

Déclaration commune industrie – commerce sur l'information environnementale

Octobre 2012



Exposé des motifs

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

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

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

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

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

Ce processus de coproduction devrait confirmer un certain nombre de choix qui font déjà l'unanimité. Le premier concerne la liberté du support de l'information, à commencer par l'option entre le réel et le virtuel. Il paraît irréaliste économiquement, et disproportionné juridiquement, d'obliger les magasins à surcharger leurs linéaires déjà encombrés, ou les fabricants à alourdir l'information figurant déjà sur leurs emballages, par ailleurs objets d'opérations de réduction à la source. Inversement, il ne faut pas priver les metteurs en marché du droit d'utiliser ces supports s'ils y ont convenance, en fonction de leurs contraintes financières et logistiques. De la même manière, l'option du virtuel doit rester ouverte : elle est seule à correspondre aux exigences des entreprises qui diffusent leurs produits sur plusieurs marchés nationaux, en particulier dans le périmètre du marché unique.

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

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

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

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

Déclaration commune

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

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

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

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

Déclaration commune

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

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

- De plus, afin de garantir un environnement dans lequel les entreprises pourront avoir les mêmes capacités à être compétitives, toute démarche volontaire d'information environnementale doit être établie dans le **respect de règles communes** et bénéficier des conditions d'application suivantes :
 - Les modalités de calcul des indicateurs pour une catégorie de produit doivent s'appuyer sur les **référentiels méthodologiques** définis par la plateforme ADEME-AFNOR, dès que ceux-ci auront été complétés pour la catégorie de produits concernée. Nous entendons par modalités de calcul, toute méthode utilisée pour arriver à une valeur chiffrée des indicateurs sélectionnés et s'appuyant sur le référentiel de bonnes pratiques BP X30-323.

 - **Un outil unique de calcul devrait être installé**, en vue de garantir au consommateur une information fiable et des résultats homogènes et objectifs. Il permettrait de suivre à la lettre ces référentiels et reposerait sur la base de données en cours de développement à l'ADEME. Pour permettre à l'ensemble des entreprises d'effectuer ces calculs de manière cohérente et, ainsi, ne pas pénaliser les plus petites d'entre elles, cet outil doit être accessible à tous et gratuit, comme nous souhaitons que le soit la base de données ADEME.

- Enfin, l'objectif de l'article 54 de la loi Grenelle I étant de fournir une information « sincère, objective et complète » aux consommateurs, un **système de communication harmonisé d'un point de vue sémantique et visuel** doit être établi, sans pour autant imposer de canal de communication vers les consommateurs (choix libre du mode de diffusion : internet, étiquette, rayon, ...).

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

<p>Xavier Hua <i>Délégué général</i></p>	<p>Xavier.hua@ecr-france.org 14, rue Magellan 75008 Paris 01 56 89 89 30</p>	
<p>Philippe Joguet <i>Directeur Développement durable, RSE, Questions financières</i></p>	<p>joguet@fecd.eu 12 Rue Euler 75008 PARIS 01 44 43 99 07</p>	 <p>F C D FEDERATION DES ENTREPRISES DU COMMERCE ET DE LA DISTRIBUTION</p>
<p>Dominique de Gramont <i>Délégué général</i></p>	<p>dominique.gramont@ilec.asso.fr 71 avenue Victor Hugo 75116 Paris 01 45 00 00 37</p>	