

Comment l'éco-conception peut apporter des solutions pour s'adapter à REACH et créer de véritables opportunités d'innovation ?

*Compte rendu du café d'échanges organisé par **Orée** le jeudi 25 mars 2010
au Restaurant Le Cardinal, Paris*

Introduction : **Ghislaine HIERSO**, Présidente d'Orée et **Thomas MAHIAS**, Chargé de mission éco-conception chez Orée.

Débats autour de 4 interventions :

-Qu'est-ce que REACH ? Rappel des Fondamentaux

Stéphanie AUGUSTE - INERIS, en charge du Helpdesk REACH et CLP

-L'éco-conception : une démarche globale pour répondre à REACH,

Stéphanie ARIGONI - RESCOLL , Ingénieur affaires réglementaires, responsable qualité

-Retours d'expériences : témoignages d'entreprises

Marie-Laure HIE - LVMH , Juriste environnement, Direction Environnement

Xavier BRICOUT - AXIMUM , Directeur Technique

INTRODUCTION

GHISLAINE HIERSO :

Orée est une association multi-acteurs qui regroupe entreprises, collectivités territoriales, et associations pour développer une réflexion commune et mettre en œuvre des solutions concrètes pour une gestion intégrée de l'environnement à l'échelle des territoires.

Orée s'applique à mettre en œuvre de meilleures pratiques environnementales à travers ses 7 priorités qui sont : la biodiversité et économie, la concertation, l'éco-conception des produits et des services, l'expertise, la gestion durable des parcs d'activités et écologie industrielle, les risques environnementaux et enfin, la sensibilisation à l'environnement.

L'association organise régulièrement des cafés d'échanges et colloques ouverts à tous, aussi bien à ses adhérents qu'aux non-adhérents. Par exemple le 5 novembre 2009, Orée a organisé un colloque sur le thème « Biodiversité et climat avant et après Copenhague ». (*Pour plus d'informations retrouvez les [actes du colloque](#) Orée « Biodiversité et Climat : avant et après Copenhague*).

Par ailleurs, Orée organise une conférence le 13 avril 2010 : « Responsabilité des entreprises et évolution des comportements : des solutions existent pour faciliter les déplacements liés à l'activité professionnelle ». Cette rencontre sera l'occasion de présenter le dernier guide Orée : « [Le Plan de déplacements inter-entreprises](#) ».

L'association propose également des Groupes de Travail réservés aux adhérents et partenaires institutionnels. Des personnes, entreprises, collectivités ou associations non adhérentes à Orée peuvent exceptionnellement être invitées à contribuer ou participer aux travaux.

Le Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi, représenté par la direction générale de la Compétitivité de l'Industrie et des Services (DGCIS) lien a signé avec Orée, le 9 décembre 2009, une convention concernant un programme d'actions collectives « compétitivité durable des entreprises » qui comportent deux actions visant à promouvoir l'écologie industrielle et l'éco-conception des produits et des services pour en faire des facteurs de compétitivité pour les entreprises, en particulier les PME/TPE.

THOMAS MAHIAS :

Depuis 2006, le groupe de travail Orée "éco-conception des produits et services" réunit les principaux experts et acteurs français du domaine pour mener une réflexion sur l'intégration de l'éco-conception dans la stratégie des organisations (entreprises et collectivités).

Le fruit de cette réflexion collective est la création d'une plateforme Internet <http://ecoconception.oree.org>. Elle s'adresse particulièrement aux PME/TPE, et plus largement à toute structure, quelle que soit sa taille et sa vocation, désirant s'engager dans une démarche d'éco-conception ou curieuse de découvrir ce sujet.

La plate-forme est composée de trois parties interactives :

Une première partie présente la notion d'éco-conception à travers des articles thématiques, la réglementation française et européenne ainsi que le contexte normatif lié à l'éco-conception.

Une deuxième partie aborde le rôle joué par chaque compétence au sein des entreprises: dirigeant d'entreprise, responsable des achats ou du marketing (etc) ont tous un rôle à jouer dans la démarche d'éco-conception de leur entreprise.

