

B^{le} Bulletin de l'ilec

Ceci n'est pas une newsletter

Entreprises et climat (II)

SOMMAIRE

DIVERSITÉ DES CAS ET INTÉRÊT COMMUN

Entretien avec Gilles Trystram, directeur d'AgroParisTech

page 1

PRIX DU CARBONE, LA CLÉ DE VOÛTE

Entretien avec Alain Grandjean, associé fondateur de Carbone 4

page 3

PLAN B

Entretien avec Thierry Fornas, président d'Éco.Act

page 4

UN SUJET DE MARKETING SOCIAL

Entretien avec Sophie Dubuisson-Quellier, CNRS

page 5

OBJECTIF ZÉRO

Entretien avec Gilles Berhault, président du Comité 21 et du Club France développement durable

page 6

VERS UNE NOUVELLE ÉCONOMIE

Entretien avec Corinne Lepage, coprésidente du MENÉ, Mouvement des entreprises pour une nouvelle économie

page 7

Diversité des cas et intérêt commun

Les actions au niveau de la production agricole et le cas échéant de la chaîne du froid, incluant le transport, sont deux axes génériques de progrès pour la grande consommation.

Entretien avec Gilles Trystram, directeur d'AgroParisTech

■ *Quels secteurs ont été pionniers dans la démarche des analyses de cycle de vie (ACV) et bilans carbone, et quels progrès ont-elles permis dans la réduction des impacts pour les produits de grande consommation (PGC) ?*

Gilles Trystram : La question énergétique est présente dans les industries et particulièrement les industries alimentaires depuis longtemps, initialement sur une base purement économique, le rapport entre le coût des produits et le coût de l'énergie. Cela a motivé des industries à chercher des indicateurs visant l'amélioration. L'ACV est donc rapidement entrée dans les pratiques industrielles. Les premiers cas d'étude sont attribués aux chimistes et à Coca Cola (première ACV conduite par un dénommé Harry E. Teasley Jr en 1969, travaux ayant donné lieu à une publication partielle en 1976 dans la revue *Science*). L'objectif de ces études visait à réduire la consommation d'énergie, par l'optimisation logistique et le choix du matériau d'emballage. Initialement très orientées énergie, ces études ont impliqué la réduction des émissions de carbone.

Il est probable que pour la chimie les catastrophes comme Bhopâl ou Seveso ont également suscité des besoins d'analyse et de suivi, justifiant la construction d'indicateurs. Ensuite, les acteurs industriels qui se sont le plus impliqués l'ont été sous la contrainte normative européenne, ceux dont les activités sont touchées par les lois sur l'eau et l'air, ceux qui utilisent des emballages (objets de la première réglementation sur l'écoconception qui sous-tend une réduction des émissions de carbone), et la chimie, avec la réglementation Reach.

■ *Quels secteurs peuvent à échéance raisonnable viser un objectif « impact carbone zéro » ?*

G. T. : Je ne sais pas, mais je tablerais sur les gros outils industriels, les premiers à canaliser leurs flux et soumis à une telle pression des coûts qu'ils doivent poursuivre la recherche d'économies en réduisant leur facture énergétique. L'agriculture n'est pas près, en France, de passer à une telle étape, en raison d'un faible taux d'équipement en méthaniseurs, de sa faible maîtrise des rejets. De surcroît, l'opposition entre élevage bio ou raisonnable et élevage industriel complique la question : faut-il viser le « zéro carbone » au détriment du bien-être animal ?

(suite page 2)

Nota bene Nous poursuivons dans ce *Bulletin* les réflexions, commencées dans la précédente livraison, sur les entreprises face aux enjeux climatiques.

>> suite de la page 1

■ *Quel est le premier poste de l'impact carbone des PGC alimentaires sur lequel il est le plus possible d'agir en vue de sa réduction ?*

G. T. : Il existe plusieurs études au niveau français, européen ou mondial sur cette question, sans consensus clair, du fait de la difficulté de les comparer, car le choix des indicateurs est souvent mal renseigné. L'impact principal est généralement celui de la production à l'échelle agricole (autour de 40 %). C'est avéré pour l'énergie, l'eau et le carbone. Les chiffres et interprétations divergent souvent selon que l'on analyse globalement, ou que l'on sépare productions animales et productions végétales. Une calorie ingérée par un mangeur « coûte » entre 6 et 14 fois en termes d'énergie, selon le produit.

La transformation est de faible impact, même si des opérations de stabilisation des aliments permettant une consommation retardée, voire un transport de produits intermédiaires, sont fortement consommateurs d'énergie et significatifs en production de GES (séchage, concentration thermique...). Les opérations de nettoyage ont un impact écologique plus important (incidence des rejets) que leur impact carbone. Les étapes clés sont le coût logistique, le stockage, le transport, avec notamment la chaîne du froid et le transport jusqu'au domicile du consommateur. Variables selon les produits, les ratios d'impact des derniers kilomètres sont d'au moins 30 %. Avec cette diversité d'une filière à l'autre, il est difficile de dire qu'il existe des degrés de liberté significatifs. Chaque cas est particulier.

