

Plate-forme d'échanges

**Affichage environnemental des
produits grande consommation**

Date :
2010-01-08

Numéro du document:
N 039

Assistante:
Lydia GIPTAU
Ligne directe : + 33 (0)1 41 62 84 20
Lydia.gipteau@afnor.org

Responsable:
Mélanie RAIMBAULT
Ligne directe : + 33 (0)1 41 62 88 80
mélanie.raimbault@afnor.org

**Compte rendu de la réunion de la PF générale
« Affichage environnemental des PGC » tenue le 5
Janvier 2010**

COMMENTAIRES/
DECISIONS

Annexe 1 : Tableau comparatif avantages/inconvénients format
affichage
Annexe 2 : contribution CCD reçue pour la réunion
Annexe 3 : Tableau d'avancement des GT sectoriels
Annexe 4 : présentation avancement projet FCD/ANIA faite en GT1

SUITE A DONNER

Avis sur tableau avantages/inconvénients avant le 20 février 2010

SOURCE

► ORDRE DU JOUR

1. Ouverture de la réunion – Christine CROS (ADEME)
2. Validation du compte rendu du groupe format d'affichage avant transmission au MEEDDM (N37)
3. Validation de la proposition de structure pour les référentiels sectoriels (N38)
4. Propositions de nouveaux groupes (pesticides/produits du jardin, tabacs...)
5. Points sur les groupes de travail et les deux réunions du GT méthodologie générale (durabilité et écotoxicité)
 - ✓ GT1 « Alimentation et aliments pour animaux » - Philippe Diercxsens (Danone, ANIA)
 - ✓ GT 2 « Matériel/équipement consommateur d'énergie, piles et accumulateurs – Catherine Jammes (FICIME)
 - ✓ GT 3 « Produits d'entretien, produits du jardin et pesticides » - Claude Perrin (AFISE) ou Marie Coustenoble (INTERTEK)
 - ✓ GT 4 H « Hygiène » - Valérie Pouillat (GROUP'HYGIENE)
 - ✓ GT4 B « Beauté » - Hervé Rebollo (FEBEA)
 - ✓ GT 5 « Habillement, textile de maison, chaussures, maroquinerie » - Thierry Poncet (CTC, Fanny Fourcade (IFTH)
 - ✓ GT 6 « Produits de construction, décoration (liée à la construction), peintures, colles et vernis » - Etat des lieux des travaux de la DHUP – Nathalie Poulet (DHUP)
 - ✓ GT7 « Ameublement » - Bertrand Demarne (UNIFA)
 - ✓ GT8 « Papeterie, édition, loisirs, culture, matériel d'écriture, Benoit Moreau, UNIC (Pas encore eu de réunion)
 - ✓ GT10 « Equipements de sport (hors habillement), matériel de camping, matériel mobilité (vélos...), jeux, jouets », André-Pierre Doucet (FPS)
 - ✓ GT10J « Jeux Jouets », Laurent Parrot (FJP) (pas encore eu de réunion)
 - ✓ GT11 « Outillage non électrique et quincaillerie », Nicolas Decayeux (UNIQ)
 - ✓ Projet « Services financiers – banques et assurances » - Stanislas Dupré (UTOPIES)
 - ✓ GT format d'affichage – Edouard Fourdrin (ADEME)

6. Prochaines réunions

7. Questions diverses

1. Ouverture de la réunion

C.Cros ouvre la réunion en adressant ses vœux à tous les participants. Suite à certaines contraintes horaires, il est proposé de débiter la réunion par les rapports des GT6 et GT4H. Afin de faciliter la lecture du compte rendu, ces rapports sont intégrés dans l'ordre des comptes-rendus des groupes.

2. Validation du compte rendu format d'affichage

C.Cros rappelle que la plateforme n'a pas pour mandat de conclure sur le format d'affichage le plus adéquat et qu'il s'agit de valider le tableau avantages/inconvénients des différents scénarii proposés.

Le tableau modifié suite aux discussions est en annexe 1 de ce compte rendu. Il sera diffusé pour commentaires pendant une durée d'un mois afin de s'assurer la bonne prise en compte

des modifications proposées en réunion. Une fois validé, ce tableau sera transmis au Ministère du Développement Durable.

3. Validation de la proposition de structure pour les référentiels sectoriels (N38)

Faute de temps ce point n'a pas été abordé en séance.

4. Propositions de nouveaux groupes (pesticides/produits du jardin, tabacs...)

Deux propositions d'animations de groupes ont été reçues. L'une par l'UPJ pour animer un sous groupe du GT3 dédié aux pesticides, insecticides, produits du jardin (y compris engrais, supports de cultures...).

Les membres de la plateforme valident cette proposition.

La seconde a été reçue par BAT (British American Tobacco) pour créer un groupe sur les produits du tabac.

Les membres de la plateforme valident le principe de création de ce groupe qui sera animé par British American Tobacco. C.Cros indique que ce groupe n'est pas prioritaire et qu'une mise en place pourrait être réfléchi pour septembre.

5. Points sur les groupes de travail et les deux réunions du GT méthodologie générale (durabilité et écotoxicité)

Le tableau d'avancement des GT sectoriels présenté en séance est disponible en annexe 2 de ce compte rendu.