Une troisième partie propose des retours d'expériences d'entreprises ayant mis en œuvre une démarche d'éco-conception et permet de comprendre leurs objectifs. Ces retours d'expériences permettent de servir d'exemples pour d'autres entreprises et montrent qu'il est possible de mettre en place de meilleures pratiques environnementales avec un retour sur investissement. Par ailleurs, si vous avez entrepris une démarche similaire dans votre entreprise sur un produit ou service et souhaitez la partager sur cette plateforme, Orée met à votre disposition gratuitement (que vous soyez adhérent ou non) un accès à un questionnaire en ligne qui, une fois rempli sera validé par un comité de pilotage.

Avec **le règlement REACH** entré en vigueur le 1er juin 2007, l'Union Européenne a mis en place un système européen unique d'enregistrement, d'évaluation et d'autorisation des substances chimiques. La mise en œuvre de REACH s'étend jusqu'au 1er juin 2018.

La phase de pré-enregistrement des substances s'est achevée le 30 novembre 2008. La prochaine étape clé est le 30 novembre 2010 date limite d'enregistrement des substances fabriquées ou importées. Comme dans la démarche d'éco-conception, tous les acteurs de la chaîne de vie d'une substance sont concernés que se soient les fabricants, les importateurs, les distributeurs ou encore les utilisateurs de substances chimiques.

Comment l'éco-conception peut apporter des solutions à REACH et créer de véritables opportunités d'innovation et inversement comment REACH peut être un levier pour développer l'éco-conception ?

QU'EST-CE QUE REACH ? RAPPEL DES FONDAMENTAUX

STÉPHANIE AUGUSTE, EN CHARGE DU HELPDESK REACH ET CLP
(CLASSIFICATION, LABELLING, PACKAGING) INERIS

Suite à l'article 124 de REACH, les Etats membres ont la mission d'assurer sur leur territoire une assistance sur les aspects réglementaires et techniques des règlements REACH et CLP. Cette assistance (Helpdesk) a été confiée à l'[INERIS](#).

Le Helpdesk est une mission de l'État et propose ses services gratuitement. Il a pour mission d'orienter les entreprises (en particulier les PME) sur le texte de REACH, et de faciliter l'accès des entreprises à un niveau suffisant d'information sur les différents aspects de REACH, pour leur permettre de répondre à leurs obligations réglementaires.

Le Helpdesk national assure également la diffusion la plus large possible de l'information (relais auprès des organisations professionnelles et des CCI).

Le règlement européen REACH dont le champ d'application est très dense, **a pour objectif d'offrir une meilleure protection vis-à-vis des produits chimiques pour l'homme et l'environnement**. En fonction du statut des acteurs (importateur, fabricant, fournisseur, utilisateur, distributeur) et des

produits (substances, mélanges, articles...) au regard de la réglementation REACH, des obligations spécifiques vont être mises en place.

Le système REACH comporte plusieurs obligations :

- **La procédure d'enregistrement:** toutes les substances qui sont produites ou importées dans l'UE dans une quantité annuelle de plus d'une tonne sont soumises à l'obligation d'enregistrement. Cette obligation existe pour toutes les entreprises dont le siège est en UE (article 2, annexe 4, 5).
- **La procédure d'autorisation** à l'annexe 14.
- **La procédure de restriction** qui concerne toutes les substances qui sont inscrites à l'annexe 17 du règlement REACH (mise à jour en juin 2009)

Il y a également obligation de transmettre des informations en aval et en amont sur les substances

Par ailleurs, une convention entre le MEEDDM et l'UIC (Union des Industries Chimiques) a été établie pour aider les PME à élaborer la procédure d'enregistrement de leurs substances chimiques pour l'échéance du 30 novembre 2010.

La liste des substances candidates ne cesse d'évoluer, et oblige les industriels à communiquer et à faire une veille sur les nouvelles substances qui sont publiées par [l'Agence Européenne des Produits Chimiques](#) (ECHA).