■ *Quel est l'éventail de solutions techniques à disposition des industries agroalimentaires pour réduire l'émission de CO₂ et autres GES – notamment le méthane ?*

G. T. : Là encore, chaque filière est spécifique. Deux dimensions doivent cependant être considérées. D'une part, il y a un aspect énergétique essentiel. Le prix des aliments est presque indexé sur le coût de l'énergie, donc l'impact l'est également. Améliorer les pratiques, faire évoluer les technologies, privilégier les matières premières à impact réduit sont des voies explorées, voire déjà empruntées. Il y a d'autre part l'axe des pertes et du gaspillage, avec une nette différence selon les pays et le niveau d'organisation et de développement. Les sources d'information sont parfois faillibles, mais la moitié des ressources agricoles seraient dégradées dans la chaîne logistique des pays les moins bien organisés. Les pertes au niveau industriel sont estimées à quelques pourcents seulement. En revanche, les pertes à l'échelon de la consommation sont significatives, et mobilisent beaucoup d'énergie et de travaux.

Toutes les pistes sont à considérer: alimentation animale, réduction des durées d'engraissement, optimisation des usages de la viande, réduction de la consommation énergétique des bâtiments, réduction globale des flux de transports de matières semi-finies et finies; travail sur la chaîne du froid, la congélation ou surgélation des produits (optimisation de la température de conservation, travail des produits...); augmentation de la

durée de consommation des produits, recommandations sur la préparation...

Il y a dans plusieurs filières des actions exemplaires, et dans des usines des mêmes filières des retards. La prise en compte des technologies et des voies de progrès est diverse. Illustrations plus que modèles: le travail à l'échelle de la production agricole, avec des fermes autonomes en énergie, incluant la méthanisation, jusqu'à la revente d'électricité au réseau, se développe. L'inclusion de sources variées d'énergie (solaire, méthanisation, etc.) participe de ces approches. Des démarches intéressantes d'écologie industrielle émergent, avec des usines en interconnexion, sur des produits de grande consommation, réduisant l'impact non plus au sein d'une filière mais globalement.

■ *Quels progrès ont eu lieu dans les équipements industriels de refroidissement, très émetteurs de GES ?*

G. T. : La chaîne du froid est complexe. L'impact en GES des technologies impliquées est connu, les solutions sont identifiées et des normes ont permis des évolutions, au moins par substitution de fluides frigorigènes à d'autres. À l'échelle industrielle, le pilotage de l'efficacité énergétique est en net progrès; les technologies du froid bénéficient des progrès généraux. Et de nouvelles solutions sont à l'étude: froid magnétique, coulis de glaces, etc. Le niveau des températures en congélation et conservation peut aussi être interrogé; remonter de -18 à -14 °C en conservation aurait un impact considérable. Les études commencent sur ces questions et laissent espérer de beaux résultats sans altération sanitaire des aliments. Une autre voie est l'alternative à la chaîne du froid. L'inspiration vient des pays des cônes sud, avec des procédés de conservation originaux ayant du potentiel. La combinaison de mécanismes barrières à la prolifération des micro-organismes est aussi une direction pertinente, déjà mise en œuvre pour certains produits.

■ *Y a-t-il beaucoup de sites industriels qui recourent à la biomasse, à l'éolien ou au solaire ?*

G. T. : De plus en plus, mais moins qu'en Allemagne ou dans d'autres pays. C'est une des directions importantes à l'échelon agricole.

■ *Quelles sont les exigences majeures d'une « chaîne d'approvisionnement 100 % durable » dont certaines grandes entreprises de l'univers des PGC ont fait un objectif ?*

G. T. : Là encore, une vue globale des PGC est difficile. Dans les filières animales on peut citer les exigences liées à l'alimentation: type, provenance, absence d'OGM, renationalisation ou européanisation de la nourriture; dans l'idéal, il faut une nourriture à proximité du bassin d'élevage. Il faut aussi une limitation de l'usage des médicaments aux soins en cas de maladie, des chartes d'élevage (conditions de vie des animaux), des filières de pêche durable (choix des espèces, des lieux et des tailles).

Dans les filières végétales importent la capacité à « localiser » l'origine et l'exploitation de la matière (nationalisation voire régionalisation de la production), la limitation des intrants phytosanitaires, la sécurisation des approvisionnements par un travail sur les filières du Sud fragilisées (cacao...) ou les dimensions sociales (sécurisation des personnes et de leur devenir).

Dans les filières de produits transformés et élaborés, il y a une reprise des études sur la conception des recettes, pour des produits répondant à deux objectifs: réduction des impacts sanitaires et réduction des impacts environnementaux. La traçabilité des ingrédients et des matières premières est très avancée. La réduction des intrants chimiques, l'amélioration des emballages, la recherche de circuits d'approvisionnement courts, sont aussi des voies explorées.

■ *Le coût marginal de chaque nouveau gain en efficacité énergétique n'est-il pas prohibitif pour les PME du secteur LAA ?*

G. T. : Si. Elles ne sont pas nombreuses à pouvoir investir, et les crédits bancaires leur sont de plus en plus difficiles d'accès. D'où la mutualisation, les écosystèmes, le soutien public. Cette dimension est bien comprise et le programme « Investissements d'avenir » a positionné des appels à projets pour améliorer les technologies, notamment dans la filière viande et la chaîne du froid.

■ *L'économie dite immatérielle est-elle bas carbone ?*

G. T. : Non. Les centres de données en émettent autant que le transport aérien¹.

Propos recueillis par J. W.-A.

