



Intermediary report - January 2003

**CRITERIA AND IMPULSES FOR CHANGES
TOWARDS A SUSTAINABLE CONSUMPTION:
APPROACH PER SECTOR
CP-17**

ULB – UCL - CRIOC

SPSD II



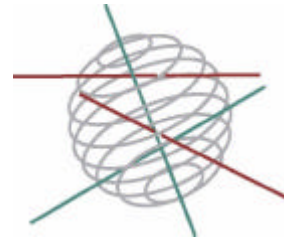
PART 1

SUSTAINABLE PRODUCTION AND CONSUMPTION PATTERNS



This research project is realised within the framework of the Scientific support plan for a sustainable development policy (SPSD II)

Part I “Sustainable production and consumption patterns”



The appendixes to this report are available at :
<http://www.belspo.be> (FEDRA)

Published in 2003 by the
Belgian Public Planning Service Science Policy
Rue de la Science 8 - Wetenschapsstraat
B-1000 Brussels
Belgium
Tel : 32/2/238.34.11 – Fax 32/2/230.59.12
<http://www.belspo.be> (FEDRA)

Contact person :
Mrs Aurore Delis (deli@belspo.be)
Tel : 02/238.37.61

Neither the Belgian Federal Science Policy Office nor any person acting on behalf of the Belgian Federal Science Policy Office is responsible for the use which might be made of the following information.

The authors of each contribution are responsible for the content of their contribution and the translation.
No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without indicating the reference.

**Université Libre de Bruxelles–Institut de Gestion de l’Environnement et d’Aménagement du Territoire
Université Catholique de Louvain–Institut d’Administration et de Gestion
Centre de Recherche et d’Information des Organisations de Consommateurs**

CRITERIA AND IMPULSES FOR CHANGES TOWARDS A SUSTAINABLE CONSUMPTION: APPROACH PER SECTOR

First intermediary report
January 2003

Research carried out on behalf of the Federal Office for Scientific, Technical and Cultural Affairs (OSTC),
Support Plan for Sustainable Development (SPSD)

Vincent Bruyer – Edwin Zaccai (ULB)
Catherine Rousseau – Pascale Recht (CRIOC)
Patricia Delbaere – Marie-Paule Kestemont (UCL)

IGEAT
Centre d'Etudes du Développement
Durable (CEDD)
Université Libre de Bruxelles (ULB)
CP 130/02
50 av. F. Roosevelt 1050 Bruxelles
Tél: 32-2-650 43 32 / 49 24
Fax: 650 43 12
Secrétariat: 32-2-650 43.30 / 43.23
ezaccai@ulb.ac.be
<http://www.ulb.ac.be/igeat/cedd/>

Centre Entreprise-Environnement - IAG
Université Catholique de Louvain (UCL)
Place des Doyens 1
B - 1348 Louvain-la-Neuve
Tel. +32-10-47.84.77
Fax +32-10-47.83.24
kestemont@mark.ucl.ac.be
<http://www.iag.ucl.ac.be/recherches/cese/>

Centre de Recherche et d'Information des
Organisations de Consommateurs (CRIOC)
Rue des Chevaliers 18
1050 Bruxelles
Tél : 02/547.06.89
catherine.rousseau@oivo-crioc.org
<http://www.oivo-crioc.org/>

TABLE OF CONTENTS

1. CRITERIA AND IMPULSES FOR CHANGES TOWARDS A SUSTAINABLE CONSUMPTION: APPROACH PER SECTOR	1
2. INTRODUCTION	1
2.1. Context and summary	1
2.2. Objectives	1
2.3. Expected outcomes	2
3. DETAILED DESCRIPTION OF THE SCIENTIFIC METHODOLOGY	2
4. DETAILED DESCRIPTION OF THE INTERMEDIARY RESULTS, PRELIMINARY CONCLUSIONS AND RECOMMANDATIONS	4
4.1. Introduction	4
4.2. Definition of “sustainable consumption”	4
4.2.1. <i>International institutions</i>	4
4.2.2. <i>The European Union</i>	5
4.2.3. <i>Belgian federal level</i>	6
4.2.4. <i>Proposal of definition</i>	6
4.2.5. <i>Interviews</i>	6
4.3. Instruments of product policy	6
4.3.1. <i>International institutions</i>	7
4.3.2. <i>The European Union level</i>	7
4.3.3. <i>Belgian federal level</i>	9
4.3.4. <i>UE Member States: some examples</i>	9
4.3.5. <i>Face to face interviews</i>	10
4.4. Shift from an environmental media-oriented policy to a product policy	11
4.5. Role of stakeholders and choice of product categories	12
4.5.1. <i>Companies</i>	13
4.5.2. <i>The Role of consumers</i>	15
4.5.3. <i>Consumption attitudes and behaviours regarding sustainable development: qualitative study</i>	16
4.5.4. <i>Choice of product categories to be studied</i>	18
4.6. Preliminary conclusions and recommendations	20
5. FUTURE PROSPECTS AND FUTURE PLANNING	20
6. ANNEXES	21
6.1. References	21
6.2. Publications: Changing unsustainable patterns of consumption and production – Edwin Zaccai	24
6.3. Detailed results	31
Annexe I: Note concerning instruments of policy – Note concernant les instruments politiques (in French)	31
Annexe II: Instruments of product policy: a typology (in English)	53
Annexe III: Environmental strategy determinants for companies (in English)	55
Annexe IV: Interviews (in French)	65
Annexe V: Sustainable development, attitudes and consumption behaviour – Attitudes et comportements de consommation et développement durable (in French)	71

LIST OF ACRONYMS

CEFIC	European Chemical Industry Council
CSD	Commission on Sustainable Development (United Nations)
EEB	European Environmental Bureau
EMAS	Environmental Management and Audit Scheme
EPA	Environmental Protection Agency
EU	European Union
IPP	Integrated Product Policy
LCA	Life Cycle Analysis
NGO	Non Governmental Organisation
OECD	Organisation for Economic Co-operation and Development
SDFP	Sustainable Development Federal Plan (Plan fédéral de développement durable)
OSTC	Federal Office for Scientific, Technical and Cultural Affairs
SFAE	Service Fédéraux des Affaires Environnementales (Federal Services for Environmental Affairs)
SPSD	Support Plan for Sustainable Development
UN	United Nations
UNICE	Union of Industrial and Employers' Confederation of Europe
WBCSD	World Business Council on Sustainable Development

The team of researchers would like to thank Christian Bontinckx for the management and the realisation of the focus groups as well as Grégoire Wallenborn for his comments about the report.

1. CRITERIA AND IMPULSES FOR CHANGES TOWARDS A SUSTAINABLE CONSUMPTION: APPROACH PER SECTOR

2. INTRODUCTION

2.1. CONTEXT AND SUMMARY

Since the beginning of the nineties, product policy has been an increasingly important field in environmental policies within European Member States. Some countries (for instance Sweden, the Netherlands, Denmark) already have a history regarding this issue whereas other European countries have not yet developed this kind of approach; an approach that considers a product all along its lifecycle, "from cradle to grave". However, this approach is based on environmental considerations whereas social ones are generally put aside. In this perspective, product policies are environmental policies, not sustainable development policies.

At the European Union level, the Commission published in 2001 a *Green paper on Integrated Product Policy* (IPP) whereas in Belgium in 2002, a *product policy plan* was elaborated whose achievement is an obligation of the *Federal Plan for Sustainable Development*. Within these international and national contexts, OSTC is financing a cluster of researches based on "Sustainable production and consumption patterns", two sub-clusters of which are respectively called "Producers' behaviour and production process" and "Consumers' behaviour". The research presented here, *Criteria and impulses for changes towards a sustainable consumption: approach per sector* is part of both these sub-clusters.

Policy approaches related to products often point out the importance of stakeholders, producers and consumers as levers for changes in consumption patterns, the final objective being a reduction of the impact of products on the environment. Based on a triple joint approach, the intermediary results presented here pose the question of the efficiency of such approaches, greatly dependent on consumers. Quantitative results related to companies (via the *International Business Environmental Barometer*) and qualitative results (via face to face interviews with several key players from public authorities, NGOs, trade unions and federations of enterprises as well as focus groups where participants were "lambda" consumers) have shown us that consumers are not really aware of possibilities of action in the field of sustainable consumption. This observation is reflected by results coming from the International Barometer where one can notice that companies do not consider consumers or organisations of consumers as important sources of pressure when considering environmental issues: they do not represent an important lever for companies to change their strategy into a more environmental friendly way. Results produced by face to face interviews point out a not surprising element: on the one hand trade unions and NGOs request more involvement from public authorities about sustainable development and consumption issues as well as the application of compulsory political instruments oriented towards the production side of the market. On the other hand, federations of enterprises ask for a not too much interventionist State: public authorities have to set up the goals to be reached (in consultation with companies) but enterprises must have the freedom of choosing the means to achieve these objectives.

Eventually, based on these sources, as well as on a study of the literature, the research team proposes a set of five product categories to be more deeply analysed during the second year of the research project: paper, jeans, electrical appliances, textile detergents, mural household paints. During the second year of the research, an in-depth analysis of these product categories will be carried out in order to select eventually only two product categories for which proposals of changes concerning consumption patterns will be presented to key players.

2.2. OBJECTIVES

General objectives of this research programme are a better understanding of the way different stakeholders intervene within the context of a sustainable consumption policy, and more precisely within the context of product policy. The determination of more "favourable" product categories will also take place in the context of this research and propositions of change will be tested among stakeholders¹ related to these product categories. More precisely, the concrete objectives are the following ones: (i) trying to have a better understanding of stakeholders' logics of changes and resistance when considering these objectives; (ii) the determination of product categories in Belgium for which the joint role of stakeholders would permit the realisation of changes; (iii) for two product categories, to manage to make concrete proposals of change.

The research presented here, *Criteria and impulses for changes towards a sustainable consumption: approach per sector* had to fulfil the following steps at the end of the year 2002:

¹ « Stakeholders » refers in this paper to Environmental and North-South NGOs, consumers' organisations, public authorities, trade unions and companies.

- phase A: identification of the stakeholders' factors of change and resistance and choice of the pertinent sectors. The main objectives to be reached are the following ones: definition of the sustainable consumption notion; seeking of criteria to be met by a sustainable consumption; choice of pertinent sectors which will be the object of an in-depth study during phase B. To reach these different goals, phase A is mainly focused on contacts with persons acting in the field of sustainable development, i.e. environmental NGOs, North-South NGOs, consumers organisations, trade unions, federations of enterprises, public authorities. The consumers as individuals are not forgotten: four focus groups took place during phase A trying to pinpoint the perceptions of these consumers regarding sustainable development and consumption patterns as well as the different product categories they judged to be priorities in the field of sustainable consumption policies. For the player "enterprises", an in-depth analysis of the results of the *International Business Environmental Barometer* has also been carried out;

- phase B: sector-based approaches. Phase B is currently under research: five product categories are studied (jeans, paper, electrical household appliances, mural household paints, textile detergents). The main goal of this phase is trying to identify numerous possibilities of changes in the way these products are consumed.

2.3. EXPECTED OUTCOMES

During phase C, two product categories among the five pre-selected product categories will be studied more deeply and a workshop composed of stakeholders concerned by the given product category will be set up. During these workshops, results will be presented and discussed as well as proposals of measures. The three teams of researchers (French-speaking Free University of Brussels –ULB-, French-speaking Catholic University of Louvain –UCL-, Information and Research Centre for Consumers' Organisations –CRIOC-) will try to identify concrete ways of changes that will be proposed according to a studied strategy with the aim to gain a maximum of chances regarding these changes, or at least to grasp precisely the obstacles regarding these proposed changes.

Outcomes of the research will be: (i) precise and useful data regarding the situation of different product categories and their key players when considering expected policies within the field of Belgian sustainable consumption; (ii) a list of political instruments regarding these policies; (iii) the formulation of recommendations to political, economic and social players in order to adopt convergent and efficient measures of changes; (iv) when considering sensitization of consumers, the research will supply interesting data which should be useful for the elaboration of campaigns.

3. DETAILED DESCRIPTION OF THE SCIENTIFIC METHODOLOGY

The methodology developed during this research is based on a five elements joint approach: (i) bibliographical analysis; (ii) interviews with stakeholders representatives; (iii) focus groups composed by "lambda" consumers; (iv) analysis of results coming from the *International Business Environmental Barometer*; (v) determination of criteria that have to be taken into account for the selection of product categories and selection of these product categories.

The **bibliographical analysis** step (which is in fact running through all the duration of the research) aims identifying the history and the context of product policy in Europe, the instruments of sustainable development and product policy, and the reasons and consequences of the shift from an environmental media oriented approach towards a product oriented approach. Consumers' behaviour is also a point of this bibliographical analysis, and more precisely the place of the consumer and its role regarding the entire life cycle of a given product.

Several **interviews** (about 20, see annexe 4 for more details) have been done during this first year of the research. Interviewees were representatives of the following stakeholders: public authorities, federations of companies, trade unions, environmental NGOs, North-South NGOs, Consumers organisations. The objective of these interviews was: (i) to try to identify their representation and understanding of sustainable development, sustainable consumption, product policy and environmental policy, instruments of policy, (ii) to try to identify the sectors that must (according to these representatives) have priority regarding the development of a product policy in Belgium.

Consumers as individuals were not forgotten. In order to take into account their practices and strategies of purchasing as well as the motives underlying their choices, four **focus groups** took place between June and October 2002 each of which was composed of 8 to 10 people coming from different social and economical horizons. Nevertheless, in order to avoid a slowing down of the group dynamics, the people chosen were all more or less concerned with environmental issues. The focus groups were managed by a social psychologist.

Companies, as well as consumers, are key players in product policies. That is the main reason why an analysis of the results coming from the *International Business Environmental Barometer* is necessary (see annexe 3). The goal of this barometer is the identification of determinant factors regarding

environmental actions undertaken (or not) by companies. One member of our research network leads the *barometer* for Belgium.

On the basis of all the elements from these sources and the researchers' professional experience, we have set up a list of **criteria** to be taken into account for the selection of product categories that will be studied during the second year of the research. This is how five product categories have been selected (jeans, paper, electrical household appliances, textile detergents, household mural paints).

The screening leading to the selection of product categories is based on the crossing of the following criteria:

1. Impacts : it seems obvious that a particular effort has to be made for product categories generating important impacts when considering objectives of sustainability, environmental as well as social impacts;
2. priority when considering plans and legislations: measures decided in the frame of public authorities programmes and aiming at a minimisation of impacts of product categories have to be taken into account;
3. expressed interest of consumers, companies and other stakeholders: whereas growing public awareness, strategies, initiatives exist and are related to some product categories when considering the actions undertaken (or declared to be undertaken) by stakeholders (including companies), these impulses may play a favourable role;
4. information campaigns: more precisely, we are taking into account information campaigns recently undertaken and related to product categories;
5. possibility of substitution: in the field of consumption, some needs or wishes can be switched quite easily to more sustainable substitutes. This allows to gain changes, above all from consumers' point of view, which is one of the approaches that we privilege in this research;
6. kind of use: consumers choose products according to criteria that partly vary with the kind of use of these products. Some products may be, for example, more functional (detergents) and other may include a "distinguishing" component (clothes for instance); they also may have a long life span or be replaced regularly. Since campaigns focused on products have to take into account their specificities, it may be interesting to vary the types of products in order to adopt a comparative approach;
7. synergy with other research projects: more contextualised, this latter point allows us to include our choices among other recent studies in connection with these issues.

Product categories related to energy, transport and food have not been taken into account in this research, even if these categories were frequently quoted during interviews or focus groups and even if they have important environmental impacts. In accordance with OSTC, the reason is that these products are part of specific fields of research studied under other OSTC programmes related to SPSDII.

Concerning services, we are aware that they are an important source of impact on the environment. "Dematerialisation" (i.e., shift from product use to service use) is also a possible way for reducing possibilities of pollution (at least it is a presupposition). For these reasons among others, services should be studied; unfortunately this seems quite impossible in the frame of our research when considering methodological aspects: "services" are a field so different from "products" that the comparability between both themes appears almost impossible in a two year research such as this one. Besides, the European IPP does not focus on services, even if the Green Paper argues that services may play an important role via dematerialisation.

At the origin, the study presented here was due to adopt an approach based on economic sectors; however we have finally decided to work on a different basis: product categories (to be understood as products put into the market and fulfilling an equal function). This shift from an approach based on sectors to a product categories approach is due to the following reasons: (i) a same economic sector may encompass numerous different products; (ii) as these products may respond to various logics of purchasing patterns they are very difficult to analyse on a homogeneous basis; (iii) nowadays, policy is rather based on product categories than on economic sectors; (iv) as one and the same product may be present in numerous economic sectors, it is potentially possible, through a product based approach, to reach a larger amount of stakeholders; (v) the approach based on products seems better adapted to the integration of consumers within the field of this study and has more operational possibilities; (vi) other research projects wherein members of our research network are involved are also focused on products, which permits to deepen the coherence between these different researches.

This approach, mainly based on stakeholders' expectations and representations, is in accordance with the European Green Paper on Integrated Product Policy where one can read that "[products will be] selected on the basis of discussions with stakeholders because of their importance and their scope for improvement" (EC., 2001b: 5). Nevertheless, in a later stage our study will look into the pertinence of this hypothesis.

4. DETAILED DESCRIPTION OF THE INTERMEDIARY RESULTS, PRELIMINARY CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

4.1. INTRODUCTION

In a research such as this one, many types of questions may be relevant regarding the implementation of a product policy. We suggest the following ones:

- A. how is sustainable consumption defined ? (section 4.2.)
- B. which instruments of policy may be better suited for this type of policy ? (section 4.3.)
- C. what are the justifications of the recent orientations that have been chosen to implement a sustainable consumption policy when compared to more usual environmental policies, which are more process oriented ? (section 4.4.)
- D. how could one determine goals for such a policy; particularly, how one could determine sectors that should have priority ? (section 4.5.)

The research presented here tackles these questions using two main joint approaches: on the one hand, bibliographical studies, on the other hand, information collected directly from companies² (and federations of enterprises³) and other stakeholders. In particular, we are seeking to combine these information and approaches with the aim to help us to select some product categories which should have policy priority (according to these sources) in a first step; in a second step, based on these elements, we are going to study objectives and instruments that should be suited to these product categories when considering Belgian context.

Definition of sustainable consumption (section 4.2.) and instruments of product policy (section 4.3.) will be presented from a top-down institutional approach: from the international institutional level to the Belgian institutional level. Results from face to face interviews regarding these issues will be presented at the end of each of those sections. The following section (4.3.) will present the main justifications of the shift from an environmental media-oriented policy to an environmental product policy approach as well as some considerations concerning the role of life cycle assessments. Observations from face to face interviews concerning this issue will be incorporated in section 4.3. Section 4.4. will be focused on the role of companies and consumers regarding the determination of product categories that should receive priority. Results coming from face to face interviews, from focus groups and from the International Environmental Barometer will be presented there as well as general considerations. Then, our choice of criteria for the determination of our further case studies will be explained.

4.2. DEFINITION OF “SUSTAINABLE CONSUMPTION”

4.2.1. International institutions

Agenda 21's chapter 4 (*Changing consumption patterns*) explains that non-viable production and consumption patterns are the main cause of the continuous degradation of the environment and that this scheme worsens poverty and imbalance (4.3.) between rich and poor countries. That's why the examination of the role and the impact of consumption and production patterns as well as unsustainable lifestyles should get a high priority level (4.13). A comparison between Agenda 21 and the Plan of Implementation decided at the Johannesburg Summit in 2002 may lead to three remarks: (i) *“compared to Agenda 21, the items of protecting sectors of the environment, joined with new topics (...) are all together reduced to a much smaller place (...); (ii) the topics of consumption and production have gained wording importance, promoted to a chapter of the same statute as the one on natural resources; (iii) while the approach of Chapter III (“Changing unsustainable patterns of consumption and production”) stays quite homogeneous for the whole world (...) there are new chapters, not at all present as such in the Agenda 21, devoted to regional approaches”* (Zaccaï, 2002b).

In 1994 at the Oslo Ministerial Roundtable, the most commonly accepted definition of sustainable consumption was established as: *“the use of goods and services that respond to basic needs and bring a better quality of life, while minimising the use of natural resources, toxic materials and emissions of waste and pollutants over the life cycle, so as not to jeopardise the needs of future generations”* (quoted in Barber, 2002). As one can observe, the focus is mainly on environmental issues, even if “basic needs” and “better quality of life” are quoted.

On the other side, *“sustainable production concerns the supply side, focusing on the economic, social and environmental impact of production processes, while sustainable consumption addresses the demand*

² Thanks to the results coming from the *Barometer*.

³ Thanks to information gathered during the interviews.

side, focusing on consumers' choices of goods and services, such as food, shelter, clothing, mobility and leisure, to fulfil basic needs and improve the quality of life" (UN, 1998, quoted in OECD, 2002a: 11). When we compare both these definitions, one can observe that the second one is more focused on the three traditional pillars of sustainable development whereas the definition of sustainable consumption sounds more "ecological": it sounds as if consumers may only have little impact, when purchasing products, on social conditions of people having produced the purchased goods.

4.2.2. The European Union

From a European perspective, during the nineties, most of the initiatives aiming at a product-oriented environmental policy began to be developed in northern European countries: in 1993, foundation of the Swedish "Eco-cycle" Commission⁴; in 1994, publication of the "Policy document on products and the environment" by the Dutch Ministry of Housing, Spatial Planning and the Environment (VROM); in 1996, the Finnish Ministry of Trade and Industry published a discussion paper on "Production, products and consumption patterns in sustainable development" and the same year the Danish EPA published the discussion paper "Intensified product-oriented environmental initiative"; in 1997, foundation of a Nordic IPP group (consisting of representatives from Denmark, Norway, Sweden, Finland and Iceland); in 1998, adoption by the Belgian Federal State of the new law on "Product standards aiming at the promotion of sustainable production and consumption patterns to protect health and environment"; in 2000 communication of the Government of Sweden about "A strategy for environmentally sound product policy"⁵. According to Ernst & Young (2000), "*leading member states were those which had articulated a product policy strategy in a policy document (...) One point of particular note is the tendency to involve a range of stakeholders in the policy development process, through information networks or sector-driven consultation bodies*" (p. 11).

After the studies carried out by Ernst & Young and SPRU in 1998 and 2000⁶, the European Commission published its *Green Paper on Integrated Product Policy* in 2001 where it is argued that the challenge is "*to aim at a new growth paradigm and a higher quality of life through wealth creation and competitiveness on the basis of greener products*" (EC., 2001b: 3). And the Commission specifies that "*the challenges of making product more environmentally friendly have to be taken up first and foremost by businesses and consumers*" (EC., 2001b: 3). This *Integrated Product Policy (IPP)* addresses above all the whole lifecycle of products. So one has to take into account the products' environmentally friendly design, the consumer's choice and the polluter pays principle in the products prices. "*In principle, all products and services are included in the scope of this policy which is aimed at achieving an overall improvement of the environmental impacts of products. In practice, actions might address all or only certain products, selected*

⁴ In 1997 the Commission published its strategy document which suggests a national strategy for eco-cyclic adaptation. "*Targets are specified on short term basis (3-5 years), intermediate term basis (10-15 years) and long term basis (25-50 years). The long term targets aim for a factor 10 dematerialisation of the goods produced, use of renewable energy and non toxic materials. (...) The eco-cycle commission specifically points out producers as having a main responsibility for product changes and changes of material usage patterns, although they also note that it is important that consumers demand environmentally benign products*" (Magnusson, 2001 : 6).

⁵ In this document one can read that "*Increasing attention is therefore being paid to lifestyles, consumption patterns, the organization and planning of society and international cooperation. Ecological sustainable development is only possible if we apply an integrated approach and if all sectors of society (...) are involved in the solution*" (p. 5); "*An integrated product policy could also help Europe to gain competitive edge as a result of integrating environmental concerns. If clear, uniform guidelines and principle were in place, an integrated product policy would stimulate trade and improve the competitive position of European industry. It could therefore help to avoid conflicts between environmental policy and single market policy*" (p. 6). It is important to notice the argumentation based on the possibility of a reduction of conflicts between environmental concerns and the way the market functions and a possible gain in competitiveness for industry. The text also points out the importance of all stakeholders involved in product policy, i.e. everyone, and the flux of information required for ecological choices to be made by these players. The text notices also the importance of the insurance and bank sectors as financial resources providers: they have the possibility to take into account ecological performance of the industrial sectors. Concerning consumers: "*The first condition for environmentally appropriate behaviour on the part of consumers is that there must be environmentally acceptable alternatives on the market. The second condition is that they must have access to easily understandable, accurate and relevant information. 'Relevant information' in this context means information about the method of production, the product's content and use and how it should be disposed of at the end of its life*" (pp. 42-43).

⁶ European Commission DGXI, *Integrated product policy*, a study analysing national and international developments with regard to Integrated Product Policy in the environment field and providing elements for an EC policy in this area, March 1998, Ernst & Young and SPRU; European Commission, DG Environment, *Developing the foundation for Integrated Product Policy in the EU*, Report by Ernst & Young, 23 June 2000. Concerning the study published in 1998, the authors have identified five core packages of policies ('*building blocks*') : (i) measures aimed at reducing and managing wastes generated by the consumption of products; (ii) measures targeted at the innovation of more environmentally-sound products; (iii) measures to create markets for more environmentally-sound products; (iv) measures for transmitting information up and down the product chain; (v) measures which allocate responsibility for managing the environmental burdens of product systems. "*Each building block is a cluster of policies which share a common objective*" and "*taken together these specific measures organised within building blocks would form an Integrated Product Policy*".

on the basis of discussions with stakeholders because of their importance and their scope for improvement” (EC., 2001b: 5). At the European Union level, IPP (Integrated Product Policy) is defined as a tool: an approach aiming at lowering the impact of the life cycle of products on the environment. IPP is defined as a general frame which allows Member States, local authorities, companies and NGOs to develop their ideas and to spread every positive experience when considering ecologically-sound products on the one hand; on the other hand, as a lever to be exploited in the frame of punctual communitarian initiatives when they offer some interesting perspectives.

4.2.3. Belgian federal level

At the Belgian federal level, the *Product Plan* is defined as an *integrated* (intégrée) approach even if the aim is a *complete* (intégrale) approach: the integrated approach is mainly focused on environmental issues while a complete approach takes into consideration social aspects (in a broad sense: North-South aspects and national aspects) as well.

European and Belgian IPP are mainly defined as instruments, or even as frames for the development of instruments of policy aiming at a reduction of the impact of products on the environment. Little concern about social aspects is present in such political frames, that is the reason why we propose a broader definition of sustainable consumption (based on our experience and the information gathered during the interviews and the focus groups) which takes into account all aspects of sustainable development.

4.2.4. Proposal of definition

Sustainable consumption may be defined as a form of consumption which takes into account not only intrinsic characteristics of a consumed product, but also the ways it is manufactured and used (and eliminated) understood in a broad sense: environmental and social aspects or even political ones. So, a *sustainable* consumption takes into account environmental criteria (minimisation of the environmental impacts of the consumed product all along its life cycle) as well as fairness ones (the social conditions of the people who have taken part in the manufacturing of the considered product). In this way, sustainable consumption is the reflect of a broadening of the concept of a product's *quality*: not only its intrinsic characteristics as a manufactured product have to be taken into account, but also the early stages of the product's manufacturing (the process production) and its end-of-life stage (elimination/recuperation/re-use/recycling). The notion of product then tends to be extended to the whole life cycle of the considered product; in this way a sustainable consumption is the witness of an integration of the three pillars of sustainable development in the notion of product itself considered in its entirety. But quantitative aspects have also to be taken into consideration: sustainable consumption is a consumption that satisfies basic needs of people.

4.2.5. Interviews

The main information we get from the interviews is the following: sustainable consumption has a future *if* continuous support by public authorities exists. But when actors from the federations of enterprises and from the public authorities believe that the effort has to be put mainly on the consumer (without neglecting the production sectors), NGOs mainly have an opposite opinion: the effort has to be mainly axed on producers and process production, still without neglecting the consumers' role. The NGOs also zero in on the importance of the role of the public authorities in these issues; nevertheless, for other players, the progression of sustainable consumption is quite slow in Belgium due to the “political hesitancy” in these issues (“lack of coherence and of convergence between the several policies and problems of power repartition between the several political levels”).

4.3. INSTRUMENTS OF PRODUCT POLICY

Oosterhuis and al. have elaborated a very complete typology of policy instruments related to products policy⁷. The typology developed by the authors is based on the public authorities' level of intervention: a “high” position in this list of eight categories of instruments indicates a greater intervention of public authorities than a “low” position (pp. 74-79). These categories are the following ones: (i) direct regulatory instruments; (ii) economic instruments; (iii) compulsory information instruments; (iv) voluntary information instruments; (v) voluntary agreements; (vi) consumer policy; (vii) new institutional arrangements; (viii) new forms of co-operation (for a complete description of these categories and their subdivisions, see annexe 2). Less developed typologies of instruments of policy are presented in the following paragraphs, respectively the international institutional level (UN and OECD), the European Union level as well as some examples

⁷ Oosterhuis F., Rubik F., Scholl G. (1996), *Product policy in Europe : new environmental perspectives*, Kluwer Academic Publishers, coll. Environment & Policy, Dordrecht/Boston/London.

from Member States and the Belgian federal level. Then the opinions expressed by stakeholders met during interviews are presented.

4.3.1. International institutions

In a simplified manner, international institutions such as UN and OECD distinguish three kinds of political instruments which can act in the way of a sustainable development: (i) direct regulatory instruments (*command and control*) concern all the juridically constraining tools such as laws, standards and other obligations; (ii) economic instruments concern fiscal and price policy, sector agreements, markets creation, and so on; (iii) information and socio-cultural instruments which are above all communication tools turned towards targeted players. This partition into three types of political instruments is also adopted in the product plan draft project elaborated by the SFAE⁸.

These institutions agree that the conjunction of these three kinds of instruments is the most efficient regarding the effects produced on the modification of the players' actions; they nevertheless insist on the advantages of economic instruments compared to direct regulatory instruments. For example:

- regulations are difficult and expensive to implement and they do not always produce satisfactory results;
- charges, taxes, tradable permits offer at the same time an opportunity of static efficiency (by minimizing the global costs of pollution reduction) and an opportunity of dynamic efficiency (by a permanent incitation to a lowering of the pollution and to innovation);
- economic instruments offer a stronger flexibility because they are based on the price mechanism (polluters are free to choose the best combination of possible actions);
- these economic instruments may be a source of public income;
- these instruments permit the integration of environmental and economic goals by the intervention of the price mechanism (OECD, 2001: 146).

Despite the support in principle that economic instruments gather for decays, one has to observe that these instruments designed for the correction of environmental impacts are quite rarely put into practice. Though, according to a 1997 report from OECD, "*proofs of their [the economic instruments] performances and effects are still quite limited*"⁹. Freezes often appear when considering categories for which a short term increase in prices is badly perceived. Consequently, these freezes contribute to curb the application of economic instruments.

In other respects, despite the fact that an economic calculation of efficiency of these instruments, as realised by OECD, seems to be unfavourable to regulations when compared to economic instruments (among others because the aims and the implementation costs are not optimal when considering the situations), one has to observe that regulations are still preponderant for public policies as well as when considering the stakeholders' perception of their effects.

Ecoefficiency has received consistent priority by governments and UN agencies (Barber, 2002). The president of WBCSD¹⁰ defines ecoefficiency as "*the deliver of competitively priced goods and services that satisfy human needs and bring quality of life while progressively reducing the ecological impact and resource intensity throughout the life cycle to a level at least in line with the Earth's carrying capacity*" (Barber, 2002). However, one has to notice that improvements in ecoefficiency are offset by a rise on the demand side. OECD's focus on a reduction in natural resource use through economic instruments is criticized by Friends of the Earth: "*One of the reasons why the OECD and CSD have given less attention to sustainable consumption policy is the 'huge risk' that 'what is ecologically necessary will not be politically feasible'. The message that 'we must use far fewer natural resources and must pay more' is clearly an unwelcome message to public and politicians alike. Yet the problem and challenge remain of how to effectively balance sustainable production policies with politically feasible sustainable production policies that are not seen as an attack on people's living standards*" (Barber, 2002). This is a reason why civil society organisations call for a deeper integration of the concept of *sufficiency* in environmental policies, i.e. a reduction in the total consumption volume (Barber, 2002), not only a reduction of the pollution when considering the life cycle of a product.

