

L'ADEME développe également la base de données qui permettra de calculer les indicateurs d'affichage.

À partir de cela, l'ADEME développera également un outil informatique qui permettra aux entreprises de calculer les indicateurs d'affichage de leurs produits.

* Référentiel de bonnes pratiques disponibles auprès de l'AFNOR

➔ www.afnor.fr



Points de repère

Aperçu des questions et des difficultés les plus fréquentes, auxquelles nous vous proposons de répondre dans les pages suivantes

L'ÉVOLUTION DE L'OFFRE...

Pourquoi l'offre d'éco-produits fiables se développe lentement ?
Comment notre action peut-elle modifier cette situation ?

LES ÉCO-PRODUITS, DES PRODUITS PLUS CHERS ?

L'idée que les éco-produits sont des produits plus chers est très largement répandue, mais qu'en est-il exactement ?
Quelles sont les raisons d'un éventuel surcoût ?

PRODUITS BIO EMBALLÉS

Que penser des produits suremballés issus de l'agriculture biologique ?

PRODUITS NATURELS ET ENVIRONNEMENT

Un produit naturel est-il nécessairement meilleur pour l'environnement ?

DISTANCE PARCOURUE

Un produit qui vient de loin peut-il être bon pour l'environnement ?

LE CAS PARTICULIER DU RECYCLAGE

Dans le domaine des éco-produits, les produits recyclés occupent une place toute particulière : pourquoi faut-il les privilégier ?

LES DIFFICULTÉS À SURMONTER...

Quelles sont les difficultés les plus courantes ?
Que faire pour les éviter ?

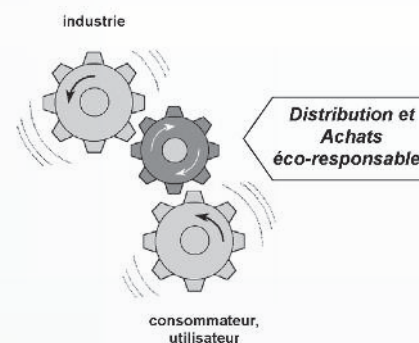
L'articulation d'une offre et d'une demande croissante



Hier, il y avait encore peu d'éco-produits, les industriels n'étaient pas motivés car les consommateurs ne leur en demandaient pas. Quant aux consommateurs, ils n'exigeaient pas d'éco-produits, ils n'en connaissaient pas l'existence.

C'est un cercle vicieux :

peu d'offres, peu de demandes.



Aujourd'hui, par nos demandes, par nos choix, nous sommes en train de faire évoluer l'offre de produits.

L'affichage environnemental va y contribuer

car il va permettre de répondre aux demandes d'information des consommateurs qui pourront ainsi mieux comparer les produits. Cette visibilité devrait inciter fabricants et distributeurs à proposer des produits de plus en plus vertueux.

Les distributeurs ont compris qu'il y avait une tendance structurelle et ont tous développé une gamme de produits « verts » à leur marque.

Les consommateurs ne sont pas seuls : distributeurs, industries, administrations... exigent de plus en plus des éco-produits.



Les éco-produits sont-ils nécessairement plus chers ?

Une fois admis qu'un produit qui a moins d'impacts sur l'environnement peut conserver ses performances, reste une idée tenace : les éco-produits sont forcément plus chers ! Qu'en est-il exactement ? Aucune statistique globale ne permet d'étayer ce préjugé.



De nombreux éco-produits ne sont pas plus chers

- D'après des tests **consommateurs**, on constate que les produits d'entretien écolabellisés sont très bien placés à la fois en termes de qualité d'usage et de prix ;
- **Coté distributeurs**, ceux-ci proposent de plus en plus d'éco-produits sous leur marque propre à des prix très concurrentiels. On en trouve aussi dans le "hard discount".
- **Selon les industriels**, les éco-produits non alimentaires réduisent la quantité de matière qu'ils utilisent pour être fabriqués et allègent donc leurs coûts. Les exceptions correspondent à un changement de matière par une autre générant moins d'impacts mais plus chère.

Des surcoûts qui n'en sont pas toujours

- 1- L'éco-produit est avant tout un **produit de qualité**. Certains surcoûts ne sont pas liés à ses caractéristiques écologiques mais à sa qualité : un meuble qui dure 10 ans au lieu de 5, coûte souvent plus cher à l'achat... mais n'est-on pas gagnant au final ?
- 2- L'achat plus coûteux mais qui permet une **importante économie lors de l'utilisation** : les ampoules fluocompactes permettent d'économiser l'énergie. En plus, elles durent 8 fois (pour les ampoules « grand public ») à 12 fois (pour les ampoules « professionnelles ») plus longtemps que des ampoules à incandescence classiques.
- 3- **Les sauts technologiques** : certaines technologies de production constituent une véritable innovation, permettant de générer moins d'impacts sur l'environnement. Comme toute technologie radicalement différente, le coût de revient, et donc le prix des produits, peuvent être, au départ, supérieurs à ceux des produits courants actuels. Ils permettent d'anticiper l'avenir.



Que penser des produits suremballés issus de l'agriculture biologique ?

Le règlement qui établit les caractéristiques de la certification agriculture biologique oblige la filière à garantir une traçabilité parfaite : le consommateur doit être sûr que la pomme qu'il achète a suivi les pratiques culturales de l'agriculture biologique.

Or dans un magasin non spécialisé, il serait possible que les clients manipulent des produits frais et les changent de bac, ne garantissant plus la traçabilité parfaite. C'est pourquoi en magasins non spécialisés, les produits issus de l'agriculture biologique sont toujours emballés, mais ce n'est pas le cas dans les commerces spécialisés, où il n'y a plus de risque de mélange indu ! Il faut savoir que l'étape du cycle de vie qui génère le plus d'impacts, pour un produit alimentaire est l'étape de production des matières premières. On peut donc avoir confiance en un produit issu de l'agriculture biologique même emballé.

Un produit naturel est-il nécessairement meilleur pour l'environnement ?

Un récent avis du Conseil national de la consommation (CNC) définit les conditions dans lesquelles on peut utiliser le terme « naturel » : il faut que les matières premières soient issues de la nature et n'aient pas fait l'objet de transformations chimiques. L'utilisation de matières premières naturelles, et donc renouvelables, permet de ne pas tarir les ressources épuisables. Encore faut-il s'assurer qu'elles sont exploitées de manière durable, en examinant l'ensemble des impacts environnementaux :

- Pour du bois : est-il issu de forêts gérées durablement ?
- Pour toutes les matières cultivées : quelles sont les conditions de culture et les impacts environnementaux liés ?
- Pour toutes : quels sont les processus de transformation impliqués ? Leurs impacts environnementaux ?
- Pour les substances : quelles sont leurs caractéristiques d'éco-toxicité ou de toxicité humaine ?



