

## Politique intégrée de produits en Allemagne

**Bilan de la première  
grande manifestation  
en Allemagne dédiée  
à la politique intégrée  
des produits : une prise  
de conscience générale  
mais peu d'avancées  
conceptuelles.**

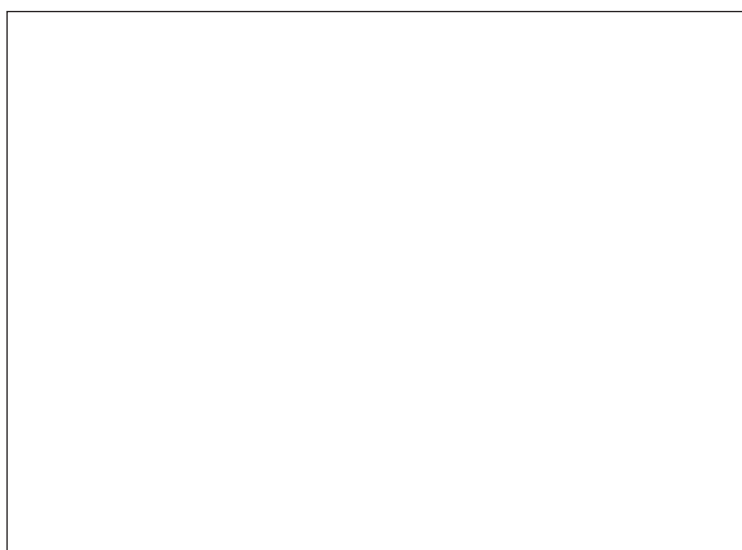
**par Katia Sadoun**  
Maître de conférences  
Université d'Aix-Marseille

Considérée comme très avant-gardiste en matière d'engagement en faveur de l'environnement, l'Allemagne n'a pourtant, à ce jour, pas encore vraiment défini de concept en matière de politique intégrée de produits ou IPP (Integrated Product Policy).

En effet, la première manifestation d'envergure nationale n'a eu lieu qu'en février 2000, à l'initiative du ministère fédéral de l'Environnement, de la Fédération de l'industrie allemande (Bundesverband der deutschen Industrie-BDI), de l'Office fédéral de l'environnement (Umweltbundesamt) et du minis-

tere fédéral de l'Economie. Plusieurs associations de consommateurs ainsi que les grandes fédérations d'associations écologistes dont BUND (Bund für Umwelt – und Naturschutz Deutschland) furent également invitées à ce colloque. L'Institut de recherche

en économie de l'environnement, Institut für ökologische Wirtschaftsforschung-IÖW, est par ailleurs chargé par le BDI et le ministère fédéral de l'Environnement d'une étude sur l'impact de la mise en place d'une politique intégrée de produits en entreprise.



*Pour Jürgen Trittin, le ministre fédéral de l'Environnement, la politique de l'environnement doit aujourd'hui prendre en compte l'intégralité du cycle de vie d'un produit, en particulier l'impact environnemental de son utilisation.*

Rainer Unke/Rea

Nous nous contenterons ici de présenter les grands principes énoncés par les différents protagonistes lors de la conférence berlinoise de février 2000. L'analyse des actes du colloque et les résultats de l'étude de l'IÖW feront l'objet d'un article plus complet dans un prochain numéro de *Responsabilité & Environnement*.

### Le point de vue du ministère fédéral de l'Environnement

Jürgen Trittin, ministre fédéral de l'Environnement, souligne que la politique de l'environnement n'a, dans un premier temps, pris en compte que certains aspects du produit : fabrication et réglementation concernant les sites industriels, notamment les procédures d'autorisation. Par la suite, on s'est intéressé à l'élimination, au recyclage ou à la valorisation des produits en fin de vie. Aujourd'hui, il s'agit de prendre en compte l'intégralité du cycle de vie d'un produit, en particulier l'impact environnemental de son utilisation, une part importante de la pollution étant liée à l'utilisation des produits. Une politique de l'environnement qui veut faire du produit une composante

prioritaire est une politique qui doit tenir compte des différents acteurs et des différents vecteurs environnementaux, dans la mesure où la seule politique efficace est celle qui fait intervenir l'ensemble des acteurs : industrie, commerce, environnement, consommateur et monde associatif.