✓ GT1 « Alimentation et aliments pour animaux »

Mr Diercxens présente une synthèse du projet pilote ANIA/FCD/ADEME (Annexe 4)

Mr Diercxens précise que le GT1 a deux sous groupes, l'un axé sur l'amont (GT1 restreint) et l'autre sur l'aval (projet FCD/ANIA). Les propositions faites par ces deux sous groupes sont présentées et discutées au GT1 "complet". Une présentation du projet d'élaboration de la base de données pour les produits agricoles a également été réalisée lors de la dernière réunion.

Le projet européen European Food Sustainable Consumption and Production Round Table (également approche multicritères) est mentionné

Le MAAP demande à ce que le lien soit fait avec les travaux sur l'écolabel européen. L'Unic évoque un lien possible avec le label MSC pour les produits de la mer.

✓ GT 2 « Matériel/équipement consommateur d'énergie, piles et accumulateurs – Catherine Jammes (FICIME)

C.Jammes indique que ce groupe, bien qu'il ait débuté dans les premiers est actuellement assez peu avancé.

Afin de relancer les réflexions, plusieurs initiatives ont été présentées lors des dernières réunions (projet pilote Fnac sur les téléviseurs et initiatives Orange et SFR relatives aux téléphones portables).

A l'aide de ces deux dernières initiatives, le travail de déclinaison de l'article 6 du BP X30-323 a commencé pour les téléphones portables. Les premières discussions ont porté sur l'unité fonctionnelle et les enjeux environnementaux significatifs (cf. tableau d'avancement des GT sectoriels). D'autres discussions sur la fiabilité des données et l'importance de limiter les incertitudes ont également été initiées..

C.Jammes indique également que le syndicat qui représente les filiales françaises de fabricants d'outillage électro-portatif a pris contact avec la fédération européenne afin d'expliquer les travaux de la plate forme et du groupe de travail N°2.

✓ GT 3 « Produits d'entretien, produits du jardin et pesticides » - Claude Perrin (AFISE) ou Eric Boespflug (INTERTEK)

M.Coustenoble d'Intertek présente l'état d'avancement du GT3.

Ce groupe est bien avancé et l'unité fonctionnelle est définie depuis l'année dernière (cf tableau avancement). L'UF est définie pour un linge moyennement sale et une eau moyennement dure.

Le groupe s'est penché sur la collecte des données notamment pour la formule des lessives. Cette collecte s'est faite sur la base de données spécifiques fournies par les professionnels que l'AFISE a ensuite moyenné. Ces données spécifiques ont été couplées à des données génériques disponibles dans Ecoinvent notamment.

Pour modéliser les problématiques de transport, le groupe s'est servi d'une étude européenne et a donc choisi 300km si la lessive est produite en France et 600km si elle est produite hors de France.

Suite aux premières évaluations, les résultats de l'évaluation proposée par l'AFISE sont conformes aux résultats d'ACV complètes.

Le groupe a réalisé des études de sensibilité sur l'impact des emballages, de la production etc etc. Il s'avère que ces phases génèrent peu d'impacts en comparaison de la phase d'utilisation. Des données génériques peuvent donc être utilisées pour ces phases. Des données spécifiques seront demandées sur les formules des lessives.

Le groupe ne s'est pas encore interrogé sur la validité temporelle des données et la validité des données. Il lui reste également à savoir quelle méthode devra être choisie pour la prise en compte de l'écotoxicité.

C.Cros rappelle qu'il est recommandé aux groupes de n'avoir que 3 indicateurs. M.Coustenoble indique que le groupe préfère finaliser le travail sur les 5 indicateurs et choisira ensuite les 3 retenus selon les résultats.

✓ **GT 4 H « Hygiène » - Valérie Pouillat (GROUPE HYGIENE)**

V.Pouillat indique que deux produits sont à l'étude dans ce groupe : les couches bébé jetables et le papier toilette.

Pour les couches bébé, l'unité fonctionnelle est toujours en discussion, les deux possibilités étant "changer bébé pendant 24H" ou « une couche ». L'épuisement des ressources non renouvelables (énergétiques) est un critère d'impact toujours en discussion. Il en est de même pour l'indicateur d'impact « déchets ultimes »

Pour le papier toilette, une étude européenne est en cours pour évaluer la quantité de papier utilisé par jour et par personne. Le groupe est également en attente des résultats du projet FCD/ANIA sur cette dernière catégorie.

✓ **GT 4 B « Beauté » - Hervé Rebollo (FEBEA)**

H.Rebollo indique que le groupe est bien avancé sur le projet "shampoings". (cf tableau avancement). Le point qui reste en suspend est lié à la méthode à utiliser pour rendre compte de l'écotoxicité.

Le groupe a rencontré des difficultés pour récupérer les données issues de la filière amont (chimie).

H.Rebollo attire également l'attention sur les difficultés à l'exportation qui pourraient être rencontrées.

✓ **GT 5 « Habillement, textile de maison, chaussures, maroquinerie » - Thierry Poncet (CTC)**

E.Fourdrin présente les avancées du groupe sur les aspects cuir/chaussures (cf tableau). Ce groupe est également bien avancé et les réflexions liées aux articles de maroquinerie vont débiter.