Un produit qui vient de loin peut-il être bon pour l'environnement ?

Le transport est une étape de cycle de vie dont il faut chercher à réduire les impacts sur l'environnement. Cependant ce n'est pas la seule étape. Quand on analyse le cycle de vie, on observe que les impacts du transport sont souvent de l'ordre de 10 %. Il faut donc veiller à ne pas sacrifier la qualité écologique des matières premières, de la transformation ou de la fin de vie au transport !

Comme pour toutes les étapes, il faut réfléchir :

- Le transport en avion est à bannir autant que possible, car il fait exploser l'empreinte écologique des produits ;
- Privilégier des transports optimisés : camions efficaces, bien remplis, éviter les retours à vide ;
- Privilégier les produits démontables qui prennent moins de place dans le transport, des emballages optimisés.

Le cas particulier du recyclage

L'un des problèmes écologiques majeurs réside dans la question « **que faire de nos déchets ?** », c'est-à-dire comment gérer les tonnes de produits et d'emballages usagés générées chaque année ? Pour éviter qu'elles ne finissent dans une décharge ou dans un incinérateur, on a choisi de favoriser leur recyclage, c'est-à-dire qu'après un traitement approprié, les déchets serviront de matières premières pour fabriquer de nouveaux produits.

POURQUOI FAUT-IL UTILISER, GLOBALEMENT, AUTANT DE PRODUITS RECYCLABLES QUE DE PRODUITS RECYCLÉS ?

Pour que le recyclage fonctionne, il faut à la fois que les produits ou les emballages soient recyclables (c'est-à-dire que l'on connaisse les techniques pour les recycler) et recyclés (c'est-à-dire que les produits ou emballages usagés soient effectivement collectés, traités et réutilisés industriellement pour fabriquer de nouveaux produits). Il est bon de choisir des produits mono-matériaux ou facilement démontables pour qu'ils soient effectivement recyclés.



Rien ne sert donc de n'acheter que du recyclable, si nous n'achetons pas du recyclé : en effet, le recyclable n'a d'intérêt que si le recyclé trouve des débouchés, c'est-à-dire que chacun d'entre nous en achète... ainsi **la boucle est bouclée**.



Le recyclage peut avoir d'autres avantages sur l'environnement : diminution de l'énergie nécessaire pour fabriquer de nouveaux produits, diminution des pollutions de l'eau ou de l'air... Il peut également avoir d'autres impacts (pollutions liées aux opérations de traitement...) qu'il convient de maîtriser. Cela dépend des matériaux (papier, verre, acier, aluminium, plastiques ...).

Les obstacles à franchir

La quête du meilleur produit à la fois pour la qualité, pour l'économie, et pour l'environnement, peut être semée de quelques obstacles. De manière à faciliter votre démarche, les pages suivantes décrivent les difficultés les plus fréquentes.

Dans vos essais successifs, vous serez probablement confronté à l'une ou l'autre de ces difficultés... Mais l'important est l'amélioration continue : tout ne peut pas fonctionner du premier coup ! Débutez votre initiation par un premier produit : peu à peu, vous formulerez mieux vos demandes, vous apprécierez mieux les informations de vos fournisseurs, vous les conseillerez mieux, et, finalement, vos achats seront de plus en plus respectueux de l'environnement !

Les problèmes les plus courants :

- Sombrier dans la « sous-qualité » ou la « sur-performance »
- Négliger le comportement de l'utilisateur
- Contribuer à des déplacements de pollution



La « sous-qualité »



Un produit « écologique » de mauvaise qualité n'est pas un éco-produit ! C'est un produit qui ne fera que des déçus :

- l'utilisateur est déçu car il se rend compte que le produit « vert » qu'il a choisi n'est pas performant,
- l'industriel est déçu car l'utilisateur ne renouvelera pas son achat,
- l'environnement est perdant, car le consommateur aura tendance à sur-doser le produit. Au final, déçus, utilisateur et industriel risquent de rejeter toute démarche écologique ultérieure.

Qualité écologique = qualité + environnement

Le comportement de l'utilisateur

À chaque étape du cycle de vie du produit correspondent des intervenants différents : industriel, distributeur, acheteur, utilisateur, professionnel du déchet ou collectivité. Le résultat écologique final dépend des actions et du comportement de chacun. Un seul maillon fait défaut, et tous les efforts peuvent être annulés.



Ainsi, à quoi servirait de concentrer les produits ménagers au niveau de l'industrie chimique et d'améliorer le traitement des eaux au niveau des collectivités si le consommateur ne changeait pas ses habitudes, continuait à faire comme si le produit n'était pas concentré, et consommait donc le double de la dose nécessaire ? A rien, sinon à aggraver les impacts sur l'environnement.



De même, à quoi sert d'acheter des produits rechargeables (stylos, critères...) si l'utilisateur ne les recharge pas ? À rien, sinon à coûter plus cher et avoir plus d'impacts sur l'environnement. Il faut que l'utilisateur sache ce que l'on attend de lui, qu'il sache comment mieux utiliser les produits qu'on lui propose.

**TOUJOURS PENSER À INFORMER L'UTILISATEUR
DES EFFORTS RÉALISÉS AU MOMENT DES ACHATS
SINON, IL PEUT TOUT GÂCHER ET, EN PLUS,
IL RISQUE DE SE PLAINDRE...**

Autre exemple : vos choix vont permettre d'acheter un papier qui pollue 10 % de moins, approximativement 10 photocopies ne pollueront que l'équivalent de 9 photocopies. Par ailleurs, si chaque utilisateur changeait de comportement et faisait, toutes ses copies, en recto verso : c'est près de 50 % d'économies qui seraient réalisées en terme d'impacts environnementaux... et de facture ! Il faut donc à la fois choisir un papier plus écologique, apte au recto verso, mais aussi essayer de faire évoluer le comportement des utilisateurs, les aider à consommer mieux !

Les déplacements de pollution

Déplacer un impact environnemental, c'est améliorer la situation à une étape du cycle de vie du produit tout en l'aggravant à une autre : une fausse bonne solution qui conduit au final à déplacer les problèmes ou à en créer d'autres.

Exemple : Remplacer un emballage rigide par un emballage souple plus mince peut permettre des économies de matières premières lors de la fabrication et une diminution de la quantité de déchets. Mais est-on sûr que le nouveau composite pourra, au final, être soit recyclé soit incinéré sans créer de problème particulier ? Parfois oui, parfois non.

Comment tenter d'éviter ces déplacements :

Souvent, les déplacements de pollution sont liés au remplacement d'un matériau par un autre : pour vérifier que ce nouveau matériau ne présente pas un problème écologique particulier, renseignez-vous auprès de spécialistes de l'environnement (institutionnels, bureaux d'études, universitaires, centres techniques ...).