1. <http://is.gd/GKxQP>.

Prix du carbone, la clé de voûte

Pour fédérer des intérêts disparates à s'engager pour le climat, États et entreprises pionnières doivent œuvrer à instituer et à enchérir le prix des émissions. Et à impliquer un secteur financier encore trop peu mobilisé en faveur des stratégies d'investissement décarbonées.

Entretien avec Alain Grandjean, associé fondateur de Carbone 4, cabinet de conseil en stratégie carbone

■ *Comment les entreprises peuvent-elles aider à la mise en place d'une tarification internationale du carbone prévisible et efficace ?*

Alain Grandjean : En s'engageant publiquement à le demander, comme certaines le font, EDF, Engie, Suez, Solvay, Total... En travaillant chez elles avec leur direction financière pour mesurer les conséquences d'un prix interne du carbone sur leurs décisions d'investissement et sur leur offre de produits et de services.

■ *Les organisations professionnelles doivent-elles appeler à la sanction des éventuels passagers clandestins, les entreprises qui mettent à profit comme avantage concurrentiel leur absence d'effort pour le climat ?*

A. G. : Il faut d'abord mettre en œuvre de manière effective le principe pollueur-payeur, qui est constitutionnel en France. C'est ce qui se fait avec la taxe carbone qui est en place, à un niveau qui va aller croissant. Puis, au fur et à mesure que la question climatique va devenir plus dramatique, la notion de crime climatique va prendre de la consistance juridique. Pour autant, nous sommes dans une période de transition où les entreprises se mobilisent pour trouver des solutions. Aussi faut-il éviter, surtout vis-à-vis des PME, d'établir des règles trop contraignantes. Mais les très grands acteurs doivent prendre leurs responsabilités, comme ceux qui viennent de décider d'arrêter d'investir dans le charbon. Les dispositions qui vont permettre aux entreprises d'agir relèvent d'abord de leur propre engagement. Il est difficile de sanctionner les entreprises quand les pouvoirs publics n'ont pas encore pris leurs responsabilités.

■ *Les agences de notation financière, qui poussent les entreprises cotées à*

un court-termisme défavorable aux investissements de long terme, sont-elles associées à la Cop 21 ?

A. G. : Elles ne sont pas associées en tant que telles, car aucun acteur financier ne l'est. En revanche, cette année, et c'est nouveau, des discussions parallèles sont menées dans le milieu financier sur le sujet du climat. Standard & Poor's a déclaré étudier une notation qui intègre le climat. Calpers, un très grand fonds de pensions américain, s'engage aussi en faveur d'un prix du carbone.

■ *Que fait le secteur bancaire, pour orienter les ressources vers le décarboné ?*

A. G. : Le monde des assurances commence à prendre conscience des enjeux, car le risque climatique qui s'accroît augmente le niveau des sinistres et des primes. Les investisseurs institutionnels vont être soumis à une réglementation (l'article 173 de la loi de transition énergétique pour la croissance verte) les obligeant dans un premier temps à établir des bilans sur la manière dont ils intègrent les enjeux climatiques dans leurs choix d'investissement. Les banques de détail sont encore éloignées du sujet, alors qu'elles ont un rôle majeur à jouer puisqu'elles financent une grande partie de notre économie et sont au contact des ménages et des PME. Et le système bancaire parallèle, la finance de l'ombre, demeure un secteur hors contrôle ! La priorité est de le faire revenir dans le droit commun.

■ *Faut-il un étiquetage carbone sur les produits de grande consommation, ou plus largement un étiquetage GES ?*

A. G. : Je suis réservé devant l'idée de faire figurer un étiquetage sur tous les produits, qui sont très nombreux, car l'information ne sera en fait que rarement utilisée. Il serait en revanche plus judicieux de le faire et de le rendre obligatoire sur des produits symboliques comme les livres, par exemple. C'est ce que fait Hachette. C'est ce qui est fait pour la consommation des voitures, mais pas pour celle des logements: l'étiquette DPE (diagnostic de performance énergétique) n'informe que sur la consommation d'énergie. Il faudrait également informer sur la

“Le monde de l'assurance prend conscience de l'enjeu, la banque pas encore.”

fabrication des voitures et la construction des maisons (dont l'empreinte carbone, de l'ordre de 20 à 30 tonnes de CO₂, peut baisser avec les matériaux choisis, notamment le bois). Citons également les produits électroniques, sur lesquels l'empreinte carbone devrait figurer. La fabrication d'une télévision à écran plat engendre des émissions de 1,2 tonne d'équivalent CO₂, soit 12 % du bilan carbone d'un Français! La production d'un téléphone portable, c'est 30 à 40 kg. Il faudrait le faire aussi sur certains produits alimentaires, comme la viande rouge (un kilo de bœuf, c'est une trentaine de kilos de CO₂) ou les fromages.