Suite à une question il est précisé que la saison pour une paire de chaussures est estimée à 6 mois.

Concernant la partie textile, E.Fourdrin indique que ce groupe se pose encore un certain nombre d'interrogations notamment sur la prise en compte de la durée de vie, les données à l'origine des impacts à retenir ou sur les scénarii d'utilisation (phase très impactante).

Le MAAP demande si pour ces produits la question des produits OGM et non OGM s'est posée. Pour l'instant ce n'est pas le cas.

✓ **GT 6 « Produits de construction, décoration (liée à la construction), peintures, colles et vernis » - Etat des lieux des travaux de la DHUP – Nathalie Poulet (DHUP)**

C.Morel, chef du bureau réglementation et normalisation européenne au MEEDDM présente les travaux du GT6. Travaux directement gérés par la DHUP.

L'objectif de ce groupe est de rédiger un texte de décret sur la partie environnementale et sanitaire des produits de la construction.

Pour l'instant, l'objectif ne conduit pas à une obligation de déclaration environnementale mais tout fabricant qui souhaiterait le faire devra être conforme à la méthode mentionnée dans le décret. Il y aura donc une obligation de respecter la NFP01-010, de renseigner une fiche de déclaration (FDES) et de la déposer dans une base centralisée.

La question a été posée de la durée de validité des FDES qui serait de 5 ans maximum avec une responsabilité du fabricant de faire les modifications dans le cas d'un changement significatif du à des données qu'il maîtrise.

Une FDES devra être accompagnée d'un pourcentage de production des produits qui font l'objet de cette déclaration.

La 3^e réunion du groupe est prévue en février, le premier projet de textes (décret et arrêté) sera proposé lors de cette réunion.

N.Decayeux, animateur du GT11 demande à être invité à cette réunion et à faire partie des réflexions de ce groupe car un chevauchement est possible avec certains des produits du GT11, notamment la quincaillerie. C.Morel précise que le GT6 traite des produits de la construction de décoration au sens de la directive produits de la construction. Il n'est en principe pas opposé à la demande de participation de l'UNIQ (quincaillerie) pour ce groupe de travail.

Il est précisé qu'il n'est pas envisagé ensuite d'étendre la méthode valable pour les produits de la construction aux autres produits. Il est également indiqué que des travaux européens de normalisation sont en cours. Lorsque cette norme européenne sera publiée, la NFP01-010 sera caduque et la réglementation (liée aux produits de la construction) sera probablement étendue au niveau européen.

✓ **GT7 « Ameublement » - Bertrand Demarne**

B.Demarne indique qu'un projet pilote a débuté en novembre et qu'une consultation est actuellement en cours auprès des membres du groupe pour essayer de définir les durées de vie des produits qui satisfassent le plus grand nombre.

La fin de vie des produits ne sera pas prise en compte avec un scénario particulier. Les produits en fin de vie sont considérés comme étant mis aux ordures ménagères.

✓ **GT8 « Papeterie, édition, loisirs, culture, matériel d'écriture (UNIC- Union nationale de l'imprimerie et de la communication) »**

Pas de réunion. Un sous groupe dédié à la papeterie animé par le groupe Hammelin a été proposé et accepté lors de la précédente plateforme.

✓ **GT10S « Equipements de sport (hors habillement), matériel de camping, matériel mobilité (vélos...) » -**

AP.Doucet indique qu'un groupe dédié aux jeux et jouets a été créé lors de la précédente réunion de plateforme.

Le groupe s'est principalement focalisé sur les sacs à dos. Pour l'instant le groupe est toujours en discussion sur les différents points à aborder (cf tableau). Les réflexions sur les autres produits débiteront plus tard.

✓ **GT10J «Jeux, jouets» -**

Ce groupe n'a pas encore tenu sa première réunion qui aura lieu le 19 janvier. Ce groupe est animé par la FJP.

✓ **GT11« Outillage non électrique et quincaillerie »(UNIQ – Union nationale des industries de la quincaillerie)**

N.Decayeux rappelle l'importance de mettre en relation le GT6 et le GT11, notamment sur les produits colles et vernis.

Le groupe analyse les contributions de deux travaux. Pour l'instant le groupe se focalise sur la boîte à lettres puis élargira son travail. Comme l'indique le tableau d'avancement, l'unité fonctionnelle et les enjeux environnementaux ont été des points abordés.

6. Prochaine réunion et questions diverses

Faute de temps, C.Cros indique que les points sur les réunions du GT méthodologie transversale (durée de vie et ecotoxicité) ne peuvent être faits en détail.

Toutefois, **il est indiqué que le compte rendu de la réunion ecotoxicité sera envoyé prochainement pour avis.** Les membres seront invités à réagir dans un délai d'un mois sur les méthodes proposées car deux groupes (GT4B et GT3) sont bien avancés et ont besoin de savoir quelle méthode utiliser pour finaliser leurs travaux. En complément aux méthodes discutées lors de la réunion ecotoxicité, une contribution reçue de l'AIMCC sera transmise.

Le tableau avantages/inconvénients (annexe 1) des scénarii de format d'affichage sera transmis pour avis pendant 1 mois avant envoi au ministère.