Le **Bilan produit**[®], logiciel mis à disposition gratuitement par l'ADEME peut vous aider à comparer les impacts environnementaux de deux solutions alternatives.

http://www.ademe.fr/internet/bilan_produit/login.asp

Des pistes pour agir

Aujourd'hui, nous sommes obligés de nous fier aux informations présentes sur les produits :

- Certaines informations sont suffisantes (écolabels et marques reconnues : p. 12) ;
- D'autres informations sont insuffisantes (déclarations vagues et imprécises : « protège l'environnement », « produit écologique »...) ou totalement infondées (mise en avant d'une caractéristique réglementaire, obligatoire pour tous les produits). Inutile donc de tenir compte de ce type de déclarations : ces produits sont peut-être performants mais n'ont aucune caractéristique environnementale particulière.
- Entre ces 2 extrêmes, il n'y a pas de recette toute faite, c'est du cas par cas (« plastiques recyclés », « 100 % biodégradable »...) : votre expérience vous permettra d'évaluer l'intérêt de telle ou telle déclaration, et bientôt l'affichage environnemental fournira des repères quantitatifs qui pourront être comparés. Même si les outils sont développés pour les produits grand public, ils pourront être utilisés par des fournisseurs professionnels.

COMMENT ÊTRE SÛR QUE LE PRODUIT QUE JE CHOISIS EST EFFECTIVEMENT MOINS NÉFASTE POUR L'ENVIRONNEMENT ET CONSERVE TOUTES SES PERFORMANCES ?

Cas n°1

Il existe un écolabel français, européen ou d'une autre nationalité

- Chaque fois que possible : préférez les produits ayant un écolabel. Cela vous garantit à la fois les qualités du produit et ses caractéristiques écologiques (voir liste des catégories de produits en p. 72).
- S'il existe un écolabel mais que votre fournisseur habituel n'a pas de produits écolabellisés :
 - essayez de le convaincre de demander l'écolabel,
 - interrogez les fournisseurs ayant des produits écolabellisés.



Préférez les produits ayant un écolabel

Cas n°2

Il n'existe pas encore d'écolabel

- Demandez à votre fournisseur de vous indiquer les caractéristiques écologiques de ses produits, privilégiez les marques reconnues et les informations relatives aux consommations d'énergie. Dès que l'outil d'affichage environnemental sera disponible, demandez à votre fournisseur quels sont les impacts environnementaux de ses produits (voir p. 24).
 - Inspirez-vous des exemples donnés en pages 44-49 ou des critères d'écolabels existants pour des produits similaires (p. 72).

MÊME SI LES INFORMATIONS INITIALES DONNÉES PAR VOS FOURNISSEURS SONT INCOMPLÈTES, C'EST UN DÉBUT : LA SENSIBILISATION COMMENCE...

- La norme internationale de référence ISO 14021 (1999) donne à votre fournisseur des règles de déontologie pour décrire les qualités écologiques de son produit sous forme de déclaration environnementale (voir annexe p. 74). Cette norme n'implique ni certification ni coût externe. Elle est particulièrement importante en ce qui concerne la définition du caractère recyclable ou de la teneur en recyclé.

Demandez à votre fournisseur de s'y conformer !

Le CNC vient d'émettre un avis et un guide qui complètent cette norme. Demandez-lui également de s'y conformer.

Guide du CNC sur les allégations environnementales :

 www.economie.gouv.fr/actus

N'oubliez pas d'informer vos fournisseurs de l'existence des écolabels : s'il n'existe pas encore d'écolabel pour une catégorie de produits, des travaux peuvent être initiés sur simple demande d'un industriel à AFNOR Certification. Ces travaux sont toujours un peu longs (de 6 mois à un an) : la procédure de création d'un écolabel et le dossier sont téléchargeables sur le site www.eco-labels.fr

> Quelle que soit votre décision finale



Indiquez à vos fournisseurs que vous allez peu à peu prendre en compte la qualité écologique des produits que vous achetez, c'est diffuser progressivement l'idée du développement de vos achats éco-responsables.

Au bout de quelques mois, suite aux demandes répétées de leurs clients (vous et d'autre), vos fournisseurs s'interrogeront sur leurs produits et adapteront leurs offres à vos demandes.



Exemples de caractéristiques environnementales

À l'exception des écolabels, les informations écologiques existantes sont souvent spécifiques à une étape de cycle du vie et à une caractéristique donnée (contenu en recyclé, consommation d'énergie, biodégradabilité...).

L'INTÉRÊT D'UNE INFORMATION ÉCOLOGIQUE DÉPEND DU TYPE DE PRODUIT CONSIDÉRÉ

Les déplacements de pollution

Un produit que l'on achète très souvent (consommables, stylos, agrafes...) conduit annuellement à l'utilisation de beaucoup d'emballages : il faut donc vérifier qu'il n'y en ait pas trop et qu'ils nuisent le moins possible à l'environnement (quantités d'emballages minimisées, utilisation de matériaux renouvelables et/ou recyclables...). À l'opposé, pour des produits qui nous servent longtemps, l'emballage a proportionnellement moins d'importance : la robustesse du produit (agrafeuse, mobilier...) ou sa consommation d'énergie (photocopieur, imprimante, télécopieur...) sont les caractéristiques environnementales les plus importantes.

Biens d'équipement qui ne consomment pas d'énergie durant leur utilisation



Pour ce type de produits, la caractéristique la plus importante est la **durabilité** (durée de vie du produit).

Exemples de caractéristiques de durabilité :

- matériel le plus **robuste** possible (même si le coût d'achat est un peu plus élevé, sur la durée, on y gagne) : privilégiez les marques de qualité,
- matériel réparable (pour ne pas tout changer si une petite partie casse) accompagné d'une garantie du fabricant de vous fournir des pièces détachées,
- matériel dont on peut racheter, par la suite, des éléments à l'unité (pour ne pas changer les 10 chaises d'une salle de réunion quand on souhaite passer à 12 places),
- matériel indémodable ou esthétiquement sobre (pour que les utilisateurs n'aient pas envie d'en changer trop souvent).



Autres caractéristiques pouvant être examinées :

- matériel usagé repris et valorisé par le fournisseur,
- matériel démontable (pour optimiser le chargement des camions lors de la livraison), emballé avec des matériaux recyclables,
- matériel constitué de matériaux renouvelables gérés durablement (bois en particulier) pour économiser les réserves en pétrole ou de matériaux recyclés ou facilement recyclables.

Biens d'équipement qui consomment de l'énergie durant leur utilisation et qui sont branchés en permanence



PHOTOCOPIEURS



ORDINATEURS

Pour ce type de produit, l'une des caractéristiques les plus importantes est la **consommation d'énergie** : plus elle sera basse, mieux c'est.

Comparez les consommations de ces équipements en fonctionnement mais aussi en veille.