4.3.2. The European Union level

At the European level, since 1972 the environment has received the basis for a coherent policy. Since then, six *Environmental action programmes* and a more and more important legislative arsenal have been developed, which deepen the EU implication in the environmental policy. However, EU's main goal is the realisation of a great market where products, services, people and capital are free to circulate without

⁸ Services Fédéraux des Affaires Environnementales (Federal Services for Environmental Affairs).

⁹ OCDE, *Evaluer les instruments économiques*, quoted in ZACCAÏ (2002a), p. 263.

¹⁰ World Business Council on Sustainable Development

barriers, i.e. a certain unification of regulations has to be achieved. In this context, instruments of policy directly addressed at product categories might be considered as instruments of restriction against free circulation of products. But European regulations suffer some exceptions to be exploited when considering environmental issues (e.g. art. 95: Member States are allowed to strengthen their national standards if they are based on new scientific data related to environment/working environment; if they are related to specific issues within the member state; if the member state informs and motivates its action) (Lavrysen, 2002).

Regarding the strategy of implementation of IPP, the Commission focuses mainly on the internalisation of negative externalities for the environment, which is quite close from the opinion of UN and OECD, so *“the most powerful instrument to transform the market in favour of more environmentally friendly products and services is to correct these market failures according to the polluter pays principle by ensuring that the true environmental cost during the life cycle of products is integrated into the product price”* (CE., 2001b: 10). And the Commission also insists on the role of public procurement (CE., 2001b: 15).

Among incentive instruments, the European Commission distinguishes between (i) generation of product information: to inform consumers, to carry out life cycle inventories; (ii) eco-design of products that should be based on the optimisation of the service provided by the product, conservation of resources, reduction of waste, reduction of pollution, reduction of hazards and risks; (iii) standardisation and the “new approach” which is a total harmonisation measure that defines essential binding requirements negotiated between economic stakeholders and standardisation committees; (iv) product panels aimed at launching a debate between stakeholders (economic operators and consumers) (CE., 2001b: 17-23)¹¹.

The response of the European Environmental Bureau (EEB)¹² to this green paper is quite harsh: *“the EEB strongly feels that the Green Paper fails to address the key challenges of ecological product policy. The IPP plans of the Commission risk to adopt a “business as usual” policy. The EEB asks for more commitment and political steer by setting ambitious targets, getting the prices right, better legislation and a strong enforcement”* (EEB, 2001: 4). More precisely, here are two key elements pinpointed by the EEB: *“the Green Paper fails to tell exactly which environmental objectives IPP should achieve”* (p. 4), that’s why a suggestion made by the EEB is a policy aimed at increasing market shares for innovative products and *“a policy to formulate mandatory minimum performance conditions for the worst performing products”* (p. 5); and *“the EEB suggests a proactive Commission fighting for the public good and not one that throws the responsibility for the design of IPP into a poorly guided and unbalanced multi-stakeholders dialogue in which industry can easily marginalise environmental concerns”* (p. 5).

On the other hand, UNICE¹³ has another opinion: *“effective voluntary environmental initiatives of business and industry should play a key role”, “IPP should work with the market and not against it” and “free-choice of well-informed consumers and commercial costumers as key objective for IPP”* (Kleibeuker, 2001). This opinion is shared by CEFIC¹⁴: *“IPP will deliver if it facilitates rather than regulates; if it sets objectives, not the means to achieve them; if it works with existing market forces”* (Busson).

So, one might say that environmental NGOs ask for a greater implication of public authorities in the framework of IPP whereas enterprises demand effective *voluntary* initiatives coming from business. This opposition between enterprise representatives and NGO representatives has also been observed during the interviews made all along our research (see below for more details): on the one side civil society representatives ask for more public authorities intervention, on the other side, enterprise representatives ask for voluntary approaches in the logics of the market where government has to act as an organiser. Or, following Rubik (2002), *“IPP seems to be part of the (very general) debate on deregulation versus new environmental policy paradigm. Whereas business fights for deregulation and uses IPP as one exemplary field, environmental NGOs are still in favour of more regulatory approaches”* (p. 15).

¹¹ It is worth noting that, for example, in Denmark four product panels exist (some of them since 1998) and are related to four product categories: textiles, electronics, goods transportation and building and construction. The conditions for these panels are as follows: (i) the objective is to promote a dialog for increase of production and purchase of green products; (ii) they are composed by representatives from producers, professional purchasers, consumers and NGOs; (iii) the chairman of a given product panel is an industry front-runner; (iv) the secretariat is financed by public authorities; (v) a public financing is available for some of the initiatives (Kristensen, 2001). *“In Denmark, the decision to convene the (...) specific product panels chosen was governed by a mix of practical, economic and environmental factors, namely the relative profusion of documents, the volumes of production and demand, and the relevance to environmental priority areas”* (Ernst & Young, 2000: 14).

¹² *EEB Response to the Commission Green Paper on Integrated Product Policy*, Brussels, April 2001, EEB Document n° 2001/008. The EEB is a federation of 135 citizens’ environmental organisations based in all EU Member States and most Accession countries, as well as a few neighbouring countries.

¹³ Union of Industrial and Employers’ Confederation of Europe: is composed of 34 industrial and employers federations from 26 European countries.

¹⁴ CEFIC is the European Chemical Industry Council.

4.3.3. Belgian federal level

Besides the legislative arsenal which is specific to some products or product categories, the two fundamental Belgian federal instruments concerned with products policy are the « product standards law¹⁵ » and the “federal director plan products policy and environment”. We will focus here more specifically on this second instrument (for more information regarding the “product norms laws”, see annexe 1).

The realisation of a *Product policy plan* (PPP) in Belgium is a requirement of the Sustainable Development Federal Plan. The authors of the PPP explain that “products” means corporeal movables and services put on the market, this approach tends to reinforce the trend towards dematerialisation. Are excluded from this definition: medications, food, waste, substances, preparations and biocides which are under the rule of other legislations. By the expression “products categories”, we must understand products having a same use and that can be used in an equivalent way (SFAE, 2002a: 10-11 and SFAE, 2002b: 12).

This policy is aimed to be integrated (*intégrée*) and complete (*intégrale*). “Integrated” because one has to take into account all environmental impacts all along a product life-cycle. “Complete” because one has to take into account all the aspects of sustainable development. The Plan indicates that product policy will put into action all the instruments of the environmental policy which are usually divided in three categories: legal instruments (direct regulation), economic instruments; socio-cultural instruments.

In its chapter 6, the draft-project of the product plan specifies that the identification of products that have priority for product policy has to be based on some goals; one of these is to take into account the sensitivity of the stakeholders (consumers, environmental NGOs, enterprises, trade unions, ...), which is one of the specificities of our research.

4.3.4. UE Member States: some examples

Other European countries have also developed an environmental product policy approach: Sweden, Denmark, Germany, Austria, The Netherlands are known to be the most advanced European countries in this field. Some of these countries are given here as examples (Charter & Belmane, 1999):

- Sweden: economic instruments (introduced since the late 1980s and early 1990s) (Nemry and al., 2002: 211-212); product information (environmental declarations for consumers); Nordic Swan¹⁶ and national eco-labelling scheme¹⁷; green public procurement; “producer responsibility” legislation (cars, electric and electronics equipment, batteries, tyres, packaging, paper) and universal “producer responsibility” is being considered for all manufacturers; investment/funding programmes for green product development; see also footnote 5 concerning the Swedish government’s *strategy for environmentally sound product policy*. According to data coming from The Swedish Consumer Agency, purchase of ecolabelled products and services are on the rise: whereas about 0.7% of total private consumption is composed of the purchasing of ecolabelled products and services in 1995, in 1998 the figures rise up to about 2.2% (Swedish Ministry of the Environment, 2001: 32);

- Denmark: green public purchasing (all government levels required to have green purchasing policies since 1995); Nordic Swan eco-label and national eco-labelling scheme; green products subsidy scheme; product panels (see footnote 10), *Green Accounts Act* adopted in 1995: 1200 Danish enterprises have to publish green accounts, in addition 200 enterprises have decided voluntarily to submit green accounts. “*In a number of individual areas, these efforts have paid off well. Thus the past 5 years have seen a breakthrough for a number of organically produced foods, organic solvent-based paints have largely disappeared from retail outlets, leaded petrol has almost been phased out, the phosphate content of detergents has been reduced considerably, and energy labelling of refrigerators and freezers has increased the sale of more energy-efficient models. These positive results only encompass a few niche areas, however. A broader effect would necessitate a more systematic commitment to a product-oriented environmental policy where all the important actors and barriers are involved and where the levy instrument also plays a part*” (Holten-Andersen and al., 1998: 242);

- The Netherlands: “*in the Netherlands the environmental policy development in general is a consensus based development between all involved actors (...). As long as voluntary initiatives proceed quickly enough no regulation will take place unless the urgency obliges a quick regulation*” (Nemry and al., 2002: 210). Support from government for greener purchasing; national eco-label (established in 1992); discussion about VAT differentiation based on eco-labels; discussion on how to integrate product

¹⁵ More precisely : *Loi relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de production et de consommation durables et la protection de l’environnement et de la santé.*

¹⁶ Norway, Sweden, Finland, Iceland and Denmark participate in the Nordic White Swan eco-labelling programme which covers nearly 50 product categories and 1500 products (in 1999). Criteria are based on life-cycle consideration and the label covers both goods and services (Consumers International, 1999: 13).

¹⁷ The Swedish eco-label (Bra Miljöval) programme covers 17 product categories and 1200 approved products (in 1999). In Sweden, market coverage by eco-labelled laundry detergents (both Swedish eco-label and Nordic Swan) is about 90% and 75% of household cleaning agents in Sweden are eco-labelled (Consumers International, 1999: 16).

environmental management within environmental management systems (POEM: Product Oriented Environmental Management System, “an instrument to integrate product aspects into environmental management systems in companies. POEM should systematically monitor and control the environmental impacts of their products and should be considered as an extension and elaboration of environmental management systems” (Charter & Belmane, 1999), voluntary initiative), consumer information; green procurement; transition management (“the aim is to develop a kind of common future vision for the long term with goals to achieve that create imagination and then let stakeholders to fill in their own agenda” (Nemry and al., 2002: 210));

- Austria: national eco-label¹⁸; green purchasing (in 1998 the Austrian government published a decision recommending the application of environmental criteria in public purchasing – Büchele, 2000); “producer responsibility” legislation on packaging, lead in batteries, CFCs in fridges, mercury in light bulbs.

Taking into account the Swedish and the Danish experiences, one might say that environmental approaches based on products may have an impact when considering the growth of these products on national markets. Nevertheless, except for some given products in some conditions (see for example the case of detergents in Sweden as developed in footnote 16), these products or product categories represent only a very little part of the overall sales on national markets.

Whereas the Dutch approach focuses mainly on the supply side, Denmark and Sweden consider both supply and demand sides. “The emphasis of the Dutch concept is support of product-related activities of business. The main elements of Swedish policy are information transmission within the product chain and environmental targets for the specific actors” (Nemry and al., 2002: 213).

It would be very interesting to try to point out the impacts of these product policies in more advanced European countries by the determination of the possible reduction of the environmental impacts related to specific product categories (which is one of the aims of this research). However, the relationship between these policies and the real impacts is not easy to establish (e.g., a lowering in the level of water pollution in a country where ecolabelled detergents represent a large part of the market of this product category: the relationship between the breakthrough of this product category and the aquatic pollution is not obvious when considering that other aspects have to be taken into account. Environmental indicators are not necessarily the best instrument for this kind of analysis, but other instruments may be used, such as sales volume for example). Thus, the question of the relationship between objectives of a product policy, environmental impacts and measurement of these impacts will be studied in the second part of this research for specific product categories.

4.3.5. Face to face interviews

Schematically two poles stand out when considering the opinions expressed by the different stakeholders we have met regarding direct regulatory instruments and voluntary instruments: on the one hand a pole that might be qualified as « regulatorist », on the other hand a pole that might be qualified as « liberalist ».

The first pole believes that obligations are the best incentive for a modification of people’s behaviour (this position is observed in the facts concerning enterprises as we can see in the results of the *Barometer*, see below). People coming from NGOs, trade unions and consumers’ organisations belong to this pole. Nevertheless, it is important to emphasize that regulation *per se* is not sufficient; it has to be controlled in an independent manner and possibly accompanied by sanctions. When analysing data coming from the Eurobarometer, one may observe that obligations are also perceived by interviewees as the most efficient tool for fighting pollution¹⁹.

The second pole is principally composed of people coming from federations of enterprises. For them, voluntary agreements are essential because they put people in a “win-win” situation and also because they represent an opportunity for dialogue between stakeholders. Direct regulation has to follow these voluntary agreements (instead of the opposite) and must contain “reasonable” goals while proposing possible alternatives. Direct regulatory instruments seem to be better accepted by enterprises when they act upon specific issues.

Interviewees from public authorities can be located at the intersection of these two poles: they emphasize the importance of direct regulation while insisting on the fact that it must not be too inflexible nor state-controlled. Therefore voluntary agreements and partnerships have to be put forward but the role of public authorities remains the setting of targets, the producers having the choice of the means to achieve these goals.

¹⁸ The Austrian eco-label has been created in 1991 and in June 2000, about 390 products were carrying the label. An eco-label for the tourist industry exists as well and in June 2000 about 1000 Austrian tourist businesses had already been awarded it (Büchele, 2000).

¹⁹ For example: 48% of surveyed people think that the best way to fight against pollution lies in the harshening of regulation and 29% believe that the polluter pays principle has to be put into action more efficiently (CE, 1999: 31).

Regarding economic instruments, all interviewees we have met agreed that they are important when focusing on the internalisation of environmentally negative externalities. One representative from an environmental NGO emphasized the fact that it is necessary for the enterprises to develop a green accounting in order to take into consideration not only the financial costs, but also environmental costs and social costs as well (even if they are difficult to quantify). One representative from public authorities emphasized nevertheless the fact that the polluter pays principle poses the question of solidarity between players: some of them are able to pay, so they can pollute; on the other hand, this is not true for other economic players who might encounter a non-viable economic situation.

The importance of information and educational instruments is emphasized by all the interviewees, but at the same time they zero in on the problematic of the proliferation of labels on the market, which can perturb consumers in their choices whereas they over-inform them. Another element we have to take into account when considering labels and information directed to consumers is the unclear understanding of these labels. For example, in 2002 a survey related to sustainable development issues took place in Belgium, the results showed that only 30% of interviewees found understandable the information they receive from media and/or labels when considering the impacts of products on the environment²⁰.

Trade unions and NGOs are very suspicious about instruments which are auto-controlled by producers; they find them dubious and misleading for consumers.

4.4. SHIFT FROM AN ENVIRONMENTAL MEDIA-ORIENTED POLICY TO A PRODUCT POLICY

The first policies about the environment considered it as composed of several media (water, air, ground, biosphere) to which they implemented general measures such as, for example, limitation of quantities of emissions. Of course some measures aimed at certain product categories or certain substances or groups of specific substances existed as well (for example, *“directives on lead content in fuel and crockery, the toxicity of detergents and the composition of paint were included in this [first EAP] programme”* (Barnes & Barnes, 1999: 33)). In time this media-oriented approach became more and more enriched by an approach based on products. But it is quite recently that general product policies came to life (e.g. *Integrated product policy* from the EU or also its translation at the Belgian level: the *Product policy plan*), i.e. approaches that take into consideration the whole life cycle of a product, “from cradle to grave” (these approaches do not replace media-oriented environmental policies but they intend to complement them). As written by Oosterhuis and al., *“environmental policy in the countries of the European Union (and elsewhere) has, at least in some areas and to some extent, been successful in controlling the more traditional sources of pollution, the process-related emissions. One of the largest sources of pollution, the product, has received much less attention. It is now clear that the efficiency of additional process-oriented measures tends to decrease as uncontrolled non-point sources become more important as contributors to pollution”* (Oosterhuis and al., 1996: 33).

According to several life cycle analysis, this assumption seems to be corroborated by the facts, even if it has to be put into perspective: (i) a 2002 Belgian study listed the four following product categories as the more relevant from an environmental point of view when considering their impact: building structure and building occupancy (large amounts of waste are linked to the production and the disposal phases; for building occupancy, all the significant impacts are related to the use phase and essentially in relation to the energy consumption); transport (about 30% of the energy use is due to the production phase; important user of raw material); packaging; electrical appliances; (b) a 2001 German study reported the three following product categories: food; construction/housing; transport; (c) a 2002 Swedish study listed the following product categories: petroleum products; electricity, gas, steam, hot water; building; wholesales and retail trade; property activities; food products and beverages; land transportation (Nemry and al., 2002). Except for the “housing” category, all other categories are non-point sources of pollution. Nevertheless, when considering a product category such as “transport”, one can observe that the production phase is a non negligible one in the total amount of pollution generated during the life cycle of the product.

Disadvantages of media-oriented environmental policies can be summed up as following: (i) pollution shifts from one environmental medium to another one; (ii) the control of the fulfilment of public prescriptions is difficult to achieve and expensive for public authorities; (iii) lack of integrated approach; (iv) media-oriented approaches are principally oriented towards large, clearly localised, sources of pollution, and neglect smaller, mobile or diffuse sources of pollution; (v) the impact of production processes on the depletion of resources is not, or not enough, taken into account; these resources being often localised beyond national jurisdiction, it was not possible to use process related instruments (Oosterhuis and al., 1996: 47-48).

Life cycle analysis is an important tool when considering these two environmental policy approaches (media oriented and product oriented). In fact one has to consider both the process of production and the

²⁰ Bachus K., Bruyer V., Bruyninckx H., De Bruyn T., Gysen J., Wallenborn G., Zaccari E. (2002), *Draagvlakenquête duurzame ontwikkeling – Enquête sur l’existence d’une base sociale au développement durable*, tweede editie – deuxième édition, CFDD-FRDO, Bruxelles

utilisation phase of a product life. For product categories where the production process plays an important part in terms of impact on the environment, media oriented policy must not be forgotten. For product categories which have above all an important impact during their use phase, two main orientations have to be taken into account: a limitation of the impacts coming from this use (for example waste recycling) on the one hand; on the other hand a less polluting product may be chosen (of course alternatives for a same use and at a similar price have to be present on the market). But in both cases, the producers' role remains important (design of the product taking its entire life cycle into account; extended producer responsibility in some cases) as well as the role of suppliers.

However, results coming from LCA have to be put into perspective (Weidema, 2000: 63-64). In fact, several important issues are often disregarded in published LCAs, such as: the market on which a product is traded and the issue related to possible substitution from one product to another; possible changes in the amount of product consumed; possible changes in social behaviour (the way the product is used); consequences of a substitution for the surrounding complementary products; secondary use of a product; and so on. Other limitations of published LCAs can be listed, among others, as follows: the product studied (e.g. more studies deal with packaging than with packaging contents); the life cycle stages (e.g. there is little focus on the distribution and use phases); the applications (e.g. *"the number of studies made for ecolabelling purposes is out of proportion with the environmental importance of this application"*); the environmental impact categories (e.g. toxicity, biodiversity and noise are important issues in the public perception of the environment but they are hardly touched upon by LCA). These are some examples of a lack of concreteness of LCAs, which is quite an important observation when considering that LCAs represent an important tool for environmental policies and the determination of product categories that should get priority within the field of environmental product policies.

The views expressed by the **interviewed** stakeholders are quite various: public authorities interviewees believe that product policy lowers pollution shifts from one environmental media to another one, but they also believe that it is necessary to pursue in the way of process policy because product policies are difficult to put in practice and to control (among other reasons because of the multiplicity of players involved). For those interviewees, however, the eco-design of products is very important, which seems to be quite a paradox regarding their opinion related to the fact of putting pressure mainly on consumers (see above). Interviewees from NGOs believe that media-oriented policies and product policies have to reinforce each other – which is also the view of interviewees coming from enterprises and federation of enterprises-, nevertheless, here too, it is important to think about process production (and beginning by the most upstream point in the life-cycle of products: resource use, extraction of raw materials) instead of manufactured products. At last, concerning interviewees from trade unions, product policy must not hide the fact that numerous possibilities of environmental media-oriented policies are unapplied. They also insist on the fact that it is more difficult to act upon products than upon environmental media.

As to the interviewees' views about the most suitable political level for putting into action product policy, the European level is quoted by NGOs, trade unions and enterprises (which add the world level). The regional level is quoted by (regional) political actors whereas enterprises believe that this level as well as the federal one are better fitted for specific problems or for information diffusion. The federal level is considered by trade unions and by consumers' organisations as an intermediary between the European level and the communal one which is perceived as the place where citizenship and consumption are concretised. On the other hand, interviewees from enterprises believe that the communal level has no role to play except information diffusion.

4.5. ROLE OF STAKEHOLDERS AND CHOICE OF PRODUCT CATEGORIES

The aim of European IPP is *"a new growth paradigm and a higher quality of life through wealth creation and competitiveness on the basis of greener products"* (EC, 2001b: 3). One of the specificities of IPP is the willingness of a *"strong stakeholder co-operation to identify eco-efficient solutions"* (EC, 2001b: 3): IPP is not a policy of sustainable development but an environmental policy. Four main points concerning the strategy of implementation of IPP are presented in the green paper:

- a) price mechanism: internalisation of environmental externalities represents the core aspect of this IPP. Proposed instruments are the polluter pays principle, producer responsibility and subsidies (positive for eco-products and/or negative for products having great impact on environment). Differentiated taxation, reduced VAT on products carrying the European eco-label, environmental taxes and charges, tradeable permits are possible ways of doing so;
- b) tools and incentives for greener consumption: economic demand plays a major role in IPP strategy both when considering green consumer demand (instruments are informative ones: labelling, green claims and self declarations of producers, product environmental declarations) and when considering public procurement;

- c) tools and incentives to strengthen business leadership in greener production: the proposed tools are the following ones: generation of product information (e.g. LCA), eco-design, standardisation (which are generally non-binding) and new approach²¹, product panels²²;
- d) other supportive instruments: environmental management and audit systems²³ (e.g. EMAS, ISO), research, development and innovation, LIFE²⁴, accounting and reporting for the environment.

As one can see, both supply and demand sides are at the core of IPP. The implication of stakeholders in the determination of this environmental strategy can be considered as an application of the sustainable development principle of participation of interested parties. On the other hand, one might say that this orientation is a mean for less implication by public authorities in the determination of environmental policy: *“the role of public authorities within the IPP approach shall be in most cases one of facilitation rather than direct intervention”* (EC, 2001b: 5). In this aspect, IPP can be regarded as part of a deregulation process whereas consensus building is needed for the determination of instruments for environmental policy.

In the three following sub-sections, “enterprises” and “consumers” are studied more deeply as particular stakeholders.

4.5.1. COMPANIES

Aims of the study

In this part of the study we identify the elements that influence a company when considering its environmental strategy. Pressures, obstacles and advantages are the three key elements that are analysed. Besides we have studied the perception of companies regarding product policy, one of the solutions brought by the Belgian government to influence production patterns.

Methodology

To identify the nature of the three key elements pressures, advantages and obstacles we have used the data of the International Business Environmental Barometer of 1997 and of 2001. In Belgium this barometer is co-ordinated by the *Centre Entreprise Environnement*. It is a quantitative investigation based on a questionnaire sent to a great number of companies, focusing on the manufacturing sectors. This investigation has been completed with a qualitative part based on ten interviews of industry federations. The qualitative part has permitted to investigate the industry federation perception regarding product policy. Let us note that the social aspect is not deeply investigated in the Barometer, due to the fact that the international element is the most important constraint of the elaboration of the barometer. These social aspects will be integrated in the product category analysis during the second year of this project, when we will meet a number of companies of some specific sectors. We will try to better understand the results of this first part and we will identify other elements that can stimulate these companies to be more pro-active in an environmental and in a social way.

Results

The detailed results are described in annexe III.

The most active companies are also the ones that perceive more pressures. These companies will undertake actions, integrate the environment in their general strategy and implement an environmental management system that they will often certify. It consolidates the assumption that pressures are important as factor of impulsion. To stimulate change it would be necessary to act on the significant pressures.

The most perceived pressure is the regulation, as it is also demonstrated in Verbeke 2001, even if it seems paradoxical. By the way, this is confirmed by the importance of the obstacle ‘absence of legal requirements’. Having a situation with legal security is something important for companies at the condition that this legislation is developed on an international scale and that the most important foreign competitors are also submitted to it (Verbeke, 2001). Despite this, regulation is felt as a constraint by companies. It is often considered as not clear enough and as not fixing enough objectives. There is a request to develop

²¹ « *New approach directives are total harmonisation measures that define binding essential requirements. Producers are free to choose the means by which they demonstrate that products comply with the essential requirements*” (EC, 2001b: 21).

²² « *It should however be made sure that such panels are only set up in cases in which there is potential for substantial progress towards EU environmental objectives* » (EC, 2001b: 22). However, there is no explanation in the Green Paper on the way how these “substantial progress” are defined.

²³ « *Environmental management systems are designed to help companies to improve their environmental performance including the life cycle performance of their products, activities and services. They allow organisations to have a clear picture of their environmental impacts, help them to target the significant ones and manage them well. Environmental management systems also help to introduce a change in management style by bringing environmental issues into the day management of companies*” (EC, 2001b: 23).

²⁴ LIFE is an instrument which supports in financial terms the development of Community environmental policy (EC, 2001b: 25).

incentives and stimulation tools simultaneously with these regulations. For some sector federations the stimulation of substitution is more significant than regulation within the framework of a product policy. The regulation will be more useful within the framework of the environmental policy. In the same way the federations note that it is essential to have alternatives.

'Employee' is also an important pressure and this corroborates the importance of workers' satisfaction as an advantage. This importance was already shown in Verbeke 2001, where the authors demonstrate that the employees' influence on the company is higher for the pro-active ones. People are turning towards their jobs as a means of achieving personal validation, so more and more people are taking other factors than remuneration into account when they choose a job (WWF, 2001). Their own personal values must be reflected in their job and one of these values can be the respect for environment. So it will be important for a company to undertake environmental actions so that they attract qualified workers.

The UNEP's executive director said (WBCSD, 2001): "*Consumers are increasingly interested in the world that lies behind the product they buy. Apart from price and quality, they want to know how, where and by whom the product has been produced.*" This does not correspond with what we observed. The industry federations consider the consumer as a key actor of impulsion but unfortunately we saw that the real, active impact of consumers is weak. As the companies perceive a very little impact of consumers associations and a little influence of consumers, it would be useful to develop tools that inform the consumer so that he will be aware of his stimulation potential. It would also be useful to stimulate consumers' organizations so that they exert a stronger pressure on companies.

The financial pressures exerted by banks and insurance companies are the smallest ones in Belgium while in other countries like Canada these pressures are very important (Verbeke, 2001). This can be explained by an institutional element: in Belgium the *bourse* is traditionally not a head source of working capital, compared with Anglo-Saxon countries. The member of the Federation of Enterprises in Belgium confirms this when she says that the actual role of the insurance companies is very limited, compared to the USA, because of juridical differences. Nevertheless emission trading is a financial system of *bourse* but the sectors, among which the financial sector, are not yet aware of it. It would be interesting to stimulate this financial sector because it has a great pressure potential.

We have seen that the company size has an impact on the weight of pressures, maybe because of their greater visibility. They also have a greater impact on their environment, so they are more exposed to the legislation pressures. In parallel we can see that a big company will invest more in environment research (Kestemont, 2000) and will be more pro-active (Verbeke, 2001) than a small one. So the big companies are the most easilyvincible companies in the field of environmental actions and they are also the ones that take the most advantages from these environmental actions.

When we compare the perceived pressure ratios of 1997 and 2001 we see that the percentage of companies perceiving notable pressures has decreased from 54.2% to 29.9%. We can emit several assumptions to explain this important decrease of pressure perception, most of them linked with external elements influencing the company perception. (1) June 1996 saw the transposition of the waste directive and this legislation had a great impact on the companies, which may have led to a greater perception of pressure in 1997. Since then we have been in a period of deregulation that could explain the decreasing perception of pressure. (2) Environment can be important at one moment and lose of its importance at another because of the emergence of other urgencies: in this context we can quote the attacks of 11 September 2001, the questionnaire having indeed been sent to the companies a month and a half later. (3) There might be a legislature effect. Since 1999 we have had a legislature that includes the green parties so there could be an effect of "*the legislature is concerned by environment and will take the necessary measures, so we must not be occupied with it anymore*". We will see what will be the results in the following barometer, compared with the global situation at that moment.

The link between environmental actions and business performance has been highlighted in other studies (WWF, 2001), so that our assumption according to which implementation of environmental activities implies a certain number of advantages for the company, can be seen as a reality. This is a positive element that can be used to show companies that they can withdraw benefit when they carry out environmental actions.

Product policy is well accepted by companies provided it is established at European level. The companies notice that the consumer has a great part of responsibility with regard to the life phase. This shows again the need to inform the consumer.

Influence of the companies on the choices of product categories

We have chosen 5 product categories corresponding with 4 industry sectors: chemical (textile detergents, mural household paints), electrical, electronics and optical (electric households appliances), textile (jeans) and paper. This choice can be explained from the companies side by the following elements.

The chemical and the electrical sector are the two sectors that perceive the most pressures. The pressure ratio perceived by the paper sector is situated in the average while the textile sector is the one that perceives less pressure. Our four chosen factors have the same distribution for the advantages as for the

pressures. So we have a representative choice for these two elements, with a greater representation of the more sensitive sectors.

The chemical, textile and electrical sectors are all three among the four sectors that perceive few obstacles. The paper sector perceives much more obstacles, only two sectors feel more obstacles than it does. It will be interesting to identify why some sectors perceive more obstacles than others.

The chemical sector has a very negative image although it is the most active one, according to three federation members. One of these members mentioned the paper sector as the second most active sector. So it will be interesting to investigate why they have been active in an environmental perspective and how they have done.

The industry federation members have not quoted priority sectors. The fact is that all the sectors are important according to the priority objective.

Our five product categories are representative, as well from the pressures as from the advantages and from the obstacles perspective. It will be interesting to try to understand the differences observed for the pressures, advantages and obstacles and to try to analyse why the chemical and the electrical sector are more sensitive. We will also try to make the link with the actions carried out.

4.5.2. THE ROLE OF CONSUMERS

The classical economic thought postulates that the products put on the market (the supply side) are a reaction to the demand side, the consumers' needs and desires. This assertion is confirmed by interviewees coming from federations of enterprises; on the opposite side, according to some NGOs representatives, this point of view is a false one. Indeed, numerous examples of advertising which create demand seem to contradict this assumption: in these cases, the supply side acts before the demand; or, if we quote Durning (Ropke, 1999: 404): *"Even if commercials fail to sell a particular product, they sell consumerism itself by ceaselessly reiterating the idea that there is a product to solve each of life's problems"*. Another aspect to point out is related to results coming from the *International Business Environmental Barometer* (see above): consumers do not really represent an important pressure for producers.

These few considerations may let us say that actions undertaken only on the demand side of the market are not efficient: actions have to be focused on production, which represents an important role for public authorities.

