



Atelier "Modes de production et de consommation durable"

**Groupe de mesures 1:
Qu'est-ce qu'un produit écologique ?**

Rapport définitif

Date	12/06/2008
participants	Barbara Dewulf (IBGE) ; Ivo Cluyts (SPF Environnement) ; Piet De Baere (OVAM) ; Olivier Closset (MRW) ; Patrick Van den bossche (Agoria) ; Isabelle Chaput (Essenscia)/Laurent de Munck (Cobelpa) ; Kristof Debrabandere (BBL) ; Marie-Carmen Bex (SPF Politique scientifique) ; Ingrid Hontis (Fedustria) ; Kathelijne De Ridder/Catherine Rousseau (CRIOC) ; Luc Braet (RRU) ; Eddy Bachorz (Espace & Environnement) ; Chris Lambert (ENE-AIM)
président	Barbara Dewulf (IBGE)
rapporteur	Chris Lambert (ENE-AIM)
sujet	Printemps de l'Environnement – Atelier n° 2 : Modes de production et de consommation durables - Biodiversité : GM1 « Définition de ce qu'est un produit écologique ».

Introduction

Après la présentation de tous les participants, la méthode possible a été présentée. A ce stade, il avait déjà été choisi de ne pas reprendre les affirmations avec une éco-mention dans le cadre du GM1. Ces affirmations nous semblaient en effet ne pouvoir offrir aucun fondement à la définition ici visée. Il a certes été précisé que la pertinence ou non de ces affirmations doit être abordée dans le GM 4 (Publicité et allégations environnementales).

Tout le monde a ensuite également eu la possibilité d'indiquer ce qu'il juge important et ce qu'il aimerait voir aborder dans le cadre de ce GM1.

De nombreux participants ont souligné qu'il existe déjà beaucoup de choses et qu'il n'est plus ici question de réinventer la roue. Il s'agira de faire quelque chose d'utilisable de tout ce matériel.

Il a aussi été fréquemment indiqué qu'il règne actuellement trop de chaos pour le consommateur et que nous devons aspirer à créer pour lui plus de clarté et de points de repères. Car beaucoup pensent que le consommateur est bien disposé à apporter sa contribution à un meilleur environnement.

Du côté des entrepreneurs, des syndicats et des consommateurs, on déplore le fait de ne pas avoir opté pour des « produits durables » à la place de « produits écologiques ». Dans le cas d'un « produit durable », il convient en effet de reprendre aussi d'emblée l'aspect économique et so-

cial via une approche intégrée. De cette manière, les trois piliers du développement durable sont repris de façon intégrée.

Les représentants des fédérations d'entreprises ne sont d'ores et déjà pas partisans des mentions imposées par les pouvoirs publics concernant un aspect donné d'un produit. Mais ils apprécient malgré tout le concept et le succès des labels européens obligatoires pour l'énergie et le CO2 qui sont déjà prévus actuellement pour les appareils électroménagers et les voitures. Ils ne veulent assurément pas d'une liste noire reprenant les produits « non écologiques » (mais ils ne défendent pas non plus les listes dites blanches qui mentionnent une série de produits écologiques). Ils ont aussi regretté qu'il n'ait pas été choisi de clore les débats au sein du GM1 avant d'entamer les discussions dans les autres GM. Ces GM auraient ainsi pu mener leurs pourparlers sur la base du point de départ proposé par le GM1.

Il a ensuite été décidé de se concentrer sur des actions utilisables à court terme. Les représentants des organisations de protection de l'environnement le déplorent du point de vue écologique, parce que cela semble impliquer d'avance que les ambitions ne pourront pas aller bien loin. Il propose de donner quand même une chance à des projets plus ambitieux à plus long terme en lançant avec les parties concernées un processus distinct qui peut par exemple être clôturé dans un délai préalablement fixé ou en poursuivant des initiatives existantes (Plan Fédéral de Développement Durable).