Ensuite, selon les produits, vous pourrez examiner :

- la possibilité de faire des économies de consommables (fonction recto / verso pour les photocopieurs),
- le bruit, les émissions d'ozone et la possibilité d'utiliser des consommables « remanufacturés » (cartouches issues du recyclage) voire rechargeables,
- la reprise par le fournisseur des consommables usagés (cartouche de toner en particulier).

Biens d'équipement qui consomment de l'énergie durant leur utilisation et qui sont peu branchés

Pour ces produits, l'enjeu de consommation d'énergie est toujours présent mais il faut avant tout se poser la question de leur durabilité, car l'enjeu de consommation des matières premières non renouvelables est encore plus important : cas des téléphones portables par exemple.



Produits de courte durée d'utilisation



Avant tout, peut-on favoriser la « réduction à la source » ?
ou comment consommer moins en consommant mieux !

Agir pour que l'on utilise moins de papier :

- Comment favoriser la duplication en recto verso (choix du papier et choix des photocopieurs) ?
- Comment optimiser la circulation des informations sans accroître la quantité de papier utilisée (affichage de l'information dans des points stratégiques, meilleur ciblage des listes de diffusion...) ?
- Comment augmenter le recours aux produits multi-rotations (enveloppes...) ?

Optimiser les quantités d'emballages de transport :

- Y a-t-il possibilité de regrouper les livraisons ?
- Y a-t-il possibilité d'acheter des conditionnements plus importants ?
- Y a-t-il possibilité d'acheter des produits en vrac ?
- Existe-il des emballages de transport réutilisables ?

Tous ces éléments permettent à la fois d'économiser des emballages, mais également des impacts environnementaux liés au transport.



Autres critères :

- Peut-on utiliser des ressources renouvelables ou des matériaux recyclés ?
- Favoriser les produits rechargeables (stylos).
- Les emballages sont-ils monomatériaux (utilisation d'un seul matériau) pour favoriser leur recyclage ?
- Dans le cas particulier des produits rejetés dans l'air ou dans l'eau lors de leur utilisation, leur toxicité, est-elle réduite ? Leur biodégradabilité est-elle importante ?



Initier sa démarche ou par quels produits commencer ?

Une fois décidé le lancement d'une démarche d'achats éco-responsables, il s'agira d'informer les différents acteurs concernés (acheteurs, décideurs, utilisateurs) et de les sensibiliser. Concentrez vos efforts sur quelques cas pilotes d'achats de produits.

DÉVELOPPER SA DÉMARCHÉ PROGRESSIVEMENT

Votre action s'appuie sur deux composantes initiales :

- un cadre global : celui-ci peut reposer sur l'annonce officielle du développement d'une politique d'achats éco-responsables, l'affichage d'une volonté de la hiérarchie au travers d'une charte spécifique...
- des cas pratiques précis : l'initiation d'une ou plusieurs opérations d'achats éco-responsables permettra de concrétiser la démarche dès les premiers mois et d'enclencher une dynamique plus globale. Parallèlement, si des pratiques d'achats éco-responsables préexistaient, leur identification et leur valorisation contribueront à cette mobilisation.

Par quels produits commencer ?

En choisissant judicieusement les premiers achats éco-responsables, vous pouvez réduire les difficultés ou les risques d'échec.

Nous vous proposons **une grille d'opportunité** du choix de ces premiers produits. L'objectif est d'identifier des produits répondant si possible simultanément aux 5 caractéristiques suivantes :

- voir ① < Produits environnementalement porteurs de sens (auprès du personnel, des administrés ou des clients) : caractère emblématique...
ET
- voir ② < Produits ayant un enjeu environnemental significatif prouvé
ET
- voir ③ < Produits pour lesquels il existe une offre plus environnementale, facile à distinguer
ET
- voir ④ < Produits pour lesquels l'offre plus environnementale a des chances raisonnables d'être économiquement acceptable
ET
- voir ⑤ < Produits bénéficiant d'un « terrain » favorable dans la collectivité (ou dans l'entreprise)



Ces 5 caractéristiques, dans le détail :

- 1** Produits reconnus comme fortement polluants
(ex : produits contenant des substances toxiques)

OU

Produits ayant un lien privilégié avec la nature
(ex : produits papetiers, mobilier en bois)

OU

Produits ayant une relation avec la protection
de l'environnement (ex : bacs de collecte,
ampoules économes, économiseurs d'eau)

- 2** Produits ayant des impacts environnementaux
forts (soit unitairement, soit du fait des grandes
quantités achetées)

ET

Produits présentant des marges d'améliorations
possibles (existence d'alternatives)

ET

Produits dont la réalité des impacts principaux
ne porte pas à controverse

- 3** Existence d'écolabels et de produits écolabellisés

ET / OU

Existence de quelques caractéristiques environnemen-
tales de « bon sens » (ex : consommation d'énergie)

- 4** Produits de prix d'achat similaire ou inférieur

OU

Produits dont le coût d'achat est supérieur mais dont
le coût global est inférieur (ex : durée de vie plus longue,
économie d'énergie ou de consommables lors de l'utilisa-
tion, réduction des coûts de valorisation en fin de vie...)

OU

Produits plus chers mais dont la différence est jugée
acceptable au regard du gain d'image de la collectivité
(ou de l'entreprise), de son désir d'exemplarité

- 5** Motivations et dynamisme des acheteurs pionniers
concernés

ET

Produits pour lesquels l'anticipation et la programmation
permettent d'assumer le délai d'apprentissage en matière
d'intégration de caractéristiques environnementales

ET

Produits pour lesquels l'intégration de caractéristiques
environnementales lors de l'achat n'a pas pour consé-
quence des modifications significatives en terme d'utili-
sation et/ou de stockage, qui mal comprises ou admises,
pourraient compromettre les expériences pilotes

ET

Produits pour lesquels des indicateurs opérationnels
de programmation et de suivi peuvent être définis et
intégrés dans les systèmes de gestion et les tableaux
de bord existants (suivi des progrès, communication...)

État des lieux de la qualité écologique de vos achats

Retrouvez ici, pour quelques produits, des caractéristiques environnementales spécifiques : vos achats prennent-ils déjà en considération ces caractéristiques ?