Nevertheless, theoretically consumers might have strong influence on production via choices they make regarding their purchasing strategies and behaviours (this role was already present in media-oriented environmental policies, but within IPP their role is reinforced, notably when considering product panels). But some problems may be pointed out:

- when considering surveys, a gap between declared intentions and concrete practices in the "real life" regarding "green consumption" can be observed. In fact, these declared intentions have to be considered as a positioning regarding attitudes and values instead of commitments to action. Another observation coming from surveys is that the postulate which asserts that high environmental knowledge results in high environmental consciousness, the latter being translated into environmental behaviour; this postulate is not confirmed empirically (Brand, 1997; Kollmann, 2000): in fact *"personal values, situational contexts, infrastructural deficits and financial incentives play a more important role than knowledge, affectedness and environmental attitudes"* (Brand, 1997);

- consumers, as individuals, do not have the power of collective and organised players: "my little action is of no consequence if other people do not do the same action at the same time, so why should I act that way ?". The heterogeneity of consumers considered as a whole and their lack of organised actions is a weakness regarding the pressure they could theoretically exert on producers;

- if one wants consumers to adopt green consumption patterns, alternatives to "non-green" consumption patterns must exist **and** must be known by consumers. This means that, for a same use and finality, substitutable goods (or services: dematerialisation has also to be considered, i.e. the shift from a product utilisation to a service use) have to be present on the market. But of course, environmental characteristics of a product do not have to be the only ones: green products must also be competitive regarding their price and their quality (Wiese, 2000). The role of public authorities is here important regarding the opportunities they develop for these products via e.g. fiscal instruments and information. Alternatives are related to innovation within the process production system. Rocha and Brezet (quoted in Rubik 2002) have developed a four types typology of innovation: (i) product improvement involves partial changes and improvements to products already existing; (ii) product redesign: the components of the product are improved or replaced; (iii) function innovation: this type of change is no longer confined to the existing product concept; in this case the way the function is fulfilled is changed; (iv) system innovation : the entire technological system is replaced by a new system. *"Whereas product improvement and redesign could be realised by established technologies, functional and system innovation refer not only to technological changes, but also to the organisational and social level which have to change in an evolutionary manner"*

(Rubik, 2002). This typology underlies the important role played by companies and by public authorities (incentives for long term and structural innovation). Nevertheless, based on several international surveys among companies, the author concludes that *“environmental considerations are not implemented among the majority of companies. Only a few companies apply eco-design and carry out market research on green issues. In addition to that, surveys show a decreasing tendency for green product-related activities of business”* (Rubik, 2002);

- consumers adopt several different strategies when purchasing goods regarding the kind of good considered (consumers do not act the same way when purchasing a washing machine, food or clothes). This means that several different ways of communicating have to be developed regarding (i) the kind of product considered, (ii) the profile of consumers considered (see below qualitative analysis). In fact, according to Brand (1997), *“environmental behaviour is actualised in low-cost situations”,* i.e. those which do not require large amount of time, money, personal implication and so on for consumers: green consumption must not be a too heavy sacrifice in the daily life of people;

- for some goods, consumers purchase products **and** trademarks (Kollmann, 2000): action on specific producers (boycott, buy-cott, ...) may have an impact for other producers within the same economic niche. For this kind of products, *“a logical approach would be to combine the two assessment dimensions, e.g. the product test and the company test, in a single instrument”* (Kollmann, 2000).

So, are consumers important if we consider green consumption patterns? Yes, they are, at least theoretically. But not really practically, at least at present time and considering the lack of information on products, companies, and alternatives at a same price and quality for a same kind of use and finality. This underlies the important role played by public authorities as regards information and pressures to be put on the supply and production sides of the market (see for example results coming from the *Business Environmental Barometer*: regulation is the most powerful instrument when attempting to change companies behaviour). *“It may prove deceiving to rely too much on consumer action, for several reasons. Consumers may act only on limited segments of their consumption, not only because relevant information is often to complex to be used in daily practices, but also because it seems unlikely that a consumer will accept to lose a part of his advantages. Therefore the changes will massively be limited to what the market may offer, in a competitive manner, and with convenience advantages or, at least, with no loss”* (Zaccaï, 2002).

4.5.3. CONSUMPTION ATTITUDES AND BEHAVIOURS REGARDING SUSTAINABLE DEVELOPMENT: QUALITATIVE STUDY

This part of our research is aimed at the determination of: (i) the consumers' perception regarding the notion of sustainable development; (ii) the consumption attitude and behaviour logics regarding s.d.; (iii) potentialities for the adoption of consumption attitudes and/or behaviours respectful of s.d.; (iv) sectors of consumption where a potential exists for the development of behaviours or the purchasing of products respectful of s.d. (See the annexe 5 for detailed results).

Four focus groups have been achieved between May and September 2002. This method allows the exploration of consumers' attitudes and perceptions regarding a particular issue. Participants have been chosen in accordance with socio-demographics and attitudinal criteria concerning s.d. with the objective to work with groups of people coming from diverse social and cultural worlds. Results have been analysed according to a model organised around psychological need profiles. The four groups have explored the sustainable development issue considered as a whole; the fourth group has followed an in-depth discussion on the clothes washing issue.

Facing the complexity of the stakes, the consumer does not feel able to integrate in his behaviour or his choices of purchased products all the parameters related to **sustainable development**. In other respects each choice taking s.d. into consideration is integrated in a personal consumption dynamic which aims at the satisfaction of psychological needs having priority, and these needs are organised according to attitude and behavioural profiles. Numerous patterns of analysis exist, but our object of study is focused on consumption, i.e. the relationship that a given person entertains with the outside world and objects composing it. The analysis based on profiles allows to take into consideration in an efficient way personal dynamics at stake within the consumption process (see appendix 5 for a more precise explanation of this model).

Therefore, one has to study consumption respectful of s.d. as a series of proposals that may respond to diverse needs and profiles. This approach will allow us to elaborate proposals for the satisfaction of different needs related to different profiles in order to increase the impact of choices of consumption respectful to s.d.

Despite the fact that 3 groups out of 4 took place just between one and three weeks following the Johannesburg Summit, one has to notice that the concept of sustainable development is not spontaneously known by participants, even if they declare to be sensitive regarding environmental issues.

After having given an explanation of the sustainable development concept to the participants, they perceived it as utopian, even contradictory. Participants can not simultaneously associate three global-scale dynamics together, i.e. environment, ethics and socioeconomic aspects. On the contrary, they spoke in more

specific terms. For almost all of the participants, sustainable development is associated with environmental issues and sometimes with economic relationships between North and South.

Most often perceived problems are related to air pollution, water pollution, climatic changes, waste, natural resources, renewable energy, biodiversity.

The perceived actions that must have priority are: a change of mentalities, children education, gift of financial funds, charges, regulation, research, renewable energy, public transport, waste management, action on industry, information, natural production

The individual choices of consumption considered in order to give a response to these problems are: less use of cars, waste sorting, energy saving (heating, lighting, electric household appliances, ...), water saving (cleaning up, washing, ...), "natural products" buying (detergents, solar energy, ...), restoration (solar energy, isolation, non toxic materials, less use of tropical wood), "natural" food, less use of packing (plastic bags, to buy less "overpacked" products, ...).

One may observe that themes expressed during the focus groups and related to **eco-consumption** are all perceived according to the consumer's personal motivations. A same choice of consumption made by different consumers is the result of different personal motivations. For example, the purchase of an "eco" trademark of detergents may be the result of a priority preoccupation for health (coetaneous allergy, ...), or of the sensation to be a good citizen, or of the care for water quality (for economic reasons, public health reasons, aesthetic reasons – landscapes ...- etc.), or even because of the pleasant smell of the detergent.

Most of the respondents are individually divided between, on the one side, the wish to promote more **equity** regarding the division of wealth and labour remuneration at the global scale and, on the other side, the fear to loose their existing personal vested way of life. Most of the respondents are afraid considering their personal situation; some of them having lost their job, other are living between paid work and **unemployment**, and others know a close person having financial difficulties.

The quoted problems are: the work of children, fair trade (« fair » retribution of the producer), access to health, the right to have a certain standard of living and of comfort, the right to have a job.

The perceived actions that must have priority are: international decisions, prohibition of some products, financial help for Third World countries, the cancelling of poor countries' debt, the condemnation of companies that delocalise their activities, to maintain minimum living wage, giving paid work to everybody.

They express the following consumption choices in order to respond to these issues: purchasing of products having a label, purchasing of more expensive products, purchasing of European or Belgian products, boycott of products.

Participants in the focus groups perceive individual actions as having few efficiency: they believe that initiatives have to be managed at the international level.

The consumer tends to satisfy his needs that have priority and tends to integrate « respectful to sustainable development » parameters as well if they may be integrated within the dynamic of his personal consumption motivations. This complexity of the integration of s.d. parameters within consumption patterns often results in two opposite attitudes for consumers who nevertheless are interested by this issue:

- a feeling of powerlessness: the purchase and/or the behaviour related to consumption are driven by hope, the waiting for an advantage rather expected than really perceived (« *j'achète du café M.H., mais je ne suis pas sûre que c'est bien le producteur qui en profite vraiment, j'espère...* » - "I usually buy Max Havelaar coffee, but I am not sure that the producer takes really the advantage of it, I hope ...");

- the taking into account of exclusively individual needs within the framework of the dynamic of purchasing (« *Je ne suis certain de rien, alors j'agis là où je vois des résultats, ma santé, mes enfants, ma famille...* » - "I am not sure of anything, so I act where I can see results: my health, my children, my family ...").

Regarding environmental issues, for the consumer the difficulty is the integration of the "butterfly effect" notion within his daily choices: « *la moindre chose que je fais ici produit des effets ailleurs* » ("the every single thing I do here has effects elsewhere").

As to socioeconomic issues, the consumer rather perceives a communicating vessels effect: « *pour donner ailleurs il faut retirer ici* » (« to give elsewhere one has to remove here »).

This duality poses a major problem regarding consumption respectful of sustainable development. People who purchase "ethic" products tend first to look for a personal sensation with the hope of long distance results without any real worrying about the efficiency of the choice made. On the other hand, consumers aware and interested in eco-consumption are looking for concrete results at the local level, and this is related to a totally other profile of motivations compared to the first case. This extremely strong opposition of profiles implies the development of different strategies regarding consumption respectful to sustainable development; and it is also always necessary to distinguish the pursued aim.

Do we have the objective to develop consumption choices that have an effective impact on sustainable development, even if we do not always seek to explain the concept itself, by letting consumers make choices respectful to s.d. on the basis of other motivations, more personal ones ? Do we focus on the

result or do we focus on the increasing of public awareness regarding the concept of s.d., even if less consumers adopt these choices in their everyday life ? Do we have to focus on education first ?

If the aim is the attaining of concrete results which are consecutive to consumption behaviours and choices **and** knowing that: (i) sources of information seem to acquire credibility only by their personal skills and their proximity. The preferred source of information remains a close personal acquaintance acknowledged as to be competent (the doctor, the dentist, the engineer ...); (ii) at the political level it will be the local level that will be seen as the most credible; (iii) scientists, media, national governments or the European authority will be considered as having less credibility because they are more distant; **then**, from a strategic point of view, it is preferable to identify personal motivations that may stimulate the different types of choice respectful to sustainable development compared to the tentative to promote only the sustainable development concept as a unique motivation for these choices.

Therefore, one has to study more deeply the motivations for using products in particular sectors where alternatives respectful of sustainable development exist in order to promote them efficiently.

A particular thematic: approach of the clothes cleaning activity

Sustainable development is firstly associated with the « environment » in the field of clothes cleaning. Ethic concerns regarding the purchase of clothes are confronted to powerful personal motivations (pleasure, originality, comfort, price ...). Environmental preoccupation in the field of clothes washing is above all related to water quality and energy saving.

The search for easiness is a major objective. For example, dry cleaning is avoided for reasons related to constraints (distance) or price, and not for ecological reasons. Behaviours related to energy saving (sorting, frequencies, temperatures ...) which have an immediate financial impact for the consumer are the most practiced ones. These are the reasons why any innovation that simplifies the task and/or enhance the saving gets good reception.

The purchasing of detergents more respectful to the environment is currently not very widespread because of several criteria having priority for consumers (price, efficiency, confuse information, lack of distribution among retailers). However, if this kind of product only attracts highly concerned consumers who are motivated by a personal dynamic focused on protection (of their health and the health of close persons), a potentially important development of this kind of product exists if one considers the category of consumers driven by a motivation based on the fact of being part of the group, a motivation related to altruism and good-citizenship. And this may be made possible by a joint action based on information and product diffusion if one considers that any initiative based on prices would only develop the sale of this kind of product to other categories of consumers.

It is an illusion to believe that consumers will adopt one single pattern of consumption or behaviour regarding the clothes washing sector (unless it is made compulsory). Perceived disadvantages of detergents more respectful of the environment are a barrier to consumers' interest who are concerned about eco-consumption because they are motivated by saving and efficiency criteria (too expensive, not efficient regarding white clothes ...), which they say they do not encounter when using eco-detergents. It is worth noting that liquid detergent refill is not perceived as an "eco" alternative, but there exists an interest for easiness and a disadvantage regarding the creation of brand loyalty.

General information on these issues is perceived as very confusing and the access to products as difficult. Let us also notice that the European eco-label is absolutely not known (and therefore does not drive consumers' current choices).

In the field of clothes washing, the potentiality for the adoption of behaviours or choices of products respectful of the environment currently concerns above all the sector and the use of washing machines. Actually, not only considering the impact of clothes cleaning on the environment, this particular sector is perceived by consumers as a priority one. Moreover, this sector has the advantage of encountering a large set of proposals for choices more or less respectful of sustainable development, which may respond to a large diversity of personal motivations, and consequently propose "respectful solutions" to all consumers' profiles.

These observations are not representative of possibilities understood in a quantitative sense. They propose options which necessitate to be more deeply studied during the second phase of the research. For this purpose, in-depth interviews, tests of scenarios of behaviours and choices will be carried out in order to determine potentially acceptable alternatives regarding different consumer profiles.

4.5.4. CHOICE OF PRODUCT CATEGORIES TO BE STUDIED

Selection criteria concerning product categories have been developed in the framework of this research:

- the interest of the interviewed consumers (focus groups) and stakeholders met during face to face interviews concerning certain product categories is the core of this project;
- the ecological impact of a product along its life-cycle: it is important to focus on product categories having quite an important impact on the environment, or other criteria of sustainability (social);

- the priority of product categories regarding policy plans and legislations applied in Belgium;
- existence of recent information campaigns concerning product categories: it shows the interest of stakeholders, enterprises or public sector and also may allow to check potential impact of these campaigns concerning the consumers' perception regarding the visibility, efficiency, relevance of these campaigns;
- possible substitution of a product: if one wants to change consumers' behaviour, it is important to give them other possibilities to satisfy their goals;
- kind of use: the selection of product categories to be studied has also to take into account the consumers' various purchasing logics: purchasing logics of some product categories respond to "prestigious" logics or social differentiation ones (e.g. clothes), whereas other logics are just caring about efficiency or minimisation of costs, and so on. It is therefore important to take into account the social and cultural roles of different consumed goods and therefore the variations of consumers' strategies and purchasing logics. We therefore have tried to vary the types of products in order to adopt a comparative approach;
- synergy with other research projects: it allows us to include our choices among other recent studies in connection with these issues.

Based on these elements, five product categories have been selected as we can see in the table below:

	main impact	priority considering plans and legislation	interest of consumers and stakeholders	information campaign	substitution	kind of use	synergy with other research projects
paper	environmental	- relative: it depends on the type of paper considered - SDFP (Sustainable Development Federal Plan) - Ecotaxes	guidelines for procurement	labels	possible between different kinds of paper; dematerialisation	functional with frequent replacement administration, work, office	SFAE(1)
textile detergents	environmental	important	trade unions; consumers' organisations	public awareness made by NGOs and some public institutions; numerous labels	possible regarding intrinsic characteristics of each trademark available on the market (some are more harmful to the environment than others)	functional with frequent replacement	CRIOC(2)
jeans (3)	environmental and social (working conditions, North-South)	relative	Environmental and North-South NGOs; trade unions ("clothes")	public awareness by NGOs and trade unions; labels	possible: other kind of trousers and different intrinsic characteristics according trademarks of jeans	functional with a prestige component	
electrical household appliances	environmental, energy, waste	important	trade unions; consumers' organisations; consumers	labels; otherwise quite few information campaigns; purchasing bonus	several possibilities regarding the environmental impact of a same product	functional with middle or long life duration	SFAE(1)
mural household paints	health; environment	important	public authorities; consumers' organisations; enterprises ("chemicals"); consumers ("renovation of the place of living; decoration")	labels	several kinds of paints	functional with a more or less frequent replacement	SFAE(1)

(1) paper, electrical household appliances and mural household paints may be related, at least partially, to product categories identified by SFAE (Services Fédéraux pour les Affaires Environnementales – Federal Services for Environmental Affairs) as being of importance when considering their

environmental impact. SFAE (2002) identified four product categories (buildings, packaging, electrical appliances, transport) as having important impact on the environment. "Mural household paints" may be related to "buildings"; "paper", to some extent, may be related with some electrical appliances (such as photocopier for instance) whereas electrical appliances are explicitly cited in the SFAE study.

- (2) the product category "textile detergents" is also a project research carried out by CRIOC on behalf of the federal environmental administration.
- (3) "jeans" has been preferred to "clothes" in order to restrict the category to a more operational case study.

The quantitative aspects related to the market (sales volume) situation of a given product category will be subsequently analysed during the second year of this research.

4.6. PRELIMINARY CONCLUSIONS AND RECOMMENDATIONS

Whereas product policies in Europe are environmental policy measures, we propose a definition of sustainable consumption that encompasses environmental as well as social aspects. The taking into consideration of social aspects related to consumption may be of great interest for the enlargement of an integrated product policy towards a complete product policy, i.e. a product policy that takes into account sustainable development issues.

An important observation from interviews made with stakeholders, even if not surprising, is the opposition between NGOs and trade unions on the one hand and federations of enterprises on the other hand when considering the role of public authorities. Representatives from NGOs and trade unions believe that public authorities have to be more "interventionist" whereas federations of enterprises think that public authorities only have to establish targets whereas the means to achieve these objectives have to be let free to the companies. To sum up, the opposition between these stakeholders is translated in an opposition regarding the political instruments promoting sustainable development and consumption: command and control instruments on the one side, voluntary agreements on the other side.

When analysing figures from the *European Barometer*, one may notice that consumers do not seem to represent an important factor of pressure for companies concerning their environmental policy. On the other hand and according to several opinion surveys, people claim their will for purchasing "green" products. Even if this kind of assumption has to be put into perspective, one has to remark that these intentions are translated in purchasing behaviour only in limited ways. Practically, consumers do not play, at the moment, a crucial part in the "greening" of markets; even if ideally they might be able to do so. When considering sustainable consumption, the rhetoric concerning the importance of the demand side has thus to be put into perspective. This underlies the importance of efficient communication campaigns and suggests also that other instruments, including economic and regulatory, should continue to play important roles.

Focus groups studied during this research have shown that several profiles of consumers can be pointed out and each of these profiles may be related to a purchasing logic. Currently, communication campaigns aiming at enhancing sustainable consumption seem to be of little effect. But they are often "mono-profile" campaigns, reaching (in best cases) only one type of individual. Communication has then to become more diverse, more professionalized in its approach in order to reach several different profiles of consumers. The concept of sustainable development does not seem to be known or understood by focus groups participants. It thus seems better suited to communicate about the expected behaviours than about the sustainable development concept itself. Participants expressed the opinion that the most efficient instrument aiming at a modification of their behaviour would be a constraining command and control tool: their liberty of choice has to be fulfilled but within a strictly controlled market where only products allowed by public authorities would be available.

5. FUTURE PROSPECTS AND FUTURE PLANNING

For each of the five pre-selected product categories, the developed methodology will be as follows:

- (i) data collection concerning the state of the market related to the given product category; data collection concerning the main environmental, social and health impacts related to the given product category;
- (ii) identification of the foreseen changes and analysis of the market actors' behaviour regarding these changes by the use of interviews and focus groups specific to each of the studied product categories as well;
- (iii) analysis of convergences and differences between these different aspects;
- (iv) proposals of measures for two product categories.

This methodology will be an evolutionary one; therefore it will be adapted to each case study according to the specificities related to each of the studied product categories. Subsequently, only two product categories will be chosen and presented to stakeholders (during two workshops) in order to experiment the proposed modifications of behaviour.

6. ANNEXES

6.1. REFERENCES

- BACHUS K., BRUYER V., BRUYNINCKX H., DE BRUYN T., GYSEN J., WALLENBORN G., ZACCAÏ E. (2002), *Draagvlakenquête duurzame ontwikkeling – Enquête sur l'existence d'une base sociale au développement durable*, tweede editie – deuxième édition, CFDD-FRDO, Bruxelles
- BARBER J. (2002), *Production, consumption and the World Summit on Sustainable Development*, to be published
- BARNES P.M. & BARNES I.G. (1999), *Environmental policy in the European Union*, Edward Elgar, Cheltenham/Northampton
- BRAND K-W. (1997), Environmental consciousness and behaviour: the greening of lifestyles, in REDCLIFT M. & WOODGATE G. (eds), *The international handbook of environmental sociology*, Edward Elgar, Cheltenham, Northampton, pp. 204-217
- BÜCHELE M. (2000), EU Integrated Product Policy (IPP) process and Austrian product-related environmental policies – selected examples, paper presented at the *Summer academy on technology studies*, 9-14th July 2000, Graz, Austria
- BUSSON J., *The European Commission Integrated Product Policy : our initial views*
- CHARTER M. & BELMANE I. (1999), *An initial discussion paper*, http://www.cfsd.org.uk/ipp-epd/ipp-epd_discuspaper1.html
- COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
- 1998 – European Commission : DG XI, *Integrated product policy*, study carried out by Ernst & Young and SPRU, March 1998
- 1999 – Commission européenne, DG XI, DG X, *Environnement ? Ce que les Européens en pensent*, principaux résultats du sondage effectuée dans le cadre de l'Eurobaromètre 51.1, Bruxelles.
- 2000 – European Commission, DG Environment, *Developing the foundation for Integrated Product Policy in the EU*, report by Ernst & Young, 23 June 2000
- 2001 – *Environnement 2010 : notre avenir, notre choix*, Sixième programme d'action pour l'environnement, Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social et au Comité des régions sur le sixième programme communautaire d'action pour l'environnement, document COM (2001) 31 final, 2001/0029 (COD)
- 2001b – *Green Paper on Integrated Product Policy*, COM (2001) 68 final, Bruxelles, 07.02.2001
- CONFERENCE DES NATIONS UNIES SUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DEVELOPPEMENT (CNUED) (1992), *Agenda 21*, Rio de Janeiro, 3-14 juin 1992
- CONSUMERS INTERNATIONAL (1999), *Green claims. Environmental claims on products and packaging in the shops : an international study*, London.
- EUROPEAN ENVIRONMENTAL BUREAU (EEB) (2001), *EEB response to the Commission Green Paper on Integrated Product Policy*, Brussels, April 2001, EEB Document n° 2001/008
- GOVERNMENT OF SWEDEN (2000), *A strategy for an environmentally sound product policy*, Government communication 1999/2000 : 114, Stockholm, May 25 2000
- HOLTEN-ANDERSEN J., CHRISTENSEN N., WASTED KRISTIANSEN L., KRISTENSEN P., EMBORG L. (eds), *The state of the environment in Denmark 1997*, National Environmental Research Institute, Roskilde
- KAISER F. G., WÖLFING S., FUHRER U. (1999), Environmental attitude and ecological behaviour, *Journal of environmental psychology*, 19, pp. 1-19
- KESTEMONT B. (2000), Dépenses environnementales des entreprises en Belgique, *Statistics Belgium Working Paper*, http://statbel.fgov.be/studies/dee_fr.asp
- KLEIBEUKER J. (2001), European industry's expectation for IPP, paper presented at *The IPP Green Paper : launching the stakeholder debate*, Brussels, 8-9th March 2001.
- KOLLMANN K. (2000), Is socially and ecologically responsible consumer behaviour possible in a global market society? Premises and prospects, paper presented at the *Summer Academy on technology studies*, 9-14 July 2000, Graz
- KRISTENSEN P. (2001), Stakeholder involvement : exemplified by Danish product panels, paper presented at *The IPP Green Paper : launching the stakeholder debate*, Brussels, 8-9th March 2001
- LAVRYSEN L. (2002), Europese mogelijkheden en grenzen voor een national milieuproductbeleid, paper presented at the *Table ronde produits prioritaires*, SFAE, Brussels, 09/12/2002

- LITTIG B. (2000), Eco-efficient services for private households: looking at the consumer's side, paper presented at the *Summer Academy on technology studies*, 9-14 July 2000, Graz
- MAGNUSSON T. (2001), State-of-the-art: a review of eco-design research, <http://www.vinnova.se/innsysforsk/F%F6rstudier/Chr%20Berggren/A%20review%20of%20ecodesign%20010307.pdf>
- NEMRY F., THOLLIER K., JANSEN B., THEUNIS J., *Identifying key products for the Federal Product & Environment policy*, carried out for the Federal Services of Environment, Department Product Policy, December 2002
- OOSTERHUIS F., RUBIK F., SCHOLL G. (1996), *Product policy in Europe : new environmental perspectives*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht/Boston/London
- ORGANISATION DE COOPERATION ET DE DEVELOPPEMENT ECONOMIQUES (OCDE)
- 1997a – *Consommation et production écologiquement viables. Définition des concepts*, coll. Conférences de l'OCDE, OCDE, Paris
- 1997b – *Sustainable development. OECD policy approaches for the 21st century*, OECD, Paris
- 2001 – *Développement durable : les grandes questions*, OCDE, Paris
- 2002a – *Participatory decision-making for sustainable consumption*, policy case study series, 21/03/2002, ENV/EPOC/WPNEP(2001)17/FINAL
- 2002b – *Policies to promote sustainable consumption : an overview*, policy case studies series, 02/07/2002, ENV/EPOC/WPNEP (2001) 18/FINAL
- RENTSCH C. (2001), *Integrated Product Policy in Switzerland*, Status report, SAEFL – Swiss Agency for the Environment, Forests and Landscape, Bern January 2000 adapted February 2001.
- ROPKE I. (1999), The dynamics of willingness to consume, *Ecological Economics*, 28, pp. 399-420
- RUBIK F. (2002), Environmental sound product innovation and Integrated Product Policy (IPP), 2nd Blueprint workshop. Business strategies for integrating environmental and innovation management, Brussels 7-8/05/2002
- SECRETAIRE D'ETAT A L'ENERGIE ET AU DEVELOPPEMENT DURABLE (2000), *Plan fédéral de développement durable. 2000-2004*, Bruxelles
- SERVICES FEDERAUX POUR LES AFFAIRES ENVIRONNEMENTALES, SERVICE POLITIQUE DE PRODUITS
- 2002a – *Politique de produits et environnement. Grandes lignes du plan directeur fédéral*, 1^{er} mars 2002, Bruxelles
- 2002b – *Politique de produits et environnement. Avant-projet de plan directeur fédéral (2003-2005)*, 1^{er} octobre 2002, Bruxelles
- SWEDISH MINISTRY OF THE ENVIRONMENT (2002), *Sustainable development indicators for Sweden*, Statistics Sweden, Stockholm
- UNITED NATIONS, ECONOMIC AND SOCIAL COUNCIL, COMMISSION ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT (CSD)
- 1994 – Second session, 16-27 May 1994, *General discussion on progress in the implementation of Agenda 21, focusing on the cross-sectoral components of Agenda 21 and the critical elements of sustainability, overview of cross-sectoral issues, report of the Secretary-General*, 27 April 1994, E/CN.17/1994/2
- 1995 – Third session, 11-28 April 1995, *Changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General*, 20 March 1995, E/CN.17/1995/13
- 1996 – Fourth session, 18 April – 3 May 1996, *Changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General*, 30 January 1996, E/CN.17/1996/5
- 1996 - Fourth session, 18 April – 3 May 1996, *Changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General, Addendum*, 28 February 1996, E/CN.17/1996/5/Add.1
- 1997 – Fifth session, 7-25 April 1997, *Overall progress achieved since the United Nations Conference on Environment and Development. Report of the Secretary-General, Addendum, Changing consumption patterns*, 22 January 1997, E/CN.17/1997/2/Add.3
- 1997 – Fifth session, 7-25 April 1997, *Preparations for the Special session of the General Assembly for the purpose of an overall review and appraisal of the implementation of Agenda 21*, 24 February 1997, E/CN.17/1997/19
- 1998 – *Consumer protection and sustainable consumption : new guidelines for the global consumer, Background paper for the United Nations Inter-Regional Expert Group Meeting on consumer protection and sustainable consumption : new guidelines for the global consumer*, Sao Paulo, Brazil, 28-30 January 1998
- 1998 – *Report of the sixth session (22 December and 20 April-1 May 1998)*, Economic and Social Council, Official Records, 1998, Supplement n° 9, E/CN.17/1998/20-E/1998/29

- 1999 – Seventh session, 19-30 April 1999, *Comprehensive review of changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General*, 13 January 1999, E/CN.17/1999/2
- 2001 – *Implementing Agenda 21. Report of the Secretary-General*, 20 December 2001, Document E/CN.17/2002/PC.2/7
- VERBEKE A. (2001), *De impact van publieke milieumaatregelen op de concurrentiekracht van de Belgische ondernemingen*, http://www.belspo.be/belspo/ostc/act_scienc/fedra/proj.asp?!=fr&COD=HL/DD/09
- WBCSD (2001), *Sustainability through the market: seven keys to success*, <http://www.wbcd.org/newscenter/reports/2001/stm.pdf>
- WEIDEMA B.P. (2000), *Increasing credibility of LCA*, *International Journal of LCA*, 5(2)
- WIESE B. S. (2000), *The ecological non-seller? On the market acceptance of environmentally sound products*, paper presented at the *Summer Academy on technology studies*, 9-14 July 2000, Graz
- ZACCAÏ E. (2002a), *Le développement durable. Dynamique et constitution d'un projet*, coll. Ecopolis, n°1, P.I.E.-Peter Lang, Bruxelles
- ZACCAÏ E. (2002b), *Changing unsustainable patterns of consumption and production*, paper presented at the *International symposium : making globalisation sustainable ? The Johannesburg Summit on sustainable development and beyond*, 12th of November 2002, Brussels

6.2. PUBLICATIONS

CHANGING UNSUSTAINABLE PATTERNS OF CONSUMPTION AND PRODUCTION

EDWIN ZACCAÏ

Center of Studies on Sustainable Development

IGEAT, Free University of Brussels

Summary

"Changing unsustainable patterns of consumption and production", the title of Chapter 3 in the Plan of Implementation of Johannesburg, represents a motto that proceeds from the core of sustainable development. Ten years after the Rio Conference, the principles aimed at these objectives remain largely unchanged, though this topic has gained in importance. No significant breakthrough has been achieved at the latest Summit. This paper traces briefly the conceptions through which this area has been considered in official UN texts, before looking at some major difficulties that stand in the way of significant changes. The problems include the wide differences in the situations and potentials in the world as they relate to these topics, and the under-estimation of their social dimensions. This paper argues, *inter alia*, for a more careful assessment of the difficulties facing the political instruments which are repeatedly officially approved.

Key words

Consumption, production, delinkage, social dimension, consumers, enterprises

1. The road to Johannesburg, in the texts

At the United Nations Conference on Environment and Development (UNCED), the Rio Conference, Agenda 21 innovated in defining its Chapter 4 as "Changing consumption patterns"; however, that chapter is one of the shortest in this major document. In Principle 8 of the Rio Declaration, the theme of Chapter 4 is combined with that of Chapter 5, Demography: "To achieve sustainable development and a higher quality of life for all people, States should reduce and eliminate unsustainable patterns of production and consumption and promote appropriate demographic policies". At Rio, Chapters 4 and 5 were negotiated together, with trade-offs made between the two.

While relations between poverty and environmental degradation are underlined everywhere in Agenda 21, the first principle of action in Chapter 4 (4.3.) states that "While poverty results in certain kinds of environmental stress, the major cause of the continued deterioration of the global environment is the unsustainable pattern of consumption and production, particularly in industrialized countries, which is a matter of great concern, aggravating poverty and imbalances". We find then several objectives and principles of actions devoted to a better efficiency of processes, and towards reorientation of consumer choices.

One sentence points out also that "In many instances, this will require reorientation of existing production and consumption patterns that have developed in industrial societies and are in turn emulated in much of the world"(4.15). This emulation of the patterns of affluent consumption, and its threat to **(at least)** ecological sustainability, though fundamental in the medium term, is not commonly referred to in the official Rio statements. Yet, since the beginning, it has been one of the most specific topics of sustainable development considered within a global approach. There is no mystery in that omission, for this problem has for the moment no real perspective of solution. On the one hand, we may remember the assertion made by G. Bush senior at Rio : "The American way of life is not up for negotiation"; even if leaders of other rich countries would hesitate to express themselves so bluntly, there would be no deep disagreement among them on this point . On the other hand, the so-called "developing countries" (as well as the "developed") have the greatest reluctance to set targets which would jeopardize their economic growth. Since 1992 these difficulties have

been most strikingly illustrated by the negotiations within the United Nations Framework Convention on Climate Change (UNFCCC).