Cela requiert une approche pragmatique qui implique d'évaluer ce qui existe déjà aujourd'hui et de voir où des mesures complémentaires (par secteur - par groupe de produits - par problème pertinent) peuvent être utiles.

Il a été souligné à maintes reprises qu'en matière de politique des produits, il est souvent plus indiqué d'obtenir des mesures sur le plan européen ou mondial. Cela n'empêche toutefois pas les Etats membres de prendre des initiatives innovantes. Cela permet à l'Europe d'acquérir de l'expérience, qui peut ensuite être exploitée dans le processus UE et être ainsi exportée vers d'autres Etats membres. Une dimension importante pour les employeurs est ici le marché européen et le fait que la Belgique, avec son petit marché, conçoit elle-même relativement peu de produits.

Définition générale d'un « produit écologique »

Comme cela a déjà été indiqué dans le document de base, les discussions ont pu se baser en partie sur les résultats d'activités de l'OVAM (Openbare Vlaamse Afvalstoffenmaatschappij) et de l'IBGE (Institut Bruxellois pour la Gestion de l'Environnement), et surtout sur les premières en ce qui concerne la définition générale possible.

Notamment grâce au travail important de l'OVAM et au « Maatschappelijk Forum Milieuverantwoordeconsumptie » qu'elle a réuni, le GM1 a pu se fonder en grande partie sur la définition générale de « Produit respectueux de l'environnement » qui a résulté de l'interaction entre les représentants de l'OVAM et ce Forum.

Il s'agit ici de la définition suivante :

Een milieuverantwoord product is een product (*) dat een kleinere impact heeft op het leefmilieu gedurende alle belangrijke stadia van zijn levenscyclus, vergeleken met de impact tijdens deze stadia van alternatieven die dezelfde functie vervullen met vergelijkbare performantie.

Instrumenten om te bepalen of bepaalde producten milieuverantwoorder zijn dan andere zijn: LCA's, criteria op basis van labels, en eco-efficiëntie analyses.

(*) ISO 14040 definieert "product" ook als dienst. Een milieuverantwoord product is soms "geen product" .

Franse Vertaling :

Produit respectueux de l'environnement

Un produit respectueux de l'environnement est un produit (*) qui a un impact plus petit sur l'environnement pendant toutes les principales étapes de son cycle de vie, par rapport à l'impact, pendant ces stades des alternatives qui exécutent la même fonction avec les mêmes performances.

Des instruments pour déterminer si certains produits sont plus respectueux de l'environnement que d'autres sont : l'analyse du cycle de vie, les labels, et les analyses de l'éco-efficacité.

(*) ISO 14040 définit aussi le « produit » comme un service. Un produit respectueux de l'environnement est parfois « aucun produit ».

Tout le monde a été satisfait de cette définition, tout en spécifiant que cette définition restant assez vague, elle ne pouvait être qu'un fil conducteur qui doit encore être concrétisé cas par cas, groupe de produits par groupe de produits pour pouvoir être utilisée dans la pratique dans le cadre d'actions et de projets concrets. Ensuite, le groupe de travail a tenté de concrétiser cette définition plus en détail, afin de la rendre opérationnelle.

Définition opérationnelle (utilisable à plus court terme)

Quelques instruments pour définir un produit écologique sont donc entre autres les labels écologiques et les analyses du cycle de vie (ACV). Un élément important et indissociable des labels écologiques est le fait qu'il ne s'agit uniquement que d'un point d'identification et donc pas nécessairement d'une définition de ce qu'est un produit écologique. Les critères qui sous-tendent les labels sont bien plus importants pour l'octroi ou non d'un label et dont il peut s'ensuivre qu'un produit peut être considéré comme écologique.