BUREAUTIQUE

ORDINATEURS (unité centrale/écran)

- consommation d'énergie (ex : Energy Star)
- reprise des ordinateurs usagés et élimination via filière spécifique
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

PHOTOCOPIEURS

- option recto verso (dont l'utilisation est facile)
- consommation d'énergie (ex : Energy Star)
- bruit et qualité de l'air (poussière, ozone)
- cartouches remanufacturées et service de reprise des cartouches
- reprise des photocopieurs usagés par le fournisseur
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

IMPRIMANTES

- option recto verso (automatique et non uniquement manuelle)
- consommation d'énergie (ex : Energy Star)
- bruit et qualité de l'air (poussière, ozone)
- reprise des imprimantes usagées par le fournisseur
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

CARTOUCHES (toner/jet d'encre)

- cartouches remanufacturées
- reprise des cartouches usagées par le fournisseur
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

PRODUITS PAPETIERS

PAPIERS ET ENVELOPPES

- grammage réduit au juste et nécessaire (selon ses besoins)
- fibres recyclées ou ...
- fibres vierges issues de forêts gérées durablement (FSC, PEFC...)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

CAHIERS, BLOCS

- fibres recyclées ou ...
- ... fibres vierges issues de forêts gérées durablement (FSC, PEFC...)
- qualité écologique des encres (ex : encres à base végétale)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

PRESTATION D'IMPRESSION

- qualité écologique du papier (selon les caractéristiques « papiers »)
- qualité écologique des encres (ex : encres à base d'huile végétale)
- tri et élimination spécifiques des déchets dangereux chez l'imprimeur
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

FOURNITURES DE BUREAU

PETITES FOURNITURES

- regroupement des commandes (afin de limiter les transports)
- emballages optimisés : recyclables, absence de suremballage...
- rechargeabilité des fournitures
- autres
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**



MOBILIER

CHAISES, BUREAUX...

- produits de qualité (pour une longue durée de vie)
- produits facilement réparables et garantie de réassort (pièce/produit)
- reprise du mobilier usagé
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

ÉCLAIRAGE

AMPOULES

- consommation d'énergie (ampoules économes en énergie)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

LUMINAIRES

- supports compatibles avec des ampoules économes en énergie

VÉHICULE

VOITURE

- achats (ou location) de véhicules aux normes Euro III ou Euro IV
- achats (ou location) de véhicules « propres »
(électrique, gaz, voire diesel avec filtre à particules...)
- et achats (ou location) de véhicules « propres » pour plus de X %
du parc renouvelé

TEXTILES

VÊTEMENT, TISSUS

- produits de qualité : garantie de résistance au rétrécissement (lors du lavage/séchage) et/ou de résistance des couleurs au lavage, à la transpiration...
- produits issus du commerce équitable
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

BLANCHISSERIE

- produits de nettoyage : absence d'étiquetage de danger
- produits de nettoyage : biodégradabilité accrue, toxicité réduite
- management environnemental du service (ISO 14001, EMAS ...)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

TRAVAUX

PRESTATION

- gestion des déchets (tri des déchets dangereux)
- management environnemental du service (ISO 14001, EMAS ...)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

PEINTURES

- peinture à base aqueuse
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

NETTOYAGE DE LOCAUX

PRESTATION

- utilisation de produits de qualité écologique (cf. produits de nettoyage)
- gestion des déchets (tri sélectif, formation du personnel)
- management environnemental du service (ISO 14001, EMAS ...)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

PRODUITS DE NETTOYAGE

- produits concentrés (optimisation logistique et emballage)
- produits rechargeables (éco-recharges)
- produits de nettoyage : biodégradabilité accrue
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

SANITAIRES

- savons : solides ou rechargeables (optimisation logistique et emballage)
- papiers hygiéniques : fibres recyclées ou issues de forêts gérées durablement
- chasses d'eau : économes en eau (mécanisme à double commande)
- produits conformes aux exigences d'un écolabel**

À noter que tous les outils développés pour les acheteurs publics peuvent également être utiles à un acheteur privé. Pour aller plus loin, l'acheteur trouvera sur le site Internet de l'ADEME un outil d'auto-diagnostic et d'aide à l'évaluation. Pour plusieurs grandes familles d'achats, figurent les considérations environnementales et sociales à prendre en compte ;

Grille état des lieux / achats responsables

<http://www.ademe.fr/internet/achats-responsables/form.asp>



Prise en compte du développement durable dans la commande publique

Collectivités ou administrations, de nombreux acheteurs sont soumis au Code des marchés publics. Dans le même temps, certaines entreprises, privées ou publiques, se sont dotées de règlements internes ou de chartes de bonne conduite en matière d'achats. Tous ces acteurs, à des niveaux divers, peuvent intégrer des considérations environnementales et sociales dans leurs achats, dans le respect bien entendu des règles habituelles imposées à chacun !

Environnement et Code des marchés

Les marchés publics représentent près de 15 % du PIB. Ils constituent donc un levier important pour inciter les entreprises à introduire le principe de protection de l'environnement dans leurs process, produits et services.

Le Code des marchés publics précise que les objectifs de développement durable sont à prendre en compte :

- lors de la détermination des besoins à satisfaire (art. 5),
- lors de la définition des conditions d'exécution d'un marché (art. 14),
- au stade de l'examen du savoir-faire des candidats,
- lors de l'attribution du marché, par exemple dans le cadre de la fixation des critères de choix,
- la possibilité est donnée de faire référence aux écolabels (art. 6-VII).

Si l'acheteur ne prend pas en compte le développement durable dans la rédaction de ses marchés, il devra le justifier en cas de contrôle.

Rappelons que :

- Les **conditions d'exécution** sont les conditions posées par le pouvoir adjudicateur, que l'offre doit remplir pour être conforme à l'objet du marché. Elles servent à définir l'objet du marché et sa consistance. Il s'agit d'un **élément objectif** et qui ne peut être remis en cause par l'offre (exception faite des variantes). Le respect des conditions d'exécution est strictement obligatoire par les candidats. Les conditions d'exécution ne peuvent donc pas servir à déterminer la meilleure offre (« mieux-disante »).
- À l'inverse, les **critères d'attribution** (également appelés critères de jugement des offres) sont les critères qui permettent au pouvoir adjudicateur de choisir la meilleure offre. Le critère d'attribution est donc un **élément d'appréciation de l'offre**, une exigence sur laquelle les candidats sont mis en concurrence. L'offre qui permet de pousser cette exigence au plus haut est l'offre retenue.



COMMENT INTÉGRER DES CARACTÉRISTIQUES ENVIRONNEMENTALES DANS SES MARCHÉS ?

L'acheteur peut intégrer des caractéristiques environnementales sans être discriminatoire, pour autant qu'il le fasse dans le **respect des principes généraux** posés par le Code des marchés publics que sont :

- la liberté d'accès à la commande publique
- l'égalité de traitement des candidats
- la transparence des procédures

Les caractéristiques environnementales que fixe l'acheteur doivent être liées à l'objet du marché et être évaluables en toute objectivité afin de ne pas entraîner une liberté inconditionnée de choix.

L'acheteur ne peut pas demander un produit d'une marque commerciale particulière ou l'obtention d'une certification donnée.

Il peut cependant faire référence, dans le marché, aux exigences environnementales fixées par cette certification dès lors qu'il autorise la production de tout autre moyen prouvant l'équivalence.