Avant de clore la réunion, C.Cros rappelle la date de la prochaine réunion : **2 avril 2010 - 9H30.**

ANNEXE 1 : Tableau comparatif avantages/inconvénients format affichage

Question	Hypothèse	Avantages	Inconvénients
Nombre d'indicateurs	Identique pour toutes les catégories ?	<ul style="list-style-type: none"> La récurrence facilite le repérage pour le consommateur 	<ul style="list-style-type: none"> Dépend de la localisation affichage Dépend de la faisabilité technique et économique Le nombre fixé peut être trop ou pas assez grand selon les produits
	Indicateur unique	<ul style="list-style-type: none"> Facilite l'information au consommateur Permet de gagner de la place par rapport aux supports 	<ul style="list-style-type: none"> Difficulté pour trouver une pondération (pas ou peu de consensus scientifique) entre indicateurs environnementaux afin d'arriver à une note unique Ne permet pas d'éduquer le consommateur à la complexité de l'environnement : elle annihile l'intérêt du travail en cours sur l'identification des indicateurs pertinents Ne permet pas de refléter la réalité des impacts du produit sur différents domaines environnementaux. Si l'accès à l'information est facilité, la compréhension véritable est plus difficile
	Plusieurs	<ul style="list-style-type: none"> Permet de focaliser sur les impacts essentiels de la catégorie. 	<ul style="list-style-type: none"> Difficulté de compréhension par les consommateurs si le nombre d'indicateurs restitués est multiple. En tout état de cause, il ne doit pas être supérieur à 3
Dénomination des indicateurs	Dénomination commune (climat, épuisement ressources.....)	<ul style="list-style-type: none"> Compréhension facilitée Permet d'avoir des repères 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de fiabilité car risque dans l'interprétation des dénominations communes : les éléments mis derrière la dénomination commune s'ils diffèrent peuvent fausser la comparabilité et la représentativité.
	Dénomination par critères d'impacts	<ul style="list-style-type: none"> Fiabilité / objectivité Message au consommateur que les indicateurs sont différents entre produits Méthodes et références définies 	<ul style="list-style-type: none"> Difficulté de compréhension des termes
	Pas de dénomination (ex : AAC, ABC,...) (classement avec possibilité d'une information par rayon de l'ordre donné aux impacts)	<ul style="list-style-type: none"> Indicateurs clés fournis par famille de produits puis indication simple sur le produit Simplicité, gain de place 	<ul style="list-style-type: none"> Définition et actualisation des seuils de l'échelle ABC Démarches complémentaires nécessaires car interprétation difficile

Unité des indicateurs	Valeur absolue (i.e. eCO ₂)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Objectivité ▪ Plus pertinent si l'objectif est la comparaison ▪ Intérêt dans le cadre de l'amélioration continue car elle peut être clairement suivie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Degré de précision de la valeur absolue doit prendre en compte le degré d'incertitude pour ne pas différencier des produits dont la différence serait dans la marge d'erreur ▪ Difficultés de compréhension d'une valeur non contextualisée
	Valeur normée (i.e. eCO ₂ ramené aux émissions d'un européen moyen par exemple)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Donne un repère qui construit du sens 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difficulté de s'accorder sur la norme car chaque norme va porter un sens différent (un européen moyen journalier ? hebdomadaire ? annuel ? Dans la catégorie de produits ? sur l'ensemble des consommations ? Aujourd'hui ? Dans la perspective politique du facteur 4 ?...) ▪ Pas utile sur le long terme, car le consommateur va se familiariser avec ces nouvelles informations ▪ Si on rapporte à un individu, cela peut poser la problématique du lien avec un « droit à polluer » ▪ Difficulté de la mise à jour (pollution moyenne est un état des lieux) ▪ Ajoute de l'information et risque d'être encore plus compliqué à comprendre ▪ Risque de comparaison induite entre indicateurs
	Echelle (avec ou sans valeur absolue)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permet de positionner le produit par rapport aux autres produits ▪ Incitation à l'amélioration continue 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difficulté de s'accorder sur les valeurs seuils et de connaître les valeurs minimum et maximum ; ▪ Echelle transversale à l'ensemble des catégories ou propres à chacune catégorie ? Une transversale risque d'écraser les différences à l'intérieur d'une catégorie et une propre à chaque catégorie risque de mettre en avant des produits très impactants. ▪ Inconvénient de l'effet seuil : affichage différent de deux produits très proches mais l'un au-dessus et l'autre en-deçà du seuil ▪ Difficulté de mise à jour des échelles
Indicateur de fiabilité des résultats	Avec indicateur de fiabilité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information rigoureuse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difficile à comprendre ▪ Risque de surcharger l'information sans être compris par le consommateur ▪ Risque de susciter un rejet par un consommateur qui comprendrait que l'information n'est pas crédible
	Sans indicateur de fiabilité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lisibilité par le consommateur 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pour qu'il n'y ait pas de comparaison induite, deux produits ne devraient pas pouvoir être différenciés si la différence est dans la marge d'erreur.
Visuel	Visuel homogène pour toutes les catégories	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Repérage facilité car la montée en compréhension du consommateur sur une 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Il est nécessaire d'avoir des visuels adaptés aux différents types de support ▪ Un même code couleur pourrait avoir des inconvénients en terme de contrainte sur les emballages (charte graphique)