Il existe cependant aussi des produits qui ne portent pas de label, mais qui sont respectueux de l'environnement. Il convient aussi de préciser qu'il existe des produits qui satisfont aux critères qui sous-tendent un label, mais qui n'ont pas demandé de label. Ces produits doivent eux aussi pouvoir être considérés comme des produits écologiques, à la condition qu'ils puissent le prouver. De plus, on doit aussi distinguer d'une part les labels officiels agréés (européens) et d'autre part les labels/mentions volontaires. Pour ces derniers, il convient effectivement de se pencher sur les critères qui ne sont pas toujours aussi larges, de sorte qu'un produit avec un tel label ne peut pas toujours être considéré comme un produit écologique. C'est également le cas pour toutes sortes d'affirmations avec lesquelles des entreprises tentent de positionner leurs produits (il importe de pouvoir en vérifier la valeur).

Les représentants des fédérations d'entreprises ont souligné qu'un élément important de la discussion en rapport avec un « produit écologique » est que l'on ne doit pas ici se limiter à des labels. Pour les employeurs, cela ne reste qu'un élément d'identification pour un groupe restreint de produits. D'autres critères, basés par exemple sur un fondement solide via des ACV, sont pour eux plus qu'équivalents.

a) Labels écologiques

La définition générale fait notamment référence à des labels pour définir si certains produits sont plus respectueux de l'environnement que d'autres.

En sachant que chaque label n'est pas utilisable pour pouvoir qualifier concrètement un produit écologique ou respectueux de l'environnement, le GM1 a vérifié à quelles conditions un label doit répondre pour pouvoir

constituer dans ce cadre un label utilisable et fiable. Un exercice similaire a également déjà eu lieu dans le cadre du Maatschappelijk Forum milieuverantwoorde consumptie. Les critères appliqués pour l'octroi d'un tel label peuvent aussi être utilisés dans certaines conditions pour contrôler des produits qui n'ont pas ce label ou qui ambitionnent de l'obtenir (voir l'utilisation de tels critères dans le cadre des achats publics).

Le GM1 s'est mis d'accord sur le fait qu'un label fiable doit satisfaire aux normes iso concernant le label écologique de type 1 (ce qui ne veut pas dire qu'un label fiable doit nécessairement être un label de type 1). Ces normes iso précisent entre autres les conditions suivantes :

- les critères appliqués doivent englober les principaux impacts écologiques (des multicritères ne sont pas toujours nécessaires, mais dans le cas de monocritères également, une analyse préalable doit garantir que l'on met le bon accent) du groupe de produits concerné et doivent être contrôlables ;
- les critères sur lesquels sont basés un label doivent être transparents, également pour le consommateur. C'est pertinent, parce que ces critères seront par exemple au centre d'achats des pouvoirs publics. Ainsi, les entreprises qui décident de ne pas demander de label spécifique ne sont pas exclues tant qu'elles satisfont aux critères du label ;
- le contrôle doit être effectué par une partie externe indépendante (garantir l'indépendance par les pouvoirs publics, par exemple en certifiant des instances à cette fin) ;
- les données doivent être fiables et correctes ;
- à des fins de clarté, il a encore été observé qu'il est évidemment requis que les critères aillent plus loin que ce qui est peut-être déjà imposé par diverses normes/lois écologiques contraignantes.

Du point de vue écologique et des consommateurs, on plaide pour une définition des critères en accord avec les principaux acteurs. C'est aussi, selon eux, un aspect qui peut renforcer la confiance du consommateur dans un label. Les entrepreneurs n'ont cependant pas adhéré à cette position.

En se basant sur les conditions évoquées, les labels suivants se sont d'ores et déjà avérés être recommandables : le label écologique européen (EU-Flower), le Blaue Engel, le Nordic Swan et le label énergétique européen, Milieukeur et NF Environnement. Mais la prudence s'impose concernant de tels labels nationaux, étant donné qu'ils ont parfois des angles d'incidence nationaux très spécifiques et se concentrent notamment sur les industries nationales.