■ *Dans quels secteurs les avancées des nanotechnologies, biotech et NTIC ont-elles le plus d'effet sur l'efficacité énergétique ?*

A. G. Je ne saurais le dire sur les nano et biotechnologies. En revanche, avec les NTIC, ces avancées sont importantes. Si l'on raisonne en termes de mobilité, il y a un impact positif dans la « démobilité » : plus on a des outils de communication qui permettent d'éviter de se rencontrer physiquement, moins on se déplace. Autre exemple : le bon usage des transports. Il y a trois manières de réduire leur empreinte carbone : ne pas se déplacer, mieux remplir les voitures (par le covoiturage et l'optimisation des transports collectifs) et utiliser des moyens de transport moins consommateurs d'énergie (voiture hybride, au bio GNV et électrique). Autre avancée : la gestion de l'énergie dans les

bâtiments, grâce à des objets qui permettent de rendre les thermostats plus « intelligents » (gestion active des bâtiments). La rénovation des logements, enjeu majeur de la transition énergétique, est mieux gérée grâce aux NTIC.

■ *Qu'attendez-vous de la Cop 21 ?*

A. G. : J'attends un accord ambitieux pour qu'il soit encore concevable d'endiguer la dérive climatique, grâce aux mesures sur lesquelles les États vont s'engager. Et qu'il y ait, dans cet accord, un paragraphe sur la nécessité de donner un prix au carbone, en sachant bien que ce prix ne pourra être commun aux 195 pays.

Je souhaiterais également des engagements complémentaires, notamment la création d'un club de pays et d'entreprises qui s'engagent fortement sur ce prix du carbone ainsi que sur les dispositifs (taxes ou quotas) pour le mettre en œuvre et le faire croître. Il est essentiel que le monde économique et financier comprenne que le secteur de la production et de l'usage des énergies fossiles va devenir économiquement coûteux et de plus en plus risqué. Au total, il me semble impératif que nous ayons de vraies raisons d'être optimistes pour mettre en valeur la dynamique très forte qui émerge dans la lutte contre le changement climatique.

Propos recueillis par J. W.-A.

Plan B

Rentabilité tangible, information environnementale, économie de la fonctionnalité... Maintes tendances du marché concourent déjà à la conversion décarbonée.

Entretien avec Thierry Fornas, président d'Éco.Act, agence conseil en stratégie carbone

■ *Y a-t-il déjà dans le secteur des PGC beaucoup d'innovations bas carbone qui se sont avérées créatrices de valeur financière ?*

Thierry Fornas : Oui. Beaucoup de recherches ont été engagées par les industriels sur différents axes, dont celui des emballages, moins nombreux et plus recyclés, ou l'utilisation de matières premières biosourcées. Les entreprises utilisent de plus en plus de matières premières renouvelables et végétales, par exemple Natura ou Clarins. L'innovation porte également sur la communication environnementale, de plus en plus transparente et tournée vers le consommateur final. Ajoutons le développement de l'économie de la fonctionnalité, qui souligne les effets pervers de l'économie de l'achat et de la possession. Les industriels se tournent de plus en plus vers la location de biens, pour limiter le coût d'achat des matières premières, mieux gérer les produits en fin de vie, et augmenter leur durée de vie. C'est le cas de Philips, Michelin, Marks & Spencer ou Seb.

■ *Le coût marginal de l'efficacité énergétique n'est-il pas prohibitif pour les PME ?*

T. F. : Le retour sur investissement doit être flagrant pour inciter tous les acteurs, PME et grands groupes, à investir plus massivement dans l'efficacité énergétique et les énergies

renouvelables. C'est pourquoi un grand nombre d'acteurs économiques militent pour que l'on fixe un prix au carbone, afin de favoriser les projets vertueux pour l'environnement et à forte efficacité énergétique. Le législateur doit mettre en place des outils incitatifs, dans l'attente d'une rupture technologique porteuse d'innovations zéro carbone.

■ *La grande consommation a-t-elle été pionnière dans les analyses de cycle de vie (ACV) et les bilans carbone ?*

T. F. : Le secteur agroalimentaire fut précurseur quand Coca-Cola, à la fin des années 1960, conduisit des analyses sur ses bilans matières, les énergies utilisées, le recyclage des bouteilles. Cela a donné naissance aux ACV. Les progrès ont porté sur les gisements où les industriels pouvaient réduire leur recours aux matières premières, engager des démarches d'écoconception. Le développement des écolabels est venu cautionner ces progrès. Les démarches d'affichage environnemental ont alors influencé le comportement des consommateurs et accompagnent désormais l'acte d'achat. Pour illustrer ces progrès, on peut citer L'Oréal, qui, grâce à ses démarches ACV, a réduit depuis 2005 de près de 20 % sa consommation d'eau et d'environ 24 % sa production de déchets transportables.

■ *Beaucoup de sites industriels recourent-ils en France aux énergies renouvelables ?*

T. F. : L'éolien est peu utilisé, et le recours au solaire dépend de la configuration du site, de l'existence ou non de grandes toitures appropriées. La biomasse est souvent privilégiée, par exemple chez Nestlé, dont l'usine de Challerange couvre 90 % de ses besoins en chaleur.

■ *Quels sont les domaines de l'énergie positive ?*

T. F. : Ce sont essentiellement les habitations, les bureaux et les sites industriels qui peuvent générer plus d'énergie qu'ils n'en consomment. Le législateur met d'ailleurs l'accent sur les gains fiscaux pour favoriser cette opportunité, l'énergie pouvant être revendue à EDF.