		catégorie l'aide à comprendre les autres <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gagne en crédibilité ▪ Un même code couleur pourrait faciliter le repérage 	
	Visuel pouvant être différent pour des catégories différentes	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Souplesse et adaptabilité aux conditions techniques 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Perte d'une compréhension transversale par les consommateurs
Site internet institutionnel (explications, conseils, compléments d'information)		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Montée en compétence du consommateur ▪ Crédibilité d'un site institutionnel ▪ Confiance du consommateur : source officielle (caution morale), fiable et transparente. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coût public
Site internet centralisant les indicateurs d'affichage de tous les produits		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Facilité d'accès à l'information pour les consommateurs qui vont vouloir comparer ou les professionnels qui vont vouloir se comparer aux moyennes de la profession 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Difficultés pratiques, logistiques et financières ▪ Difficile sur les données et les Informations ramenées à la référence ou au produit
Différenciation de l'affichage selon la fréquence d'achat des produits	Visuel identique pour les produits achetés rapidement et ceux achetés après réflexion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gain en compétence lors d'un achat réfléchi (téléviseur, canapé, ...) qui permettra de mieux comprendre les indicateurs moins bien évalués lors d'un achat rapide 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Si le visuel est identique, on ne profite pas
	Visuel différent pour les produits achetés rapidement et ceux achetés après réflexion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Permet d'avoir plus d'informations didactiques lors d'achats réfléchis et qui vont permettre de monter en compétence 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Même pour les achats rapides, il faut qu'il y ait une information restituée

Spécification de la phase d'utilisation		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implication et sensibilisation du consommateur sur les impacts de cette phase ▪ Efforts faits au niveau de la production plus visibles 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Information supplémentaire (surcharge de l'information) ▪ Information unique par phase alors qu'approche ACV* ▪ Doit être appliquée à toutes les catégories de produits alors que cette spécification n'est valable que pour les catégories pour lesquelles la phase d'utilisation représente des impacts forts.
Type de support	Packaging	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Visible lors de l'achat (si mis en avant) ▪ Données toujours disponibles après l'achat ▪ Comparaison facilitée 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contraintes techniques pour les produits multilingues ▪ Contraintes d'espace réductrices pour certains produits ▪ Coûts liés à la mise en place (Estimés à 1000 euros à par référence en moyenne) aux mises à jour et changements de pack (Coût de changement de la charte packaging : 30 000 € par gamme) ▪ Délais de mises à jour des packs entre la validation de l'information et sa mise en rayon. Pour un changement sur l'ensemble des gammes, compter un délai de 1 à 3 ans pour les produits alimentaires, délais de 3 à 5 ans pour les produits non alimentaires (car stock très important à écouler), délais de 3 à 4 mois min pour un nouveau produit. ▪ Sans détail possible, comment expliquer le principe de l'information, la cohérence éventuelle avec l'éco-label etc. ▪ Problème juridique au regard du droit européen (risque d'entrave à la libre circulation des biens) ▪ De nombreux produits sont vendus sans packaging ▪ Contrainte de compatibilité des couleurs avec les chartes graphiques (avoir des tolérances dans les codes couleurs – certains packs ont moins de 4 couleurs, ce qui fait qu'ajouter une couleur doit ajouter un cliché et donc un passage supplémentaire pour une petite zone imprimée) ▪ Risque de non validité des informations environnementales en cas de produits multi appros ou multi destinations (multilingues) : le visuel est le même mais forcément les impacts liés au transport sont différents ▪ Rajouter une information sur le packaging peut engendrer une plus grande consommation de matière donc une incohérence avec la volonté de réduire les impacts du couple produit+packaging.
	Marquage laser sur les emballages	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plus de flexibilité sur les impressions des valeurs 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Déploiement informatique à prévoir
	Support en rayon (étiquette prix)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Disponible lors de l'achat ▪ Permet de voir en simultanée le prix et les 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contrainte très forte pour les distributeurs en termes opérationnels et économiques ▪ Problèmes de mises à jour et de risques d'erreurs