Published in December 2001, during the "Rio+10" preparations, the Report of the Secretary General includes a chapter called "Changing unsustainable patterns of consumption and production" (VIII.C). Although it starts with the kind of utopian targets represented by Factor 4 and 10, there is nothing really new compared to Agenda 21. This report lists, with no priority, a set of possible measures to be taken. There are several references to the use of corporate responsibility and voluntary involvement, approaches which have increased in the 1990s and for which the Secretary General himself has provided a tool, the "Global Compact". Also mentioned are programs of assistance and the transfer of technology to increase industrial productivity in East and South, including for SMEs (Small and Medium Enterprises, as well as incentives for industrial eco-efficiency in general. Raising the quality and quantity of information about ecological (but nothing about social²⁵) criteria is not forgotten. Lastly, several measures to be taken by governments are **cited**, with little specification, such as "tax favouring resource conservation", together with "green procurements measures" and "green national accounts".

Very little attention is paid to the difference of contexts between rich "over-consuming" (one might say) societies, and poor societies, except in calls to increase productivity. All in all, although the document includes some lucid and severe sentences about the lack of success of these principles and objectives in the past, there are not many elements of assessment which could shed new light on what is going to change in the future to lead to success for the application of almost the same recipes, by the same operators. To take just one element in a very favourable context, the Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD), which has for decades sung the praises of economic instruments, has recently stated that only about 2% of the GNP of the OECD (in average) comes from taxes on natural resources. The majority of **this 2% share** is raised from energy, a large proportion from transport, and only a **small relative amount** (from the 2%) on other natural resources. Moreover, the OECD does not foresee major change in the short term.

It is in this official context that drafts of what would become the Johannesburg Plan were negotiated in ad-hoc meetings in 2001 and 2002.

2. The Plan of Implementation

The process of the **pre-Johannesburg** negotiations was not described as easy and constructive by its participants, and expectations were consequently not high among experts in the field **at the opening of the Summit, though this can contrast with many official declarations. All together**, the resulting Plan of Implementation is for many topics more general than Agenda 21, which it was meant more specifically to implement. It is less redundant, but contains considerable variations in the importance given to a wide range of topics.

Chapter III is entitled "Changing unsustainable patterns of consumption and production". In its ten paragraphs (§§13-22), some problems seem to provide no inspiration for further implementation, inter alia wastes (§21) and transport (§20) (each of these is described in a dozen lines), while the considerable work and lack of agreement on energy since Rio and Kyoto generated the 22-fold paragraph 19. The quite extensive paragraph 8 is also devoted to energy. Included in the chapter on "Poverty eradication", this §8 states objectives mainly related to energy access, with little consideration of its ecological production. Last but not least, the topic of UNFCCC ratification comes back in Chapter IV, in the context of protecting natural resources (§36).

We may recall that the absence of the President of the USA at the Summit, as well as the American retirement from the Kyoto Protocol, has focused much of the commentary and analysis before and during the Summit, at which, moreover, well prepared "coups de theatre" were put forth, with countries like Russia and Canada announcing "live" in the UN big hall their intention to ratify, with the consequence of Kyoto's soon entering into force. This debate finds an important resonance with the difficult topic of renewable energy **included** in §19. The objective of a 10% share of modern renewables in the world energy supply for 2010 was negotiated until the end of the Summit, **and then was replaced by a non quantifiable commitment**, but taken "with a sense of urgency" (§19.e).

²⁵ Though social criteria dominate in the 9 principles of the Global compact, cited above.

Beside climate/energy, waste and transport, a fourth topic in Chapter III contains one of the few time-table broad objectives newly attained in Johannesburg (compared to time-table objectives included in Agenda 21, the Millennium Summit, or major UN conventions), for it is agreed "to achieve by 2020 that chemicals are used and produced in ways that lead to the minimization of significant adverse effects on human health and the environment" (§22). Work on this subject generated a series of objectives (until 22g), among which appears one of the mentions of the precautionary approach, with an immediate reference to its formulation in Principle 15 of the Rio Declaration, which is limited to environmental protection. The European attempts to mention that it was "further developed in international law" and also "to protect health and environment" have not succeeded finding their way into the document, although it seems unlikely that one would take greater precaution for the health of, say, the fish in the sea (i.e. "environment"), than for human protection (i.e. "health").

These four different topics are included in the broader statements providing the framework of Chapter IV (§§ 13-17). As in Agenda 21, we find that "fundamental changes in the way societies produce and consume are indispensable" (§13), while it is now agreed to "Encourage and promote the development of a 10-year framework of programmes (...) to accelerate the shift towards sustainable consumption and production" (§14). A delinking reference (between economic growth and the use of natural resources) - a key notion in European and OECD sustainable development strategies - was able to find its way into this paragraph, as did an eco-efficiency reference, but the "eco-labelling" reference, present in the text negotiations, was finally diluted in the broader notion of controlled information.

A major concept intended to foster the implementation of UN sustainable development at Johannesburg, was "Type II initiatives". Above 220 "partnership initiatives" aiming at practical improvements, of all kinds and extensions, were presented. The Guiding principles to which they adhere and which were set before the WSSD (at the Bali PrepCom) were useful but not always discriminating, considering the multiplicity of interpretations of the term "partnership". What was defined in the Plan for the CSD to frame the follow up of these initiatives, and others to come, lacks detail (§130b).

The architecture of the Plan sets the chapter on consumption and production in second place after "Chapter II : Poverty eradication", and before "Chapter IV : Protecting and managing the natural resource base of economic and social development". In the latter, we find topics directly related to production, like Agriculture (§38) and Mining (§44), or to consumption, like Tourism (§41), at present the most important economic sector in the world. The implicit overall sequence between these three chapters seems to be that poverty calls for more production, and production must be carried out with respect for the environment.

This leads to three remarks. First, compared to Agenda 21, items relating to protecting sectors of the environment, together with new topics such as Tourism and Mining, have been given a reduced role – grosso modo Chapter IV - although they constituted the main section (III) in Agenda 21. Inversely, and this is the second remark, the topics of consumption and production have gained **textual** importance and been promoted to a chapter **on the same level** as the one on natural resources. And thirdly, while the approach of Chapter III is rather homogeneous for the whole world (with a few mentions of the usual simplistic distinction between developed and developing countries), there are new chapters, not at all present as such in Agenda 21, devoted to regional approaches (Small Island States, VII; Africa, VIII; Other regional initiatives, VIII b.).

The inherent difficulty of a sustainable development program at UN level – let alone the problem of consensus building on every word, and the "toothless" nature of such documents – has always been to find an architecture to combine interlinked problems and decisions. Wanting to go further than Agenda 21 in the direction of a sustainable *development* program, not limited to the ecological dimension of development, the Johannesburg Plan has had to address this difficulty to a higher degree than before in the Rio process.

3. Delinking, Technologies, Consumers

To what changes of "unsustainable patterns of consumption and production" may Chapter IV lead?. In countries where natural and agricultural resources are dominant **-and which are often submitted to a high burden of debt** - the pressure to generate increased cash flows will probably continue to put priority on the exploitation of these resources, where there are no easy gains of productivity to be expected. In countries that are rapidly industrialising, it is technically difficult to delink the curbs of, respectively, economic growth

and use of natural resources. Indeed, in the evolution of industrial development, this delinkage occurs at a point where most heavy investments are already made, and the share of services in the economy is increasing (Dessus, 1996). This situation affects newly industrialised countries and can be increased by delocalisation of heavy industrial plants from the OECD. In the most economically developed countries, the delinkage may occur for some natural resources, but if we consider these resources in terms of quantity (and not as percentages of economic output), many of them continue to grow (EEA 2002). The most expressive example is given by the USA, which has definitely continued to increase its emissions of greenhouse gases since the Rio Conference. Many studies (for **instance from** the International Panel on Climate Change, IPCC) ask why not even cost effective replacements are put into use in affluent countries. Technology innovation, to be implemented, requires conditions that are multiple and slow to be met.

All in all, the impact of societies on the environment through production and consumption rises year after year, taking the environment as "source" or as "sink" (OECD 1997) and sustaining local, and sometimes international, conflicts. The projections of the GEO 3 report from UNEP (2002) express substantial concerns about such evolution in the future.

The main way taken to address this familiar problem is to correct impacts, mostly by a better innovation and management of technologies. Trying to apply not only Chapter IV but also other parts of the Johannesburg document, and giving concrete expression to mutual influences between them, especially taking into account the different situations and contexts in the world, may generate progress, although many well-known instruments – like technology transfer to developing countries – are still far from having proved sufficiently efficient.

Of course, another – and complementary - way to correct unsustainable evolution would be to reorient much more of production towards social needs. Here again, this reasonable and easy to write principle conceals crucial differences between situations in the world and inside countries. Many basic needs are not met because no cash is available and therefore no producers may be found competing to invest in these objectives. On the other hand, many desires, which are not even needs, generate considerable competition between producers working to meet them, when consumers are found who can afford for them. One could see in addition that some needs met in an informal way for the poor may have greater difficulty in being met when they become part of the market and have a price attached to them (Beaud 1997). The more regulation of the economy is given over to initiatives by economic producers, the more difficult it seems to correct such orientations **by the public sector**. This is one of the reasons why increasing calls are being made to the responsibilities of companies and consumers.

In the couple "consumption and production", since the Agenda 21 on, we can find the idea that in affluent societies, the consumer can and should be informed, or even educated, to push the market towards more sustainable practices²⁶. When we consider opinion surveys (EC 1999) we see that some citizens understand that they could and should do something in their actions and their way of life to contribute to sustainable development (albeit this expression is not widely known, and it is more in environmental or ethical terms that such reasoning is made). In some countries, the media took the Johannesburg Summit as an occasion to present ecological practices in daily life, reiterating the well known motto "think globally act locally". This kind of cultural evolution is to be taken seriously. It is limited to some parts of the world and to some segments of societies, but it has an effect, at least as a tendency, in the orientation of certain markets.

Nevertheless, it may prove disappointing to rely too much on consumer action, for several reasons. Consumers may act only on limited segments of their consumption, not only because relevant information is often too complex to be used in daily practices, but also because it seems unlikely that a consumer will accept to lose a part of his/her advantages. Therefore, changes will largely be limited to what the market may offer, in a competitive manner, and with convenience advantages or, at least, with no loss of convenience. Moreover, trade regulations - crucial items in the Johannesburg document that may have the greater influence on production and consumption - are quite strict in prohibiting limitations, new prescriptions, or sometimes even information, as we may see from the impossibility of addressing "eco-labelling" in the Plan, as mentioned above.

²⁶ Could this be one of the reason why "consumption" is cited in the formula before "production", and was cited alone in the title of the Agenda 21 Chapter, though it is the production stage that generates most of the impacts and "the producer" that can manage more levers of command to minimize them than "the consumer"?

Today there is a tendency among authorities to move towards more "sustainable product policies", one of the reasons being to build **more** on consumer preferences for sustainable products (and also to consider the whole cycle of the product, not only the production stage). Nevertheless, these policies are slowed down by difficulties of interference with market and trade regulations. Command and control instruments are seen as old fashioned, and are challenged as not cost-effective enough. Economic instruments, though recommended in principle both by economists and business councils (see OECD, and the World Business Council for Sustainable Development, WBCSD), are challenged in every single case where they lead to economic "losers", even if the effect in the long term and on society as a whole may be beneficial. It is **also** in this context that leads to a greater call for voluntary initiatives and corporate responsibilities for enterprises.

4. Social dimensions of consumption and production

Like other sustainable development plans and principles, the Plan aims to "promote the integration of the three components of sustainable development — economic development, social development and environmental protection — as interdependent and mutually reinforcing pillars" (Plan, §2).

Consumption and production are undeniably issues with social "components". Consumption is a way to raise one's quality of life (which should not be identified with wealth (Redcliff 1999). Production is at least a source of employment. Moreover, both consumption and production are key factors of social differentiation inside and among societies. Still, the reassertion of the three components of sustainable development, solemnly set out in §2 above and repeated several times in the last part of the Plan, does not lead to the social dimension being sufficiently treated in Chapter IV (while the economic and ecological dimensions are, for their part, well present).

The timid but innovative allusions in Agenda 21 to a possible reconsideration of the concepts of wealth and prosperity (4.11) in their linkages with consumption have disappeared. In the whole Plan the word "social" is often used as one of the criteria of choice for several political objectives or decisions, as for instance, "environmentally sound, socially acceptable and cost-effective" (here for energy technologies). It looks as if deep social changes coupled with consumption evolutions are considered almost only through "poverty" issues. To give priority to poverty alleviation, in all of its aspects (here mainly material) is quite relevant. But the considerable changes in way of life, the cultural overthrows, the modifications of social conditions that hundreds of millions of people in the world encounter, **and will continue to encounter**, and which are linked to consumption and production as a means of living, are not considered as such.

To take just one essential and practical issue, the consequences relating to employment of the massive reorientations of production and consumption that are called for, are not considered in the text. The word "employment" appears five times in the document, two times in a general sense (§6d; §120bis), two times for categorization promotion (women, indigenous, urban poor) (§6e; §120bis), and once in a call for the necessary respect of working conditions standards (§9b). This last point stands as a significant outcome in the Plan, and other conditions appear in this respect (§11; §12; §45d; §47j) which will surely lead to some consequences.

Nevertheless it should be noted that it is the Millenium Declaration that is cited as having promoted the objectives "to eliminate poverty, improve social conditions and raise living standards and protect our environment" (§76). "Improve social conditions" and "raising living standards" constitute other topics than "poverty" (moreover defined by official institutions) and are rarely developed in UN sustainable development programmes, Rio **and Johannesburg** included, should it be in consumption topics or elsewhere.

5. Way forward ?

We are conscious that this analysis is formulated at a fairly general level. Hardworking negotiators and lobbyists have to deal with given limited contexts and political opportunities. The push to the forefront of sustainability mottos at Johannesburg, for a few days or weeks before the anniversary of Sept 11, has had a virtuous influence, leading to an agreed text that did not dismantle the multilateral efforts defined a decade ago. Nevertheless, we do not believe that many participants at the Summit would consider that the agreed text on "changing unsustainable patterns of consumption and production" will generate a major impulse compared to existing challenges.

It also remains impossible to formulate new propositions in a few lines, knowing the resistance that "real world" situations and processes offer to a proclaimed political change. We would however plead for much deeper analysis of the reasons why the political instruments that are continuously called upon to resolve this problem have so much difficulty entering into force and such a limited effect. We would argue for much more differentiated approaches for regions and problems, being aware of the limitations of mottos and catch-all principles. Regional approaches begin to be present in the Plan, and local conditions appear implicitly in the impact assessment of policy instruments that are called upon for numerous problems. But one should see also that globalization processes, in many cases, create threats to the differentiation of situations. Also, it is necessary for impact assessments to be coupled with possibilities to actually correct the negative impacts detected, sometimes at the price of changing, upstream, some principles of action.

Regional approaches and difficulties meeting huge differences in production and consumption conditions and possibilities among the world population may lead to a greater multiplicity of differentiated objectives or commitments (for instance at the European level) than the ones allowed in a global consensual program. As **it could be** analysed before in relation with Agenda 21, more work could be done to carefully define sets of actions, at specific levels and with specific actors, that may lead to series of changes, even though they would not be **all included** in a general sustainable development plan.

Considering the possible roles of enterprises, it also has to be better explained why the "Changing course" mottos, delivered for instance by the BCSO at Rio (and then the WBCSD 2002), were largely reiterated, though updated, at Johannesburg, with no sufficient proven changes compared to the voluntary commitments. We also have tried to question the range of possibilities of consumers reorienting the market toward a more sustainable production.

In our view two interlinked ways should be pointed out to advance the goals of sustainable consumption and production at an accelerated rate. On the one hand, policy instruments should promote, far more than they are now, eco-efficient technologies (adapted of course to problems and circumstances). In the long run these are the only passports to a sustainable footprint of humanity on Earth. On the other hand, cultural changes are needed to reconsider the role of the ever-increasing consumption of goods and services in the quality of life (even more than technologies, this topic contains many declinations, impossible to make explicit here).

Against these changes there will always be a variety of resistance, one being the questions set on sustainable development objectives themselves : are these not overrated, a kind of luxury, economically misplaced? To reply to these doubts as well as to prioritise the objectives, more attention should be given to the many situations where the increase in the use of materials leads to conflicts or wars, and to the evident decreases in human health and wealth occurring in many places because of pollution. In doing this, analyses must not limit themselves to natural and physical data : one can die of hunger with sufficient (but not affordable) food nearby, one can be ill because of pollution in a country richly endowed with natural spaces. That is to say that the functioning of production factors, of economy, trade, employment, and the possession or control over these factors, have to be given the greatest importance, and fundamentally, in many ways, be modified. The question comes then not only to the difficult ways of designing such changes, but also detecting the social and political forces and impulses that can sustain them.

Some challenges that international sustainable development programs face, whether social, ecological or economical, are of an order of magnitude that in fact has not been tackled successfully before. It is true that "developed" societies have experienced tremendous changes in the past century, an evolution that theoretically proves that considerable human-led changes are possible. But the major difference between regional industrial or post-industrial developments that have occurred, and a worldwide program of reorientation and distribution in a sustainable way, is that in the latter a global concerted action has to be set up and work. The Johannesburg Plan, as many global development programs before, is deeply limited by the fact that, though much efforts has been made, in too many cases we are still searching for adequate means to implement the ethical evidence of sustainable development.

References

- Beaud M. (1997), *Le basculement du monde*, La Découverte, Paris
- Dessus B. (1996), *Energie, un défi planétaire*, Belin, Paris
- Economic and Social Council (2001), *Report of the Secretary General. Implementing Agenda 21*, United Nations, E/CN.17/2002/PC.2/7, New York, 19/12/2001
- European Communities (1999), *What do European think about the Environment ?*, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg
- European Environmental Agency (2002), *Environmental signals 2002 - Benchmarking the millennium*, Copenhagen
- Barbault R., Cornet A., Jouzel J., Mégie G., Sachs I. and Weber J. (2002), *Johannesburg, Sommet mondial du développement durable 2002. Quels enjeux ? Quelles contributions des scientifiques ?*, Ministère des Affaires étrangères et Direction de la coopération scientifique universitaire et de la recherche, Paris,
- Organisation for Economic Cooperation and Development (1997), *Tools for sustainable Development*, OCDE, Paris
- Redclift M. (1999) "Sustainability and Sociology : Northern Preoccupations", in Becker E. and Jahn Th. (dir.), *Sustainability and the social sciences*, Zed Books, London- New York, pp. 59-73
- United Nations Conference on Environment and Development (2002), *Agenda 21*, United Nations, New York
- United Nations Environment Program (2002), *GEO : Global Environment Outlook 3*, UNEP-Earthscan, London
- United Nations World Summit on Sustainable Development (2002), *Plan of Implementation*, Advance unedited text, 4 September 2002
- World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) (2002), *Walking the Talk : The Business Case for Sustainable Development*, Earthprint, Stevenage
- Zaccaï E. (2002), *Le développement durable. Dynamique et constitution d'un projet*, PIE-Peter Lang, Bern-Brussels

6.3. DETAILED RESULTS

ANNEXE I : NOTE CONCERNING INSTRUMENTS OF POLICY / NOTE CONCERNANT LES INSTRUMENTS POLITIQUES

Le chapitre 4 (*Modification des modes de consommation*) d'Agenda 21 indique que les schémas de production et de consommation non viables sont la cause principale de la dégradation continue de l'environnement et qu'en outre ce schéma aggrave la pauvreté et les déséquilibres (4.3) entre les pays riches et les pays pauvres. Dès lors, un rang de priorité élevé devrait être accordé à l'examen du rôle et de l'impact de schémas de production et de consommation et des modes de vie insoutenables (4.13).

1. Nations Unies : la Commission du Développement Durable (CSD)

La Commission du Développement Durable, au cours de ses différentes sessions, a présenté dans de nombreux passages les instruments à utiliser et à développer en rapport avec la modification des modes de consommation et de production. Ces instruments sont répartis en trois grands types : les instruments de réglementation, les instruments économiques, les instruments sociaux.

a) les instruments de réglementation

Les instruments de réglementation concernent tous les instruments juridiquement contraignants (*command and control*) tels que les lois, les standards et autres obligations.

La plupart des pays répondent à la dégradation environnementale tout d'abord en élaborant de nouvelles législations, généralement couplées avec de nouveaux standards et de nouvelles pratiques. La réalisation de ces nouvelles lois a généralement pour but de réduire des polluants ou des dommages environnementaux spécifiques. Petit à petit, cependant, cette approche de solution unique a fait place à des législations plus globales afin de réaliser des améliorations dans la gestion environnementale. Ces instruments juridiques sont généralement destinés aux producteurs industriels.

b) les instruments économiques

Les instruments économiques concernent les politiques fiscales et de prix (taxes, subsides, incitants, etc.), les accords sectoriels, les systèmes de consigne, la création de marchés etc.

Les instruments économiques opèrent en « payant » un prix pour l'utilisation de ressources environnementales. De tels instruments encouragent dès lors la réduction dans le ratio entre les ressources environnementales et la consommation finale et, puisque une partie des coûts est répercutée du côté des consommateurs, les ménages sont incités à passer de biens et services nécessitant d'importantes ressources environnementales vers des biens et services nécessitant moins de ressources environnementales. Par rapport aux autres instruments, les instruments économiques ont une série de propriétés qui les rendent généralement supérieurs : ils sont plus efficaces au niveau des coûts ; ils ont des effets dynamiques ; ils produisent un flot de revenus qui peuvent dès lors être utilisés pour réduire d'autres taxes, spécialement celles qui découragent l'emploi.

Les instruments économiques ont plus de chances d'aboutir à leurs objectifs environnementaux lorsqu'ils sont politiquement acceptables. Si les instruments économiques ne sont pas équitables dans leurs effets distributifs, ils devraient alors être accompagnés par l'introduction de mesures compensatoires.

Parmi les instruments économiques sur lesquels insistent les textes des Nations Unies, la question de **l'internalisation** dans les coûts **des externalités négatives** pour l'environnement liées au processus de production des industries occupe une place relativement importante. A cet effet, les principes du *pollueur-payeur* et de *l'utilisateur-payeur* sont mis en avant. Le premier est centré sur les différents produits entrant dans le processus de production lui-même et qui est généralement implanté en imposant un coût au producteur. Ce principe peut être étendu par le principe « du berceau à la tombe », i.e. le producteur tient compte alors de tout le cycle de vie du produit. Quant au second, son but est d'obtenir des prix du marché corrects tenant compte des ressources naturelles utilisées lors de la fabrication du produit.

Bien que ces externalités négatives puissent être internalisées par des mesures de *command and control*, les instruments économiques sont souvent beaucoup plus efficaces, entre autres parce qu'ils ont un effet d'incitant en ce qui concerne les comportements des producteurs aussi bien que celui des consommateurs.

De nombreux produits sont **subsidés** par les Etats, et parmi ces produits certains sont néfastes pour l'environnement (en 1994, 5% du PNB mondial est dépensé dans des subsides néfastes). Il semble dès lors important de réduire ces subsides attachés à certains processus de production de biens non durables tout en favorisant la subvention de la production de biens plus respectueux de l'environnement.

Lorsqu'ils sont établis au niveau correct, les instruments économiques peuvent s'avérer efficaces dans la modification des comportements des producteurs et des consommateurs. Cependant, la raison historique la plus importante de l'introduction des **taxes environnementales** a été la recherche de revenus additionnels. Le niveau des taxes ou des charges a dès lors été trop souvent trop bas pour avoir un effet important sur la taxation de comportements indésirables. En principe, si le niveau de taxes est suffisant pour l'internalisation complète des externalités négatives environnementales, selon la CSD, il n'est pas important que les consommateurs continuent à adopter le comportement indésirable vu que les effets pervers de ce type de consommation devraient alors être combattus et résolus par les moyens financiers dégagés par de telles taxes.

En outre, beaucoup d'experts environnementaux suggèrent qu'une réforme fiscale écologique – qui déplacerait le poids de la taxation sur le travail et sur le capital vers la pollution et la consommation de ressources naturelles – n'aurait pas comme effet unique l'encouragement d'une production et d'une consommation plus propre et plus écologiquement efficace, mais qu'elle aurait également des effets positifs en ce qui concerne la croissance économique ainsi que l'offre de nouvelles opportunités d'emploi²⁷.

Les instruments économiques appliqués à des sources de pollution (typiquement les **charges d'émissions**) ont beaucoup plus de chances d'être efficaces lorsque les sources d'émission sont clairement identifiables, lorsque des mécanismes de surveillance effectifs sont en place et lorsque le potentiel technologique et les incitants économiques à la réduction des émissions existent.

Les instruments économiques appliqués à des sources de pollution non délimitées (*non-point sources*) (typiquement les **charges de produits**, les schémas de dépôts et de remboursement comme le système des consignes) paraissent fonctionner le mieux lorsque des structures administratives existantes peuvent être utilisées, lorsque les produits sont fabriqués en grand nombre et qu'ils sont facilement identifiables et lorsque les consommateurs ont l'opportunité de choisir d'autres produits (grande élasticité de la demande).

La réglementation forme encore les bases du contrôle sur la production (mesures centrées sur l'offre). Les mesures de *command and control* se sont révélées efficaces au regard de certaines sortes de développement de produits, particulièrement à travers leur rôle d'incitant au développement de technologies plus respectueuses de l'environnement. Cependant, les instruments de *command and control* peuvent également manquer de souplesse, être coûteux et inefficaces dans les phases de réalisation et d'inspection. Ces problèmes encouragent un plus grand intérêt porté aux instruments d'**accords volontaires** qui étendent la responsabilité des producteurs en ce qui concerne leurs opérations et leurs produits tout en laissant de nombreux détails concernant l'application des mesures à l'industrie.

Les accords volontaires semblent fonctionner le mieux lorsqu'il n'y a qu'un nombre limité d'acteurs-clés et lorsque le niveau d'organisation industrielle est suffisamment sophistiqué pour pouvoir se concerter avec le gouvernement afin d'organiser l'établissement de réseaux de collecte/recyclage (par exemple).

c) les instruments sociaux

Les instruments sociaux concernent principalement les instruments d'information et d'éducation à destination des acteurs.

La réponse politique au défi lancé par Agenda 21 s'est développée en deux étapes. La plus grande attention reste concentrée sur la production et les secteurs traditionnellement polluants de l'industrie, du transport et de l'agriculture. En plus de la réglementation *command and control* des processus de production, beaucoup de politiques innovantes en recherche et développement sont axées sur la création d'un cadre de travail qui incite à une utilisation plus efficace des ressources ainsi que le développement de boucles fermées de systèmes de production/consommation qui préviennent dès lors la propagation de déchets dans l'environnement.

Cependant, beaucoup reconnaissent que le changement des modes de production et de consommation signifiera aller au-delà de politiques axées uniquement sur le pôle de la production. A plus long terme, les progrès dépendront de changements plus fondamentaux dans le mode de vie des consommateurs des pays développés.

²⁷ CSD, document E/CN.17/1996/5/Add.1

Parmi les instruments d'information, le **label écologique** a comme objectif la promotion de produits qui réduisent les impacts environnementaux, le développement de la conscience des consommateurs et la fourniture d'une information simple qui permet des choix avantageux pour l'environnement. Il y a une tendance évidente des schémas d'écolabels prenant en compte tout le cycle de vie des produits.

Une question clé émerge concernant la « rigueur environnementale » vs. le fonctionnement du marché des écolabels. Si les standards environnementaux sont établis à un niveau tel que de nombreux produits peuvent se targuer d'obtenir un écolabel, leur visibilité sera élevée et les produits n'ayant pas le label finiront par être éjectés du marché. Cependant, si les critères des standards environnementaux sont établis à un niveau élevé, tel que seulement peu de produits pourront se targuer d'obtenir le label, ceux-ci seront perçus comme des biens de première qualité et ne dépasseront jamais leur position de niche dans le marché. Les expériences actuelles tendent à montrer que les consommateurs tendent à être plus influencés lorsque les produits labellisés sont la norme plutôt que l'exception.

L'implication de l'industrie et des ONGs dans le développement des critères d'attribution des labels aide à s'assurer que les intérêts environnementaux ainsi que commerciaux sont rencontrés. Il semble que les labels prospèrent dans une structure de marché où les PME dominent dans de nombreux secteurs : les PME opèrent dans des conditions de très forte compétitivité et sont dès lors intéressées par tout schéma leur permettant de se positionner dans une certaine niche du marché : les grandes entreprises sont rarement des pionniers.

En définitive, les membres de la CSD reconnaissent que les stratégies nécessaires au changement des modes de production et de consommation doivent impliquer un mélange d'instruments dont le but est de chercher à prendre à bras le corps le complexe entier des aspects socio-économiques. Dans cette optique, les médias et le secteur de la publicité jouent un rôle important en ce qui concerne la sensibilisation du public à des modes de consommation plus respectueux de l'environnement.