■ *Comment une entreprise s'orientent-elle vers une « chaîne d'approvisionnement 100 % durable » ?*

T. F. : Il est essentiel à une entreprise de connaître ses enjeux, ses fournisseurs, d'avoir la chaîne d'approvisionnement la plus transparente possible. Des entreprises mettent en place des outils, et demandent aux fournisseurs de signer un code de bonne conduite et une charte d'engagement en phase avec leur politique de développement durable. Des plateformes RSE, comme EcoVadis, éditent des fiches d'évaluation pour aider les entreprises à y voir clair dans leur base de données fournisseurs. Cela permet de qualifier l'ensemble des fournisseurs de la chaîne d'approvisionnement.

■ *Quels progrès ont connu les équipements de refroidissement ?*

T. F. : Les rendements des équipements ont été améliorés par suppression des fuites de gaz frigorigène, et le recours croissant

“Qualifier l'ensemble des fournisseurs de la chaîne d'approvisionnement.”

aux énergies renouvelables a limité l'impact des énergies fossiles en phase d'utilisation.

■ *Quels secteurs peuvent viser un objectif « carbone zéro » ?*

T. F. : Tous les secteurs doivent entrer dans une démarche vertueuse de lutte contre le changement climatique, et tous les acteurs économiques s'engager à atteindre en 2050 un niveau net d'émissions de GES égal à zéro. Certains, comme Unilever, Kering, Natura, Virgin Group, se sont regroupés il y a un an dans l'association « *B Team* » : B pour « plan B » : elle promeut la fin du « *business as usual* ».

■ *Qu'attendez-vous de la Cop 21 ?*

T. F. : Que le politique favorise l'innovation bas carbone, l'implication des acteurs économiques dans des projets plus vertueux. Une réglementation plus contraignante pour que les acteurs intègrent la préservation climatique à leurs modèles économiques. Et qu'il ait lui-même un comportement exemplaire. Mais restons lucides.

Propos recueillis par J. W.-A.

Un sujet de marketing social

Le souci environnemental en consommation est une aspiration qui grandit, mais qui appelle un coup de pouce pour se traduire en pratiques.

Entretien avec Sophie Dubuisson-Quellier, CNRS, Centre de sociologie des organisations

■ *Les Français sont-ils plus ou moins climato-impliqués que leurs voisins, comme consommateurs et comme citoyens ?*

Sophie Dubuisson-Quellier : Les Français, comme beaucoup de leurs voisins européens, ont une relation ambiguë aux problématiques environnementales. Ils ont dans leur grande majorité intégré l'urgence environnementale comme un problème de société important, mais ils ont du mal à intégrer ces exigences dans leurs pratiques quotidiennes. Il ne faut pas y voir des formes de résistance ou de mauvaise volonté, mais plutôt le fait que les routines quotidiennes sont déjà sous l'emprise de nombreuses contraintes, avec lesquelles les individus ont appris à composer : les contraintes économiques, qui pour de plus en plus de ménages constituent l'équation principale, mais aussi les contraintes de coordination des temps au sein du ménage, entre les différents membres, entre les temps de travail et les temps familiaux, etc.

■ *Les consommateurs font-ils le lien entre leur consommation quotidienne (alimentation, soins...) et les enjeux climatiques ? Autant qu'entre ceux-ci et leurs dépenses énergétiques liées au chauffage et au transport ?*

S. D.-Q. : Il est vrai que l'attention portée aux dépenses énergétiques et de transport reste plus forte, parce qu'ici le souci environnemental recouvre aussi une priorité économique.

De ce point de vue, les ménages sont plus enclins à changer leurs pratiques en faveur de l'environnement quand cela devient plus favorable économiquement.

Par ailleurs, il ne faut pas négliger les effets d'une tradition de discours public fort sur les économies d'énergie. Cela prouve aussi qu'en matière de changement de pratiques et de normes le discours public – au sens large celui qui s'impose dans l'espace public – joue un rôle non négligeable. On peut s'en rendre compte à la manière dont certaines problématiques, comme l'agriculture biologique, l'huile de palme, la consommation de viande, la provenance des produits, la question de l'emballage et de la transformation des produits alimentaires, ont progressivement pénétré les discours des consommateurs.

■ *Une approche sectorielle fine de l'empreinte carbone par produits risquerait-elle d'exclure du marché des produits appréciés des consommateurs et vertueux par ailleurs (rapport qualité-prix, fiabilité, sûreté, valeur nutritionnelle...), mais jugés mauvais en termes d'impact carbone ?*

S. D.-Q. : Les questions d'affichage environnemental constituent des enjeux industriels et stratégiques très forts pour les entreprises. Mais l'information sur les produits est déjà très complexe pour les consommateurs, et cela ne les empêche pas de développer des routines de consommation.

Ce qui serait désastreux, ce serait qu'une information environnementale soit considérée comme non fiable, captée par des intérêts industriels, car les consommateurs sont déjà en situation de méfiance forte par rapport aux usages faits par les entreprises du discours environnemental. L'écoblanchiment non seulement n'est plus une stratégie payante, mais il est devenu coûteux. La récente affaire impliquant un constructeur automobile va très probablement accroître le phénomène.