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ impacts environnementaux ▪ Dissocié du produit lui-même ▪ Proche du prix ▪ Visible rapidement ▪ Peut être mis au dernier moment 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Complexité pour les distributeurs pour l'obtention des informations (y compris des mises-à-jour) auprès des différents producteurs ▪ Complexité de transfert de l'information : 1) entre fournisseurs et centrales achats ; 2) entre centrales achats et magasins ▪ Développements informatiques lourds et système d'étiquetage à créer ▪ Problème de place sur les 2 types d'étiquettes : étiquette prix électroniques (Etiquettes Electroniques Gondole - EEG) et étiquettes papier. ▪ Problème de format : 1. Sur les EEG actuellement en magasins, le masque est figé (exemple pour une enseigne : coût de changement sur 3 ans de 35 millions d'€ pour les hypermarchés) ; 2. Concernant les étiquettes papier, qui concernent les supermarchés et les enseignes de proximité, les outils peuvent difficilement évoluer. ▪ Nécessité de préciser les responsabilités respectives des industriels et distributeurs pour l'alimentation des fichiers des bornes et l'origine des données ▪ Certains magasins ne disposent pas de rayonnages
	Borne Internet spécifique en magasin	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accessibilité théorique lors de l'achat pour les magasins équipés (seulement les grands magasins) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Non visible spontanément par le consommateur, ▪ Risque d'embouteillage puis désintérêt des consommateurs ▪ Nécessité de préciser les responsabilités respectives des industriels et distributeurs pour l'alimentation des fichiers des bornes et l'origine des données ▪ Pas de connexion Internet en magasins disponible actuellement pour les clients (hypermarchés, supermarchés, proximité) ; nécessite un investissement important pour les distributeurs ; le coût global si mise en place de bornes internet (installation, connexion, achat...) est estimé à 3000 € par magasin et par borne ▪ Oblige le consommateur à aller chercher l'information
	Borne prix (selon code barre)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accessibilité théorique lors de l'achat pour les magasins équipés (seulement les grands magasins) ▪ Pratique si information pour producteur ▪ Information liée au code barre et disponible en même temps que le prix 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contrainte économique forte pour les distributeurs : l'ajout d'une information supplémentaire engendrerait des coûts très importants (non estimés à date mais nécessiterait des développements informatiques caisses très lourds, le système de lecture du code barre étant relié au dispositif informatique de gestion des caisses). ▪ Ne permet pas la comparaison facilement ▪ Oblige le consommateur à aller chercher l'information
	Tag + appareil de décodage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accessible lors de l'achat ▪ Gains de place sur l'emballage 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nécessite une harmonisation des tags ▪ Nécessite pour les magasins de se doter d'appareils de décodage pour que le dispositif soit accessible à tous

			<ul style="list-style-type: none"> ▪ Non visible spontanément par le consommateur (sauf si mention spécifique ou mise en avant sur le pack) ▪ Investissement nécessaire en magasin ▪ Ne permet pas la comparaison facilement
	Lecture code barres ou Tag par appareil portable (smartphone)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accessible lors de l'achat par les possesseurs de téléphone type smartphone ▪ Gains de place sur l'emballage ▪ Peut permettre pour le consommateur une vision globale de son chariot et d' « arbitrer » ; favorise la pédagogie ▪ Pas d'investissement magasins si le tag est sur le pack 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nécessite une harmonisation d'un message codé sur les tags ▪ Ou nécessite le développement d'une application dédiée ou un relais vers site internet (accès internet) ▪ Ne touche pas le plus grand nombre (uniquement les plus aisés et peut-être pas les seniors +) ▪ Nécessite de changer le pack lors de mise à jour (pour Tag ou application sans lien internet) ▪ Contrainte possible en fonction de la taille de l'écran pour expliquer les résultats
	Ticket de caisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vision globale de l'impact environnemental du chariot ▪ Accessible à tous ▪ Pas de modification des packs 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accessible juste après l'achat donc trop tard ▪ Difficultés pour la transmission des informations par les industriels ▪ Problèmes de mises à jour et de risques d'erreurs
	Site Internet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pas de problème de place ▪ Permet une pédagogie poussée pour la compréhension de l'affichage, évite la simplification liée au manque de place ▪ Possibilité d'un affichage progressif en fonction du besoin de précision du consommateur ▪ Délais très courts entre la validation de l'information et sa diffusion 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Non accessible au moment de l'achat ▪ Difficulté pour la comparaison de produits de marques différentes sauf si le site est mutualisé entre tous les fabricants et distributeurs (ceci génèrerait par ailleurs une complexité considérable de gestion d'information)

		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coûts très faible pour la mise en place et la mise à jour des informations. ▪ Pas d'investissement en magasin 	
	Catalogue et supports de publicité		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ne concerne pas tous les produits
	Supports papiers en magasin		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Impossibilité de cibler tous les produits ▪ Problèmes de mises à jour ▪ Coût et impacts environnementaux liés aux supports papiers
	Ambassadeur en magasin		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coût important pour les magasins, impossible pour les petits formats (exemple d'estimation sur la base salariale des managers de rayons d'un hypermarché soit 1800€/mois (salaire brut) + charges salariales d'environ 25% ⇒ 27 000€/an pour une personne) ▪ Problème de disponibilité de la personne au regard du nombre de clients et de produits et au regard de la surface du magasin ▪ Contraire au principe du libre service