L'ÉCO-CONCEPTION : UNE DÉMARCHE GLOBALE POUR RÉPONDRE À REACH

STEPHANIE ARIGONI, INGÉNIEUR AFFAIRES RÉGLEMENTAIRES, RESPONSABLE QUALITÉ, RESCOLL

[RESCOLL](#) est un centre technologique dans le domaine des matériaux polymères, des résines, des adhésifs et de l'assemblage par collage. Il intervient notamment sur REACH et CLP et aide les entreprises à intégrer la dimension environnementale dans la conception de leur produit et notamment en substituant les substances chimiques par des substances naturelles ou en allongeant la durée de vie du produit.

L'éco-conception qui est une démarche innovante consiste à intégrer la dimension environnementale tout au long du cycle de vie d'un produit ou d'un service, de l'extraction des matières premières qui le compose jusqu'à sa fin de vie. C'est donc une démarche globale multi-étapes (matières premières, fabrication, distribution, vente, utilisation, fin de vie, recyclage..) et également multicritères (épuisement des ressources ; augmentation de l'effet de serre ; pollution de l'eau, de l'air, et du sol ; production de déchets ; transformations des milieux naturels et du cadre de vie).

En éco-conception différents outils existent, comme l'Analyse du Cycle de Vie (ACV) pour évaluer les impacts environnementaux d'un produit. Néanmoins pour les petites entreprises, des outils plus adaptés sont disponibles tel que l'ACV simplifiée, la check-list...

Rescoll accompagne les entreprises de divers secteurs dans leur démarche d'éco-conception en cherchant des formules de substitution : réduction des emballages alimentaires, collage de canapé ou de chaussure sans solvant, cire, wax, amélioration de la biodégradabilité de produits tels que le white spirit ou l'acétone.

RETOURS D'EXPÉRIENCES : TÉMOIGNAGES D'ENTREPRISES

MARIE-LAURE HIE, JURISTE ENVIRONNEMENT, DIRECTION ENVIRONNEMENT, LVMH

[LVMH](#) a engagé sa démarche d'éco-conception, il ya une quinzaine d'années sous l'impulsion de Sylvie Bénard, directrice environnement de LVMH.

Les bilans carbone ont été les premières actions mises en place afin de réduire le bilan environnemental des produits. Les matériaux d'emballages sont apparus comme les premiers postes d'émission de CO2. LVMH a donc rapidement pris conscience que pour limiter les émissions de CO2 il fallait repenser la conception des produits.

Dès lors, il a fallu convaincre, informer, former et accompagner les différents acteurs en interne. Un outil de sensibilisation a été mis en place pour accompagner les maisons de LVMH en présentant l'éco-conception comme un levier. Les équipes marketing ont ensuite été sensibilisées grâce à des outils plus opérationnels qui ont été élaborés comme le « cahier de tendance environnement » qui est un recueil de matériaux écologiques.

Une **matériauthèque** a été créée répertoriant les avantages et les inconvénients de chaque matériau par le biais de fiches techniques permettant de référencer les fournisseurs.

Le personnel des maisons est formé au logiciel ACV simapro (qui permet de modéliser l'analyse de cycle de vie.)

Une commission éco-conception a été créée. Elle permet aux équipes marketing de se réunir, pour échanger et a développé des indicateurs de performance environnementale.

Par exemple, *Louis Vuitton* a remplacé toutes ses colles « solvantées » par des colles aqueuses.

Grâce à une veille de qualité et à une bonne anticipation, le règlement REACH n'a pas été une contrainte pour l'entreprise. REACH a été vécu de façon sereine et a permis de sensibiliser de nouvelles équipes au sein de l'entreprise.

REACH a modifié la relation clients / fournisseurs et a permis d'intégrer le fournisseur dans la conception des produits.

REACH évolue en permanence, LVMH réfléchit donc à un outil informatique qui serait une base de données sur l'information du produit.

LVMH se doit d'intégrer une démarche d'éco-conception à sa stratégie car la concurrence le fait. Aujourd'hui l'éco-conception est une attente des consommateurs, l'opinion publique y est sensible. Repenser les produits est une source d'innovation et de création.

XAVIER BRICOUT, DIRECTEUR TECHNIQUE, AXIMUM

[AXIMUM](#), filiale de Colas (filiale de Bouygues), est spécialisée dans les produits de marquage routier.