Les instruments d'une politique intégrée de produits sont déjà connus : accords volontaires, normalisation, logos environnement et écobilans dont il faudrait accentuer la synergie. Afin de répondre à la demande d'un consommateur de plus en plus exigeant quant aux spécificités écologiques d'un produit, l'information doit être plus détaillée et plus explicite. Les associations écologistes et les associations de consommateurs ont ici un rôle important à jouer. Le logo environnement « Ange bleu », dont on fête le 21<sup>e</sup> anniversaire cette année, est un exemple pertinent de la relation entre protection de l'environnement et protection du consommateur. Dans son allocution, le ministre insiste sur le rôle primordial du consommateur final, son information, sa formation et leur influence sur ses comportements d'achat. A titre d'exemple, seuls 15 % des consommateurs allemands connaîtraient précisément le sens du concept de durabilité.

Selon le ministère de l'Environnement, la politique intégrée de produit repose en premier lieu sur les principes fondamentaux de toute politique de l'environnement, c'est-à-dire le principe du pollueur-payeur, le principe de précaution et le principe de coopération, complétés par trois autres catégories de principes plus spécifiques de l'IPP :

- ✓ principes économiques, comme la compatibilité avec les lois du marché,
- ✓ principes environnementaux, comme le respect du cycle de vie, l'analyse des différents vecteurs, le respect de spécificités environnementales locales ou régionales,
- ✓ principes de mise en œuvre, comme l'information, la communication et la coopération entre les acteurs.

Ces grands principes seront accompagnés des stratégies suivantes :

- ✓ diminution du flux de matière,
- ✓ transformation des produits et des services en fonction de leur pertinence environnementale,
- ✓ modification des schémas d'utilisation et d'élimination.

Ces stratégies incarnent la forme idéale d'une politique intégrée de produit. Dans la réalité on ne les utilise que sous des formes mixtes. De

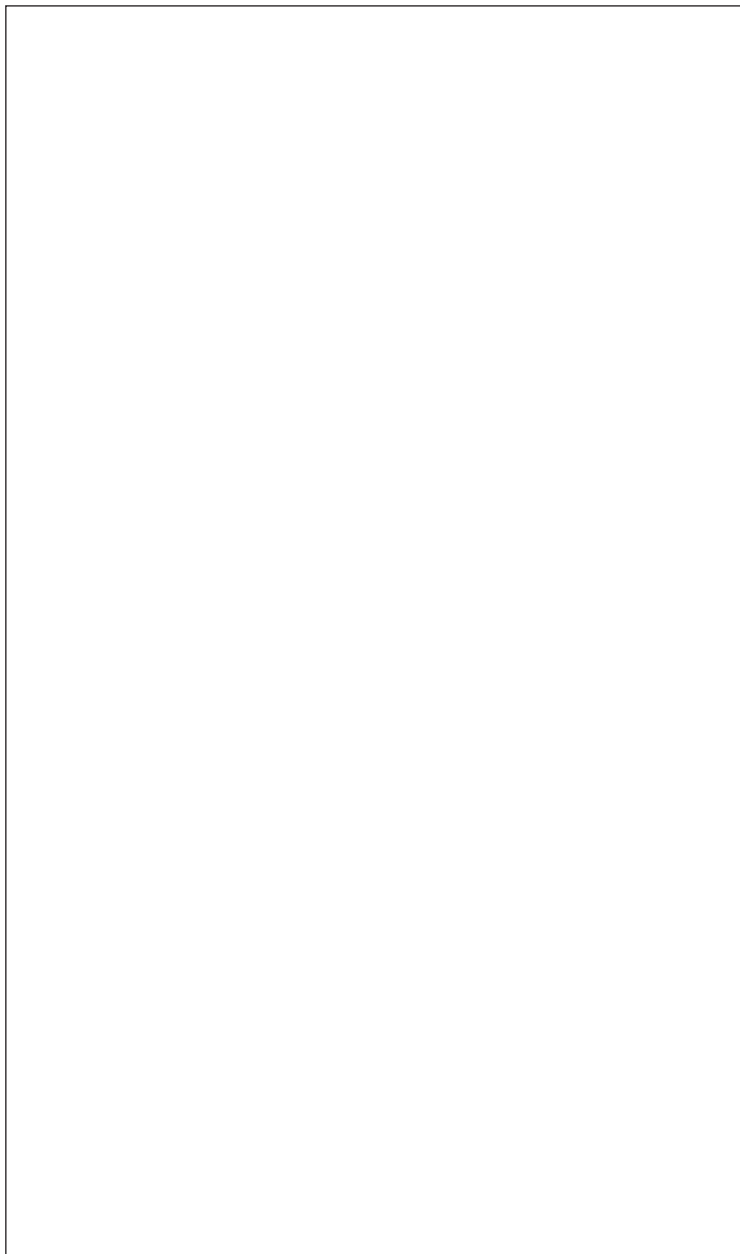
plus, selon les produits ou les services, l'une ou l'autre seront concernées.