S'agissant des **écolabels**, ceux-ci sont à traiter comme toute marque de qualité certifiée. L'acheteur public qui souhaite acquérir des produits conformes à des écolabels, peut faire référence dans le marché, à tout ou partie des spécifications techniques définies par ces écolabels. Cela aura pour conséquence d'informer précisément les candidats potentiels, sur le niveau de qualité environnementale recherchée.

Ainsi, l'acheteur public peut demander, par exemple, que les produits proposés par les soumissionnaires répondent aux exigences de l'écolabel NF-Environnement ou équivalentes et non que les produits soient certifiés NF-Environnement !).

Tout savoir sur les écolabels :

➔ <http://www.ecolabels.fr>

Consultez le Code des marchés publics

➔ <http://www.legifrance.gouv.fr>

Les apports du GEM DD

L'État a créé en 2004 un **Groupe d'étude des marchés (GEM) « Développement durable »**. Ce groupe émet des recommandations techniques destinées à aider les acheteurs publics à intégrer le développement durable dans les marchés publics.

Ce groupe a notamment édité des **guides de l'achat public durable** :

- Achat de produits, matériel et prestations de nettoyage (juillet 2009)
- Achat de vêtements (juillet 2009)
- Achat de papier à copier et de papier graphique (décembre 2005),
- Achat de produits (décembre 2004)
- ...

Retrouvez tous les guides du GEM :

http://www.minefi.gouv.fr/directions_services/daj/marches_publics



L'élaboration de clauses environnementales

Afin de rédiger ces clauses, l'acheteur pourra suivre les 3 étapes ci-dessous :

1. Identifier des informations de référence :

- quels sont les enjeux environnementaux du produit ?
- quelles sont les pistes d'améliorations environnementales envisageables ?
- existe-t-il des déclarations environnementales existantes (éco-labels officiels, labels privées et auto-déclarations...) ?

2. Prendre des décisions propres à son marché, qui dépendront :

- de sa connaissance de l'offre du marché (offres de produits répondant à telle caractéristique environnementale ou aux exigences d'un référentiel écologique),
- de sa connaissance des aspects économiques (risque de surcoût pour le volume d'achat envisagé, analyse en coût global intégrant les étapes d'utilisation et de fin de vie),
- de la définition de ses besoins spécifiques,
- du niveau d'exigence environnementale à fixer dans un souci d'efficacité écologique.



3. Rédiger des clauses environnementales dans les spécifications techniques et/ou dans les critères d'attribution

Quelle que soit la voie choisie, indiquez dès les spécifications techniques et conditions d'exécution que vous recherchez un produit à impacts réduits sur l'environnement. Joignez le descriptif précis du référentiel (ou la référence normative) ou de la caractéristique et n'oubliez pas de mentionner « ou équivalents ».

- **Intégration d'un référentiel ou d'une caractéristique environnementale dans les spécifications techniques et conditions d'exécution :**

Vous pouvez par exemple indiquer :

« Le produit demandé devra avoir des performances environnementales équivalentes à celles définies par le [référentiel]. Les candidats préciseront dans leur offre (sur le modèle du formulaire type joint au dossier de consultation) comment leur produit satisfait aux critères définis dans le [référentiel] ou équivalents ».

Cette décision est généralement prise dans les cas suivants : nombre suffisant de titulaires certifiés par rapport au référentiel ou d'offres potentielles, pas de surcoût significatif non justifié, choix d'en faire un élément incontournable du marché...

Exemple 1 : Achats de cahiers

« Les cahiers devront répondre aux exigences de l'écolabel NF-Environnement ou équivalent ».

Exemple 2 : Achat de photocopieurs

« Les photocopieurs permettront de faire des tirages recto verso et devront consommer moins de X Watts ».

X Watts précise l'exigence en matière de consommation électrique, c'est la valeur limite maximale autorisée pour les photocopieurs recherchés.

- **Intégration d'un référentiel ou d'une caractéristique environnementale dans les critères de choix des offres :**

Vous pourrez alors indiquer dans les spécifications techniques et condition d'exécution :

« Le produit doit être issu d'un processus de fabrication ayant des impacts réduits sur l'environnement **au regard des critères figurant dans le [nom du référentiel]**. Les candidats préciseront dans leur offre (sur le modèle du formulaire type joint au dossier de consultation) comment le processus de fabrication de leur produit se situe au regard des critères figurant dans le [référentiel] »

et indiquez dans vos critères de choix :



« Performances environnementales (critère noté sur X points) : les candidats préciseront dans leur offre (sur le modèle du formulaire type joint au dossier de consultation) comment leur produit répond à l'exigence fixée dans le cahier des charges ».

Cette décision est généralement prise dans les cas suivants : nombre faible ou nul de titulaires certifiés par rapport au référentiel choisi ou d'offres potentielles, connaissance peu précise de l'offre, éventuel surcoût non maîtrisé, volonté d'inciter les candidats à améliorer leurs offres, ...

Exemple : Achat de papier recyclé

Spécifications techniques et conditions d'exécution :

« Au moins 50 % des fibres de bois composant le papier doivent être des fibres recyclées. Le caractère recyclé des fibres de bois s'entend au sens de celui décrit dans la norme ISO 14021 ».

Critères de choix des offres : Critère « Proportion (A) de fibres recyclées » (noté sur X points).

- Si : 50 % < A ≤ 60 %, points attribués = 1/6 X
- Si : 60 % < A ≤ 70 %, points attribués = 2/6 X
- Si : 70 % < A ≤ 80 %, points attribués = 3/6 X
- Si : 80 % < A ≤ 90 %, points attribués = 4/6 X
- Si : 90 % < A < 100 %, points attribués = 5/6 X
- Si : A = 100 %, points attribués = X.

Les candidats préciseront dans leur offre (sur le modèle du formulaire type joint au dossier de consultation) comment leur produit répond à l'exigence fixée dans le cahier des charges.

Des exemples précis sont à votre disposition dans le guide « Achat public éco-responsable : achats de papier » du GEM : consultez-les !

En dehors de critères spécifiques de performance environnementale, il existe d'autres façons de traduire sa volonté de prise en compte de l'environnement. Ainsi, l'utilisation de **critères de choix « habituels »** (coût d'utilisation, valeur technique) peut également avoir une conséquence sur la qualité environnementale de l'offre.

Par exemple, prendre comme critère de jugement le « **coût global** » d'un équipement électrique, c'est-à-dire en y incluant son coût d'utilisation, c'est valoriser les équipements présentant les consommations électriques les plus faibles ... économie et environnement allant ici clairement dans le même sens !

De même, tous les critères relatifs à la **durée de vie** des produits sont généralement synonymes de moindres impacts négatifs sur l'environnement : ils permettent, en faisant durer plus longtemps un produit, de diminuer globalement le nombre de produits nécessaires (et donc d'économiser des matières et énergies de fabrication et de limiter les quantités de déchets).