Des propositions doivent être formulées concernant la façon dont le contrôle des labels existants devrait se faire, et par qui, sur la base de ces critères. Les nouveaux labels proposés devraient également pouvoir être soumis à ce contrôle. Un organe public devrait être créé et serait chargé de cette évaluation. Cette instance pourrait donc assurer l'évaluation des affirmations à connotation écologique (les pseudo-labels)¹.

Les initiatives qui tentent d'informer le consommateur concernant les divers labels de produits sont appréciées et méritent d'être davantage soutenues.

b) Analyse du cycle de vie (ACV)

Une méthode fiable pour évaluer des produits quant à leur impact écologique doit répondre aux mêmes conditions pour être considérée comme fiable

¹ A la fin de la discussion, les représentants des fédérations d'entreprises ont suggéré que les organes existants peuvent éventuellement aussi jouer un rôle équivalent. Il a ici été fait concrètement référence au Bureau de normalisation (abrégié BDN). Mais cette idée n'a pas pu être étudiée au sein du GM1 quant à ses mérites et à sa faisabilité.

dans ce cadre. Autrement dit : les mêmes aspects que ceux évoqués en matière de labels écologiques fiables doivent être contrôlés :

- La méthode utilisée doit analyser les divers impacts écologiques (approche du berceau à la tombe), être transparente et contrôlable ;
- Le contrôle doit être assuré par une partie externe indépendante (cela peut par exemple se faire par le biais de « peer reviews ») ;
- Les données doivent être fiables et correctes.

Certains éléments sont en fait importants pour exécuter une bonne ACV. Ces éléments sont décrits dans les normes ISO correspondantes. Nous pensons notamment ici :

- à la fixation correcte des limites d'une ACV ;
- à un contrôle constant des trade-offs ;
- à l'importance de la standardisation ;
- à la comparaison du même objectif pour des produits ;
- à l'implication de la phase d'utilisation et de recyclage ;
- à l'utilisation d'une méthodologie robuste basée sur l'ACV.

Il existe à cette fin de très nombreux standards et instruments. Une analyse ACV reste un exercice d'équilibre difficile entre le niveau de détail et les efforts requis, où la robustesse nécessaire doit être développée. Le principal élément des ACV est l'utilisation de bonnes données et une méthodologie solide (cf. normes ISO).

Un aspect important est qu'une grande attention doit être consacrée à un contenu correct des critères, et ce tout au long du cycle de vie. Il importe également que des produits utilisés dans un même but soient évalués de la même façon, afin que l'uniformité de l'évaluation devienne méthodique. C'est un aspect général qui est de toute façon important pour les analyses ACV.

Du point de vue écologique, on plaide aussi pour que les acteurs soient impliqués dans la définition de la portée de l'analyse.

Cela devrait intervenir au moment où sont fixées les limites dans lesquelles l'étude va avoir lieu et aussi pour que toutes les phases du cycle de vie soient suffisamment abordées et pour limiter les discussions par la suite.

Pour les employeurs, il faut ici faire preuve de la flexibilité requise. La crédibilité de l'output généré est importante et celle-ci peut s'obtenir de différentes manières. Dans certains cas, certaines données relatives à des informations ACV sont confidentielles et il est difficile d'y donner suite très ouvertement.

En vue de rendre dans ce contexte l'approche ACV plus utilisable, il devrait être possible selon les participants au GM1 de parvenir à un compromis consistant à l'imposer sans trop de charges, ce qui pourrait déboucher sur des conclusions acceptables et utilisables en rapport avec l'impact écologique de produits. Une présentation powerpoint commentée par un chercheur ont servi de base à la discussion sur ce sujet (présentation des résultats d'une mission d'étude réalisée pour l'IBGE). Cette étude s'est penchée sur la faisabilité et l'utilité d'ACV simplifiées pour certains groupes de produits ou certains objectifs. L'approche proposée compte trois éléments :

- une première analyse pour parvenir à des paramètres généraux qui portent sur tous les produits ;
- une analyse plus poussée qui conduit à des paramètres par groupe de produits ;
- et, dernière étape, des critères spécifiques à un produit.