En outre, la CSD précise que les changements des modes de consommation et de production n'impliquent pas un déclin dans la qualité de la vie ou les conditions de vie mais qu'il s'agit plutôt d'une réorientation : il ne s'agit pas seulement de consommer moins, mais surtout de consommer différemment (E/CN.17/1997/2/Add.3)

Encadré 1 : Instruments de changement des modes de consommation et de production (E/CN.17/1995/13)

Type d'instrument	Fonctions	Avantages	Désavantages
Command and control			
Législation	- Fournir un cadre de travail légal pour la protection de l'environnement - Servir de guidelines pour la formulation politique à différents niveaux	- Accord général - Certitude élevée quant à la réponse et au comportement des agents	- Coûts de réalisation peuvent être élevés - Manque de flexibilité
Standards	Etablir des standards techniques incluant des standards ambiants et des standards sur les effluents	Voir ci-dessus	Le coût de l'accord peut être élevé pour certaines industries dans certains pays
Quotas	Etablir des plafonds concernant les polluants, tels que quotas d'émission et sur les ressources	Lorsque négociés entre les entreprises et les agents du marché, ils ont l'avantage du coût et de la flexibilité des permis négociables	La qualité locale ambiante pourrait être affectée
Instruments économiques			
Droits et responsabilités de propriété	Fournir des incitations positives pour des comportements écologiques	Combine le développement et la protection de l'environnement	Difficile à mettre en œuvre dans certains secteurs
Charges	- Voir ci-dessus - En imposant des charges pour l'utilisation de ressources, cela génère des ressources financières pour les programmes de protection et de nettoyage	En plus de la création de revenus, les charges, telles que les charges sur les effluents, les charges sur les utilisateurs et les charges sur les produits aident à la réduction de l'intensité matérielle et minimisent les déchets	Des charges universelles peuvent limiter le potentiel de croissance et la survie de petites entreprises
Dépôt et remboursement	Fournir des incitations positives pour le recyclage et la réutilisation	Minimisation des déchets et diminution de l'utilisation des ressources	Des faibles dépôts peuvent ne pas atteindre les résultats escomptés
Taxation différenciée	- Fournir, principalement par des signaux touchant les prix, des incitations positives à la consommation de produits et services respectueux de l'environnement - Générer des ressources financières pour les programmes de protection de l'environnement	- S'attaque aux échecs du marché par l'ajustement des prix afin de compenser les externalités - Crée des marchés pour les produits respectueux de l'environnement; stimule la recherche et l'innovation en ce qui concerne les technologie tendant à améliorer la prise en compte de l'environnement	Dans certains cas, les coûts administratifs associés à la récolte des taxes peuvent être élevés
Subsides	Subsidier la recherche et le développement dans de nouvelles technologies	Aide à soulager les contraintes pesant sur l'allocation privée des budgets de recherche et de développement	Peut aller à l'encontre du principe du pollueur-payeur
Instruments sociaux			
	- Elever la conscience du public en ce qui concerne les questions environnementales et encourage des changements dans les attitudes et les comportements - Introduire l'éducation à l'environnement dans les systèmes éducatifs	- Aide à mobiliser la volonté politique et les groupes de pression envers les producteurs et les consommateurs - Accroît la connaissance et l'habileté en matière de consommation et de production durables	Peut parfois devenir difficile à soutenir

2. Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE)

Les participants à l'Atelier de Rosendal (organisé par l'OCDE en Norvège du 2 au 4 juillet 1995) ont convenu d'élaborer un ensemble de propositions pratiques concernant les instruments politiques liés à la consommation et la production durables (OCDE, 1997a) :

- instruments économiques :
 - modification progressive de la fiscalité par la taxation accrue de l'utilisation des ressources et de la pollution et l'allègement de la fiscalité sur le travail
 - réduction progressive des subventions nuisibles à l'environnement
 - taux de TVA de 0% pour les 10% des appareils présentant le meilleur rendement énergétique
 - tarification routière, redevances d'encombrement, et hausse des prix des carburants supérieure à l'inflation
 - incitations fiscales en faveur des petites voitures
- réglementation :
 - réglementation des constructions imposant un double réseau de distribution d'eau à usage ménager
 - études d'impact sur l'environnement pour tout achat public
 - définition de plages de spécifications environnementales pour les achats publics (permettant d'opter pour les articles les moins coûteux à l'intérieur de la plage)
 - transfert de pouvoirs au profit des organisations de consommateurs (élargissement du champ d'action et financement)
 - mesures imposant le partage des technologies pour élargir la gamme des produits de consommation respectueux de l'environnement
 - promotion de l'analyse des cycles de vie dans le cadre des labels écologiques
 - emploi de systèmes informatiques pour informer sur les comportements respectueux de l'environnement et promouvoir leur adoption
 - cours sur l'environnement au niveau des écoles maternelles
- instruments sociaux :
 - au niveau local, création d'infrastructures et d'équipements permettant des comportements plus viables, assortie de campagnes de sensibilisation du public par la publicité, par des pictogrammes et par des symboles
 - informations sur les aspects écologiques des produits et services à l'intention des responsables des achats du secteur public, des entreprises et des organisations
- recherche et développement :
 - incitations à l'intention des industriels afin qu'ils réalisent des études de marché sur la psychologie et le comportement d'achat des consommateurs
 - analyse des bonnes pratiques qui ont porté leurs fruits dans l'industrie
 - instauration d'un classement comparatif des audits écologiques menés par les multinationales
 - à l'échelle locale, projets de démonstration de mode de vie « écologiquement viables » pour comprendre les conditions préalables à un véritable changement de comportement
 - promotion et développement des possibilités de création d'emplois dans le domaine de l'environnement
- coopération internationale :
 - les négociations commerciales internationales doivent viser à renforcer l'internalisation des coûts d'environnement
 - programmes de labellisation écologique compatibles à l'échelle mondiale (prenant en compte les intrants et extrants environnementaux) pour les produits et les services
 - promotion de l'utilisation de la norme ISO 14000 et élaboration de versions à l'intention des PME

Dans un ouvrage publié en 2001²⁸, l'OCDE indique qu'en matière d'instruments politiques, deux voies devraient être poursuivies de façon concomitante : l'amélioration du cadre d'action de ces instruments; la correction des défaillances du marché et des interventions.

a) amélioration du cadre d'action

1) nécessité d'un cadre réglementaire plus efficace et efficient

La réglementation a été développée afin de concilier les intérêts publics et les intérêts privés. Cependant, la réglementation souffre de certains défauts : une rigidité excessive; des coûts (de préparation, d'implémentation, de suivi...) élevés; une insuffisance d'application. Dès lors, selon les auteurs du rapport, une réforme de la

²⁸ OCDE (2001), *Développement durable : les grandes questions*, Paris

réglementation a eu lieu et a visé à la fois à réduire le champ de la réglementation tout en améliorant sa qualité. Selon les auteurs (p.138) « *les stratégies de déréglementation ont été appliquées pour libéraliser les marchés de produits, tandis que les améliorations de qualité ont concerné les réglementations à caractère social, environnemental et administratif* ».

Afin de rendre plus efficace le cadre réglementaire, il s'agirait également d'encadrer les forces du marché et intégrer les objectifs poursuivis par les pouvoirs publics, à savoir que les politiques de libéralisation des marchés doivent considérer leurs incidences sociales et environnementales, et inversement les réglementations à caractère social et environnemental doivent être efficaces par rapport à leur coût. En outre, il s'agit également de renforcer la logique économique des réglementations (p.139).

2) nécessité de disposer d'un ensemble cohérent d'instruments d'action

L'OCDE préconise, tout comme la CSD, la combinaison de mesures et distingue six grandes catégories d'instruments :

- instruments contraignants : licences/permis; normes de qualité du milieu ambiant; normes d'émission; normes de procédés; normes de produits; interdictions, etc.
 - instruments économiques : redevances; taxes; permis d'émission négociables; quotas négociables; subventions environnementales; systèmes de consigne etc.
 - responsabilité, indemnisation des dommages : règles déterminant la responsabilité objective; fonds d'indemnisation; assurance pollution obligatoire; responsabilité élargie des producteurs etc.
 - éducation et information : campagnes d'éducation du grand public; diffusion d'informations techniques; publicité des sanctions; labels écologiques, etc.
 - approches volontaires : engagements unilatéraux; programmes volontaires publics; accords négociés, etc.
 - gestion et planification : systèmes de gestion de l'environnement; zonage; occupation des sols, etc.
- (p.143)

La réglementation conserve encore une place primordiale parmi les mesures de protection de l'environnement, mais elle est de plus en plus associée à deux autres types d'instruments : les instruments économiques et les approches volontaires.

Les **approches volontaires** offrent comme avantage une plus grande flexibilité pour les pouvoirs publics et le secteur privé tout en encourageant le dialogue entre les différents acteurs; en outre, c'est un moyen pour les entreprises d'éviter la mise en place de lois, réglementations ou taxes supplémentaires tandis que c'est un moyen pour les pouvoirs publics de réduire les coûts administratifs (p.144).

Dans un autre document²⁹, l'OCDE précise que les approches volontaires sont des approches « *par lesquelles les entreprises prennent des engagements afin d'améliorer leur performance environnementale au-delà des exigences légales. L'action volontaire peut soit fournir plus ou une meilleure information que ce qui est légalement exigé soit prendre des mesures techniques axées sur les processus de fabrication ou les produits* ».

Cependant, si ces approches volontaires ne sont pas correctement conçues, mises en œuvre et contrôlées, elles peuvent soulever un certain nombre de problèmes parmi lesquels un détournement de la réglementation, une absence de sanctions en cas d'infraction etc. Aussi, les auteurs ont relevé huit conditions clés pour une mise en œuvre efficace et équilibrée des approches volontaires (OCDE, 2001 : 145) :

1. une définition claire des objectifs;
2. la caractérisation d'un scénario « de référence » (p.ex. estimer les niveaux probables d'émission);
3. la présence de menaces réglementaires, en tant qu'incitation pour les entreprises à aller au-delà des niveaux correspondant au scénario « de référence »;
4. un contrôle crédible et fiable du respect des engagements des partenaires;
5. la participation de tiers à la fixation des objectifs et au contrôle des performances;
6. la présence de pénalités en cas de non-respect des engagements;
7. l'information et l'éducation;
8. la présence de dispositions limitant le risque de distorsions de la concurrence.

Les **instruments économiques** sont de plus en plus utilisés pour différentes raisons (p.146) :

- les réglementations sont difficiles et coûteuses à mettre en œuvre et ne produisent pas toujours des résultats satisfaisants;
- les taxes, redevances et permis transférables offrent à la fois une possibilité d'efficacité statique (en minimisant les coûts globaux de réduction de la pollution) et d'efficacité dynamique (par une incitation permanente à la réduction de pollution et à l'innovation);
- les instruments économiques offrent une flexibilité accrue car ils font intervenir le mécanisme des prix (les pollueurs sont libres de choisir la meilleure combinaison de mesures possibles);
- ces instruments économiques peuvent être source de recettes publiques;

²⁹ OCDE (2002), *Policies to promote sustainable consumption : an overview*, ENV/EPOC/WPNEP(2001)18/FINAL.

- ces instruments permettent l'intégration des objectifs environnementaux et économiques par l'intervention du mécanisme des prix.

Les auteurs mettent en évidence le fait que plusieurs critères peuvent guider le choix des instruments à mettre en action, parmi lesquels :

- l'efficacité de la mesure sur le plan environnemental;
- l'efficacité statique : coût minimum pour la société;
- l'efficacité dynamique, qui est une incitation à la réduction de la pollution et à l'innovation technique;
- la flexibilité quant aux moyens à mettre en œuvre pour respecter les normes environnementales;
- la simplicité du mode de financement;
- les faibles coûts de transaction;
- l'intégration de la politique environnementale dans les politiques sectorielles;
- la réduction maximale des effets régressifs sur la distribution des revenus;
- la compétitivité internationale;
- la conformité aux accords internationaux et aux règles du commerce international;
- l'acceptabilité politique de la mesure;
- les effets économiques de la mesure (pp. 146-148).

Encadré 2 : Instruments économiques de protection de l'environnement³⁰	
<i>Redevances et taxes sur les émissions</i>	Versements directs assis sur la quantité ou la qualité du polluant considéré
<i>Redevances et taxes sur les produits</i>	Versements s'appliquant aux produits générateurs de pollution au stade de leur fabrication, de leur consommation ou de leur élimination
<i>Redevances d'utilisation</i>	Redevances acquittées en contrepartie de services collectifs. Elles sont principalement utilisées pour le financement des collectivités locales, par exemple pour la collecte et le traitement des déchets solides et des eaux usées
<i>Permis négociables ou transférables</i>	Quotas, permis ou droits d'émission ou d'utilisation maximaux alloués aux agents économiques par une autorité compétente. Après avoir été délivrés, les permis peuvent être transférés (négociés) d'une source, d'une zone géographique ou d'une période à l'autre
<i>Systèmes de consigne</i>	Versements effectués lors de l'achat d'un produit. Le montant versé est remboursé, totalement ou partiellement, lorsque le produit est restitué au vendeur ou à une installation de traitement spécialisée
<i>Amendes de non-conformité</i>	Amendes infligées dans un cadre non pénal aux pollueurs qui ne respectent pas les prescriptions et réglementations visant la protection de l'environnement. Ces amendes peuvent être proportionnelles à certaines variables telles que les dommages imputables à la non-conformité, les bénéfices liés aux économies réalisées par le contrevenant du fait de la non-conformité, etc.
<i>Cautions de bonne fin</i>	Paiement d'une consigne (sous forme de « caution ») exigé des pollueurs ou des utilisateurs de ressources naturelles. La caution est restituée lorsque la conformité est effective
<i>Indemnisation</i>	Paiements effectués dans un cadre non pénal en réparation de dommages causés par une activité polluante. Les versements peuvent être versés au profit des « victimes » (en cas de pollution chronique ou accidentelle) ou de l'Etat. Ils peuvent s'inscrire dans le contexte de régimes de responsabilité et d'indemnisation particuliers, ou dans celui de fonds d'indemnisation financés au moyen de cotisations des pollueurs potentiels
<i>Subventions environnementales</i>	Toutes les formes d'aides financières apportées aux pollueurs ou aux utilisateurs de ressources naturelles au titre de la protection de l'environnement

b) corriger les défaillances du marché et des interventions

Selon les auteurs, trois grands ensembles de mesures sont essentiels pour la mise en œuvre des conditions-cadres nécessaires au développement durable : la réforme des subventions génératrices de distorsions; le verdissement des systèmes fiscaux; la création de marchés de lutte contre la pollution et de gestion des ressources naturelles (p.148).

1) réforme des subventions

Parmi les différents effets de ces subventions, les auteurs distinguent le poids sur le budget de l'Etat, la réduction éventuelle de l'efficacité dynamique (car les subventions liées à la production de produits spécifiques tendent à "verrouiller" l'utilisation des facteurs de production qui y sont associés et à réduire les incitations au

³⁰ OCDE (2001), *Développement durable : les grandes questions*, Paris, p. 147.

développement de nouvelles solutions –p.149-). En outre les auteurs précisent que la plupart des mesures de soutien ont été introduites pour protéger l'emploi et les revenus des travailleurs et des agriculteurs face à la concurrence étrangère; cependant, la plus grande partie de ce soutien est destiné aux gros producteurs, entraînant une distribution régressive posant la question de l'équité de cette distribution : les subventions étant in fine financées par le contribuable, les consommateurs paient des prix artificiellement élevés pour les produits subventionnés, ce qui peut avoir une incidence régressive sur la distribution des revenus, les groupes les plus faibles économiquement étant amenés à consacrer une part plus grande de leurs revenus à l'acquisition des produits subventionnés (p.150).

2) taxes environnementales

Depuis le début des années 90, plusieurs pays de l'OCDE³¹ ont introduit des réformes fiscales vertes qui combinent trois séries de mesures : une réduction des distorsions fiscales, une restructuration de la fiscalité existante, l'introduction de nouvelles taxes environnementales. Ces réformes ont été introduites à pression fiscale constante : les nouvelles taxes compensant la réduction de taxes existantes (p.154).

3) création de marchés

"Les permis transférables/négociables sont des quotas, des permis, des plafonds (droits maximaux) et/ou des planchers (obligations minimales) qui peuvent être assignés à des agents économiques par une autorité compétente ou répartis entre eux suivant une procédure administrative ou économique (...) Une fois les allocations initiales définies, ces permis sont échangeables entre sources, zones géographiques ou périodes. Le prix des permis sur le marché égalisera le coût marginal de réduction des émissions de tous les agents participants aux transactions, minimisant ainsi le coût global de réduction. Les transferts peuvent s'effectuer au sein d'une même entité économique (par exemple entre différentes usines d'une même entreprise) ou entre agents différents (entreprises, propriétaires fonciers)" (p. 158).

Selon les auteurs, ces permis transférables offrent de multiples avantages :

- certitude quant aux résultats environnementaux : le volume total d'émissions polluantes autorisées ou de ressources utilisées est fixé a priori;
- réduction des coûts : les permis négociables nivellent le coût marginal de réduction de la pollution au niveau du prix des permis sur le marché;
- incitation à un fonctionnement efficace et harmonieux du système : tous les participants ont intérêt à faire bon usage de leur allocation de permis;
- compatibilité entre croissance économique et protection de l'environnement;
- diffusion de l'information sur le marché;
- ajustement automatique des prix lorsque le contexte économique général change;
- flexibilité temporelle en autorisant le report sur une période suivante des permis valables pour une période donnée;
- flexibilité spatiale;
- application potentielle à un large éventail de domaines;
- potentiel international (pp.159; 161).

En conclusion, les auteurs précisent que les différents types d'intervention sont complémentaires et que la combinaison de différents instruments d'action constituera probablement l'approche la plus efficace. En outre, les dimensions sociale, économique et environnementale doivent être intégrées à chaque niveau (p.162).

3. Union européenne

a) Programmes d'Action pour l'Environnement

1) Premier Programme d'Action pour l'Environnement

Le Traité de Rome qui établit la Communauté Economique Européenne en 1957, ne contient aucun article se référant à une quelconque politique environnementale. Il faudra attendre l'Acte Unique Européen en 1987 pour que l'environnement bénéficie d'un chapitre et que celui-ci donne une base légale supranationale aux politiques environnementales.

Cependant, dès 1972, lors du Sommet des Chefs de Gouvernements à Paris, l'environnement se voit pour la première fois accorder les bases d'une politique cohérente. Le *Premier Programme d'Action pour l'Environnement*, adopté en 1973, pose les jalons à une politique communautaire en faveur de l'environnement. Ce programme contenait des priorités limitées pour les deux ou trois années à venir. Il contenait le principe de responsabilité

³¹ La Finlande, la Norvège, la Suède, le Danemark, les Pays-Bas, la France, l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni et la Suisse.

partagée pour les actions environnementales entre les niveaux nationaux et supranational. Outre des principes d'actions (voir plus loin), ce Programme d'Action s'est également concentré sur certains produits spécifiques : le plomb dans l'essence et dans la vaisselle de table, la toxicité des détergents, la composition des peintures. Certaines industries étaient également prises pour cibles: l'industrie chimique, l'alimentation, la métallurgie et l'industrie textile (Barnes & Barnes, 1999 : 33). Les mesures prises au cours de ce premier Programme ne se focalisaient pas uniquement sur la pollution, mais également sur la santé humaine et sur la préservation de l'environnement.

Encadré 3 : Principes d'action établis dans le Premier Programme d'Action pour l'environnement³²

1. Prevention of pollution is better than curing the problem after it has happened
2. Environmental impacts should be taken into account at an early stage in the planning and decision-making process
3. Overexploitation of resources should be avoided
4. Scientific knowledge should be used to assist in the conserving and improvement of the environment and in pollution control
5. Polluters should pay for their environmental damage (with certain exemptions to take into account the need to eliminate regional disparities)
6. The transboundary impact of pollution should be controlled
7. The problems of developing countries should be taken into account
8. The European Community should take on the role as international actor in the environmental area, especially in the context of regional cooperation and globally to support the work of the United Nations
9. The EC should assume a role in the dissemination of information and education of the population about environmental problems
10. The EC should decide the appropriate level at which action should be taken
11. Harmonization of national environmental policies is the goal.

2) Deuxième Programme d'Action pour l'Environnement

Le *Deuxième Programme d'Action pour l'Environnement*, adopté en mai 1977, a réaffirmé les déclarations du Premier Programme :

- l'amélioration de la qualité de la vie et la protection de l'environnement qui sont des "*tâches fondamentales pour la Communauté et il est dès lors nécessaire de mettre sur pied une politique environnementale communautaire*";
- une attention particulière doit être accordée à l'utilisation non dommageable et à la gestion rationnelle du territoire, de l'environnement et des ressources naturelles;
- le développement de mesures servant à encourager le développement de la conscience publique et de la responsabilité personnelle en ce qui concerne la protection de l'environnement (Barnes & Barnes, 1999 : 35).

Une recommandation importante de ce Programme fut que l'action préventive devait devenir la base de ces mesures. Cependant, la nouveauté de ce Programme fut l'incorporation de sections traitant de la surveillance et de l'étude des politiques, la protection de la faune et de la flore, le recours aux études d'incidences sur l'environnement et le développement de labels environnementaux (Barnes & Barnes, 1999 : 35).

L'objectif de ce label environnemental européen était d'encourager les actes d'achats écologiquement respectueux des consommateurs. Le recours à ce niveau d'action supranational fut justifié par le fait que le développement de labels nationaux aurait comme conséquence des distorsions dans le fonctionnement du commerce au sein du marché intégré. Cependant, malgré le support envers cette initiative, la réglementation établissant l'éco-label devra attendre 1993 (Barnes & Barnes, 1999 : 36).

3) Troisième Programme d'Action pour l'Environnement

Le *Troisième Programme d'Action pour l'Environnement*, adopté en février 1983, fut caractérisé par l'intégration des considérations économiques et des considérations environnementales (le but étant de permettre une diminution de l'augmentation des taux de chômage par le recours à des considérations environnementales).

Une mesure importante développée dans ce Programme fut le recours au principe du pollueur-payeur (PPP) via l'introduction de standards dans la législation et/ou l'imposition de taxes dans le cas où le producteur dépasserait les niveaux permis par ces standards.

Un autre engagement de ce Programme fut la réduction de la pollution à la source. L'introduction de technologie "écologique" fut perçue comme une façon de rencontrer plusieurs objectifs, en ce y compris un contrôle précoce de la pollution (à la source) et la création d'emplois (Barnes & Barnes, 1999 : 37).

³² Barnes & Barnes (1999 : 30)

4) Quatrième Programme d'Action pour l'Environnement

Le Quatrième Programme d'Action pour l'Environnement, adopté en octobre 1987, est caractérisé par sa volonté d'adopter une approche plus holistique de la protection de l'environnement. *"L'importance de deux développements fut établie dans l'introduction du programme. Premièrement, la base légale de la politique a été clarifiée par l'inclusion du titre "Environnement" aux articles du traité dans l'Acte Unique Européen. Deuxièmement, la protection de l'environnement fut identifiée comme ayant un rôle positif à jouer dans le processus de création d'emplois et que pour cette raison, la protection de l'environnement devait être considérée comme un élément essentiel de toute politique économique introduite par l'Union européenne"* (Barnes & Barnes, 1999 : 39).

Alors que précédemment la législation environnementale n'approchait la protection de l'environnement que par un médium spécifique (l'air, l'eau, etc.), le Quatrième Programme d'Action développe une approche "multi-média". Cette approche dépend dès lors de l'introduction de mesures rigoureuses; une des priorités principales de ce Programme fut donc un renforcement de la sévérité des standards environnementaux qui n'étaient pas suffisamment stricts par le passé. L'avantage de l'identification du secteur de l'industrie chimique comme cible pour l'introduction de contrôles orientés vers les substances est lié à la faisabilité du ciblage de la pollution, et ceci quelle que soit son origine. Il est également possible de cibler des industries particulières ou un groupe d'industries au sein de ce secteur qui posaient précédemment une menace significative pour l'environnement (Barnes & Barnes, 1999 : 40)

5) Cinquième Programme d'Action pour l'Environnement

"Le Cinquième Programme d'Action pour l'Environnement, [adopté en mars 1992], différa de ses prédécesseurs dans la mesure où il fut une réponse à la recherche de nouveaux instruments relatifs à la protection de l'environnement, en plus des instruments déjà existants" (Barnes & Barnes, 1999 : 41). L'approche défendue par ce Programme d'Action fut celle d'un partage des responsabilités et d'une participation accrue d'un grand nombre de groupes de différents acteurs qui seraient les cibles de mesures environnementales.

"Le principe sous-jacent des propositions du Cinquième Programme d'Action fut que des mesures modifiant le comportement par le recours à l'utilisation des forces du marché devaient être introduites. Dans cet objectif, les coûts environnementaux doivent être internalisés via des incitants et des punitions économiques et fiscaux, ce qui inclut le recours à des taxes, des subsides, des permis négociables, l'extension du recours à l'utilisation des techniques d'études d'incidences sur l'environnement et la comptabilité environnementale" (Barnes & Barnes, 1999 : 44).

6) Sixième Programme d'Action pour l'Environnement

Dans le Sixième Programme d'Action pour l'Environnement, la Commission européenne plaide non pas pour une réduction de la croissance ou de la consommation en elles-mêmes, mais plutôt pour une modification qualitative de ces dernières. L'accent est mis sur l'innovation basée sur le niveau « ambitieux » des normes européennes; cette innovation vers les éco-performances permettant de créer de nouveaux marchés et débouchés commerciaux tout en offrant la possibilité de créer de nouveaux emplois ainsi qu'en préservant la dégradation de l'environnement.

Ce Programme rappelle l'élargissement de la panoplie d'instruments caractérisant le Cinquième Programme d'Action et indique que « ces orientations demeurent des priorités » (C.E., 2001a : 10). Quatre questions prioritaires sont dégagées par le programme :

- efforts d'atténuation des changements climatiques;
- nature et biodiversité – protéger une ressource unique;
- environnement et santé;
- utilisation durable des ressources naturelles et gestion durable des déchets (C.E., 2001a : 12-13).

En outre, cinq axes prioritaires d'action stratégique sont développés :

- l'amélioration de la législation existante
- l'intégration des préoccupations environnementales dans les décisions prises dans le cadre d'autres politiques
- la recherche de nouveaux modes de collaboration plus étroite avec le marché par le biais des entreprises et des consommateurs
- l'implication des citoyens en tant que particuliers et les aider à modifier leur comportement
- favoriser l'adoption de meilleures décisions en matière d'aménagement et de gestion du territoire (C.E., 2001a : 14).

En ce qui concerne l'encouragement du marché à œuvrer pour l'environnement, les auteurs du programme d'action indique que « l'introduction de taxes environnementales est souvent mal accueillie par le secteur industriel, par crainte de baisses de la compétitivité » (C.E., 2001a : 17), ce qui explique pourquoi la plupart de ces taxes sont accompagnées de dérogations importantes. Pour surmonter ces craintes, il convient dès lors d'établir une approche communautaire harmonisée. En 1997, la Commission a proposé une taxation sur les produits énergétiques : relever les taux d'imposition minimaux sur les produits énergétiques déjà taxés (les huiles

minérales) et introduire des taxes nouvelles sur les produits énergétiques qui en ont été exempts jusqu'alors (gaz, électricité, charbon) tout en encourageant les Etats membres à réduire d'autres impôts, notamment sur la main-d'œuvre. Mais cette proposition n'a pas obtenu « *le soutien unanime nécessaire des Etats membres* » (C.E., 2001a : 17).

Il s'agit en outre de veiller à ce que les produits intègrent les véritables coûts environnementaux (internalisation) afin d'encourager les producteurs à répondre par des innovations et des initiatives de gestion qui devraient stimuler la croissance, la rentabilité, la compétitivité tout en créant des emplois (C.E., 2001a : 17). En outre, cela permettrait aux consommateurs de choisir en connaissance de cause.

Concernant le partenariat avec les industries, plusieurs systèmes sont déjà à l'œuvre, d'autres sont à promouvoir :

- système communautaire de management environnemental et d'audit (EMAS) : « *encourage les entreprises, à titre volontaire, à établir des systèmes de management environnemental et d'audit par site ou à l'échelle de l'entreprise, et à publier des rapports périodiques des performances environnementales qui sont vérifiées de manière indépendante par des réviseurs accrédités* » (C.E., 2001a : 17); l'amélioration de la participation des PME au programme EMAS est également une priorité (p. 18);
- le programme LIFE illustre les possibilités et les avantages de meilleures performances environnementales des entreprises et des autorités locales;
- élaborer un programme d'aide à la conformité par rapport aux textes législatifs, des indications sur les meilleures pratiques et les technologies plus propres, etc.;
- proposer des accords environnementaux à caractère volontaire;
- les soutenir à la mise en place de systèmes nationaux (mais harmonisés) de récompense des performances environnementales des entreprises;
- prévoir, dans le cadre de la politique intégrée de produits, des incitations économiques en faveur des produits respectueux de l'environnement;
- favoriser l'intégration de l'environnement dans le secteur de la finance concernant les activités de prêt et d'investissement.

L'examen et le soutien aux éco-labels sont également mis en avant, ainsi que l'écologisation des marchés publics.

b) Livret vert sur la Politique Intégrée de Produits (PIP)

La même année, la Commission publie son *Livret vert sur la politique intégrée de produits*, dans lequel elle affiche le défi « *de parvenir à un nouveau modèle de croissance et à une meilleure qualité de vie en créant des richesses et en assurant la compétitivité au moyen de produits plus écologiques* » (C.E., 2001b : 3). Et la Commission de préciser que « *c'est avant tout aux entreprises et aux consommateurs qu'il appartient de relever le défi* » (C.E., 2001b : 3). Cette *Politique intégrée de produits* (PIP) vise avant tout l'entièreté du cycle de vie des produits. Il s'agit dès lors de prendre en compte la conception écologique des produits, le choix éclairé du consommateur, le principe du pollueur-payeur dans les prix des produits. « *En principe tous les produits et services entrent dans le champ d'application de cette politique qui vise à réduire les effets des produits sur l'environnement. En pratique, les actions peuvent porter sur l'ensemble des produits ou seulement sur certains produits, sélectionnés sur la base de discussions avec les parties concernées en raison de leur importance et de la marge d'amélioration qu'ils présentent* » (C.E., 2001b : 5).

1) stratégie de mise en œuvre de la PIP

En ce qui concerne la **stratégie** de mise en œuvre de cette PIP, la Commission indique que « *les instruments vraisemblablement les plus efficaces sont ceux qui, à l'instar des impôts et des subventions, permettent de fixer des prix reflétant des coûts réels en internalisant les coûts extérieurs. Toutefois, tant que ce n'est pas le cas, il faut mener une série d'actions complémentaires pour mieux informer les consommateurs sur les caractéristiques écologiques des produits et encourager les producteurs à améliorer la conception de leurs produits* » (C.E., 2001b : 10). Toutefois, « *l'écologisation de la demande, qui exige un changement de comportement de la part des consommateurs, peut et doit être accompagnée par une série de mesures au niveau de l'offre. Ces mesures couvrent un large éventail d'instruments visant à encourager les entreprises à appliquer une politique de gestion du cycle de vie à leurs produits* » (C.E., 2001b : 11)

Afin d'agir également sur l'offre, un **instrument** qui pourrait être développé serait l'aide fiscale (ou autre aide financière) des entreprises réduisant les incidences de leurs produits sur l'environnement. L'application du principe du pollueur-payeur permettrait également de remédier aux carences du marché en matière d'internalisation des coûts. Dès lors, « *la principale solution envisagée dans ce cadre est l'application de taux d'imposition différenciés en fonction des performances environnementales des produits. Ces mesures pourraient être complétées par l'élaboration et l'application d'autres taxes et redevances écologiques, l'utilisation de permis échangeables, etc. à tous les niveaux de gouvernement* » (C.E., 2001b : 12). En outre, « *le concept de responsabilité du producteur a trait à l'intégration dans le prix des nouveaux produits de coûts qui se produisent une fois qu'ils ont été vendus.*

Cela encourage la prévention dès le stade de la conception des produits et permet aux consommateurs de ramener gratuitement à leur producteur les produits en fin de vie » (C.E., 2001b : 12-13).

La Commission précise de plus que « les marchés publics pourraient également être un incitant majeur. Les pouvoirs publics doivent prendre leurs responsabilités et être les premiers à créer une demande de produits plus écologiques » (C.E., 2001b : 13).

2) Outils de mise en œuvre de la PIP

Parmi les **outils** d'incitation visant à renforcer les initiatives des entreprises en faveur d'une production plus écologique, la Commission distingue la production d'informations sur les produits, les lignes directrices en matière de conception des produits, la normalisation et la « nouvelle approche », et enfin les groupes d'étude de produits.

2.1. production d'informations sur les produits

Concernant la **production d'informations** sur les produits, la Commission insiste sur le fait qu'il « convient de fournir au consommateur davantage d'informations précises, orientées vers l'utilisateur et propres à faciliter son choix sans l'induire en erreur » (C.E., 2001b : 19). Il s'agit également de réaliser des inventaires de cycle de vie et d'interpréter les informations relatives aux produits par le biais d'analyses des cycles de vie. Et la Commission d'indiquer que « obliger et/ou encourager les producteurs à fournir les données clés tout au long de la chaîne de production jusqu'au consommateur pourrait constituer un moyen d'augmenter la production et la disponibilité des informations » (C.E., 2001b : 20)

2.2. conception des produits

Les stratégies d'**éco-conception** des produits devraient être axées sur les éléments suivants :

- l'optimisation du service fourni par le produit;
- la préservation des ressources;
- la réduction des déchets;
- la réduction de la pollution;
- la réduction des dangers et des risques.

Et parmi les options à suivre en matière de conception pour atteindre ces objectifs, on trouve les concepts suivants :

- conception visant à une production et à une utilisation plus propres;
- conception visant à la réduction/substitution;
- conception prévoyant l'utilisation de matières renouvelables;
- conception visant à la durabilité;
- conception visant à la longévité
- conception permettant une extension des fonctions;
- conception en vue de la réutilisation et du recyclage;
- conception visant à la simplicité (C.E., 2001b : 22).

Et la Commission de préciser qu'elle a l'intention « d'encourager l'élaboration, la diffusion et l'application de ces lignes directrices en matière de conception » (C.E., 2001b : 23).

2.3. normalisation et « nouvelle approche »

Les **normes**, bien que généralement non contraignantes, « fixent des règles importantes qui, dans de nombreux cas, sont appliquées sur l'ensemble du marché » (C.E., 2001b : 23). Mais outre les normes officielles d'autres formes de consensus ont été développés par les organismes de normalisation. « Ces « nouveaux arrangements » ne passent pas par toutes les étapes des procédures applicables aux normes officielles mais peuvent être élaborées rapidement et apporter des solutions consensuelles adaptées aux nécessités d'un marché en évolution rapide ou aux innovations moins stables » (C.E., 2001b : 23). Et la Commission d'ajouter qu'elle a « l'intention de coopérer avec les organismes de normalisation et les parties concernées pour développer des mécanismes permettant d'intégrer systématiquement des caractéristiques environnementales dans les normes de produits. Il faut trouver des moyens d'accélérer l'écologisation de la normalisation en y associant les acteurs de la société civile », et plus loin « les possibilités de législation par la **nouvelle approche** pour favoriser l'éco-conception représentent également un champ d'action possible étroitement lié à la normalisation. Les directives « nouvelle approche » sont des mesures d'harmonisation totale définissant des exigences essentielles à caractère contraignant. Les producteurs sont libres de choisir les moyens qu'ils utiliseront pour apporter la preuve que leurs produits satisfont aux exigences essentielles. L'un de ces moyens consiste à appliquer les « normes harmonisées ». Le respect de ces normes harmonisées constitue une présomption de conformité du produit avec la législation applicable et permet sa libre circulation au sein du marché intérieur » (C.E., 2001b : 24).