La démarche d'éco-conception a été amorcée il ya quelques années, pour des raisons environnementale et économiques.

Aximum a cherché à présenter une image différente de leur secteur grâce à l'éco-conception.

Cette approche d'éco-conception s'est tout d'abord développée pour les emballages plastiques, dans le but de limiter les déchets de chantiers. L'aspect pratique du produit n'a pas été modifié, pour que les clients puissent accepter ces nouveaux produits.

Il était nécessaire que ce développement de produits puisse être accepté et validé par les acheteurs et les utilisateurs.

L'innovation et la créativité peuvent être une bonne façon de développer son marché.

Aximum a mis en place l'utilisation de produits « base eau » à la place des produits « base solvants » que l'on trouve habituellement dans les produits de marquage du tapis routier. Avec l'aide de [Bio Intelligence Service](#), une ACV a été faite entre produits solvants et produits aqueux. Les peintures aqueuses ont même permis d'améliorer la performance du produit. Les fournisseurs ont été intégrés à la démarche. La réalisation de cette ACV a permis de prouver aux clients les bénéfices de cette démarche, notamment sur la durée de vie du tapis routier.

L'environnement est protégé, la qualité et la durabilité des produits sont améliorées.

De cette analyse a été tiré un **éco-profil**, qui permet une meilleure communication externe et également de fédérer toutes les unités de la société.

La dernière étape a été le développement de produits de marquage avec un liant végétal (coquille d'huître broyé), toujours à partir d'une base aqueuse.

QUESTIONS / DÉBAT

1. **Thierry RIMBON, DGCIS** : Les coquilles d'huîtres en tant que substances nouvelles sont-elles exemptées de la procédure d'enregistrement de la réglementation REACH ?

S. Auguste : Au niveau des substances naturelles, une exemption est prévue dans le règlement REACH à l'article 2.7 annexe 5. Pour être exemptée, la substance doit être extraite suivant un procédé (tel que le broyage), elle ne doit pas utiliser de solvant et doit répondre à deux définitions qui sont mentionnées dans les articles 339-340 qui définissent ce qu'est une substance naturelle qui ne doit pas être chimiquement modifiée. Si la substance répond à ces 2 articles elle peut se prévaloir des conditions d'exemptions d'enregistrement.

2. **Henry Labat, IME - Imprimerie Moderne de l'Est** : Lorsqu'on navigue sur les forums d'échanges, si l'on ne voit pas de référence, faut-il se poser des questions sur l'absence d'enregistrement des substances ?

Les résidus de nos produits dangereux sont-ils soumis à REACH ?

S. Auguste : Si vous êtes utilisateur en aval, vous n'avez accès uniquement qu'aux substances préenregistrées. Si vous n'avez pas vu votre substance X que vous utilisez dans la liste, cela signifie que : soit il y a une rupture d'approvisionnement, soit c'est une substance qui ne nécessitait pas de pré-enregistrement. Dans tous les cas, vous pouvez directement contacter l'ECHA.

Par exemple les substances présentes dans l'encre vont être enregistrées par le premier maillon de la chaîne qui va couvrir tout le cycle de vie de la substance jusqu'au stade de déchet. Par ailleurs, tous les résidus doivent être couverts dans le dossier technique d'enregistrement et dans le rapport de la sécurité chimique et analysés à partir de la substance initiale.

3. **T. Mahias** : Aximum est-il engagé dans un système de management environnemental ? Pourquoi avoir choisi de communiquer à travers la déclaration environnementale de type III (l'éco-profil) ? Par ailleurs comment avez-vous vécu l'arrivée de REACH ?

X. Bricout : un SME (Système de Management Environnemental) existe, demandé et imposé par Bouygues. Sur le choix de l'éco-profil, on procède par étape, pour éviter d'assommer les partenaires avec des données environnementales.

Concernant REACH, une veille était déjà mise en place (toujours dans un esprit d'innovation). REACH a consolidé notre approche d'éco-conception. L'essentiel de la démarche nouvelle était d'informer les partenaires.

4. **Elisabeth JOLLY, Legrand** : Comment avez-vous procédé pour récupérer les données des articles et notamment la SVHC (Substance of Very High Concern) auprès de vos fournisseurs ?