■ *La neutralité carbone de l'assiette doit-elle devenir un axe de communication des pouvoirs publics, de la distribution ?*

S. D.-Q. : Dans une étude récente sur les pratiques alimentaires, nous avons montré, avec Séverine Gojard de l'Inra¹, que les consommateurs peuvent être réticents à l'égard de discours trop radicaux, qui impliquent des changements profonds, des revirements, des objectifs forts. Il semble toujours plus efficace de miser sur des pratiques déjà installées, dont certaines sont favorables à l'environnement, pour encourager leur développement. Par exemple, bien que le discours public et celui des industriels tendent à mettre en avant la responsabilité des consommateurs comme axe de communication dans le domaine du gaspillage alimentaire, nos enquêtes montrent que les ménages déploient des trésors de stratégies pour éviter ce gaspillage – il faudrait sincèrement mesurer si le consommateur est véritablement le premier gaspilleur².

■ *Les agences publicitaires doivent-elles inventer de nouveaux discours, pour « décarboner » la communication (entre autres dans les publicités pour des marques automobiles...)?*

S. D.-Q. : Beaucoup de métiers doivent se réinventer, c'est le cas de la publicité, du marketing, des techniques de vente. Les consommateurs sont de plus en plus rétifs à l'idée d'une consommation débridée. Il existe même de plus en plus de logiques de distinction qui fonctionnent sur le principe d'une consommation minimalisée. Les métiers tournés vers l'augmentation des ventes doivent intégrer les attentes des consommateurs sur le plan d'une consommation plus réfléchie. La consommation reste fondamentalement un domaine d'expression des individus, simplement les termes des messages qu'ils souhaitent faire passer sont en train de changer. Pouvoir dire son souci de l'environnement à travers la consommation commence pour certaines catégories de consommateurs à devenir une aspiration forte.

Propos recueillis par J. W.-A.

1. « Why are food practices not (more) environmentally friendly in France? The role of collective standards and symbolic boundaries in food practices », article à paraître en 2016, in Environmental Policy and Governance – <http://is.gd/lQ0mzU>.

2. Voir sur ce sujet les Bulletins de l'Ilec n^{os} 339 et 340, novembre et décembre 2013.

Objectif zéro

Les transferts vers les technologies industrielles décarbonées ont un coût, mais les solutions de financement existent.

Entretien avec Gilles Berhault, président du Comité 21 et du Club France développement durable¹

■ *Qu'attendez-vous de la Cop 21 ?*

Gilles Berhault : Elle marque la fin d'une négociation engagée pour compenser l'échec de Copenhague. Nous devons en profiter pour mettre en valeur les opportunités et donner à chacun la possibilité de faire un bout de chemin. L'enjeu climatique met en cause notre modèle, nos conditions de vie. Si l'on ne fait rien, des problèmes majeurs vont surgir d'ici vingt ans. J'attends de la Cop 21 un texte renforçant les engagements des pays. Cent cinquante ont déjà pris des « intentions de contributions nationales » qui feraient gagner 1 à 1,5 degré, ramenant le réchauffement annoncé par le Giec de 4,6 à 3 degrés. C'est une bonne étape, ce n'est pas suffisant. La Cop 21 doit affirmer une envie d'avenir, une mobilisation forte. Elle doit montrer qu'il y a des solutions performantes. Il faut les étudier toutes sans a priori.

■ *Pourquoi les entreprises ne sont-elles qu'« observatrices » dans les négociations climat ?*

G. B. : Les négociations portant sur le climat relèvent des États et d'eux seuls. La convention cadre des Nations unies contre le changement climatique créée après le Sommet de la Terre de 1992 réunit aujourd'hui 196 membres, appelés parties, soit 195 pays plus l'Europe avec une parole commune pour les États européens. Des représentants de la société civile et non étatique ont depuis été invités à participer en tant qu'observateurs :

les entreprises, les collectivités, les ONG, les centres de recherche, les syndicats... Cette ouverture à d'autres acteurs permet de nourrir les négociations. Les mêmes règles existent pour la Convention sur la préservation de la biodiversité et la Convention contre la désertification.

■ *Le programme mondial « RE 100 », qui réunit trente-huit sociétés dont Nestlé, P&G, J&J, Unilever, Mars ou Philips, vise à ce que leur consommation d'énergie soit à 100 % d'énergies renouvelables. Comment un État peut-il encourager de telles initiatives d'ampleur mondiale, même s'il n'est pas le premier à en bénéficier (en termes d'« objectifs nationaux » de réduction des émissions, car ces initiatives ne se déploient pas forcément partout au même rythme) ?*

G. B. : Les États sont les premiers à en bénéficier, car ils représentent les citoyens et les conditions du développement humain ne pourront être viables que dans la mesure où les émissions de carbone seront réduites. Aujourd'hui, les États ne peuvent avoir comme feuille de route que de viser zéro émission de carbone, à plus ou moins long terme bien sûr !

C'est l'intérêt de tout le monde que de telles sociétés s'engagent, car les habitudes freinent encore certaines mutations impératives. Parallèlement à la transition vers les énergies renouvelables, ces sociétés doivent aussi améliorer leur efficacité énergétique.