2.4. groupes d'étude de produits

Les **groupes d'étude de produits**, quant à eux, auraient comme objectif de « *créer une dynamique en faveur de l'amélioration environnementale des produits en lançant un débat entre les parties prenantes* » (C.E., 2001b : 25), à savoir les opérateurs économiques et les consommateurs. « *Cette méthode permet d'obtenir des réactions plus rapides et axées davantage sur les entreprises et de résoudre les problèmes environnementaux avant qu'il ne soit nécessaire de légiférer* » (C.E., 2001b : 25).

De plus d'autres instruments de soutien sont envisagés par la Commission :

- les systèmes de gestion et d'audit environnementaux (EMAS et ISO 14001) qui « *sont conçus pour aider les entreprises à améliorer leurs performances environnementales, notamment les performances relatives au cycle de vie de leurs produits, activités et services* » (C.E., 2001b : 26);
- la recherche, le développement et l'innovation;
- le programme LIFE qui est un instrument qui soutient expressément par des moyens financiers le développement de la politique environnementale communautaire;
- la comptabilité et les bilans environnementaux.

Encadré 4 : principaux instruments et actions proposées dans la PIP³³

<i>Instruments économiques</i>	<ul style="list-style-type: none">• identifier les éléments du prix qui empêchent une adoption plus rapide des produits écologiques par le marché• étudier les possibilités de fiscalité différenciée
<i>Responsabilité du producteur</i>	<ul style="list-style-type: none">• étendre le concept à d'autres domaines de la législation communautaire• encourager les initiatives des Etats membres
<i>Labels écologiques</i>	<ul style="list-style-type: none">• étendre les labels à davantage de produits• augmenter le financement public pour couvrir les coûts de commercialisation et d'enregistrement• revoir la stratégie communautaire en matière de labels écologiques• appliquer les critères d'attribution des labels écologiques à d'autres secteurs
<i>Déclarations environnementales</i>	<ul style="list-style-type: none">• élaborer les modalités de suivi des auto-déclarations environnementales• mettre en place un cadre permettant de prendre en compte les déclarations effectuées conformément à la norme ISO, type III
<i>Marchés publics</i>	<ul style="list-style-type: none">• adopter une communication interprétative sur les marchés publics et l'environnement• élaborer un manuel d'écologisation des marchés publics• coordonner et faciliter l'échange d'informations sur les marchés publics écologisés• écologiser les marchés publics de la Commission

3. Belgique

a) La « loi normes de produits »³⁴

Cette loi³⁵ basée sur le cycle de vie des produits (approche intégrée) concerne autant les produits destinés au marché belge que les produits destinés à l'exportation hors Union européenne. Le domaine d'application de ce texte, dont le moteur est le respect de l'environnement et de la santé humaine, se situe en amont de la filière économique pour se centrer principalement sur les producteurs avec qui les pouvoirs publics s'apprêtent à passer des accords sectoriels. Mais les délais d'application de ce texte restent flous dans la mesure où se sont les arrêtés ultérieurs d'application qui encadreront sa mise en œuvre.

1. Philosophie générale de la loi

Un triple objectif est poursuivi par cette loi-cadre : l'instauration d'une base juridique pour une politique de produits intégrée et durable en vue de la protection de l'environnement et de la santé publique; l'instauration d'une base juridique facile à manier pour la transposition des directives européennes; l'intégration de la politique relative

³³ Annexe III de la PIP (p. 35)

³⁴ Ce chapitre, pour sa plus grande partie, est une copie du texte suivant : « La loi-cadre concernant les normes de produits », *Environnement et gestion*, n° 6, 1999, Kluwer Editorial

³⁵ Il s'agit plus précisément de la «Loi relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de production et de consommation durables et la protection de l'environnement et de la santé» du 21 décembre 1998 (publiée au Moniteur belge le 11 février 1999). Cette loi est actuellement en cours de révision; cette procédure n'étant pas encore achevée au moment où ces lignes sont écrites, nous nous référons dès lors uniquement au texte en vigueur.

aux substances et préparations dangereuses et aux biocides dans une politique de produits générale axée sur la promotion de modèles de production et de consommation durables. En tant que loi-cadre, celle-ci n'impose pas ou peu d'obligations directes (ce sont les arrêtés d'exécution qui en fixeront les modalités pratiques).

L'article 3 indique que l'objet de cette loi est de protéger la santé publique et l'environnement contre les effets nocifs, potentiels ou avérés, des produits et, plus généralement, à contribuer à la réalisation d'un développement durable en promouvant les modes de consommation et de production durables. En outre, elle ne s'adresse pas uniquement aux produits mis sur le marché en Belgique mais également aux produits exportés vers des pays non membres de la Communauté européenne. Elle ne vise cependant pas la protection des travailleurs ni la sécurité des consommateurs (qui font l'objet de législations particulières), pas plus que la politique des déchets (qui relève de la compétence régionale à la différence de la politique des produits qui relève de la compétence fédérale) ainsi que toute une série de catégories de produits déjà soumis à une réglementation particulière (explosifs, médicaments, produits alimentaires, cosmétiques, substances radioactives, pesticides à usage agricole ...).

L'article 4 est sans conteste le centre de cette loi-cadre. Celui-ci dit que les personnes impliquées dans la mise sur le marché de produits auront une sorte de devoir général de précaution et de prévention, un devoir d'étudier les effets environnementaux du produit dans toute la durée de son cycle de vie et de limiter ces effets le plus possible. Le législateur rappelle, dans l'exposé des motifs, qu'un produit est durable s'il remplit trois conditions : une charge polluante minimale (à tous les moments de la vie du produit : approche intégrale), une absence d'effets sur la santé, une efficacité dans l'usage auquel il est destiné. Ainsi, par le biais de l'article 4, le concept de la responsabilisation des producteurs («producer responsibility») est concrétisé juridiquement.

2. Catégories de produits concernés

Les **produits** sont définis comme étant les biens meubles corporels, y compris les substances et préparations, les biocides et les emballages, mais à l'exclusion des déchets (article 2). Outre les dispositions générales relatives aux produits (article 4 - voir plus haut -, article 5 - concernant les mesures concrètes pouvant être prises par le Roi et le ministre -, article 6 - concernant l'instrument juridique utilisé, voir plus loin), des dispositions particulières s'appliquent aux quatre sous-catégories précitées.

Les **substances** sont définies comme étant les éléments chimiques et leurs composés à l'état naturel ou tels qu'obtenus par tout procédé de production, y compris tout additif nécessaire pour préserver la stabilité du produit et contenant toute impureté dérivant du procédé de production, à l'exclusion toutefois de tout solvant qui peut être séparé sans affecter la stabilité de la substance ni modifier sa composition (article 2). Les **préparations** sont les mélanges ou solutions composés de deux substances ou plus (article 2). Cette loi-cadre stipule (article 7) que la mise sur le marché d'une nouvelle substance, en tant que telle ou incorporée dans une préparation, est soumise à une notification préalable à l'autorité fédérale. Cette notification s'applique donc aux nouvelles substances (celles qui ne sont pas reprises dans l'inventaire EINECS), c'est-à-dire celles qui n'étaient pas encore sur le marché avant le 18 septembre 1980. C'est au Roi à fixer par arrêté l'autorité à laquelle la notification doit être adressée ainsi que les conditions auxquelles cette notification doit répondre et les procédures pour son examen et évaluation. Cette notification pourra éventuellement être soumise à l'avis d'un organe scientifique.

Les **biocides** sont des pesticides à usage non agricole. Leur mise sur le marché habilite le niveau fédéral à les soumettre à une autorisation ou un enregistrement sur l'avis d'un organe scientifique dont la composition et le mode de fonctionnement seront définis par un arrêté d'exécution. Le niveau fédéral peut en outre, dans l'intérêt de la santé publique :

- fixer les conditions de production, de composition, d'emballage, de quantité, d'origine, de qualité, d'acquisition, de détention, de conservation, d'utilisation ... des biocides;
- fixer les quantités maximales de résidus de substances actives que peuvent laisser les biocides et leurs produits de dégradation éventuelle;
- subordonner les activités des personnes effectuant les différentes opérations énumérées ci-dessus à une autorisation ou un agrément préalable;
- déterminer les différents modes d'identification (marques, labels, étiquettes, certificats, attestations, etc.) établissant ou attestant que les conditions visées aux premier point sont réunies.

Une importante partie de la loi est consacrée aux **emballages**, ceux-ci étant considérés comme des produits. La mise sur le marché de produits dans des emballages qui ne sont ni réutilisables, ni valorisables est interdite (des dérogations peuvent être fixées lorsque la mise sur le marché de tels emballages est nécessaire pour satisfaire à des normes légales en matière d'hygiène, de sécurité ou de conservation du produit emballé). Les exigences essentielles auxquelles doivent répondre tous les emballages mis sur le marché sont déterminées :

- leur volume et leur poids doivent être limités au minimum nécessaire;

- ils doivent être conçus, fabriqués et mis sur le marché de manière à permettre leur réutilisation ou leur valorisation, y compris leur recyclage tout en réduisant au minimum leur incidence sur l'environnement aux différentes phases de collecte, de valorisation ou d'élimination des déchets d'emballages ou des résidus de ces opérations;
- les emballages doivent être fabriqués en veillant à réduire au minimum la teneur en substances et matières nuisibles et autres substances dangereuses. Néanmoins, le respect de cette obligation devra être apprécié in concreto en fonction de la situation spécifique et des connaissances techniques des personnes concernées, et il devra notamment être tenu compte de la situation particulière des petits détaillants qui emballent eux-mêmes leurs produits.

Le 25 mars 1999, un « *Arrêté royal portant fixation de normes de produits pour les emballages* » a été pris (publié au Moniteur belge le premier avril 1999). Cet arrêté royal stipule qu'il est interdit de mettre sur le marché des produits emballés dont l'emballage ou ses éléments contiennent des niveaux de concentration en plomb, cadmium, mercure et chrome hexavalent dont la somme dépasse 600 mg/kg. La somme autorisée de ces niveaux de concentration est ramenée à 250 mg/kg à partir du 30 juin 1999 et à 100 mg/kg à partir du 30 juin 2001 (article 1). Concernant les caisses et les palettes en plastique, cette limite peut être dépassée (article 3§1) si :

- ces caisses et palettes en plastique sont utilisées dans des circuits de produits se trouvant dans une chaîne fermée et contrôlée (i.e. les produits circulent à l'intérieur d'un système contrôlé de réutilisation et de distribution dans lesquels les matériaux recyclés proviennent uniquement des éléments de cette chaîne) (article 3§2) ;
- ces caisses et palettes en plastique sont fabriquées selon un procédé de recyclage contrôlé utilisant des matériaux recyclés uniquement à partir d'autres caisses ou palettes en plastique et pour lesquels l'introduction de matériaux extérieurs ne peut représenter plus de 20% du poids total (article 3§3).

3. Accords sectoriels

La loi-cadre permet (article 6) à l'Etat de conclure des accords sectoriels relatifs à la mise sur le marché d'un produit ou d'une catégorie de produits, avec des entreprises qui participent à la mise sur le marché d'un même produit ou d'une même catégorie de produits ou des organisations regroupant de telles entreprises. Ces organisations doivent répondre à trois exigences :

- être dotées de la personnalité juridique;
- être représentatives des entreprises qui appartiennent au même secteur et participer à la mise sur le marché d'un même produit ou d'une même catégorie de produits;
- disposer de la compétence statutaire requise pour conclure un tel accord ou être mandatées par au moins les trois quarts de leurs membres pour conclure un accord sectoriel avec l'Etat (et ceci afin d'éviter qu'un accord puisse être empêché par un petit nombre de leurs membres).

Le choix de l'accord sectoriel en tant qu'instrument juridique repose sur la capacité novatrice de celui-ci et sur sa capacité d'obtenir plus rapidement des résultats qu'une législation ou une réglementation spécifiques en la matière.

La durée d'un accord sectoriel est limitée à dix ans au maximum (toute période plus longue est ramenée, de plein droit, à dix ans) afin d'éviter l'immobilisme ainsi qu'une prolongation tacite éventuelle à cause de l'oubli d'une des parties; il y a lieu également d'évaluer régulièrement les normes convenues dans un accord et de les adapter éventuellement à l'état de la technique et de la science. Durant la période de validité d'un accord sectoriel, le Roi n'arrête pas de réglementation en vertu de cette loi-cadre qui fixerait des exigences plus strictes que cet accord (sauf en cas de nécessité urgente ou si ceci était nécessaire pour satisfaire à des obligations internationales). Les membres de l'organisation liée par l'accord sectoriel ne peuvent se soustraire aux obligations qui en découlent en quittant l'organisation. Trois moyens sont prévus afin de mettre un terme à un accord sectoriel :

- à l'échéance de la période de validité;
- par résiliation par l'une des parties (sauf disposition contraire dans l'accord, le délai de résiliation est de six mois);
- par convention entre les parties.

Les accords sectoriels conclus avant l'entrée en vigueur de la présente loi ne peuvent être modifiés ou reconduits, sauf si la modification ou la reconduction sont conformes aux dispositions de la loi en question et de ses arrêtés d'exécution. Ils restent valables au maximum cinq ans après l'entrée en vigueur de la présente loi.

4. Contrôle et sanctions

Lorsque des agents constatent la non conformité de produits par rapport aux dispositions d'un arrêté pris en exécution de la loi-cadre ou d'un des règlements de la Communauté européenne (repris en annexe de la loi : importation et exportation de certaines substances chimiques dangereuses; évaluation et contrôle des risques des substances chimiques; substances qui appauvrissent la couche d'ozone), ils ont le droit de saisir les produits en question. En outre, si ces agents suspectent la non-conformité de produits, ils peuvent saisir ceux-ci provisoirement, par mesure administrative et pour un délai fixé par le Roi afin de les soumettre à un contrôle.

Ces mêmes agents sont habilités à pénétrer dans les locaux destinés à des activités industrielles, commerciales, agricoles, artisanales ou scientifiques, à exiger la production des informations et documents; à prélever des échantillons et les faire analyser.

Les sanctions peuvent être pénales ou administratives. Les sanctions pénales sont l'emprisonnement (de cinq jours à cinq ans) et/ou l'amende (de 20 FB à 10 000 000 FB). En outre, le juge pénal peut ordonner certaines mesures directes : l'interdiction d'importation ou d'exportation du produit; le retrait du marché du produit; la destruction des produits saisis aux frais de la personne condamnée; la publication du jugement aux frais du condamné; le retrait d'un avantage obtenu de manière abusive. De plus, en cas de récidive, le juge pénal peut interdire temporairement ou définitivement l'exercice d'une activité professionnelle déterminée; l'arrêt d'une production; la fermeture temporaire ou définitive des établissements où les infractions sont commises. Une certaine modulation des peines est néanmoins prévue et le juge pénal peut prendre en compte d'éventuelles circonstances atténuantes.

Les sanctions administratives consistent en une amende (c'est le procureur du Roi qui décide s'il y a lieu ou non de poursuivre pénalement) dont le montant ne peut être inférieur au minimum de l'amende prévue par la disposition légale violée, ni supérieur à la moitié du maximum de cette amende (mais il faut tenir compte de la majoration des décimes additionnels fixés pour les amendes pénales). Le concours d'infractions entraîne le cumul des montants des amendes administratives.

b) Plan directeur fédéral politique de produits et environnement : grandes lignes

La réalisation d'un *plan politique de produits* en Belgique est une exigence du Plan Fédéral de Développement Durable. Six parties sont exigées par ce dernier, à savoir :

- (i) l'amélioration de la cohérence et de l'application active et coordonnée des législations existantes en matière de normes de produits;
- (ii) la mise en œuvre des compétences fédérales en matière d'innovation. Ce volet portera sur la conception des produits et sur le développement des filières en amont du cycle de vie des produits;
- (iii) la création de bases de données sur les produits;
- (iv) un volet concernant la fiscalité des produits;
- (v) l'amélioration et le renforcement des systèmes de contrôle et de sanctions qui garantiront le respect des législations en matière de normes de produits, et notamment l'exactitude des labels;
- (vi) le renforcement de la coordination institutionnelle pour mettre en œuvre efficacement les quatre volets précédents (PFDD, 2000 : 29-30).

Néanmoins, afin de tenir compte des exigences de la PIP communautaire, les auteurs du *plan politique de produits* précisent que celui-ci, dans ses phases ultérieures³⁶, sera plus exhaustif que les six parties exigées par le PFDD (SFAE, 2002 : 4).

Les auteurs précisent que par le terme de "**produit**", il faut comprendre les biens meubles corporels mis sur le marché, y compris les services, car cette approche renforce la tendance à la dématérialisation. Sont cependant exclus de cette définition les médicaments, aliments, déchets, substances, préparations et biocides qui sont soumis par ailleurs à d'autres législations. Par "catégories de produits", il faut comprendre des produits destinés à un même usage et pouvant être utilisés de manière équivalente (SFAE, 2002 : 10-11).

La politique présentée par les auteurs se veut **intégrale** et **intégrée**. Intégrale car il s'agit de tenir compte de tous les impacts environnementaux tout au long du cycle de vie du produit (c'est donc la "filière produit" qui est prise en considération). Intégrée car il s'agit de tenir compte de tous les aspects du développement durable (SFAE, 2002 : 11-12).

Cette politique de produits doit être à intégration interne avec les autres politiques environnementales mais également à intégration externe avec les politiques non environnementales apparentées. En outre, elle doit être à intégrée horizontalement dans les autres politiques fédérales mais également verticalement dans les politiques internationales, régionales et locales (SFAE, 2002 : 15).

L'**objectif** du plan d'action est la contribution à "*la réalisation des objectifs fixés en matière de qualité de l'environnement par les différents niveaux de pouvoirs et dans les différents contextes par le biais de la politique de produits*". Ce premier plan est ciblé sur "*l'amélioration de la qualité écologique des produits mis sur le marché*". Il s'intéresse aussi "*au passage de l'acquisition des produits à l'utilisation du service rendu par ces produits*"

³⁶ Le texte auquel il est fait référence ici est intitulé *Politique des produits et environnement. Grandes lignes du Plan directeur fédéral* et a été réalisé en mars 2002 par le Service politique de produits des Services Fédéraux pour les Affaires Environnementales (SFAE). Il est prévu que pour le début de l'été de la même année, un avant-projet de plan soit réalisé et soumis à la consultation du Conseil Fédéral du Développement Durable, au Conseil de la Consommation, au Conseil Central de l'Economie, au Conseil Supérieur d'Hygiène Publique. Sur base de ces avis, un projet de plan sera réalisé et présenté pour approbation au Conseil des Ministres en janvier 2003.

(dématérialisation). Il favorise l'approche intégrale du produit et tente d'aborder le produit de manière intégrée (SFAE, 2002 : 28).

Ces *Grandes lignes directrices* indiquent que la politique de produits mettra en œuvre toute la palette d'**instruments** de la politique environnementale qui sont traditionnellement répartis en trois catégories : les instruments juridiques ("régulation directe"), les instruments économiques, les instruments socioculturels. Les instruments de régulation directe sont composés de dispositions impératives et d'interdictions et n'offrent qu'une faible marge de manœuvre aux groupes cibles. Les instruments économiques, appelés aussi instruments de "régulation indirecte", sont mis en œuvre pour influencer les comportements des groupes cibles; tandis que les instruments socioculturels ("instruments de régulation sociale") produisent des incitants concernant la prise de conscience des responsabilités propres ou de l'intériorisation des valeurs respectueuses de l'environnement (SFAE, 2002 : 8). Les auteurs précisent que l'implémentation de la politique de produits s'appuie sur la mise en œuvre d'une "*combinaison optimale d'instruments*" (SFAE, 2002 : 33).

Les mesures devant être prises dans la mise en œuvre des instruments juridiques sont les suivantes :

- "*l'intégration de toutes les législations existantes concernant la mise sur le marché de produits;*
- *un net renforcement des capacités dans le chef des autorités et des ONG dans le but d'assurer le suivi des activités en rapport avec la nouvelle approche et la normalisation;*
- *la transposition rapide et efficace de la législation européenne en droit belge;*
- *la poursuite de l'exécution de la loi du 21 décembre 1998 [la loi "normes de produits"] pour ce qui est de la catégorie de produits "emballages";*
- *la prise de décision quant aux instruments juridiques à mettre en œuvre pour chacune des catégories de produits prioritaires"* (SFAE, 2002 : 34).

Concernant les instruments économiques, les mesures à prendre lors de leur mise en œuvre sont les suivantes :

- *"la suppression des subventions qui ne sont pas favorables à l'environnement;*
- *la poursuite de l'exécution de la loi du 21 décembre 1998 [la loi "normes de produits"] pour ce qui est de la catégorie de produits "emballages";*
- *l'indication claire, pour chaque catégorie de produits prioritaires, des instruments économiques à mettre en œuvre;*
- *l'établissement du lien avec les mesures complémentaires comme le programme LIFE"* (SFAE, 2002 : 34-35).

A propos des instruments socioculturels, il faut entendre les conventions sectorielles, les systèmes de gestion de l'environnement, l'éducation, l'information, la sensibilisation, le débat social, les labels écologiques (SFAE, 2002 : 35). Les mesures devant être prises lors de la mise en œuvre d'instruments socioculturels sont les suivants :

- *"indiquer clairement, pour chaque catégorie de produits prioritaires, quels sont les instruments de communication sociale à mettre en œuvre;*
- *en particulier et conformément à la loi du 21 décembre 1998 [la loi "normes de produits"], accorder l'attention requise aux conventions sectorielles;*
- *veiller – à propos des initiatives relatives aux systèmes de gestion environnementale, à l'éducation, à l'information et à la sensibilisation – à accorder une attention prioritaire à l'harmonisation et à la concertation avec les Régions et les Affaires économiques; l'intégration de critères environnementaux dans la loi relative aux marchés publics devra tout particulièrement être stimulée;*
- *dans le domaine des "panels produits", tant les pouvoirs publics que les groupes sociaux devront acquérir une certaine expérience par le biais de l'action menée à l'égard d'une ou deux catégories de produits prioritaires;*
- *l'établissement du lien avec les mesures complémentaires comme le rapportage des entreprises"* (SFAE, 2002 : 36).

4. Typologie des instruments politiques³⁷

a) Nations Unies

Action 21 (1992)

- ressources et mécanismes financiers (chap. 33)
- transfert de technologies écologiquement rationnelles, coopération et création de capacités (chap. 34)
- science au service d'un développement durable (chap. 35)
- éducation, sensibilisation du public et formation (chap. 36)

³⁷ La plupart des éléments présentés dans cette section sont issus de : GODEAU A., ZACCAÏ (1998), « Typologie des instruments politiques » in *Instruments politiques du développement durable et rôle de la population*, rapport intermédiaire, septembre 1998, SSTC, Programme « Leviers d'une politique de développement durable », pp. 51-61.

- mécanismes nationaux et coopération internationale pour le renforcement des capacités dans les pays en développement (chap. 37)
- arrangements institutionnels internationaux (chap. 38)
- instruments et mécanismes juridiques internationaux (chap. 39)
- information pour la prise de décision (chap. 40)

CSD : Trois grandes catégories d'instruments (voir section 1) :

- instruments de réglementation
- instruments économiques
- instruments sociaux

b) Organisation de Coopération et de Développement Economiques (OCDE)

Gérer l'environnement – le rôle des instruments économiques, 1994 / Instruments économiques pour la protection de l'environnement (1989)

3 façons d'influencer les décisions :

- par la modification de l'ensemble des possibilités qui s'offrent aux agents. Ceci implique la création de nouvelles possibilités ou l'interdiction d'autres par le biais de l'approche réglementaire : **réglementation directe**
- par la modification des coûts et/ou avantages perçus par les agents pour les différentes possibilités par le biais d'**instruments économiques**
 - redevances
 - redevances de déversement
 - redevances pour service rendu
 - redevances sur produit
 - redevances administratives
 - différenciation par l'impôt
 - aides financières
 - subventions
 - prêts à intérêts réduits
 - allègements fiscaux
 - systèmes de consignation
 - création de marché
 - échange de droits d'émission
 - intervention sur le marché
 - assurance responsabilité
 - incitations financières à la mise en conformité
- par une modification des valeurs et des priorités des agents par le biais d'**instruments de persuasion**

Atelier de Rosendal (voir section 2)

- réglementation
- instruments économiques
- instruments sociaux
- recherche et développement
- coopération internationale

Développement durable : les grandes questions (2001) (voir section 2) :

- instruments contraignants : licences/permis ; normes de qualité du milieu ambiant ; normes d'émission ; normes de procédés ; normes de produits ; interdictions, etc.
- instruments économiques : redevances et taxes sur les émissions ; redevances et taxes sur les produits ; redevances d'utilisation ; permis négociables ou transférables ; systèmes de consigne ; amendes de non-conformité ; cautions de bonne fin ; subventions environnementales ; etc.
- responsabilité, indemnisation des dommages : règles déterminant la responsabilité objective ; fonds d'indemnisation ; assurance pollution obligatoire ; responsabilité élargie des producteurs etc.
- éducation et information : campagnes d'éducation du grand public ; diffusion d'informations techniques ; publicité des sanctions ; labels écologiques, etc.
- approches volontaires : engagements unilatéraux ; programmes volontaires publics ; accords négociés, etc.
- gestion et planification : systèmes de gestion de l'environnement ; zonage ; occupation des sols, etc.

Policies to promote sustainable consumption : an overview (2002) :

- instruments de régulation ;
- instruments économiques ;
- instruments sociaux ;
- « autre action gouvernementale » : intégrer des considérations environnementales en ce qui concerne la consommation dans la planification et l'aménagement du territoire ; investir dans le logement, les transports publics, l'utilisation de l'énergie, la dépollution des sols et les actions éducatives ; suppression des obstacles administratifs et autres en vue de plus de consommation durable

c) Commission européenne

« Vers un développement soutenable – Programme communautaire de politique et d'action pour l'environnement et le développement durable et respectueux de l'environnement », *Journal Officiel des Communautés européennes*, 17.5.93, n° C138/1-98.

- amélioration des données
- recherche scientifique et progrès technique
- planification sectorielle et aménagement du territoire
- incorporation de tous les coûts dans les prix
 - détermination de la valeur et comptabilité
 - incitations fiscales
 - parafiscalité
 - aides d'Etat
 - autres instruments économiques
- information et éducation du public
- formation professionnelle et technique
- mécanismes de soutien financier

« Proposition de décision du Parlement européen et du Conseil concernant le réexamen du programme communautaire de politique et d'action en matière d'environnement et de développement durable – Vers un développement soutenable », *JOC*, 11.5.96, n° C140/5-11

- instruments de marché
 - taxes environnementales
 - application de la notion de responsabilité environnementale
 - accords volontaires
 - encouragement d'une réforme fiscale
- instruments d'appui horizontaux
- mécanismes d'aide financière
- nouvelles techniques et technologies

Politique intégrée de produits (voir section 3) :

- instruments économiques
 - imposition différenciée
 - subventions
 - aide fiscale
 - principe du pollueur payeur
 - taxes et redevances
 - soutien financier (programme LIFE)
- instruments d'information
 - information sur les produits
 - analyse du cycle de vie des produits
 - comptabilité et bilans environnementaux
 - labels écologiques
- recherche, développement, innovation
- conception des produits
- responsabilité du producteur
- déclarations environnementales
- instruments de marché
 - permis échangeables
 - marchés publics
- normalisation et nouvelle approche
- groupes d'études de produits

- EMAS/ISO 14001

d) Belgique

1) Belgique fédérale

- instruments de réglementation (ex. loi normes de produits)
- instruments économiques
- approche sectorielle
- planification
- subvention de la recherche
- instruments participatifs (ex. conseils d'avis)
- instruments socioculturels
- etc.