M.L Hie : Au niveau de la problématique article, cela n'a pas été évident de récupérer les données au niveau des fournisseurs (notamment hors Europe). Il a fallu expliquer REACH à des partenaires étrangers qui ne sont pas concernés par cette réglementation européenne. Au départ, des courriers trop juridiques ont été envoyés mais n'ont pas été lus. Ensuite, nous avons envoyé des courriers opérationnels plus simples, où nous avons obtenu 80% de retour.

Pour garantir une sécurité juridique, nous avons procédé de manière aléatoire à des tests SVHC auprès de laboratoires d'analyse sur nos produits phares.

Nous réfléchissons à un outil informatique pour des courriers de relance auprès des fournisseurs, pour déclencher les tests lorsqu'un doute est permis sur la sincérité des informations transmises par les fournisseurs. Globalement, nous allons continuer les tests sur les produits les plus vendus. Des audits REACH ont été mis en place.

5. **T. Mahias** : Quelle est la part de PME engagées dans la démarche d'éco-conception ? Avez-vous déjà participé à des actions collectives d'éco-conception pour faciliter l'accès à cette démarche aux petites structures ?

S. Arigoni : Généralement, ce sont des grands groupes, des donneurs d'ordres, qui sont engagés dans l'éco-conception, essentiellement dans le domaine de l'aéronautique. Mais on remarque également que les PME veulent s'engager suite aux contraintes réglementaires et aux pressions de leurs clients. Il ya une véritable volonté de la part de ces petites entreprises d'améliorer les caractéristiques des produits (résistance, durée de vie du produit etc.)

Rescoll a participé à une action collective REACH, et suit actuellement une action collective éco-conception destinée aux PME basées en Aquitaine. Il existe d'autres dispositifs similaires qui peuvent mis en place sur d'autres régions. Cela consiste en un accompagnement technique, à une réalisation d'une partie de l'analyse de cycle de vie et par des propositions de reformulation du produit ou du mélange. Les actions collectives peuvent provenir des CRCI, des ADEMES et éventuellement de l'Europe suivant le type de projet.

6. **T. Mahias** : Qu'a-t-il été mis en place pour sensibiliser tous les acteurs concernés par REACH ?

S. Auguste : Le helpdesk est une assistance gratuite prise en charge par le MEEDDM. Il sillonne la France sur demande, pour intervenir auprès des entreprises ou des CCI, traduit les documents en français et les résume. En ce qui concerne les SIEF, le helpdesk a compilé sur Internet les questions / réponses récurrentes. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter : Reach-info.fr

7. **Marie Laure Hie** : Aujourd'hui le calcul pour la présence de substances SVHC à plus de 0.1% se fait sur la globalité de l'article, il semble que certains Etats ont demandé que ce calcul soit fait sur chaque partie de l'article, et forcément le ratio des 0.1 % risque de changer la donne ; Avez-vous davantage d'informations sur ce point ?

S. Auguste : Effectivement, un désaccord existe entre 6 Etats membres sur la détermination des 0.1% d'une SVHC dans un article. Le problème est qu'il faut déjà définir ce qu'est la partie de l'article. C'est pourquoi actuellement sur le site de l'ECHA nous revoyons le guide qui mentionne la notion d'article dans le règlement REACH. A l'heure actuelle on ne parle pas de la détermination des 0.1%. C'est en cours de réflexion, dans les autorités compétentes des Etats membres.

8. **T. Mahias** : Nous avons souligné que l'éco-conception était source d'innovation, facteur de cohésion, procure des avantages concurrentiels, permet d'anticiper la réglementation et est aussi une demande des consommateurs. Qu'en est-il de la maîtrise des coûts et du retour sur investissement ?

M.L Hie : Certains projets d'éco-conception ont permis de faire des économies financières en réduisant la matière, le poids, le volume... Il serait intéressant de faire le calcul au bilan pour connaître les bénéfices réels. Par ailleurs, des économies indirectes sont faites car la contribution à l'éco-emballage est moins chère lorsque le volume est réduit. De même en termes de transport.