ANNEXE 2 : contribution CCD

. CONTRIBUTION CCD PF GÉNÉRALE DU 05/01/2010

Code	Thème	Avantages	Inconvénients	Commentaires
Q1	Note unique	Compréhension immédiate et appropriation par le consommateur		Le débat au sein de la PF sur ce sujet est important. Avant de trancher définitivement ce point une étude de référence, objective et complète devrait être menée. Cette étude permettrait d'évaluer les besoins réels des consommateurs dont l'avis ne peut être ignoré pour un outil qui leur est destiné. Cette étude devrait prendre en considération toutes les solutions possibles (note globale, AAC, indicateurs bruts...).
		Comparaison et prise de décision faciles	Pondération : 3 possibilités (e-qui pondération, méthodologie existante, méthodologie spécifique)	Des méthodes de pondération existent en ACV (ex: EDIP), elles peuvent certainement être appliquées ou adaptées aux spécificités de l'affichage. Si la note unique est plébiscitée par le consommateur (sondage), mener une étude technique sur les possibilités de pondération
		Gain de place sur les supports		
		Complémentarité avec le support internet (informations détaillées)		
Q6	Système d'information centralisant les informations sur les produits (accessible via internet)	Confiance du consommateur : source officielle (caution morale), fiable et transparente. Pas d'appréhension de greenwashing		Faisabilité technique et opérationnelle : il existe des systèmes d'information performants nettement plus lourds et plus complexes. Une solution intelligente et adaptée faciliterait grandement l'affichage pour tous les acteurs. Cette possibilité doit être validée et modélisée le plus tôt possible, en ayant recours à une étude d'ingénierie technico-économique. Par ailleurs, cet outil pourrait participer ou s'inspirer du programme national DATA PUBLICA, qui consiste à créer une place de marché de données publiques.
		Source unique : simplifie l'accès et l'usage pour le consommateur		
		Possibilités optimales de diffusion et de mise à jour des informations, vers tous types de supports (rayon, etc.)		
		Gain de temps et réduction des coûts pour les fabricants et les distributeurs, par simplification : saisie unique, mutualisation des fiches produits, automatisation ...		

Code	Thème	Avantages	Inconvénients	Commentaires
Q8	Packaging produit			Besoin d'une réponse claire sur la faisabilité juridique d'une obligation réglementaire. En cas de réponse négative, ce support pourra toujours être utilisé de manière volontaire
	Support en rayon (étiquette prix)			Ce mode d'affichage est déjà opérationnel à grande échelle pour les code-barres, les prix, etc. Les étiquettes papier ou EEG sont adaptables. Cette solution ne pose pas de problème technique s'il existe une base de données regroupant tous les produits (cf. proposition pour Q6). Un volet de l'étude d'ingénierie technico-économique (cf. proposition pour Q6) pourrait y être consacré (retour d'expérience Leclerc-Greenext?)
	Supports publicitaires (fabricant)	Limitation du greenwashing Étape très importante dans le processus d'achat (préparation)	Pas de comparaison directe	Media efficace et complémentaire aux autres supports. Se référer à l'exemple des émissions de CO2 pour les voitures
	Catalogues promotionnels ou commerciaux (distributeur)	Étape très importante dans le processus d'achat (préparation) Comparaison et prise de décision faciles	Ne concerne pas tous les produits	Solution particulièrement adaptée pour la VPC (dont internet). Points de vente traditionnels : aucune difficulté majeure si le distributeur doit déjà mettre en place un affichage (cf proposition Q6)
Q9	Phase utilisation spécifiée			Information à déporter, de préférence sur un site internet central qui fournirait des explications et des conseils par types de produits. Possibilité d'ajouter cette information sur le packaging (volontaire)

. SYNTHÈSE :

La plateforme a levé un grand nombre de question auxquelles il est difficile de répondre sans éléments supplémentaires. Il nous semble donc utile de mener un certain nombre d'études avant de trancher toute décision, notamment:

- Etude **consommateurs** sur les **formats d'affichage** envisagés
- Etude sur les **méthodologies de pondération** (si la note unique est plébiscitée par les consommateurs)
- Etude sur la **faisabilité juridique** d'un affichage obligatoire sur le packaging
- Etude sur le développement d'un **système d'information mutualisé**, centralisant tous les produits et libre d'accès (acteurs économiques et consommateurs), en lien éventuel avec le programme Data Publica

ANNEXE 3 : Tableau d'avancement des groupes sectoriels

Tableau d'avancement des groupes de travail sectoriels – 05 janvier 2010

	Catégories de produits	Unité fonctionnelle	Impacts / Enjeux environnementaux	Indicateurs	Données à l'origine des impacts	Allocations entre produits et co-produits	Scénario de fin de vie	Périmètre
GT1	Produits alimentaires et aliments pour animaux (produits agricoles)	1kg ou 1 l de produit	<ul style="list-style-type: none"> - Effet de Serre - Eutrophisation - Biodiversité - Ecotoxicité / Utilisation de pesticides - Consommation d'eau 	<ul style="list-style-type: none"> - Emissions de GES (g éq. CO₂) - Surfaces de biodiversité (ha) - Eutrophisation des eaux* (?) - Toxicité aquatique* (USETOX, IFT ?) <p>* Indicateurs agrégés (qualité de l'eau)</p>		Allocation par valeur économique		
GT2	Téléphone portable	un équipement mobile	<ul style="list-style-type: none"> - Effet de Serre - Epuisement des ressources naturelles - Fin de vie - Consommation d'eau - Consommation d'énergie - Substances dangereuses 					
	<ul style="list-style-type: none"> - TV - Perceuse / visseuse - petit électroménager 		<ul style="list-style-type: none"> - Effet de serre - Consommation d'énergie - Epuisement des ressources naturelles - Substances dangereuses - Déchets 					
GT3	Lessives	Un lavage, une dose recommandée,	<ul style="list-style-type: none"> - Effet de Serre - Consommation d'eau - Consommation 	<ul style="list-style-type: none"> - Emissions de GES (g éq. CO₂) - Consommation d'eau 	<ul style="list-style-type: none"> - Ingrédients - Emballages - Consommation 	Pas de co-produits	<ul style="list-style-type: none"> - STEP - Recyclage plastique : 	<ul style="list-style-type: none"> - Formulation - Emballages - Production