2) Région flamande

VMM (1994), *Leren om te keren – Milieu- en natuurrapport Vlaanderen*

- instruments juridiques
 - prise de décisions
 - planification
 - normes de qualités pour l'environnement
 - transmission de l'information aux pouvoirs publics
 - contrôle des sources (normes d'émissions, obligations d'enregistrement, ...)
 - mesures de protection
 - système d'autorisation
 - rapport d'impact sur l'environnement et rapport concernant la sécurité
 - instruments financiers
 - accord
 - accès à l'information et participation
 - maintien
 - surveillance
 - sanctions administratives
 - sanctions pénales
 - interdiction de droit privé
 - projets d'assainissement
 - mesures de sécurité
 - réparation des dommages
- instruments économiques
 - taxation au niveau des facteurs, du processus de production, des produits, de l'utilisation, de l'émission, de l'immission
- instruments sociaux
 - accords (volontaires)
 - systèmes de gestion environnementale
 - information et éducation en matière d'environnement
 - débat de société concernant l'environnement

3) Région wallonne

Gouvernement wallon (1995), *Plan d'environnement pour le développement durable en Région wallonne*

- instruments réglementaires
- instruments de planification
- aménagement du territoire et environnement
- instruments économiques et financiers
- ressources humaines
- surveillance et contrôle
- sensibilisation, information, éducation et formation

4) Région de Bruxelles-capitale

IBGE (1996), *Instruments par catégorie et par niveaux de compétence*, IBGE/PLAN/FO/1996

- instruments économiques et financiers
- instruments juridiques

- instruments sociaux
- instruments scientifiques et techniques
- instruments d'information
- instruments de planification

Bibliographie

- « Arrêté royal portant fixation de normes de produits pour les emballages » du 25 mars 1999, *Moniteur belge*, 1 avril 1999.
- BARNES P.M. & BARNES I.G. (1999), *Environmental policy in the European Union*, Edward Elgar, Cheltenham/Northampton.
- COMMISSION DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES
- 2001 - *Environnement 2010 : notre avenir, notre choix*, Sixième programme d'action pour l'environnement, Communication de la Commission au Conseil, au Parlement européen, au Comité économique et social et au Comité des régions sur le sixième programme communautaire d'action pour l'environnement, document COM (2001) 31 final, 2001/0029 (COD)
- 2001b - *Livret vert sur la politique intégrée de produits*, COM(2001) 68 final, Bruxelles, 07.02.2001
- CONFÉRENCE DES NATIONS UNIES SUR L'ENVIRONNEMENT ET LE DÉVELOPPEMENT (CNUED) (1992), *Agenda 21*, Rio de Janeiro, 3-14 juin 1992
- GODEAU A., ZACCAÏ (1998), « Typologie des instruments politiques » in *Instruments politiques du développement durable et rôle de la population*, rapport intermédiaire, septembre 1998, SSTC, Programme « Leviers d'une politique de développement durable », pp. 51-61
- «Loi relative aux normes de produits ayant pour but la promotion de modes de production et de consommation durables et la protection de l'environnement et de la santé» du 21 décembre 1998, *Moniteur belge*, 11 février 1999
- OOSTERHUIS F., RUBIK F., SCHOLL G. (1996), *Product policy in Europe : new environmental perspectives*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht/Boston/London.
- ORGANISATION DE COOPÉRATION ET DE DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUES (OCDE/OECD)
- 1997a - *Consommation et production écologiquement viables. Définition des concepts*, coll. Conférences de l'OCDE, OCDE, Paris
- 1997b - *Sustainable Development. OECD Policy Approaches for the 21st Century*, OCDE, Paris
- 1997c - *Sustainable consumption and production*, OECD, Paris
- 2001 – *Développement durable : les grandes questions*, OCDE, Paris
- 2002 – *Policies to promote sustainable consumption : an overview, policy case studies series*, 02/07/2002, ENV/EPOC/WPNEP(2001)18/FINAL.
- SECRETARIE D'ÉTAT À L'ÉNERGIE ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE (2000), *Plan fédéral de développement durable. 2000-2004*, Bruxelles
- SERVICES FÉDÉRAUX POUR LES AFFAIRES ENVIRONNEMENTALES, SERVICE POLITIQUE DE PRODUITS (2002), *Politique des produits et environnement. Grandes lignes du plan directeur fédéral*, 1^{er} mars 2002, Bruxelles
- UNITED NATIONS, ECONOMIC AND SOCIAL COUNCIL, COMMISSION ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT (CSD)
- 1994 - Second Session, 16-27 May 1994, *General discussion on progress in the implementation of Agenda 21, focusing on the cross-sectoral components of Agenda 21 and the critical elements of sustainability, overview of cross-sectoral issues, Report of the Secretary-General*, 27 April 1994, E/CN.17/1994/2
- 1995 - Third session, 11-28 April 1995, *Changing consumption and production patterns, Report of the Secretary General*, 20 March 1995, E/CN.17/1995/13
- 1996 - Fourth session, 18 April - 3 May 1996, *Changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General*, 30 January 1996, E/CN.17/1996/5
- 1996 - Fourth session, 18 April – 3 May 1996, *Changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General, Addendum*, 28 February 1996, E/CN.17/1996/5/Add.1
- 1997 - Fifth session, 7-25 April 1997, *Overall progress achieved since the United Nations Conference on Environment and Development, Report of the Secretary-General, Addendum, Changing consumption patterns*, 22 January 1997, E/CN.17/1997/2/Add.3
- 1997 - Fifth session, 7-25 April 1997, *Preparations for the Special Session of the General Assembly for the purpose of an overall review and appraisal of the implementation of Agenda 21*, 24 February 1997, E/CN.17/1997/19
- 1998 - *Consumer protection and sustainable consumption : new guidelines for the global consumer, Background paper for the United Nations Inter-Regional Expert Group Meeting on consumer protection and sustainable consumption : new guidelines for the global consumer*, Sao Paulo, Brazil, 28-30 January 1998

- 1998 - *Report on the sixth session (22 December 1997 and 20 April 1 May 1998)*, Economic and Social Council, Official Records, 1998, Supplement n° 9, E/CN.17/1998/20-E/1998/29
- 1999 - Seventh session, 19-30 April 1999, *Comprehensive review of changing consumption and production patterns, Report of the Secretary-General*, 13 January 1999, E/CN.17/1999/2
- 2001 – *Implementing Agenda 21. Report of the Secretary-General*, 20 December 2001, Document E/CN.17/2002/PC.2/7

ANNEXE II : INSTRUMENTS OF PRODUCT POLICY : A TYPOLOGY³⁸

- 1 **Direct-regulatory instruments:** they intervene in the market, for example, prescribing the material composition of products or prohibiting the use of certain products.
 1. *Prohibitions:* this is the most far-reaching type of direct regulation. It includes general prohibitions for certain substances and products, or specific ones for certain applications
 2. *Admission procedures:* for certain products. The producer has to pass through certain procedures before he is allowed to put them on the market
 3. *Registration procedures:* the obligation to inform an official institution about putting on the market certain products
 4. *Information duties:* the obligation to provide environmentally relevant information regarding potentially harmful products to an administrative or independent body
 5. *Product standards:* these can relate to the product's composition (e.g., content of hazardous substances), the quality (e.g., durability), or the performance (e.g. energy composition). In this terminology, product standards are obligatory, whereas voluntary standards are referred to as "norms"
 6. *Guarantee rules:* legally obliging minimum terms of guarantee may provide an incentive for a more durable product design
 7. *Obligations to take back:* these force the producer or seller to accept the product when it is returned after its useful life
 8. *Quotas of returnable products:* rules, prescribing that the proportion between the number of returnable products and the number of their one-way alternatives has to exceed a certain value. It may apply to individual firms or to the entire industry
 9. *Minimum use quotas of waste materials:* this instrument forces producers to use at least a minimum percentage of recycled materials in their products, in order to stimulate the market for these materials
 10. *Recycling/reuse quotas:* minimum percentages for the re-use or recycling of certain waste product or materials
 11. *Advertising rules:* legal provisions stating what kinds of environmental claims in advertising are unacceptable
 12. *Distribution restrictions:* restrict the sale of some products to certain categories of people (based on, e.g., age or expertise) or firms (based on, e.g., type of activity or size)
 13. *User obligations:* these may relate to the use stage of the product (e.g., the obligation to follow instructions, or requirements regarding professional skills) or to the waste stage (e.g., the obligation to return the used product to the supplier or to an authorised waste treatment plant)
 14. *User benefits:* the right of owners of relatively "clean" products to use them under circumstances when or where the "dirty" alternatives are prohibited.
2. **Economic instruments:** they intervene in the market by setting up (financial) incentives which encourage environmentally sound products and discourage environmentally harmful products.
 1. *National product taxes:* taxes with the primary aim of raising revenue for the public budget, for which environmentally relevant products make up the tax basis. Included are differentiations within these taxes between "clean" and "dirty" alternatives of the product
 2. *National product charges:* charges (sometimes also called taxes) which are not primarily meant to raise revenue for the general budget. They may either serve as a source of funding for specific environmental purposes, or as an incentive to reduce the consumption of certain environmentally harmful products
 3. *Regional product taxes and charges:* as under 1 and 2, but on a lower level of administration and restricted to a part of the country
 4. *Financial assistance:* all forms of financial support by the government for "clean" products, including product subsidies, tax exemptions, soft loans and subsidies for product development, etc.
 5. *Deposit-refund schemes:* this instrument provides a financial incentive to return a product, after it has rendered its services, to the supplier or a place where it can be handled in an environmentally compatible way. Included are *return premiums*, which do not include a deposit
 6. *Marketable permits:* quantitative restrictions with regard to products can be made transferable between suppliers, in order to improve efficiency and/or to reduce the total amount of a certain product on the market
 7. *Public procurement:* the deliberate use by government and public agencies of their purchasing power to support the objectives of product policy
 8. *Leasing:* this instrument leaves the ownership of a product with the producer, who has to deal with it after it has rendered its services to the user. Under certain conditions, leasing can provide an incentive for more durable products
 9. *Product liability:* the application of the legal principle that the producer or user of a product is liable for the damage the product causes which might also include environmental aspects

³⁸ From Oosterhuis F., Rubik F., Scholl G. (1996), *Product policy in Europe: new environmental perspectives*, Kluwer Academic Publishers, coll. Environment & Policy, Dordrecht/Boston/London, pp. 74-79

3. **Compulsory information instruments:** they oblige the producer to inform the consumer about certain environmental characteristics of the product
 1. *Compulsory labelling:* this instrument obliges the producer to provide a product with concise information regarding its environmental characteristics. This information may consist of signs and symbols, standardised phrases, etc.
 2. *Declaration of contents:* this refers to the obligation to provide more detailed information on (or with) the product. This information may consist of an enumeration of the constituents, advisory notes for the use and disposal, etc.
4. **Voluntary information instruments:** they encompass environment-related product information underlying certain rules and standardised criteria. Their application is voluntary
 1. *Test reports:* both general tests including environmental criteria, and specific environmental tests
 2. *Eco-labelling:* general, official environmental labels distinguishing relatively “clean” products within a product group
 3. *Other voluntary labelling schemes:* these schemes generally focus on a specific product group or on a specific environmental aspect. They are introduced either by private enterprises or other, unofficial associations
 4. *Norms:* product standards, applied on a voluntary basis. They are often developed by the official standardization institutions and in certain cases checked by independent certification institutions. Norms may have implicit (e.g., durability) or explicit (e.g., thermal insulation) environmental relevance
 5. *Quality marks:* labels, indicating that a product meets certain specifications. Generally, these relate to quality, performance and durability, but sometimes explicit environmental criteria are also included
 6. *Trade marks:* these can be used to suggest environmentally benign properties of the product. In some countries, there are restrictions on the use of certain terms in trade marks
 7. *Life cycle assessment (LCA):* actually not a policy instrument in itself, but rather a tool to generate the necessary information for decision making. LCA and LCA-like methods are included because they play an important role in the public debate on “clean” and “dirty” products.
5. **Voluntary agreements:** they are established between different interest groups, usually between government, trade and industry. They aim at the accomplishment of certain environmental standards. They can have a more or less legally binding character.
 1. *Legally obliging agreements:* these contain binding arrangements, which can be enforced by means of civil or public law
 2. *Self-commitments:* under this heading come declarations of intent, “gentlemen’s agreements”, memoranda of understanding and the like; the compliance of which can usually not be enforced
6. **Consumer policy:** the instrument included here encompass the work of consumer advisory centres, positive and negative consumer sanctions, consumer education and representation of consumer interests
 1. *Consumer advisory centres:* they advise and inform consumers on the environmental and quality features of products
7. **New institutional arrangements:** they extend the scope of action of companies by re-defining the relationship between manufacturers and customers and also the (materialized) notion of products.
 1. *Eco-leasing:* comparable to traditional leasing, excluding, however, any option of final purchase
 2. *Sharing:* common use of one (durable) product by several users
 3. *Pooling:* common use of several (durable) products by several users
 4. *Least-cost-planning:* supply of an “energy service” (e.g. warmth) with minimum cost
 5. *Substance agencies:* supply of information on saving and substitution potentials of environmentally harmful products
8. **New forms of co-operation:** they are agreed upon between different and often formerly opposing actors in order to realize two-sided benefits
 1. *Co-operation between producers and environmental organizations:* e.g. in the context of “green” product development or during the market introduction of “green” products
 2. *Co-operation between traders and environmental organizations:* e.g. “greening” of the range of products, of the retailer’s information policy etc.

ANNEXE III : ENVIRONMENTAL STRATEGY DETERMINANTS FOR COMPANIES

Patricia Delbaere, Marie-Paule Kestemont

Centre entreprise Environnement, Institut d'Administration et de Gestion, Université Catholique de Louvain,
Place des Doyens 1, B-1348 Louvain-La-Neuve, Belgium

ABSTRACT

The consumption and production choices are crucial in a sustainable development process. In this study we identify the elements that influence a company in its environmental strategy: the perceived pressures, obstacles and advantages are three key elements. To identify the nature of these key elements we used the data of the International Business Environmental Barometer. This barometer is a quantitative investigation based on a questionnaire sent to a great number of companies. This investigation has been completed with a qualitative part based on ten interviews of industry federations. The main results are: (1) regulation is the pressure with the greatest influence and this is confirmed by the perceived obstacles, (2) the consumers have a great potential impact by acting on the demand but in practice they have not much impact, (3) there are more advantages than disadvantages when environmental actions are undertaken and (4) product policy is positively accepted if it is concretised on a European level.

INTRODUCTION

The issue of production and consumption patterns is significant within the framework of sustainable development. This importance attached to the modification of the production and consumption patterns for a sustainable development is found in chapter 4 of Agenda 21 (UNCED, 1992), established at the UN Conference on Environment and Development at Rio in 1992. This chapter 4 has two objectives on this subject. (1) To promote patterns of consumption and production that reduce environmental stress and will meet the basic needs of humanity. (2) To develop a better understanding of the role of consumption and how to bring about more sustainable consumption patterns. These objectives were confirmed in chapter III of the Implementation Plan (IIDD, 2002) established at the World Summit on Sustainable development of Johannesburg last September. At the Belgian level the Federal Plan of Sustainable development 2000-2004 (Belgian federal Government, 2000) requests the development of a Master Plan of Product Policy. The draft version of this plan rests on three pillars: (1) the mechanism of price fixing; (2) the 'ecologisation' of the consumer request; (3) the stimulation of a supply with more ecological products.

It appears that consumption and production play a key role in sustainable development. With regard to this key role it is very important to identify the problems, the stakes and the benefits encountered by the various actors.

In this paper we focus on one of the key actors namely the companies and we analyse the determinants of their environmental strategy. These determinants are the driving forces namely the perceived pressures pushing the companies to implement environmental actions as well as the advantages and the obstacles perceived at the time of this implementation. The pressure analysis is significant to identify possible stimulation actions. The study of obstacles and advantages enables us to examine the constraints and the opportunities for companies active in an environmental perspective. This leads to propose possible actions.

APPROACH

The International Business Environmental Barometer (IBEB) provided the data used in this study. In Belgium the IBEB is co-ordinated by the *Centre Entreprise Environnement* (Kestemont and Ytterhus, 2000). The general objective of this barometer is to map environmental dimension of business management. It is a temporal investigation managed in various European and non-European countries focusing on the manufacturing sectors. The barometer has the following aims: (1) measure attitudes of managers towards the environment, (2) discover strategies developed for a better environmental management, (3) describe carried out actions and connect those to an "environmental performance". The barometer model is based on the same key words as those of the OECD model: Pressures - Impacts - Responses (OECD, 1993).

In this study we focus on three significant aspects of the relation between companies and environmental problems: (1) pressures pushing the companies to act, (2) advantages and (3) obstacles perceived by companies when environmental actions are implemented.

The data were collected in 1997 and 2001 at the Belgian and at the European level³⁹. The sampled companies are manufacturing companies producing primary, intermediate or final products. A random selection of companies lead to a sample containing 3349 European companies including 364 Belgian companies in 1997. In 2001 there are 2943 European companies including 283 Belgians. Sixteen manufacturing sectors are concerned⁴⁰. The obtained sample probably presents a bias in favour of the more active companies. The barometer questions are quantitative and measured on a scale proposing the following possibilities. (1) Pressures and obstacles are perceived as not at all, a little, partly, much or very much. (2) The consequences of environmental actions can be seen very negatively, negatively, in a neutral way, positively or very positively. There is also possibility to answer that a proposal is non-applicable.

The statistical analyses of the quantitative information were carried out with the assistance of the SPSS and the Excell softwares. Complementary to these quantitative results we have carried out ten industry federation interviews⁴¹.

The report starts with the analysis of the perceived pressures, advantages and obstacles. For each one of these parts we make a short survey of the European situation, followed by a more detailed part on the Belgian situation that makes the parallel between the quantitative and qualitative results. In the context of the Master Plan of Product Policy, we complemented these three parts, pressures, advantages and obstacles, by the position of industry federations towards product policy. In these different parts we give some results per sector because we are interested in the differences between these sectors. We will finish by some conclusions.

IDENTIFICATION OF THE DRIVING FORCES

The barometer questionnaire proposed seventeen⁴² possible driving forces in 1997 and twenty-three⁴³ in 2001.

Europe: overview

We observe that the perception of pressures is quite low in all European countries (from little to meanly). Only Portugal perceives more pressures. Between 1997 and 2001 we see a slight reduction in the pressure perception. This reduction is observed in all countries. The two most significant pressures in 1997 are the national regulation and the managers. The bank is, except for Switzerland, the slightest perceived pressure. The three most significant pressures in 2001 are the national regulation, the managers and the environmental enforcement agencies. When we compare countries there are two major differences. (1) The national regulation is not one of the three most significant pressures in Norway, Sweden and Hungary. In Norway and Sweden the national regulation yields the place to the employees. In Hungary the head office is more significant than the national regulation. (2) In Belgium, the European regulation replaces the managers within the trio of most significant pressures. The three slightest perceived pressures in 2001 are the banks, the accountants and the trade unions. The financial institutions do not constitute a pressure. From the federation point of view the current role of the insurance's in the European Union and in Belgium is not very significant, compares, for example, to the USA. This difference can be explained by three elements: (1) we have a completely different legal approach; (2) this market is still little perceived in Belgium and does not develop yet; (3) the financial sector does not react because it is not in the mentality, in the culture.

³⁹ The following countries are concerned (1) in 1997: Austria, Belgium, France, Italy, Netherlands, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, Germany; (2) in 2001: Belgium, France, Netherlands, Norway, Sweden, Switzerland, Germany, United Kingdom, Hungary

⁴⁰ The prospected sectors are: food products, beverages and tobacco; textiles and textile products; wood and wood products; pulp, paper and paper products; publishing and printing; chemicals; rubber and plastic products; non metallic mineral products; metals and metal products; machinery and equipment; electrical, electronical and optical products; transport equipment; construction; others; leather; coke, petroleum and nuclear power. The two last are not enough represented and they are not included in the calculations seeking to differentiate the sectors.

⁴¹ These federations are: Federation of Enterprises in Belgium, *Union Wallonne des entreprises*, *Vlaams Economisch Verbond*, *Union des Entreprises de Bruxelles*, *Union des Classes Moyennes*, Belgian Textile Federation, Federation of the Belgian Chemical Industries, Construction Confederation, Multisector Federation for the Technology Industry, *Association Belgo-Luxembourgeoise des producteurs et des distributeurs de savons, cosmétiques, produits d'entretien, d'hygiène et de toilette, colles et produits connexes*

⁴² employees, managers, trade unions, suppliers, distributors, buyers (firms), consumer organizations, competitors, owners/shareholders, banks, insurance companies, environmental enforcement agencies, national legislators, European legislators, press/media, scientific institutes, local communities, voluntary agreements

⁴³ owner company, employees, managers, trade unions, suppliers, retail companies, distributors, buyers (firms), consumers, consumer organizations, competitors, trade associations, accountants, owners/shareholders, banks, insurance companies, environmental enforcement agencies, national legislators, European legislators, environmental organizations, press/media, scientific institutes, local communities, voluntary agreements

Belgium: overview

The companies in Belgium feel relatively few pressures: only 29.9% of the companies perceive notable pressures in 2001. It was the case for 54.2% of the companies in 1997. This follows the European tendency of diminution of the perception of pressures by companies. Only the perception of European regulation increased in 2001. We can emit several assumptions to explain this important decrease of pressure perception, most of these assumptions are linked with external elements that influence the company perception. (1) June 1996 saw the transposition of the waste directive and this legislation had a great impact on the companies what could lead to a greater perception of pressure in 1997. Since that we are in a period of deregulation that could explain the decreasing perception of pressure. (2) The environment can be important at one moment and lost of his importance at another because of the emergence of other urgencies: in this context we can quote the attempts of 11 September 2001, the questionnaire has indeed been given to the companies a month and a half later. (3) There can be a legislature effect. Since 1999 we have a legislature that includes the green parties so there could be an effect of *'the legislature is concerned by environment and will take the necessary measures, so we must not be occupied with it anymore'*. Table 1 shows us the importance of these pressures.

Table 1 of percentages of companies according to the way that they perceive the proposed pressures (data of 2001)

	not applicable	not	little	partly	much	very much	missing
owner company	31.8	11.2	12.4	15.1	16.7	12.8	2.3
employees	3.1	16.7	35.4	28.8	14.0	1.9	2.7
managers	3.9	10.0	20.5	32.8	25.1	7.7	1.9
trade unions	18.3	30.4	26.1	18.3	5.4	1.6	2.7
suppliers	7.4	41.2	34.2	14.4	1.9	0.8	2.7
retail companies	25.1	42.4	21.2	9.0	2.4	0.0	3.4
distributors	21.7	43.5	25.7	7.9	1.2	0.0	4.2
buyers (firms)	9.1	26.8	28.3	21.3	10.6	3.9	3.8
consumers	28.1	29.7	20.3	14.8	4.7	2.3	3.0
consumer organizations	33.6	40.6	16.0	5.9	3.1	0.8	3.0
competitors	9.1	42.1	25.4	14.7	6.3	2.4	4.5
trade associations	6.6	29.3	27.0	22.3	11.3	3.5	3.0
accountants	13.2	63.6	17.2	4.4	1.6	0.0	5.3
owners/shareholders	11.9	42.3	17.0	11.1	12.3	5.5	4.2
banks	12.3	63.9	15.9	5.6	2.4	0.0	4.5
insurance companies	6.7	36.2	28.0	19.7	9.1	0.4	3.8
environmental enforcement agencies	10.6	17.3	11.8	18.9	24.4	16.9	3.8
national legislators	3.1	3.5	12.4	26.0	32.6	22.5	2.3
European legislators	3.1	9.6	17.7	23.1	28.1	18.5	1.5
environmental organizations	6.7	36.6	33.9	15.4	5.9	1.6	3.8
press/media	6.3	46.3	26.3	15.3	4.3	1.6	3.4
scientific institutes	11.1	50.2	23.3	11.5	3.2	0.8	4.2
local communities	10.5	49.2	20.2	14.1	4.4	1.6	6.1

As we saw, the national regulation, the European regulation and the environmental enforcement agencies are strongly perceived pressures. The managers, the employees and the buyers (firms) follow. The head office is the only pressure perceived like non-applicable by the majority of the companies. The classification of the perceived pressures not changed much since 1997. The European regulations became more significant and the employees lost some influence.

The regulation is the most significant pressure. In parallel we saw that the majority of industry federations are in favour of a basic regulation but they put certain conditions. The objectives must be reasonable and there must exist alternatives. The regulation should be uninterrupted and complementarily developed with other political instruments such as voluntary agreements and normalisation.

We can also observe that the pressure perception increase in parallel with the increase of activity of a company, but we can not deduct a sense of causality.

Belgium: differences between sectors

There are not many differences between the sectors in the matter of driving forces. The national regulation, the management and the owners were the three most perceived pressures in 1997. The textile, paper and printing, chemistry and non-metal minerals sectors follow this tendency. Four other pressures are significant: (1) employees

for the metals, machines equipment, electrical, electronical and optical products and transport equipment sectors; (2) European regulation for the rubber and plastic and transport equipment sectors; (3) local population for the food products and wood sectors; (4) trade unions for the electrical, electronical and optical products sector. The food, wood, paper, printing, non-metal minerals, transport equipment and construction sectors follow the general tendency that puts the national regulation, the European regulation and the environmental enforcement agencies as the three most significant pressures in 2001. Three other pressures are significant: (1) the head office for the chemistry, rubber and plastics, metals and electrical, electronical and optical products sectors; (2) managers for the rubber and plastic sector; (3) buyers (firms) for the textile sector.

Belgium: Importance of the consumer

Two key actors of the production and consumption patterns being the industry and the consumer, we wanted to analyse more specifically the consumers' pressure perceived by the companies. When we look at the consumer organizations influence, we see that 74.2% of the companies do not feel any pressure of them. In 2001 only 9.8% of the companies perceive a notable pressure from these organizations, they were 36.3% in 1997. The consumers have more impact: in 2001 21.8% of the companies perceive a notable influence of their part. Nevertheless 57.8% of the companies do not perceive any pressure from the consumers. Differences exist according to internal characteristics of the company. The companies perceive more the consumer pressure when they produce final products or when they have an environmental department. Sector differences are also observed. The chemical sector perceives a higher consumer pressure, on the other hand the transport equipment sector does not perceive this pressure. For information the following table ranks the sectors by decreasing pressure of consumers (remind that the differences are very small).

Table 2 The company has given an evaluation for each proposal: not at all, a little, partly, much and enormously influenced by the proposal. Each of them has been associated with a value, respectively 1,2,3,4 and 5. In this table the means of these values are given (data of 2001)

Sector	Consumers	Sector (continuation)	Consumers (continuation)
Chemicals (n=32)	2.72	Construction (n=19)	1.90
Electrical and optical equipment (n=8)	2.40	Paper (n=9)	1.86
Others (n=35)	2.35	Textiles and textile products (n=17)	1.85
Wood and wood products (n=15)	2.22	Machinery and equipment (n=15)	1.63
Food products, beverages, tobacco (n=37)	2.13	Publishing and printing (n=7)	1.60
Non-metallic mineral products (n=15)	2.09	Basic metals, fabricated metal products (n=48)	1.59
All sectors Belgium (n=283)	2.03	Transport equipment (n=6)	1.25
Rubber and plastic products (n=17)	2.00		

From the federation point of view the offer (the company) and the demand (the consumer) go together on an equal base or with a greater stress on the demand. The importance of the demand for the decisions of the companies is also illustrated in several studies (WBCSD, 2001) "*Our business is offering choices ... if the consumer does not want to buy it ... we won't make it*".

Belgium: company size

It is well known that company size influence pressure perception (Kestemont and Ytterhus 2000, Kestemont et al 2001, Verbeke 2001). This is also the case in our sample with a general decrease of the perception: in 1997 46.0% of the small companies and 60.5% of the large companies perceive notable pressures, in 2001 it is the case for 23.6% of the small companies and 39.9% of the large companies.

Belgium: dominant pressures and categories of perceptions by the companies

A principal components analysis allows us to group the driving forces in six 'macro-pressures'. These 'macro-pressures' are calculated on 83 companies (due to the missing data) and they contain 65.3% of the original information. They are clarified in table 3.

Table 3 of the principal components analysis of the 23 suggested pressures (data of 2001)

'Macro-pressure'	Actors	Variance explained percentage
Market	Competitors Consumers Buyers (firms) Trade associations Consumer organizations	12.7%
Groups of sensitising	Local communities Environmental organizations Press / media Scientific institutes	12.7%
Trade partners	Distributors Retail companies Suppliers	10.9%
Intern actors of the company	Owner company Managers Owners / shareholders Employees Trade unions	10.9%
Legislation	National legislators Environmental enforcement agencies European legislators	9.2%
Financial partners	Banks Accountants Insurance companies	8.9%

On the base of those six 'macro-pressures' we try to identify groups of companies that perceives pressures in a similar way⁴⁴. These groups are clarified in table 4.

Table 4 of the cluster analysis of the 6 'macro-pressures' obtained by the principal components analysis

	Group 1	Group 2	Group 3	Group 4
Market	-	+	0	-
Groups of sensitising	+	-	-	-
Trade partners	-	-	+	+
Intern actors of the company	-	+	-	+
Legislation	+	-	-	+
Financial partners	-	-	-	+++
	n=20 (24%)	n=21 (25%)	n=33 (40%)	n=9 (11%)

A first analysis of this table suggests to label the groups as follow: "push" for group 1, "pull" for group 2, "non" for group 3 and "sensible" for group 4.

In a logical way it is the "sensible" group that perceives most pressures. When we compare the other environmental characteristics of this group with those of the other groups we observe three significant elements. (1) This "sensible" group is the one with the greatest proportion of companies having an environmental management system. In most cases this system is certified ISO 14001. (2) This group contains the greatest number of companies integrating the environment in their general strategy. It's the case for 60% of the companies of this group compared to 21.1% for "push", 33.3% for "pull" and 21.9% for "non". (3) It is in this group that we find the largest companies. This corresponds with what we saw of the impact of size on the perception of pressures. The largest companies perceive more pressure.

Some explanations can be found for the differences observed between the clusters. We could think that a greater production of final products implies a greater perception of the market factor. This is not the case. Only the "sensible" group has a significantly smaller percentage of final product companies. Environment can be integrated into more general strategies of a company. We can note that the companies integrating environment in the social aspects of the company are also those that have a greater perception of the pressure of the internal actors. Groups "push" and "non" perceive less the internal actors and there are only respectively 31.6% and 18.7% of their companies that integrate the environmental problems in the social aspects. This is the case for 40% of the companies of group "pull" and 55.5% of the companies of group "sensible", groups that perceive more these internal actors.

⁴⁴ The signs of table 4 represent the average intensity of the influence felt by the companies of the group. A negative sign means that the companies of the group are less influenced by the corresponding 'macro-pressure' than the average of all the companies. In a similar way, a positive sign means that the companies of the group are more influenced than the average of all the companies and the zero mean that the companies of the group are in the average.

IDENTIFICATION OF THE ADVANTAGES

The questionnaire of the barometer proposes twelve⁴⁵ possible consequences following the implementation of environmental actions in 1997 and sixteen⁴⁶ in 2001.

Europe: overview

Most of the consequences of environmental actions are considered as advantages and only a few of them are sometimes perceived as disadvantages. There are not great differences between 1997 and 2001. For certain countries such as Belgium, Sweden, Germany and the Netherlands there is a slight evolution starting from a positive towards a neutral perception. A reversed tendency is observed in Switzerland, Norway and France.

Belgium: overview

As we saw for the European countries, there are more advantages than disadvantages perceived by a company undertaking environmental actions. This is also the case in Belgium where 32.5% of the companies perceive the proposed consequences as advantages in 1997. In 2001, it is the case for 33.0% of the companies. Only 7.4% of the companies regard the consequences as disadvantages in 1997 and 6.2% of the companies regard them so in 2001. So, there is no change between 1997 and 2001. Table 5 gives us the detailed results.

Table 5 of the percentages of the companies according to the way that they perceive the proposed consequences (data of 2001)

	very negative	negative	no effect	positive	very positive	missing
competitive advantage	4.7	6.6	62.9	23.0	2.7	3.0
corporate image	0.0	0.4	32.2	52.7	14.7	2.3
product image	0.0	0.4	53.5	37.9	8.2	3.0
sales	0.0	0.8	74.8	22.0	2.4	3.8
market share	0.0	1.9	81.3	15.6	1.2	2.7
new market opportunities	0.0	1.9	73.9	23.0	1.2	2.7
short term profit	3.6	19.0	65.1	11.5	0.8	4.5
long term profit	0.8	8.3	54.7	34.6	1.6	3.8
cost savings	4.3	26.6	31.3	35.2	2.7	3.0
productivity	0.0	13.2	60.7	25.7	0.4	2.7
improving insurance conditions	0.0	2.4	62.7	32.9	2.0	5.7
better access to bank loans	0.0	2.8	87.6	8.4	1.2	5.3
owner/shareholder satisfaction	0.0	0.8	63.6	32.4	3.2	6.4
management satisfaction	0.0	0.8	40.9	53.9	4.3	3.8
worker satisfaction	0.0	0.8	39.6	53.7	5.9	3.4
recruitment/staff retention	0.0	0.8	77.6	20.5	1.2	3.8

The majority of companies perceive the suggested consequences as neutral. They are neither influenced positively, nor negatively by the environmental actions carried out by the company. Only the corporate image, the cost savings, the management satisfaction and the worker satisfaction are mainly perceived like advantages. Let us note that the cost saving is also the most negative perceived proposal. The other element strongly perceived as a disadvantage is the short-term profit.

It is a fact that carrying out environmental actions implies advantages. This was also mentioned during the interviews. These reveals that the integration of the environment becomes a commercial need and that it is very useful for the corporate image of a company. Currently the companies must show that they worry about the environment to be able to make business. The larger companies also start to develop a sustainable development strategy and this is often done at the request of the customers. This corresponds with the results of a recent survey that found that 82% of the international business leaders believe that they can drive real business value from implementing a sustainable development approach to strategy and operations (WBCSD, 2001). However our quantitative results show that even if there are more advantages than disadvantages perceived, the environment is not seen as a real strategic opportunity. Actually the two major elements that hinder this are the cost perception and the absence of market demand. Even if environment has a positive impact on the corporate image it is not

⁴⁵ competitiveness, corporate image, cost savings, long-term profits, market share, new market opportunities, owner's satisfaction, product image, productivity increase, sales, short-term profits, top management's satisfaction

⁴⁶ competitiveness, corporate image, cost savings, long-term profits, market share, new market opportunities, owner's satisfaction, product image, productivity increase, sales, short-term profits, top management's satisfaction, better access to bank loans, improving insurance conditions, recruitment / staff retention, worker satisfaction

considered as important. So there seems to be a difference between what is been said by the industry federations and what the companies say.

We can also observe that the perception of consequences of environmental actions increases in parallel with the increase of activity of a company, but we can not deduct a sense of causality.

Belgium: differences between sectors

We observe some differences between sectors for the advantages perception. In 1997, the textile, rubber and plastic, metals and electrical, electronical and optical products sectors follow the general tendency which puts the corporate image, the management satisfaction and the product image as the three most significant advantages. Three other advantages are significant: (1) the owners satisfaction for the textile, wood, chemistry and non-metal minerals sectors; (2) long-term benefits for the paper and printing, machines, electrical, electronical and optical products and transport equipment sectors; (3) the cost savings for the paper and printing, machines and transport equipment sectors. In 2001, the corporate image, the worker and the management satisfaction are the three most perceived advantages. The food, paper, chemistry, rubber and plastics, non-metal minerals, metals, electrical, electronical and optical products and construction sectors follow this tendency. Two other advantages are considered as being significant: (1) the product image for the textile, wood, printing and machines sectors; (2) improved conditions of insurance for the wood and printing sectors.

Belgium: company size

As we saw for the pressures the company size is an external factor that influence the perception of the consequences of environmental actions: a larger company will perceive more advantages but the same relation is not observed for the disadvantages. The importance of this size factor on the perception of the advantages is observed in 1997 when 36.4% of the small companies and 49.1% of the large companies perceive notable advantages. This relation is confirmed in 2001 with 26.3% for the small companies and 41.7% for the large companies.