Des acheteurs en marche, rejoignez les !

Peu à peu, des réseaux d'acheteurs publics se sont constitués afin de mutualiser leurs expériences en matière d'achats éco-responsables. Ils se sont fédérés dans un inter-réseau national animé par l'ADEME, et se sont dotés d'outils de diffusion d'informations utiles, afin de partager et d'améliorer les pratiques d'achats. Consultez :

- Le site portail « Commande publique et développement durable » :

➔ www.achatsresponsables.com/



- La plate-forme électronique d'échanges (inscription gratuite pour tout acheteur public) :

➔ <http://www.achatsresponsables-bdd.com/>

Formation

Au niveau national, le ministère du Développement durable et l'IFORE organisent des formations sur l'achat public durable :

➔ <http://www.ifore.ecologie.gouv.fr/>

Salon Buy & Care

Un salon des achats professionnels se tient chaque année dans le cadre de Pollutec. Renseignez-vous sur l'offre de produits écologiques existante :

➔ <http://www.buy-and-care.com/>





ANNEXES

p. 72 Liste des catégories écolabellisées

p. 74 La norme internationale ISO 14021

p. 76 La nouvelle Stratégie nationale du développement durable

p. 77 État exemplaire : administrations éco-responsables

CATÉGORIES ÉCO-LABÉLISÉES

Catégories de produits et services pour lesquels les écolabels sont disponibles



RETOUR
SOMMAIRE

Appareils électriques et électroniques	<ul style="list-style-type: none"> • Ampoules et tubes électriques • Ordinateurs (fixes et portables) • Télévisions 	<ul style="list-style-type: none"> • Cafetières électriques à filtres
Produits d'entretien et hygiène	<ul style="list-style-type: none"> • Lessives • Nettoyants multi-usages et nettoyants pour sanitaires • Détergents pour lave-vaisselle • Liquides vaisselle • Savons, shampoings et après shampoings • Papiers absorbants et papiers toilette 	<ul style="list-style-type: none"> • Produits de nettoyage
Équipement de la maison et jardinage	<ul style="list-style-type: none"> • Meubles en bois • Matelas • Amendements organiques • Milieu de culture (terre) • Peintures et vernis d'intérieur et d'extérieur • Pompes à chaleur • Revêtements de sol durs, souples, à base de bois 	<ul style="list-style-type: none"> • Peintures, vernis, produits connexes • Profils de décoration • Enduits • Filtres à café • Sacs cabas • Sacs poubelle • Litières pour chat • Composteurs individuels de jardin • Mobilier • Colorants universels • Colles pour revêtements de sols
Papeterie	<ul style="list-style-type: none"> • Papiers graphiques et papiers à copier 	<ul style="list-style-type: none"> • Enveloppes et pochettes postales • Cahiers • Colles et papeterie • Cartouches d'impression laser • Articles d'écriture (stylos, feutres...)
Habillement	<ul style="list-style-type: none"> • Produits textiles • Chaussures 	
Lubrifiants	<ul style="list-style-type: none"> • Lubrifiants (huile, graisse...) 	
Tourisme	<ul style="list-style-type: none"> • Hébergements touristiques (hôtels, gîtes, etc.) • Campings 	

Pour obtenir la liste complète actualisée des produits écolabellisés : www.ecolabels.fr

PASSEPORT ÉCO-PRODUIT



LA NORME INTERNATIONALE ISO 14021

Les normes internationales ISO font référence auprès des entreprises. On recense notamment les séries des normes : ISO 9002 pour la qualité, ISO 14000 pour la gestion de l'environnement au sein des entreprises, et enfin la série des normes ISO 14020 encadrant les déclarations environnementales des produits. Parmi ces dernières, la plus importante est sans conteste la norme ISO 14021 intitulée « les auto-déclarations environnementales » (publiée en septembre 1999 et en vente à l'AFNOR).

DEMANDEZ À VOS FOURNISSEURS D'ÉTIQUETER LEURS PRODUITS CONFORMÉMENT À LA NORME INTERNATIONALE ISO 14021

Les normes ISO n'ont pas de caractère obligatoire. Toutefois, on peut espérer, comme cela a été le cas pour les normes ISO plus anciennes, que leur mise en application s'imposera peu à peu à tous, de par les pressions commerciales réciproques.

La norme ISO 14021 s'adresse aux déclarations environnementales sur les produits faites sous la seule et entière responsabilité des entreprises. Elle pose des exigences générales pour toute déclaration environnementale, visant à en assurer la pertinence et la sincérité et à réduire la confusion actuelle et donne la définition et les exigences liées à 16 déclarations usuelles, à savoir :

- « utilisation réduite des ressources »
- « énergie récupérée »
- « réduction des déchets »
- « consommation réduite d'énergie »
- « consommation réduite d'eau »
- « allongement de la durée de vie d'un produit »
- « réutilisable ou rechargeable »,
- « conçu pour être désassemblé »,
- « compostable »,
- « dégradable »,
- « recyclable »,
- « contenu en recyclé »,
- « renouvelable »,
- « énergie renouvelable »,
- « empreinte carbone »,
- « neutre en carbone ».

La norme donne en particulier la définition précise de ce que sont le recyclé et le recyclable et les logos à utiliser :



Ce produit ou cet emballage est recyclable



Ce produit ou cet emballage contient 65 % de matières recyclées

LA NOUVELLE STRATÉGIE NATIONALE DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (SNDD)

La nouvelle « Stratégie nationale de développement durable » (SNDD) pour la période 2010-2013 se décline en neuf défis. Elle représente le cadre de référence et d'orientation pour de nombreux acteurs nationaux, publics et privés pour les aider à structurer leurs projets et politiques autour des choix stratégiques et des indicateurs de développement durable. Elle a également vocation à assurer la cohérence et la complémentarité des engagements de la France aux plans national, européen et international.

La SNDD sur le site du ministère du Développement durable :

 <http://www.developpement-durable.gouv.fr/SNDD>

ÉTAT EXEMPLAIRE : ADMINISTRATIONS ÉCO-RESPONSABLES

En quelques mots...

Pour des raisons qui tiennent autant à la crédibilité des politiques publiques en matière d'environnement qu'à des considérations économiques, l'État a entrepris une démarche pour intégrer le développement durable dans les différentes activités des administrations.

S'engager vers une démarche d'achats éco-responsables, c'est susciter un effet d'entraînement, ayant pour conséquence d'importantes retombées industrielles et économiques, notamment dans la mise au point de nombreux produits plus respectueux de l'environnement.



Les démarches d'éco-responsabilité touchent de nombreux domaines d'actions, dont notamment :

- la construction de nouveaux bâtiments,
- l'entretien et réhabilitation de bâtiments anciens,
- l'entretien du domaine non bâti,
- les économies d'énergie,
- les économies d'eau,
- les achats éco-responsables,
- la récupération et le recyclage des déchets,
- l'évolution des parcs de véhicules ...