A la suite des deux premières phases, d'importantes économies peuvent être réalisées grâce aux avantages d'échelle obtenus.

Tout le monde semble être convaincu de l'utilité et des avantages possibles d'une telle approche, mais la faisabilité de son application nécessite une étude et un affinement plus poussés.

A cet égard, il est fait référence lors des discussions au « carbon-footprint ». Il y a consensus au sein du groupe pour dire que pour le « footprint », cette simplification est trop poussée. Cela ne peut donc pas être considéré comme une ACV simplifiée.

Via une telle approche, on pourrait peut-être aussi aspirer à des écolabels avec une échelle graduelle (voir les diverses nuances entre vert et rouge que l'on voit déjà aujourd'hui sur les labels énergétiques européens). Un tel label obligatoire qui indique une gradation sur une échelle et est appliqué à tous les produits d'un groupe de produits offre selon plusieurs participants des avantages importants pour le consommateur (plus clair/plus visible sur le lieu d'achat, donnant des informations écologiques pertinentes pour chaque produit). Il permet au consommateur de comparer lui-même plusieurs produits. Mais les labels avec gradation ne sont pas toujours applicables pour tous les types de produits. La flexibilité requise doit ici être intégrée.

Une ACV ne doit pas nécessairement évoluer vers un label, ce qui est un condensé de différents paramètres en un chiffre. Pour ce processus, on doit plutôt procéder à des évaluations et trade-offs que l'on ne fait justement pas dans le cadre d'une analyse ACV. Voir aussi en la matière les remarques que nous avons formulées précédemment à propos du fait qu'un label graduel ne peut pas être instauré pour tous les produits.

On estime quoi qu'il en soit qu'il est également important qu'il existe un bon aperçu en rapport avec la disponibilité et la transparence de toutes sortes de données/banques de données existantes qui peuvent être utiles dans le contexte des ACV (bien sûr, il s'agit notamment ici d'ACV éventuellement déjà existantes, mais aussi d'autres évaluations ou de données pertinentes à cette fin). Un bon exemple se trouve sur <http://lca.jrc.ec.europa.eu/lcainfohub/index.vm>

Tout le monde réclame une meilleure coordination de la contribution belge au débat en matière d'ACV au niveau de l'UE et de l'OCDE. Dans ce cadre, il convient en effet d'aspirer à l'harmonisation au niveau le plus élevé possible. Des efforts doivent également être fournis pour rendre les diverses banques de données ACV plus accessibles (besoin d'une image globale) et plus standardisées. A cet égard, nous devons également aspirer à des synergies entre les pouvoirs publics, avec l'apport des différents acteurs.

En matière d'ACV, un besoin d'actions supplémentaires pour collecter plus de données brutes sur l'impact de produits/substances se fait sentir. Il convient également d'aspirer à une informatisation plus poussée de telles informations. Dans ce cadre, des consortiums semblent être nécessaires pour le LCI (life cycle inventory) et le développement de bases de données. Les représentants des entrepreneurs se disent prêts à lancer des actions en la matière.

Actions en soutien de ce qui est défini

Le GM1 a également débattu quant aux possibles actions concrètes pertinentes en vue de rendre la définition d'un produit écologique opérationnelle. De nombreuses possibilités ont été évoquées.

De nombreuses parties prenantes, et plus précisément les acteurs écologistes, les consommateurs et les pouvoirs publics, ont jugé les instruments économiques déterminants en vue d'inciter le consommateur à procéder à des achats plus respectueux de l'environnement. L'OCDE en a déjà elle aussi souligné la nécessité pour la Belgique. On peut ici penser à une baisse de la TVA pour les produits écologiques, à une fiscalité verte en rapport avec les produits. Au sein du GM1, ces représentants ont plaidé en faveur d'étapes supplémentaires en la matière. Les entreprises ne se montrent pas enclines à le faire et prônent uniquement des mesures financières qui profitent à une meilleure accessibilité de certains instruments pour les PME (voir par ex. les frais afférents à l'obtention et à l'utilisation d'un écolabel européen). Les représentants des organisations de protection de l'environnement ont proposé de créer un fonds sur une base sectorielle, qui serait soutenu financièrement par tous les membres et qui pourrait couvrir les frais des (petites) entreprises qui dé-