On opère l'analyse du cycle de vie d'un produit selon deux aspects : du point de vue de son cycle de vie écologique ou du point de vue du flux de matière et de son cycle de vie économique. Le cycle de vie écologique comporte principalement l'extraction de matière première, la réalisation d'un semi-produit, la fabrication d'un produit fini, sa commercialisation, puis son utilisation et enfin son élimination. Le cycle de vie économique prend en compte les phases suivantes : conception, fabrication, mise sur le marché, diffusion et retrait du marché.

Aux principes déjà évoqués, on pourrait ajouter les suivants :

- ✓ diminution, voire élimination des matières premières polluantes,
- ✓ économie du recyclage,
- ✓ création de marchés pour les produits éocompatibles.

La différenciation entre cycle de vie écologique et cycle de vie économique permet, à chaque phase, de définir la chaîne de responsabilités pour un produit donné. Chacun des acteurs sait à quel moment il est concerné par le produit, ce qui lui per-



Ludovic/Rea

*Pour Hans-Olaf Henkel, président du patronat allemand, la politique intégrée de produits s'articule autour de trois concepts fondamentaux : intégration, coopération et communication.*

met un échange d'informations plus intense, une meilleure communication et une organisation plus efficace avec les autres acteurs. Cette procédure devrait permettre une amélioration notable de

la qualité écologique des produits.

Les différents éléments énoncés ne sont certes pas nouveaux, mais le recours systématique aux paramètres écolo-

giques du produit tout au long de son cycle de vie ainsi que la co-responsabilité de l'ensemble des acteurs constituent l'aspect le plus novateur de cette approche.

### Le point de vue du patronat allemand (BDI)

Pour Hans-Olaf Henkel, président du patronat allemand, le produit est au cœur de toute démarche entrepreneuriale. Si de nombreux progrès ont été réalisés en matière de législation, d'impact sur l'environnement, d'emballage et de gestion des déchets, l'engagement de tout entrepreneur responsable concernera désormais la politique intégrée de produits. Cette politique s'articule autour de trois concepts fondamentaux : intégration, coopération et communication.

Lors de la conception des produits, on aura recours à des instruments d'analyse qui prennent en compte l'impact environnemental. La coopération entre les

mondes économique et politique est la condition *sine qua non* de la réussite de toute action, dans la mesure où la politique intégrée de produits est au cœur de l'économie de marché. Cette politique s'inscrit, bien entendu, dans une démarche européenne et internationale. Le secret de la réussite d'une IPP passe par la communication entre l'entreprise et la politique, entre l'entreprise et ses partenaires tout au long de la

**Pour le président du patronat allemand, le produit est au cœur de toute démarche entrepreneuriale et l'engagement de tout entrepreneur responsable concernera désormais la politique intégrée de produits.**

chaîne de distribution et d'élimination du produit et, enfin, par la communication entre l'entreprise et le consommateur. L'entreprise doit accroître la capacité d'adaptabilité de ses produits aux exigences environnementales tout en communiquant sur ses succès afin de convaincre le consommateur des bienfaits de la libre entreprise par rapport à la contrainte réglementaire. Le président du BDI réclame une plus grande flexibilité dans l'application de la législation environnementale considérée comme trop contraignante, surtout à propos de la politique intégrée de produits. Enfin, l'Allemagne ne doit pas être pénalisée dans la concurrence internationale par une

politique réglementaire trop rigide.