Ainsi, outre l'objectif d'intégration de critères de développement durable dans les marchés publics, la SNDD précise aussi des objectifs pour l'État et ses établissements.

En matière d'éco-responsabilité, les objectifs ont été fixés dans la circulaire du 3 décembre 2008 et sont précisés dans le tableau suivant :

Matériels de bureautique	2010	60 % des nouveaux matériels avec performances équivalentes au TCO
	2008	Consommation énergétique équivalente au label Energy Star
Solutions d'impression	2010	Suppression imprimantes à jet d'encre
		Non-remplacement de 80 % des imprimantes individuelles
		Développement des copieurs multifonctions
		Cartouches laser avec caractéristiques au moins égales à l'écolabel français
		100 % des cartouches d'impression récupérées
Papier	2010	Utilisation exclusive de papier éco-responsable
	2012	Réduction de 50 % de la consommation de papier
Fournitures de bureau	2010	Réduction de 10 % de la consommation de fournitures
	2012	100 % de produits achetés avec caractéristiques équivalentes à celles des écolabels
		Suppression des substances toxiques
		100 % de produits bois issus de sources légales ou PEFC
Alimentation	2010	15 % de produits AB dans les services de restauration des administrations et établissements publics
	2012	20 % de produits AB dans les services de restauration des administrations et établissements publics
Vêtements	2012	50 % du montant des marchés de vêtements avec exigences environnementales, sociales, traçabilité (2/3)
Mobilier	2010	100 % de produits bois issus de sources légales ou PEFC
	2012	50 % du montant des marchés pour le mobilier avec caractéristique écolabel français ou éco conçu

RETOUR
SOMMAIRE

Bois et produits dérivés	2010	Achat seulement de bois certifié ou issu de forêts gérées de manière durable
Nettoyage des locaux	2012	Atteindre 80 % de produits écolabellisés
		Atteindre 25 % du montant des marchés de prestations de nettoyage comprenant une clause d'insertion ou personnes handicapées
		Atteindre 40 % des horaires de travail en journée pour les prestations de nettoyage
Gestion des déchets	2010	Taux de recyclage de 60 % des papiers blancs
	2012	Dispositif de collecte sélective dans chaque administration pour papiers blancs, emballages, déchets d'équipements électriques et électroniques (DEEE) et piles
		Suppression des substances toxiques
Espaces verts et non bâtis	2012	100 % achat d'amendement compatible écolabel ou issu de la valorisation de déchets organiques
		50 % de produits issus de filière de valorisation de déchets animaux dans achats engrais
		100 % achats composteurs compatibles écolabel
		50 % marchés de prestation avec clause d'insertion ou personnes handicapées
Voitures particulières	2009	Intégration à la politique de commande des coûts d'exploitation, consommation, pollution, CO ₂
	2012	Émission maximum de 130 gCO ₂ par km (hors véhicules opérationnels)
Formation et sensibilisation à l'éco-conduite	2010	100 % des conducteurs de l'État formés
	2012	100 % des agents de l'État faisant plus de 5 000 km formés

Déplacements	2008	-3 % par an d'émissions de gaz à effet de serre /GES liés aux déplacements
	2050	¼ des émissions de GES liés aux déplacements
Énergie et eau	2010	Diminution de 20 % des émissions de CO ₂ dans les bâtiments publics
		Diminution de 10 % des consommations d'énergie dans les bâtiments publics
		Diminution de 20 % des consommations d'eau dans les bâtiments publics
Éclairage		Réduire les consommations énergétiques liées à l'éclairage artificiel
Bilan des consommations énergétiques et des émissions de gaz à effet de serre (GES)	2008	Bilan des consommations énergétiques et des émissions de GES des administrations centrales
	2009	Bilan des consommations énergétiques et des émissions de GES des sites déconcentrés les plus significatifs et établissements publics
	2010	Audits énergétiques dans tous les bâtiments de l'État Établissement et mise en œuvre de plans d'actions
Formation	2010	Intégration d'un module Développement durable dans la formation initiale des agents de l'État
	2009	Formation à l'achat public durable pour les acteurs de la commande publique
	2010	Perfectionnement dans le cadre du PNAAPD*
	2009	Mener une action de sensibilisation au Développement durable pour tous les agents
Achats socialement responsables	2012	Dans les segments comportant au moins 50 % de main d'œuvre : 10 % au moins des achats à des entreprises relevant de l'insertion
		Exigences d'achats éthiques et équitables
Achats socialement responsables		Emploi des travailleurs handicapés
		Diversification des recrutements au sein de la fonction publique

* PNAAPD : Plan national d'action pour des achats publics durables



© ADEME Éditions, Angers 2011

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite sans le consentement de l'auteur ou de ses ayants droit ou ayants cause est illicite selon le Code de la propriété intellectuelle (Art. L 122-4) et constitue une contrefaçon réprimée par le Code pénal. Seules sont autorisées (Art. L 122-5) les copies ou reproductions strictement réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective, ainsi que les analyses et courtes citations justifiées par le caractère critique, pédagogique ou d'information de l'œuvre à laquelle elles sont incorporées, sous réserve toutefois, du respect des dispositions des articles L 122-10 à L 122-12 du même Code, relatives à la reproduction par reprographie.

Illustrations :

F. MACARD, L'Effet Papillon pour l'ADEME

Création de la couverture et de la maquette intérieure, réalisation :

A4 Éditions

Pour consulter, télécharger ou commander un ouvrage gratuit :

www.ademe.fr/publications

Pour commander un ouvrage payant :

<http://www.catalogue-ademe-editions.com>

Librairie Eyrolles - Service D.Livres

61, boulevard St-Germain - 75240 Paris cedex 05

Tél. : 01 44 41 41 86 - Courriel : vpc@eyrolles.com

Le Passeport Éco-produit a été réalisé par le
Service Éco-conception et Consommation durable de
l'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie /ADEME.

Coordination technique :

Véronique BÉNONY
Service Éco-conception et Consommation durable - ADEME

Suivi d'édition :

Agnès HEYBERGER
Service Communication professionnelle et technique - ADEME

L'ADEME EN BREF

L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public sous la triple tutelle du ministère de l'Ecologie, du Développement durable, des Transports et du Logement, du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et du ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable.

Afin de leur permettre de progresser dans leur démarche environnementale, l'agence met à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public, ses capacités d'expertise et de conseil. Elle aide en outre au financement de projets, de la recherche à la mise en œuvre et ce, dans les domaines suivants : la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit.



ADEME
20, avenue du Grésillé
BP 90406 | 49004 Angers Cedex 01

www.ademe.fr

Ref. 7013 - 04/11 - Gratuit

A4 éditions 0241720700