■ *Treize multinationales dont Apple, Coca-Cola, Walmart et Google ont signé un « American Business Act on Climate Pledge » le 27 juillet 2015, sous l'égide de la Maison-Blanche (140 milliards de dollars pour des projets à faible émission de carbone en fonction de leur secteur d'activité). Ce type de parrainage des pouvoirs publics est-il possible en France ?*

G. B. : Oui, même si cet exemple est caractéristique des relations américaines entre les entreprises et les pouvoirs publics. L'État français a compris les enjeux : il ne peut prendre une décision

sans travailler clairement avec ceux qui vont l'appliquer. L'action repose sur les territoires, les entreprises et les citoyens, avec l'État et son rôle de mobilisation, qui peut se traduire par une labellisation, un encouragement au partenariat. Le coût des transferts technologiques peut conduire l'État à aider à son financement. À cet égard, Solutions Cop 21 montrera au Grand Palais du 4 au 10 décembre que des solutions existent, qu'elles doivent être débattues, appropriées. Il faut une vraie dynamique collective, l'envie d'agir.

■ *Les entreprises internationales ont-elles une capacité d'entraînement que n'ont pas les États ?*

G. B. : Difficile de comparer. Certes, les multinationales ont une puissance et une capacité de réaction rapide que n'ont pas toujours certains États. En tant qu'acteurs sociétaux, elles se doivent d'agir contre le réchauffement climatique. C'est aussi une opportunité pour elles d'inventer de nouvelles solutions, de nouveaux procédés, de répondre à de vrais besoins liés à l'évolution des marchés. Il n'y a pas de solution ni d'acteur miracle, États et entreprises sont confrontés aux mêmes impératifs. Tous les acteurs doivent jouer leur rôle dans la transition énergétique.

■ *Faut-il abandonner l'actuel système d'échange de quotas d'émission ?*

“La mobilisation de l'État peut se traduire par une labellisation, un encouragement au partenariat.”

G. B. : Il a eu son utilité, des vertus pédagogiques, mais il a montré ses limites, il ne répond plus aux besoins. Il faut associer une valeur aux externalités négatives, particulièrement sur un plan financier; on a donc besoin d'une taxe ou d'un prix carbone suffisamment important, de l'ordre de 40 €, en maîtrisant bien l'aspect spéculatif.

■ *Quels sont les freins à la mise en place de « signaux prix » (en faveur des moteurs hybrides par exemple) ?*

G. B. : Les signaux prix sont importants pour orienter les actes d'achat. Il faut une réflexion sur le dumping environnemental: les panneaux photovoltaïques importés de Chine ont ainsi un impact environnemental sur le plan du transport, ils ne sont pas obligatoirement écoconçus dans le pays d'origine, ils concurrencent des panneaux solaires conçus en Europe qui respectent les règles environnementales mais sont vendus plus cher. Nous avons donc besoin de régulation et de protection des frontières sur le plan environnemental.

Propos recueillis par J. W.-A.

1. À l'initiative de « Solutions Cop 21 », dispositif de valorisation des solutions pour le climat créé en vue de la Cop 21 – www.solutionscop21.org.

Vers une nouvelle économie

Foi d'observatrice exigeante, il reste des motifs d'optimisme. Appel à plus de volontarisme fiscal et d'enthousiasme de la société civile

Entretien avec Corinne Lepage, ancienne ministre de l'Environnement, coprésidente du Mouvement des entreprises pour une nouvelle économie (MENÉ)¹....

■ *Le MENÉ a été lancé le 23 octobre. Sa naissance est-elle motivée par l'enjeu climatique, et quel rôle se donne-t-il en la matière ?*

Corinne Lepage : Non. La création du MENÉ est au nombre des propositions qui figurent dans le rapport intitulé *l'Économie du nouveau monde*² que j'ai remis en juin dernier. Ce rapport est le fruit d'une mission sur la transition économique confiée en janvier par Ségolène Royal, ministre de l'Écologie, pour identifier les points de blocage auxquels sont confrontés les acteurs de cette nouvelle économie. Une nouvelle économie libérée des énergies fossiles et fissiles, connectée, territorialisée et au service de l'humain: le rapport préconise cent mesures pour assurer la dynamique. Les entreprises que réunit le MENÉ doivent défendre collectivement les intérêts de cette nouvelle économie. Le MENÉ est destiné à faire connaître les meilleures pratiques des entreprises adhérentes, quel que soit leur domaine d'activité, dans l'intérêt de l'entreprise et dans l'intérêt général. Ces pratiques portent aussi bien sur l'économie circulaire, les réductions de la consommation énergétique, l'économie du partage, la nouvelle rationalité.

■ *À quels secteurs s'adresse-t-il prioritairement ?*

C. L. : Le MENÉ regroupe des secteurs très différents: l'énergie, le textile, l'agriculture, l'agroalimentaire, l'industrie dite traditionnelle, le numérique, le transport...

■ *Vous avez déclaré: « Nous voyons la forêt qui meurt mais pas les arbres qui poussent. » Le catastrophisme ne serait pas de mise ?*

C. L. : Des secteurs de notre économie traditionnelle s'effondrent soit parce qu'ils ne correspondent plus au marché, soit parce que les coûts sont trop élevés au regard de la mondialisation, soit parce que les technologies sont dépassées. Quand dans le même temps de nouvelles entreprises naissent dans des secteurs nouveaux ou d'anciennes renaissent grâce à une mutation, personne ne le dit. Elles font des merveilles et on n'en parle pas. Or elles prouvent que la nouvelle économie est efficace, pourvoyeuse d'emplois, au service du bien commun et inscrite dans la durée. Ma déclaration se veut optimiste, dans un environnement il est vrai parfois pessimiste. Il faut susciter l'enthousiasme et la confiance.