### Le point de vue de l'Office fédéral de l'environnement

Pour l'Office fédéral de l'environnement, Monsieur Andreas Troge, son président, présente le point de vue de l'institution en matière de communication environnementale sur le produit et de normalisation. L'Umweltbundesamt, créé à la fin des années soixante-dix, est l'organisme scientifique le plus important dans le domaine de l'environnement. Bien que financé essentiellement par le ministère fédéral de l'Environnement, il agit en toute indépendance de ses organes de tutelle et ses études sont parfois assez critiques vis-à-vis des politiques publiques.

La complexité croissante des phénomènes environnementaux implique une information de plus en plus importante des différents acteurs. La communication concerne non seulement la relation producteur/consommateur mais également l'ensemble des acteurs impliqués dans la politique intégrée de produits.

A l'heure de la multiplicité des vecteurs de communication, la communication environnementale doit, elle aussi, prendre des formes différentes. De plus, le consommateur allemand exprime régulièrement un sentiment de méfiance vis-à-vis de la communication environnementale, résultat d'un flot d'informations erronées et de publicités mensongères ou abusives. Il s'agit donc, en Allemagne, de regagner sa confiance en l'informant de façon précise sur l'origine des produits et leur écocompatibilité.

Monsieur Troge, dont l'institution fut à l'origine du logo écologique « Ange bleu », insiste sur ses qualités. Par une information fiable du consommateur, le produit portant le logo représente une alternative intéressante par rapport à d'autres produits du même secteur et donc un avantage concurrentiel indéniable pour son fabricant. Plus de 800 fabricants utilisent le logo et plus de 3 800 produits sont certifiés. Dans le contexte allemand, l'attribution du logo signifie que le produit est le plus écotolérant de la gamme, mais en aucun cas qu'il n'est

**Le président de l'Office fédéral de l'environnement dont l'institution fut à l'origine du logo écologique « Ange bleu », insiste sur ses qualités. Aujourd'hui en Allemagne, plus de 800 fabricants utilisent le logo et plus de 3 800 produits sont certifiés.**

pas polluant. Par ailleurs, aucun entrepreneur allemand n'a jamais fait de demande d'utilisation du logo environnemental européen. Le coût exorbitant de la démarche serait à l'origine de cette désaffection. On assiste enfin, aujourd'hui, à une juxtaposition du logo environnement allemand et de la certification européenne Iso 14001 et Iso 14020. L'Allemagne possède, depuis 1992, sa commission d'attribution de la norme écologique « NAGUS » (Normenausschuß Grundlagen des Umweltschutzes) au sein de l'organisme fédéral de normalisation DIN. NAGUS représente les intérêts allemands au comité technique international Iso/TC 207 « management vert » et participe à l'élaboration des normes.

Parmi ses nombreuses missions, l'Umweltbundesamt soutient les initiatives d'amélioration de la qualité écologique des produits, participe à la définition des normes et instruments de mesure des qualités écologiques.

L'IPP, qui s'inscrit dans le droit fil du développement durable, implique une transformation

globale des modes de production et de fabrication ainsi qu'une diminution générale du volume de produits en circulation, ce qui peut parfois heurter les divers protagonistes impliqués dans la mise en place d'une politique intégrée de produits.

Depuis l'unification allemande, la politique volontariste du gouvernement en matière d'environnement a progressivement été abandonnée au profit d'une politique plus consensuelle. Les grandes déclarations du gouvernement Schröder, en début de mandat, à propos de l'abandon du nucléaire sont restées lettre morte et même le très engagé ministre de l'environnement, Jürgen Trittin, s'est prononcé en faveur des initiatives unilatérales et des mises en œuvre conjointes. On pourrait dire, en conclusion, que l'initiative revient aujourd'hui plutôt au patronat et aux différents instituts de recherche, comme le montre l'exemple de l'IPP.