cident de demander un label. C'est une proposition qui, selon le GM1, devra être testée par secteur en fonction de sa faisabilité. Les primes spécifiques par produit destinées à stimuler une consommation respectueuse de l'environnement semblent elles aussi pouvoir être acceptées plus facilement.

Du côté des entreprises, on a en outre observé que les instruments économiques ne sont pas toujours aussi efficaces en tant qu'instrument et qu'ils peuvent parfois aussi avoir des effets pervers. De plus, le consommateur fait son choix différemment dans certains cas (voir l'exemple de la voiture, des vêtements, ...).

Les propositions visant à tenter, par le biais d'un engagement moral, d'accroître l'offre et la vente de produits écologiques sont soutenues par tous. Il conviendra certes de réfléchir sérieusement aux parties qui devraient souscrire un tel engagement moral et quelle en serait la portée (les projets d'essai prévus au niveau flamand seront peut-être ici utiles). Il importe que les pouvoirs publics se soucient d'emblée des mesures à prévoir si les objectifs présumés ne sont manifestement pas atteints (on peut par exemple penser à une norme de produit ou à une fiscalité verte). Il importe donc dans ce cadre de pouvoir évaluer à l'aide d'indicateurs l'évolution de la consommation de tels produits et l'adapter si nécessaire. Des accords avec le secteur de la distribution en matière de promotion de produits écologiques et de systèmes de guidage dans les magasins mêmes peuvent être inclus, comme convenu au sein du GM5. Pour le développement de propositions en vue d'éventuelles autres actions en promotion d'un label écologique, le deuxième tour des discussions s'est basé sur des éléments de l'analyse des points-clés en rapport avec la labellisation écologique européenne. Les principaux points épineux qui ont été avancés sont :

- le manque de marketing et de promotion par les autorités européennes et belges en charge des écolabels ;
- les coûts financiers pour le demandeur/titulaire du label (le « non-pollueur-paie »). Ces frais se composent d'une partie fixe (à payer lors de la demande du label ; dans notre pays, ils s'élèvent à 300 euros avec une réduction supplémentaire pour les PME) et d'une partie variable (à payer chaque année à l'organisme compétent sur la base du chiffre d'affaires annuel dans l'UE) ;
- les tracasseries administratives pour le demandeur ;
- la petite échelle du marché belge ;
- l'absence d'une culture (nationale) du label ;
- le manque de connaissance chez le consommateur, notamment en raison du manque de visibilité ;
- la prise de conscience écologique moins prononcée du consommateur belge en comparaison avec plusieurs Etats membres (voisins) de l'UE, pour des raisons culturelles.

Cette analyse a débouché sur les propositions d'action suivantes en promotion de l'écolabel européen :

- a) instruments institutionnels :
 - plus de moyens pour les autorités belges en charge de l'écolabel (via un financement au départ des moyens généraux, afin que le prix de revient pour le demandeur/titulaire de l'écolabel reste aussi bas que possible) ;
 - promotion de l'achat de produits qui répondent aux critères de l'écolabel européen dans le cadre du GPP (« Green Public Procurement ») ;
 - désignation de facilitateurs pour aider les entreprises dans le cadre de la procédure (administrative) (par analogie avec le projet de la Province de Namur dans le cadre duquel la Province met gratuitement un consultant à la disposition des entreprises qui désirent obtenir un écolabel pour équipements touristiques, entre autres)
- b) instruments économiques :
 - baisse de la TVA pour les produits portant le label UE
 - primes pour des produits portant le label UE
- c) instruments volontaires :
 - « Green private procurement »