■ *Treize multinationales ont signé un « American Business Act on Climate Pledge » le 27 juillet 2015, sous l'égide de la Maison Blanche. Ce type de parrainage des pouvoirs publics est-il possible en France ?*

C. L. : Oui, puisque l'Agenda des solutions entend mettre en avant les bonnes pratiques et mobiliser les acteurs non étatiques dans la lutte contre le changement climatique. Une place inédite est accordée aux entreprises, collectivités locales et ONG. La

lutte contre le réchauffement ne peut dépendre des seuls choix gouvernementaux.

■ *Pourquoi les entreprises ne sont-elles qu'« observatrices » dans les négociations climat ?*

C. L. : C'est une décision onusienne. Pour avoir participé à cinq Cop comme députée européenne, ce qui s'engage aujourd'hui en France me semble plus dynamique, grâce à l'action de la société civile, dont celle des entreprises.

■ *Faut-il abandonner l'actuel système d'échange de quotas d'émissions ?*

C. L. : Oui, mais une certitude demeure : nous avons besoin d'un prix du carbone. On a soit un système de marché, soit un système fiscal. Il y a vingt ans, j'étais favorable au système de marché, le seul que je pensais possible et relativement efficace. Il se trouve que le système européen de quotas n'a pas apporté les fruits que l'on espérait, notamment parce qu'il a été détourné : les quotas ont été délivrés gratuitement et en fonction de la demande des États. L'offre était donc pléthorique et la demande inexistante : on est arrivé à un prix du carbone trop bas, à moins de dix euros. La taxe carbone paraît donc une meilleure solution, et la petite dizaine d'États européens qui l'appliquent sont parmi les plus dynamiques.

■ *Quels sont en France les freins à une tarification environnementale de substitution à d'autres impôts, à commencer par ceux qui pèsent sur le coût du travail ? Quels secteurs y seraient le plus gagnants ?*

C. L. : Notre système est très centralisé, construit avec le soutien de grands groupes économiques. Les subventions à la pollution demeurent à un niveau de dizaines de milliards d'euros chaque année. Ceux qui en bénéficient verraient d'un mauvais œil tout changement qui annulerait leurs avantages. Notre système de niches fiscales confère des rentes difficiles à supprimer. L'idée, lancée il y a vingt ans, de remplacer progressivement les taxes sur ce qui est bon pour la collectivité (le travail, par exemple) par des taxes sur ce qui est mauvais pour elle ne progresse pas en France. Nous avons à peine 3 % de fiscalité verte, bien moins que la moyenne européenne, car les intérêts conjugués de notre administration et des grands groupes bloquent le changement.

■ *Et les freins à la mise en place de « signaux prix » ?*

C. L. : C'est la même chose ; le prix, c'est de la fiscalité intégrée qui conduit le consommateur à acheter un produit au détriment d'un autre. C'est un sujet majeur qui figure dans mon rapport, à savoir l'internalisation des coûts externes. Nous vivons dans un système où un consommateur qui achète des produits mauvais

pour la santé, mauvais pour l'environnement, mauvais pour le social, paie beaucoup moins cher que pour des produits bons pour le social, l'environnement et la santé. C'est un système absurde et on ne peut en changer qu'avec des signaux prix. Le consommateur doit avoir les moyens financiers de faire le bon geste. Le rapport suggère une TVA différenciée avec un

taux très bas pour les produits issus de l'agriculture biologique et pour tous les produits utilisant des matières premières recyclées, les produits de l'économie circulaire.

■ *Qu'attendez-vous de la Cop 21 ?*

C. L. : J'en attends qu'elle acte une vraie volonté de tous les États d'œuvrer à une véritable réduction des GES, que l'on consacre les moyens financiers nécessaires non seulement à la réduction mais à l'adaptation au changement climatique. Mais la question posée est celle de la responsabilité. Dans ce cadre, le projet de « Déclaration universelle des droits et devoirs de l'humanité », que j'ai remis en septembre dernier au président de la République, pourrait être lancé lors de la Cop 21, pour être discuté puis adopté par l'Assemblée générale des Nations unies.

Propos recueillis par J. W.-A.

1. Statuts téléchargeables à l'adresse <http://admonde.fr/le-mene>.
2. Cf. <http://is.gd/NNLbIT>. Ce rapport doit aboutir à une « Déclaration » comportant, selon le communiqué de l'Élysée, « quatre principes, six droits et six devoirs, dans la filiation de la Déclaration universelle des droits de l'Homme proclamée à Paris en 1948, et dans la continuité de plusieurs conventions et déclarations antérieures concernant le développement, l'environnement et les générations futures ».

Bulletin de l'Institut de liaisons et d'études des industries de consommation

Directeur de la publication : Richard Panquialt – Éditeur : Trademark Ride, 93, rue de la Santé, 75013 Paris (01 45 89 67 36, jwa@tmride.fr) –

Rédacteur en chef : Jean Watin-Augouard – Secrétaire général de la rédaction et contact : François Ehrard (01 45 00 93 88, francois.ehrard@ilec.asso.fr) – Maquette et mise en pages : Graph'i Page (ividalie@orange.fr)

Imprimé par : SB Graphic, 38, rue Gay-Lussac, ZI de Mitry-Compans, 77290 Mitry-Mory – ISSN : 1271-6200

Dépôt légal : à parution – Reproduction interdite sauf accord spécial