X. Bricout : Le crédit impôt recherche existe et favorise le développement de nouveaux produits. Prenons l'exemple des produits de marquage avec coquilles d'huitre. En 2008, 10% de nos gammes de produits à base de coquilles d'huitres étaient vendus contre 90% à base de pétrole. L'année suivante nous avons pu constater l'inverse : 90% de coquilles d'huitres et 10% de base pétrolier ont été vendus. Nous bénéficions d'une subvention de l'ADEME sur nos machines de produits de marquage. Le coût initial qui peut être un frein au départ car vous savez combien cela va vous coûter mais il est difficile de connaître le retour sur investissement.

9. **T. Rimbon** : Vous avez dit que la relation avec les producteurs avait été modifiée suite à la réglementation REACH et qu'il y avait besoin d'échanger les informations. Pouvez-vous nous en dire plus sur ce changement ?

X. Bricout : REACH a permis de rationaliser les fournisseurs et de sélectionner les plus moteurs. Certains gros fournisseurs ont compris dès le début l'intérêt de s'associer à notre

démarche d'éco-conception. Il y a eu un effet propagateur. Il faut également sensibiliser et éduquer les fournisseurs.

M.L Hie : Vous pouvez avoir le cas d'un fournisseur qui produit uniquement une substance pour votre entreprise, et qui est donc lié à celle-ci. Il faut parfois prendre en charge les études pour accompagner les fournisseurs à produire autrement. LVMH a des critères de sélection pour les fournisseurs (politique environnementale, SME, etc). REACH laisse peu de choix, soit vous changez de fournisseur soit vous réfléchissez avec lui pour changer la relation commerciale et pour rester en conformité avec les exigences réglementaires.

H. Labat : Appui l'idée que lorsque que le demandeur a une réelle volonté de faire changer les choses, quelle que soit la personne qui est en face, c'est possible.

10. Est-ce que vous avez perçu une augmentation de la transversalité à travers REACH ?

M.L Hie : REACH a permis de faire travailler ensemble des personnes qui n'avait pas l'habitude d'échanger. Que ce soit par exemple les juristes, les acheteurs, la qualité... Nous avons tout de suite compris qu'on ne pouvait pas s'occuper de REACH tout seul dans son coin. Il a fallu travailler ensemble, rédiger des courriers et réfléchir à des procédures de suivis. Il y a une transversalité des services qui sont impliqués dans la conception des produits... Par exemple, la société Hennessy a réalisé un flacon éco-conçu pour le Cognac, en faisant collaborer les acteurs du développement et du marketing ... Des idées innovantes en sont sorties comme l'allègement de la bouteille.

X. Bricout : Auparavant, lorsqu'un produit était conçu, la demande venait de la partie commerciale. Il n'y avait pas de suivi et de réflexion en amont. Grâce au concept d'éco-conception différents métiers de l'entreprise sont inclus dès le début de la démarche.

11. Mickael Joguet, Ingénieur juriste EHS : Est-ce que REACH pourrait être un frein à l'éco-conception lorsqu'on sait que la notion de déchets pourrait être introduite dans la fabrication ?

S. Auguste : Il y effectivement une exemption qui a été rajoutée en octobre 2008 à l'annexe 5. Quand vous parlez des substances générées à la fin de l'utilisation d'un produit, qui au départ est un déchet, pour valoriser les substances générées, vous êtes complètement dans REACH. Un [projet sur la valorisation des déchets](#) est en train d'être finalisé et est disponible sur le site de l'ECHA.

12. Comment LVMH communique sur la démarche d'éco-conception ?

M.L Hie : Chaque maison chez LVMH a sa politique de communication sur l'éco-conception. Au niveau corporate, chaque année un rapport sur l'environnement est publié.

Sylvie Bénard, Directrice Environnement LVMH : A ce jour il n'y a pas eu de communication sur le thème de l'éco-conception ; Une recharge a été créée pour un parfum mais aucune communication n'a été faite. C'est un secteur qui vend du rêve et du luxe, la démarche d'éco-conception ne sera pas forcément entendue par les clients. Toutefois une réflexion est en cours.