- Lien vers GM5 - engagement moral avec la distribution (plus d'offre de produits avec labels écologiques, positionnement plus clair dans les magasins, ...)
- d) sensibilisation :
- sensibilisation du consommateur
 - information du personnel des pouvoirs publics concernant les actions relatives au Green Public Procurement

En matière d'éducation des consommateurs et des producteurs, le représentant des fédérations d'entreprises a présenté l'initiative Product Stewardship qui est développée dans l'industrie au niveau international. Chez eux, le Product Stewardship est un code de conduite qui tente de maîtriser les risques afférents à un produit pendant tout son cycle de vie. La notion de Product Stewardship implique l'application du principe Responsible Care sur les produits. Dans ce cadre, un exemple issu de l'industrie chimique a été présenté ; pour plus d'informations :

[:http://www.essenscia.be/NL/Duurzame%20ontwikkeling/Initiatieven/Product%20Stewardship/page.aspx/1791](http://www.essenscia.be/NL/Duurzame%20ontwikkeling/Initiatieven/Product%20Stewardship/page.aspx/1791).
Un autre exemple, donnant une perspective plus large, est le « material stewardship » disponible sur <http://www.icmm.com/page/1389/our-work/work-programs/articles/materials-stewardship>.

Le GM1 n'a détaillé aucune autre action spécifique en matière de Product Stewardship, mais tous les participants ont jugé que l'initiative présentée par le représentant des fédérations d'entreprises (AGORIA) était intéressante. Bien sûr, les entreprises continueront à suivre et à stimuler les concepts plus larges de material/product stewardship.

En matière d'éducation des consommateurs, on vérifiera aussi si des initiatives supplémentaires peuvent aussi s'avérer nécessaires, afin notamment d'éclairer les consommateurs parmi la multitude de labels de produit (voir par ex. labelinfo.be). La banque de données qui se trouve sur labelinfo.be est une initiative de Netwerk Bewust Verbruiken vzw en collaboration avec Forum Ethibel, le CRIOC, Réseau Eco-Consommation, Test-Achat et ACW. Le projet a vu le jour avec le soutien de la Cellule Economie Sociale. Cet instrument vise à aider le consommateur à s'y retrouver parmi la profusion de labels. Le site est constamment actualisé et de prochains développements sont d'ores et déjà prévus. Il compte actuellement vingt labels.

Définition de la consommation écologique

Ce concept ne peut se réduire à la simple consommation de produits écologiques.

Il importe avant tout satisfaire un même besoin, mais avec un impact écologique moins important. Ce besoin peut être comblé par un produit (dont on est propriétaire ou non, par exemple un CD acheté ou loué) ou par le biais d'un service (par exemple un site de musique, un concert). L'aspect de la « dématérialisation » (satisfaire des besoins sans besoin de produits ou parfois sans devoir être le propriétaire de produits) a également été abordé.

Une remarque importante porte sur le fait qu'un « produit écologique » peut perdre beaucoup de son bénéfice écologique potentiel vis-à-vis d'autres produits s'il n'est pas utilisé correctement. Mais une utilisation correcte importe bien sûr pour tous les produits, afin d'empêcher qu'ils ne génèrent un impact écologique supplémentaire évitable (voir par exemple le surdosage de produits lessiviels ou de pesticides, le lavage des vêtements à une température inutilement élevée, l'application de peinture sur une base qui ne permet pas une bonne adhésion, etc.). A cet égard, il a été fait référence à la contribution positive que peuvent apporter des campagnes qui indiquent comment les produits sont utilisés correctement.

Il convient en outre de se méfier de l'effet de rebond de la surconsommation de produits écologiques, comme par exemple utiliser des ampoules économiques et toujours les laisser allumées.

Pour conclure, il a aussi été souligné à plusieurs reprises que la phase de fin de vie peut constituer une partie importante de l'impact total d'un produit et doit toujours rester un élément d'importance (dans ce cadre, il a notamment été question des mérites des obligations de reprise et des obligations d'acceptation).