		un poids moyen de linge lavé	d'énergie - Milieu aquatique et toxicité - Emballages	(m ³) - Consommation énergétique (MJ) - Ecotoxicité (USETOX / ecolabel ?) - déchets ultimes issus des emballages primaires (kg)	énergétique - Consommation d'eau - Traitement des eaux usées		21 % - Recyclage papier : 89 % - OM	- Utilisation - Transport - Traitement déchets - Traitement eaux usées
	Lingettes							
GT4 a	Hygiène portée (couches)	- changer le bébé pendant 24 heures - une couche	- Effet de serre - Déchets ultimes - Consommation de ressources énergétiques					
	Produits en feuilles (papier toilette)							
GT4 b	Produits rincés (shampoings)	- Utiliser une quantité d'extrait sec (ex : 1 g) - Utiliser une dose de 8 g de shampoings	- Effet de serre - Consommation d'eau - Déchets - Pollution aquatique	- Emissions de GES (g éq. CO ₂) - Consommation d'eau (l) - Production de déchets résiduels (kg) - Toxicité aquatique (ecolabel / USETOX / GHS ?)	- Ingrédients - Qté et type d'emballages primaires - Fabrication et conditionnement des produits - Transport du site de conditionnement vers le lieu de vente - Mise en forme emballages primaires - Qté et type d'emballages secondaires - Production des		- STEP - Recyclage - Mise en décharge - Incinération	- Extraction et production des matières premières - Production de la formule - Emballages (production et fabrication) - Utilisation - Fin de vie (formule et emballages) - Transports

					- Autres transports - Fin de vie des emballages action des STEP				
	Produits non rincés								
GT5	Textile	Une journée porté (utilisée pour le linge de maison) / lavé	- Effet de serre - Eutrophisation - Pollution photochimique - Consommation d'eau - Acidification - Consommation de ressources non renouvelables	- Emissions de GES (g éq. CO ₂)	- Matières premières - Procédés de fabrication - Ennoblement - Entretien (lavage, repassage ...) - Fin de vie			- Production - Filature - Tissage - Ennoblement - Confection - Traitement - Utilisation - Fin de vie	
	Articles chaussants et maroquinerie	- Porter une chaussure pendant une saison avec les pointures définies suivantes : - Homme : 42 - Femme : 38 - Enfant : 28	- Effet de serre - Consommation de ressources non renouvelables - Pollution de l'eau (eutrophisation)	- Emissions de GES (g éq. CO ₂) - Epuisement des ressources naturelles non renouvelables	- Matériaux - Procédés de fabrication - Transport (avion)		OM		
GT6	Produits de la construction	Les catégories de produits définies, les indicateurs environnementaux sont ceux des FDES.							
GT7	Assise rembourrée	1 place assise, de largeur minimale de 40 cm quand le produit est affiché pour au moins 2 places assises.							

	Mobilier de rangement de cuisine (panneaux de particules)	1 dm ³ de rangement sans distinction de fonction.	- Effet de serre - Gestion des forêts - Consommation de ressources énergétiques - Déchets					
	Matelas	1 place de couchage sur sa longueur réelle, de largeur minimale de 70 cm quand le produit est affiché pour au moins 2 places de couchage.	- Effet de serre - Consommation d'énergie - Ecotoxicité aquatique - Toxicité humaine - Consommation de ressources non renouvelables - Acidification atmosphérique - Déchets - Oxydation photochimique - Consommation d'eau					
	Table	- une place (24 dm ²) - 1 dm ² (table basse)						
	- Mobilier de puériculture - Mobilier de jardin							
GT8	Papeterie, édition, loisirs (CD.....), culture, matériel d'écriture							
GT9	Vaisselle, ustensiles de cuisine, arts de la table et décoration							

GT1 0	- Sacs à dos	Sac à dos pour un type d'usage sur un an d'utilisation	- Effet de Serre - Epuisement des ressources naturelles non renouvelables - Consommation d'eau - Déchets	- Emissions de GES (g éq. CO ₂) - Epuisement des ressources naturelles non renouvelables - Consommation d'eau - Déchets ultimes	- Masse et composition des composants finis	Pas de co-produit	OM	- Extraction des matières premières - Fabrication - Transport amont - Confection - Transport aval - Fin de vie
	- Vélos - Skis - Balles / Ballons - Raquette							
GT1 1	- Boîte aux lettres	Une boîte aux lettres sur un an d'utilisation et pour un kilogramme d'arrachement	- Effet de Serre - Epuisement des ressources naturelles - Pollution de l'eau - Pollution de l'air					
	- Forêts (bétons) - Béquilles / Poignées - Truelle et masse							
GT1 2	Services financiers	Ces groupes de travail n'ont pas commencé.						
GT1 3	Voitures et deux roues motorisés							
GT1 4	Bijouterie (lunettes), joaillerie, orfèvrerie,							

GT1 5	Pièces détachées de l'automobile
GT1 6	Instruments de musique

Légende : bleu : catégories de produits identifiées mais traitées ultérieurement dans les GT sectoriels
rouge : éléments en cours de discussion ou non consensuels au sein des GT sectoriels