Pour conclure, une liste de positions fondamentales

Un accord a pu être obtenu pour plusieurs principes, mais comme souvent, les avis divergent une fois que l'on essaie de donner un contenu plus concret à certaines choses.

Parmi les représentants de la société civile, plusieurs positions fondamentales sont revenues à diverses reprises, sous l'une ou l'autre forme.

Les représentants des entreprises plaident invariablement pour plus de souplesse : ce qui se traduit notamment en procédures moins contraignantes, plus d'engagements de résultat, plus d'utilisation d'instruments volontaires et certainement pas en une liste noire reprenant des produits « non écologiques » (mais ils ne défendent pas non plus les dites listes blanches reprenant une série de produits écologiques).

Les représentants des organisations écologistes plaident en faveur d'objectifs ambitieux également pour le plus long terme, d'une instauration plus répandue d'une fiscalité verte et de plus de concertation et en faveur de la possibilité que toutes les parties prenantes apportent leur pierre à l'édifice.

Les représentants des consommateurs mettent une nouvelle fois plus nettement l'accent sur le besoin de plus de clarté et de repères pour les consommateurs et sur le besoin de stimulants économiques. Ils demandent aussi suffisamment d'attention pour le risque d'exclusion sociale (voir par ex. les produits écologiques qui ne pourraient être achetés que par le happy few).

Synthèse des propositions d'actions formulées par le GM 1

1. Créer un organe public qui évalue les produits avec un label ou un pseudo-label proposés sur le marché belge sur la base des critères qui ont été avancés pour pouvoir parler d'un label fiable.

QUI ? Les autorités fédérales et régionales, moyennant le respect de la transparence requise à l'égard des autres acteurs.

2. Soutenir au moyen de subsides les initiatives qui guident le consommateur à travers les différents labels

QUI ? Les pouvoirs publics

3. Financer la future étude des ACV. Cette étude devrait notamment englober les aspects suivants :

- aperçu de données existantes
- faisabilité et sens des ACV simplifiées
- précision du rôle et de l'apport de la Belgique (besoin d'une meilleure coordination) au niveau européen, par exemple dans le cadre de la plate-forme ACV du Joint Research Center (JRC)
- efforts possibles pour rendre les diverses banques de données ACV plus accessibles (besoin d'une image globale) et plus standardisées. A cet égard, il convient d'aspirer également à des synergies entre les pouvoirs publics, avec l'apport des différents acteurs.

QUI ? Les autorités fédérales et régionales, les représentants de divers secteurs de l'industrie

4. Stimuler des initiatives sectorielles, par exemple pour promouvoir l'intérêt pour et la faisabilité de l'obtention de l'écolabel européen dans un secteur donné.

QUI ? L'industrie.

5. p.m. mesures pour la promotion de l'écolabel européen

a. instruments institutionnels :

- plus de moyens pour les autorités belges en charge de l'écolabel (via un financement au départ des moyens généraux, afin que le prix de revient pour le demandeur/titulaire de l'écolabel reste aussi bas que possible)
- promotion de l'achat de produits qui répondent aux critères de l'écolabel européen dans le cadre du GPP (« Green Public Procurement »)
- désignation de facilitateurs pour aider les entreprises dans le cadre de la procédure (administrative) (par analogie avec le projet de la Province de Namur en vertu duquel la province met gratuitement un consultant à la disposition des entreprises qui désirent obtenir un écolabel pour équipements touristiques, entre autres)

b. instruments économiques :

- baisse de la TVA pour les produits portant le label européen
- primes pour des produits portant le label européen

c. instruments volontaires :

- « Green private procurement »
- Lien vers GM5 - engagement moral avec la distribution (plus d'offre de produits avec labels écologiques, positionnement plus clair dans les magasins, ...)

d. Sensibilisation :

- sensibilisation du consommateur
- information du personnel des services publics concernant les actions relatives au GPP