DESCRIPTION OF THE PERCEIVED OBSTACLES

The questionnaire of the barometer proposes eleven potential obstacles⁴⁷ in 1997 and fifteen⁴⁸ in 2001.

Europe: overview

All countries perceive obstacles but they are not very important. Financial related obstacles are the most important. With the exception of Germany, where the results are more or less constant, there is a decrease of perception of the obstacles from 1997 to 2001. There is not a great difference in perception between countries. Only France perceives definitely more obstacles in 1997, this difference with the other European countries is less marked in 2001.

Belgium: overview

In 1997, 43.3% of the companies in Belgium perceive the proposed obstacles. This percentage goes down in 2001 to 35.3%. Table 6 gives us the obstacles met.

⁴⁷ lack of information regarding the available tools, lack of management support, lack of human skilled resources, lack of financial support, no feasible technical solutions, difficulties to organise, low demand for environmental products, too costly, no regulatory incentives, no competitive advantage, unclear regulations

⁴⁸ lack of information regarding the available tools, lack of management support, lack of human skilled resources, lack of financial support, no feasible technical solutions, difficulties to organise, low demand for environmental products, too costly, no regulatory incentives, no competitive advantage, unclear regulations, lack of willingness our sector, lack of willingness suppliers, no legal requirements, lack of willingness buyers

Table 6 of percentages of the companies according to the way that they perceive the various obstacles (data of 2001)

	none	little	partly	much	very much	missing
lack of management support	46.8	24.3	21.8	5.0	2.1	1.1
lack of information on tools	41.1	32.5	19.6	6.1	0.7	1.1
lack of skilled human resources	38.6	28.6	18.6	10.7	3.2	1.4
too costly	16.7	19.6	29.8	25.5	8.0	3.2
lack of financial resources	26.2	23.6	24.7	19.6	5.8	2.8
difficult to organize	24.3	35.9	28.6	8.7	2.2	2.8
lack of clear regulations	25.1	28.7	24.4	16.5	5.4	1.4
no regulatory incentives	29.2	30.7	20.8	16.1	3.3	3.2
no legal requirements	36.6	28.6	21.4	10.1	3.3	2.5
no technological solutions available	30.4	30.4	21.7	13.8	3.6	2.5
lack of willingness suppliers	49.1	33.7	11.7	3.3	2.2	3.5
lack of willingness buyers	51.3	31.2	10.4	4.5	2.6	4.9
lack of willingness our sector	48.7	30.0	16.1	3.4	1.9	5.7
no market demand green products	35.0	20.7	19.5	13.2	11.7	6.0
no competitive advantage	29.1	18.3	22.4	19.8	10.4	5.3

The obstacles are not much perceived: eleven proposed obstacles are not perceived at all in the majority of the companies. The most perceived obstacles are the financial, technological and organizational obstacles, as well as the lack of clear regulations and the lack of incentives. Compared to 1997, the importance of the market obstacles and the lack of information decreased.

The lack of clear regulations is one of the significant obstacles. This corresponds with the interviews. The lack of product policy objectives determined by the government is quoted several times. The separation of the competencies that obliges to develop agreements is a reason given. Some sector federations indicate that it is more important to establish facilitating tools than to establish regulation. The lack of these facilitating tools is also perceived in our investigation. Another significant perceived obstacle is the technological one. This is for example the case in the chemical sector, where a great number of actions were already carried out. The federation member of the chemical sector specifies as well that the sector is very close to the thermodynamic optimum and consequently it is a question of acting at the product level and at the consumer level. This stresses the importance of the product policy. Some global federations note that it is important to distinguish internal and external obstacles. The latter are indeed strongly influenced by the specificity of the sector. The obstacles are also very different according to the sector and the company.

Belgium: differences between sectors

We observe differences between sectors in the obstacle perception. In 1997, only the chemical sector follows the general tendency which puts the costs, the lack of technological solutions and the lack of clear regulations as the three most significant obstacles. Five other obstacles are considered to be significant: (1) lack of competitive advantage for the food, wood, paper and printing and machines sectors; (2) lack of financial resources for the wood, rubber and plastic, non-metal minerals and metals sectors; (3) lack of information on the available tools for the non-metal minerals and machines sectors; (4) lack of market demand for green products for the textile, paper and printing and electrical, electronical and optical products sectors; (5) lack of management support for the transport equipment sector. Only the printing sector follows the general tendency of 2001 which puts the costs, the lack of competitive advantage and the lack of financial resources as the three most significant obstacles. Three other obstacles are significant: (1) lack of clear regulations for the food, textile, wood, paper, metals and electrical, electronical and optical products sectors; (2) lack of market demand for green products for the rubber and plastics, non-metal minerals, electrical, electronical and optical products, machines, transport equipment and construction sectors; (3) lack of technological solutions for the paper and chemistry sectors.

POSITION OF THE INDUSTRY FEDERATIONS TOWARDS THE PRODUCT POLICY

During the interviews we probed the interest of the industry federations for a product policy compared to an environmental policy. Five federation members think that these two types of policies go together. Two of them join partially the idea of evolution from an environmental policy towards a product policy. More precisely it corresponds to have a downstream environmental policy and an upstream product policy. In this case the first policy is decreased if the second one is effective. This evolution idea of environmental policy towards product policy is stressed when a global federation member says that environmental policy is the past, except for local problems. Two other remarks were pointed out in that context. (1) The importance of the policy is a function of the product type: the environmental policy will be more significant when the production phase has more impact than the life

phase (e.g. carpet, electric household appliances...) and the product policy will be most significant in the opposite situation (e.g. tee-shirt, brick...). (2) The significant impact of the consumer on the life phase. Consequently the consumer will have to be taken into account in a differentiated way in the life cycle.

According to some sector federations the stimulation of substitution is more significant than regulation within the framework of a product policy. The regulation will be more useful within the framework of the environmental policy. The various levels of competencies go indeed too far in a repressive step instead of laying down objectives.

A sector federation member points out that as regards product policy there is a tendency to do as if Belgium was an island. This federation member clarifies this. The federal environment ministry is too restricted because it acts at the local level. Two examples illustrate this problem: (1) a standard for products as volatile organic compounds would be useful at the European level, but it is not at the Belgian level; (2) the norm prohibiting plastic elements in magazines is not relevant at the Belgian level because these magazines are not always Belgian. On the Flemish level the same problem appears: the VLAREA recommends the re-use of baby's napkins, drink quills and paperboards.... In the two other regions the situation is better. Ideally the product policy should fill three conditions. (1) Be in dialogue with the European Union. (2) Be realised after consultation of the concerned actors. (3) Be made after having weighed the advantages and disadvantages of a decision.

The federation members have not a consensus about the ideal legislator level as regards product policy. The communal level does not have any role to play. For the regional and federal levels the opinions diverge. Too small for some, ideal for others. Some federation members specify that these levels could only specify the European regulation, with an exception for specific environmental problems. The advantage of this level is that it is close to the practical reality. The European level is the most useful level for six federation members, but is considered by another, a sector federation, as too far from the practical reality. The world level is the ideal level as far as possible for two federation members. It is the most useful level within the framework of quite precise policies such as product policy and products on world markets. Certain problems are inherent in this level, such as the time imposed because of the great number of interlocutors. A global federation member takes this disadvantage as an advantage, because that would allow that there does not occur anything. Two other important remarks were made: (1) the need for collaboration and interaction between the various levels; (2) as regards integrated product policy the local level (communal to federal) does not have sense, on the other hand this local level is very significant as regards information.

CONCLUSIONS

We saw that the more active companies perceive more pressures. These companies will undertake actions, integrate environment in their general strategy and implement an environmental management system that they will often certify.

This consolidates the assumption that pressures are important as impulsion. To stimulate a change it would be necessary to act on the significant pressures. The most perceived pressure is the regulation, as is also demonstrate in *Verbeke 2001*. This is confirmed by the important perceiving of the obstacle 'absence of legal requirements'. Having a situation with legal security is something important for the companies. The regulation is despite this felt like a constraint by the companies. It is often considered as not clear enough and as not fixing enough objectives. There is a request to develop incentives and stimulation tools simultaneously with these regulations. These incentives are especially required within the framework of a product policy. In the same way the federations note that it is essential to have alternatives.

The employee is also an important pressure and this corroborates the importance of worker's satisfaction as advantage. This importance was already shown in *Verbeke 2001* where they demonstrate that the employee influence on the company is more important for the pro-active ones. People are turning towards their jobs as a means of achieving personal validation, so more and more people are taking other factors than remuneration in account when they choose a job (WWF, 2001). Their own personal values must be reflected in their job and one of these values can be the respect for environment.

The UNEP's executive director said (WBCSD, 2001): *"Consumers are increasingly interested in the world that lies behind the product they buy. Apart from price and quality, they want to know how, where and by whom the product has been produced."* This not corresponds with what we saw. The industry federations consider the consumer as a key actor of impulsion but unfortunately we saw that the real, active impact of consumers is weak. The companies perceive a very little impact of consumers associations and a little influence of consumers. So it would be useful to develop tools that inform the consumer so that he will be aware of his stimulation potential. It would also be useful to stimulate consumers' organizations so that they exert a stronger pressure on the companies.

We have seen that the company size has an impact on the importance of the perceiving of pressures. One of the possible explanations is the greater visibility of the big companies by extern pressures. They will also have a greater impact on their environment so they will feel more the legislation pressures. In parallel we can see that a big company will invest more in environment research (Kestemont, 2000) and will be more pro-active (Verbeke, 2001) than a small one. So the big companies are the most easily convincible companies towards environmental actions and they are also the companies that retire the most advantages from these environmental actions.

The link between environmental actions and business performance has been highlighted in other studies (WWF, 2001), so the assumption that implementation of environmental activities implies a certain number of advantages for the company can be seen as being reality. This is a positive element that can be used to show to the companies that they can withdraw benefit when they carry out environmental actions.

The product policy is well accepted by the companies provided that it is established on a European level. The companies notice that the consumer has a great part of responsibility with regard to the life phase. This shows again the need to inform the consumer.

BIBLIOGRAPHY

- Gouvernement fédéral belge (2000) *Plan fédéral de développement durable 2000-2004* Secrétaire d'Etat à l'énergie et au développement durable
- IIDD (2002) *Résumé du Sommet Mondial pour le Développement Durable : 26 août – 4 septembre 2002* Bulletin des Négociations de la Terre vol. 22, n°51
- Kestemont, B (2000) *Statistics Belgium Working paper : « Dépenses environnementales des entreprises en Belgique »* http://statbel.fgov.be/studies/dee_fr.asp
- Kestemont, M-P. and Ytterhus, B. (2000): *The International Business Environmental Barometer : Environmental Management in Europe and some Asian issues*, UCL, Belgium
- Kestemont M-P., Bartiaux F., Fraselle N. and Yzerbyt V. (2001) *Points d'ancrage pour une politique de développement durable : Production et consommation* http://www.belspo.be/belspo/ostc/act_scienc/fedra/proj.asp?l=fr&COD=HL/DD/21
- OCDE (1993). *Jeu de base d'indicateurs de l'OCDE pour l'étude de performance environnementale*. OECD Environment Monographs No. 83
- UNCED (1992) *Agenda 21, Chapitre 4* gopher://goher.un.org:70/00/org/unced/French/a21_04
- Verbeke, A (2001) *De impact van publieke milieumaatregelen op de concurrentiekracht van de Belgische ondernemingen* http://www.belspo.be/belspo/ostc/act_scienc/fedra/proj.asp?l=fr&COD=HL/DD/09
- WBCSD (2001) *Sustainability through the market: seven keys to success* <http://www.wbcsd.org/newscenter/reports/2001/stm.pdf>
- WWF and Cable & Wireless (2001) *To whose profit? Building a business case for sustainability* http://www.wwf.org.uk/core/about/ta_000000482.asp

ANNEXE IV : INTERVIEWS

1. PERSONNES RENCONTREES

Au niveau des acteurs politiques, trois personnes ont été rencontrées, un refus a été exprimé et trois personnes n'ont donné aucune suite à notre demande.

Au niveau des organisations de consommateurs et des organisations familiales, 3 personnes ont été rencontrées.

Au niveau des fédérations d'entreprises, 10 personnes ont été rencontrées, 1 refus a été exprimé et 1 personne n'a donné aucune suite à notre demande.

Au niveau des organisations syndicales, 2 personnes ont été rencontrées.

Au niveau des ONG environnementales et de rapports Nord-Sud, 4 personnes ont été rencontrées.

Les interviews se sont déroulées entre le mois de mars et le mois de septembre 2002. Leur durée était variable selon la disponibilité des personnes rencontrées, allant d'une demi-heure à deux heures.

2. GUIDE D'ENTRETIEN

A. REPRESENTATION DE LA CONSOMMATION DURABLE

- Comment définiriez-vous la consommation durable ?
- S'agit-il d'une mode ou de pratiques vouées à un avenir ?
- Pourquoi pensez-vous que la consommation/production durable n'est encore qu'au stade de balbutiement en Belgique (si l'on compare par exemple avec le cas de certains pays scandinaves ou germaniques) ?
- Faut-il mettre plutôt l'accent sur le côté de la consommation ou sur celui de la production ? Sur la demande ou sur l'offre ? Pourquoi ?
- Connaissez-vous des "success stories" concernant la consommation durable ?

B. POLITIQUES ET INSTRUMENTS

- En matière de consommation durable, nous passons petit à petit d'une politique environnementale (tri des déchets par exemple) à une politique de produits (choix des produits, travail sur les produits). Quels sont selon vous les avantages et les inconvénients d'une politique environnementale en matière de consommation ?
- Quels sont selon vous les avantages et les inconvénients d'une politique de produits en matière de consommation ?
- Pouvez-vous me citer les avantages et les inconvénients des différents instruments politiques suivants en matière de consommation durable ? Pouvez-vous également me dire, en matière de politique de produit, dans quels cas ils pourraient s'appliquer ?

instruments politiques	en matière de consommation durable		en matière de politique de produits
	avantages	inconvénients	application possible ? dans quels cas ?
instruments de régulation directe			
instruments économiques (taxes, subsides, etc.)			
instruments d'information obligatoires (qui obligent les producteurs à informer les consommateurs à propos de caractéristiques environnementales des produits)			
instruments d'information volontaires			
accords obligatoires			
accords volontaires			
normes légales			
normalisation auto-contrôlée			
recherche et développement en matière de "production verte"			
étude du cycle de vie des produits			

C. PRATIQUES

- au sein de votre entreprise (administration, organisation, etc.), est-on sensibilisé aux questions liées à la consommation durable ? comment ?
- Des moyens concrets de "consommer durablement" sont-ils mis en œuvre (p. ex. papier recyclé, tri des déchets etc.) ? Lesquels et comment ?
- Ces moyens concrets, sont-ils obligatoires/recommandés ou juste présents ?
- Comment ces moyens concrets ont-ils été accueillis par le personnel ?
- et par les cadres et la direction ?
- De qui émane cette initiative (travailleurs, syndicats, direction, obligation légale) ?
- quel rôle joue ou pourrait jouer selon vous le secteur de la publicité en matière de consommation durable ?
- Que pensez-vous d'une publicité utilisant le slogan "jeter c'est célébratoire" ? De telles pratiques devraient-elles être réglementées ? Comment (par quels instruments) ?
- que pensez-vous de la "verdisation" du secteur public et des marchés publics ?
- Comment est accueillie cette démarche par les fonctionnaires ?
- quels sont les objectifs de votre entreprise/organisme en ce qui concerne la consommation durable ?
- Comment comptez-vous les mettre en œuvre ?
- Pourquoi adoptez-vous de tels objectifs ?

D. COMPETENCES ET NIVEAUX DE POUVOIR

- Quel est selon vous le niveau de pouvoir le plus adapté pour mettre en œuvre une politique de produits respectueux de l'environnement ?
- Le niveau communal, régional, fédéral, européen, mondial ?
- Pourquoi ?
- Estimez-vous que, en matière de politique de produits, tant du côté de la consommation que du côté de la production, ces différents niveaux de pouvoir aillent trop loin/pas assez loin ? Pourquoi ?

E. SOLUTIONS PRECONISEES ET SECTEURS PRIORITAIRES

- quels objectifs prioritaires devraient être atteints par la voie d'une "consommation durable" ?
- afin de promouvoir la pratique d'une "consommation durable", quels moyens devraient être mis en œuvre ? par qui (base volontaire, législation, etc.) ? comment ?
- pensez-vous que certains secteurs de la production/consommation devraient prioritairement être impliqués dans la "consommation durable" ? Lesquels ?
- Pourquoi ceux-là plutôt que d'autres ?

3. GRILLE DE SYNTHÈSE DES RESULTATS DES INTERVIEWS

La grille présentée ci-dessous reprend les principaux enseignements récoltés auprès des personnes rencontrées suivant d'une part le type d'acteur (politique, ONG environnementales et Nord-Sud, fédérations d'entreprises, syndicats, organisations de consommateurs et familiales) et d'autre part cinq thèmes (perception et définition de la consommation durable, perception de la politique – politiques environnementales et meilleur niveau perçu pour leur application ; instruments politiques - ; pratiques liées à la consommation durable au sein de l'organisation ; représentation du rôle du secteur de la publicité en matière de consommation durable ; catégories de produits ou secteurs jugés prioritaires dans le cadre d'une politique de produits).

Consommation durable : définition et caractéristiques

- Monde politique
 - rencontrer les trois axes du dd
 - faire l'économie des ressources et des matières premières
 - concept à la mode mais faible dans les pratiques. A cependant permis une prise de conscience et est dès lors voué à un avenir
 - rôle important des consommateurs : pression doit porter sur eux et sur les responsables des stocks dans les entreprises et autres organisations
 - success stories : taxe incitative sur les déchets ; petits gestes quotidiens
- ONG environnement et Nord-Sud
 - l'impact sur l'environnement est plus le fait de la production que de la consommation
 - la consommation durable doit contribuer au développement durable : importance des trois piliers et ne pas négliger les aspects sociaux. Incorporer également la santé

- mode qu'il s'agit d'essayer de transformer en vague de fond ; elle est vouée à un avenir mais la progression est lente
- importance de la distribution
- accent sur la production et la consommation : rôle important des pouvoirs publics
- success stories : alimentation bio en grandes surfaces
- Fédérations d'entreprise
 - importance des 3 piliers, en évitant le « phénomène balancier – contrebalancier » et en gardant la viabilité économique
 - consommation durable doit éviter les gaspillages tout en permettant une activité normale
 - DD a de l'avenir, si soutien continu des pouvoirs publics
 - 2 mots clés du DD sont : choix et équilibre
 - accent sur la consommation, la production et la distribution en parallèle; avec rôle plus important pour le consommateur
 - success stories : quels critères pour les déterminer ? ; chacun apporte sa pierre
- Organisations syndicales
 - importance des 3 piliers en mettant la priorité sur la ré-intégration du social
 - avenir si incitants politiques
- Organisations familiales et de consommateurs
 - les aspects sociaux et environnementaux sont à prendre en compte sur base d'un revenu minimal assuré pour les familles
 - avenir du DD pour le maintien de la qualité de vie des familles
 - tenir compte des aspects santé et respect du droit des consommateurs
 - pratiques vouées à un avenir

Politique de produits et politique environnementale

- Monde politique
 - le plus important : arriver à une écoconception
 - les politiques de produits réduisent les transferts de pollution mais on est obligé de passer par une politique environnementale car politique de produits difficile à mettre en œuvre et à contrôler
- ONG environnement et Nord-Sud
 - la consommation durable balbutie en Belgique car : frilosité politique, manque de cohérence et de convergence des politiques et des instruments, problème de compétences entre les niveaux de pouvoir ;
 - la réflexion doit porter sur les méthodes de production plutôt qu'en terme de produits finis
 - politiques environnementales et de produits sont complémentaires ;
 - importance du PFDD en tant que guide à l'action politique
 - freins importants à la réalisation d'une politique de produit : industriels et politiques (vision à court terme et problème des compétences)
 - il faut travailler sur les investisseurs et sur le long terme
- Fédérations d'entreprise
 - politique environnementale et de produits vont de pair, avec une certaine évolution de la 1^{ère} vers la 2^{ème}
 - importance de ces politiques fonction du type de produit
- Organisations syndicales
 - prise en compte du cycle de vie
 - ne doit pas cacher que de nombreuses possibilités de politique environnementale restent inappliquées
 - plus difficile d'agir au niveau des produits et des groupes de produits qu'en matière de compartiments environnementaux
 - toute politique doit d'abord satisfaire un cadre préalable : garantir un niveau de consommation permettant à tous de couvrir les besoins vitaux minimum.
- Organisations familiales et de consommateurs
 - prise en compte du cycle de vie
 - consommateur ne peut pas en payer le prix

Meilleur niveau politique

- Monde politique
 - niveau régional ou tous les niveaux (selon l'intervenant)
 - question du partage des compétences se pose
- ONG environnement et Nord-Sud

tous les niveaux sont importants mais l'accent semble plus porter sur le niveau européen et le niveau communal. L'OMC est perçue comme un frein

- Fédérations d'entreprise
 - mondial et européen sont les plus utiles
 - régional et fédéral OK pour des problèmes environnementaux spécifiques et pour informer
 - communal n'a aucun rôle, excepté celui d'informer
 - nécessité de collaboration entre les différents niveaux
- Organisations syndicales
 - niveau mondial et européen pour les entreprises, niveau communal pour le consommateur avec le fédéral comme intermédiaire entre le niveau européen et le communal.
 - OMC perçu comme frein
- Organisations familiales et de consommateurs
 - niveau mondial et européen pour les entreprises, niveau communal pour le consommateur

Instruments politiques

- Monde politique
 - l'information doit aller vers le consommateur et non l'inverse ;
 - importance de l'internalisation et des outils économiques ;
 - normes et réglementations sont trop dirigistes : développer l'approche volontaire et le partenariat ;
 - principe du pollueur payeur pose la question du principe de la solidarité
 - verdisation des marchés publics est une bonne chose mais pas toujours bien accueillie par les fonctionnaires : inertie au changement
- ONG environnement et Nord-Sud
 - importance du green accounting
 - labels sont importants mais trop nombreux
 - loi normes de produits : intéressant mais problèmes de traçabilité du produit
 - l'obligation est le meilleur outil de modification des comportements
 - l'internalisation est à favoriser
 - information obligatoire : important mais question du contrôle
 - information volontaire : méfiance
 - accords obligatoires : ONG devraient y participer
 - accords volontaires : trop minimalistes
 - accords sectoriels : compenser le déficit démocratique
 - normes légales : importance de l'indépendance du contrôle
 - normes autocontrôlées : scepticisme
 - « nouvelle approche » : à déplorer car repli du politique devant les industriels
 - R&D et LCA : nécessité d'agir immédiatement et non pas posposer les prises de décision
 - information : rôle très importants des pouvoirs publics
 - les différents types d'instruments sont importants et complémentaires
- Fédérations d'entreprise
 - réglementation de base
 - avec objectifs raisonnables
 - en continu avec accords de branche
 - avec existence d'alternatives
 - taxes OK si alternatives
 - taxes OK pour grandes masses, réglementations mieux pour problèmes spécifiques
 - information importante si lisible (problème de la prolifération des labels) et si lu, or ceci est rare
 - accords de branches positifs car situation win-win avec dialogue
 - normalisation auto-contrôlée est positive, même si problème d'absence de critères de DD
 - LCA est bien en interne pour comparer nouveaux produits, si non trop de problèmes de critères
 - R&D est très important
 - plans donnant vision globale des choses
 - nécessité de formations vers le public
- Organisations syndicales
 - réglementation est à privilégier tels que interdictions de mise sur le marché de produits opposés au DD, mais doit être associé à un système de contrôle / pénalisation
 - subsides pour faire des études de la situation actuelle
 - normalisation auto-contrôlée ne se fera que dans quelques grosses entreprises
 - nécessité d'allouer des moyens suffisants pour la mise en place de capacités d'étude, d'expertise, de contrôle indépendants

- Organisations familiales et de consommateurs
 - réglementation est à privilégier, mais ne suffit pas
 - subsides et taxes sont très positifs : le prix étant la seule façon de faire changer les producteurs et les consommateurs, mais des alternatives faisables doivent exister !
 - normalisation auto-contrôlée est suspect et trompeur pour le consommateur
 - information et éducation sont très importantes mais ont des limites
 - R & D permet développement alternatives

Pratiques au sein de l'organisation

- Monde politique
 - oui, mises en place soit par les cadres soit sur base d'une volonté politique. Généralement bien accueillies par les travailleurs mais il existe un effet générationnel
- ONG environnement et Nord-Sud
 - les pratiques sont de deux types : soit il existe un groupe de travail au sein de l'organisation qui gère la consommation (sur base d'une initiative du personnel et bien accueilli par la direction) ; soit les pratiques existent mais ne sont pas formalisées (action au cas par cas des travailleurs)
- Fédérations d'entreprise
 - sensibilisation, information à la demande, promotion d'outils (ex. Certification), mise en oeuvre de plans, ... sont des activités organisées vers les entreprises membres
 - souvent axé sur l'environnement, car difficulté de perception pour l'intégration du social au-delà de ce qu'ils font déjà
- Organisations syndicales
 - cellules de verdisation interne, colloques, sensibilisation, campagnes à thème
- Organisations familiales et de consommateurs
 - sensibilisation par actions spontanées du personnel

Publicité

- Monde politique
 - pas légiférer ou interdire en la matière : c'est aux pouvoirs publics à informer
- ONG environnement et Nord-Sud
 - ce sont les producteurs qu'il faut atteindre et non les publicitaires
- Fédérations d'entreprise
 - pub est dépendante de ce que veulent les entreprises et du public cible
 - législation existe et est OK
 - il ne faut pas légiférer plus mais mettre des taxes sur les produits
- Organisations syndicales
 - pourraient changer de mentalités mais dépendants des producteurs
- Organisations familiales et de consommateurs
 - pourraient changer de mentalités mais dépendants des producteurs
 - certains produits recyclés n'en font pas la pub car ce sujet a « mauvaise presse »
 - ce serait contre nature qu'il y ait des pubs en matière de consommation durable

Produits prioritaires

- Monde politique
 - mettre l'accent sur les gestes quotidiens ;
 - voitures
 - peintures
 - déchets
- ONG environnement et Nord-Sud
 - énergie dans la consommation des ménages ;
 - transports
 - suremballage ;
 - vêtements
 - jouets ;
 - alimentation ;

- pesticides ;
- construction
- pas atteindre des produits mais des processus de production.
- Fédérations d'entreprise
 - tous les secteurs doivent être impliqués
 - transport
 - consommateur
 - alimentation
 - agriculture
 - distribution
 - aménagement du territoire
 - construction
 - arts graphiques
 - chimie
 - sidérurgie
- Organisations syndicales
 - électricité
 - matériaux isolation et amiante
 - électroménager
 - mobilité
 - activités de nettoyage
 - pesticides domestiques
 - textiles et vêtements
 - jouets
- Organisations familiales et de consommateurs
 - chaudières
 - logement et peintures
 - électroménager
 - mobilité
 - activités de nettoyage
 - jouets
 - informatique
 - piles et GSM
 - épuration et économie eau
 - suremballage et gestion déchets
 - Importance accordée à la question du logement via des supports aux équipements (subsidés par exemple) permettant des économies d'énergie plutôt qu'en terme d'économie à la consommation d'eau et d'énergie ou en terme d'entretien et produits de bricolage

ANNEXE V: SUSTAINABLE DEVELOPMENT, ATTITUDES AND CONSUMPTION BEHAVIOUR / ATTITUDES ET COMPORTEMENTS DE CONSOMMATION ET DEVELOPPEMENT DURABLE

Etude qualitative réalisée par Christian Bontinckx, Octobre 2002

TABLE DES MATIERES

1)OBJECTIFS DE L'ETUDE

- 1.1. Méthodologie
- 1.2. Echantillon

2) CONTEXTE DU DEVELOPPEMENT DURABLE

- 2.1. Connaissance spontanée du concept:
- 2.2. Perception du concept
- 2.3. Environnement et consommation
 - 2.3.1. Enjeux prioritaires(perception):
 - 2.3.2. Actions prioritaires:
 - 2.3.3. Actions individuelles:
- 2.4. L'éthique et le socio-économique
 - 2.4.1. Enjeux prioritaires(perception):
 - 2.4.2. Actions prioritaires
 - 2.4.3. Choix de consommation exprimés
- 2.5. Les motivations de la consommation dans le développement durable

3) LES CHOIX DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

- 3.1. Actions individuelles spontanées:
 - 3.1.1. Moins utiliser la voiture
 - 3.1.2. Economiser l'eau
 - 3.1.3. Economiser l'énergie
 - 3.1.4. L'emballage- Le tri :
 - 3.1.5. Isolation- rénovation
 - 3.1.6. Acheter un produit écologique
 - 3.1.7. Acheter bio
- 3.2. Synthèse

4) LES CHOIX DE CONSOMMATION ET LA DIMENSION ETHIQUE-SOCIO-ECONOMIQUE

- 4.1. Enjeux prioritaires(perception):
- 4.2. Choix de consommation exprimés:
- 4.3. Motivations et obstacles à la consommation éthique

5) SYNTHESE

6) APPROCHE D'UNE THEMATIQUE PARTICULIERE: L'ENTRETIEN DU LINGE

- 6.1. Problématiques perçues en relation avec l'entretien du linge:
- 6.2. Motivations d'achats du vêtement:
- 6.3. Contexte de l'entretien du linge
 - 6.3.1. Comportements
 - 6.3.2. Le détergent
 - 6.3.3. Le détergent perçu comme écologique
 - 6.3.4. La Machine à laver
- 6.4. Synthèse: Entretien du linge

1) OBJECTIFS DE L'ETUDE

Déterminer:

- La perception des consommateurs vis-à-vis de la notion de développement durable
- Les logiques d'attitude et de comportements de consommation par rapport au concept de développement durable
- Des potentialités d'adoption d'attitudes et/ou de comportements de consommation respectueux d'un développement durable.
- Des secteurs de consommation pour lesquels il existe un potentiel de développement de comportements ou d'achats de produits respectueux du développement durable

1.1 Méthodologie

La recherche ayant pour objectif d'appréhender des logiques d'attitudes et de comportements, l'approche qualitative s'avère la méthode la plus indiquée.

Dans une première phase l'objectif étant de déterminer un inventaire de dynamiques et de perceptions vis-à-vis du développement durable, l'organisation de groupes de discussion permet l'expression d'un maximum de logiques différentes. En utilisant des techniques d'association d'idées, d'évocations spontanées, de comparaison de concepts et du matériel à commenter, la discussion de groupe permet d'explorer largement les perceptions des participants quant à la dynamique étudiée. L'objectif des groupes n'est donc pas d'atteindre un consensus sur chaque idée ou proposition, mais bien d'évoquer librement la diversité des opinions en présence et la façon dont elles se traduisent dans la vie quotidienne de la consommation.

Dans une seconde phase, l'analyse des logiques mises en évidence permettra de tester des scénarios de changements d'attitudes et de comportements de consommation par de nouvelles discussions de groupe, centrées sur une thématique en particulier, et des entretiens individuels en profondeur avec des consommateurs de profils diversifiés selon les hypothèses élaborées.

Le rapport est le résultat de l'analyse des propositions de participants selon une typologie qui sera abordée au point 2.5.

L'ensemble du rapport sera structuré selon l'analyse du contenu des discussions de groupes et sous-tendu par les citations des participants.

- Le présent rapport concerne la première phase de l'étude.
- 4 groupes de discussion de 3 heures composés de 8 personnes ont été organisés entre juin et octobre 2002.
- groupes de discussion portaient sur la problématique du développement durable en général.
- (2 groupes francophones – 1 groupe néerlandophone)
- 1 groupe sur la problématique générale et le secteur particulier de l'entretien du linge pour lequel de très nombreuses initiatives existent (produits disponibles sur le marché, actions de sensibilisations d'ONG, information du secteur).

1.2 Echantillon

Les participants aux groupes de discussion générale répondent aux critères suivants:

- Tous font les courses du ménage
- Moitié hommes et moitié femmes
- 2/8 âgés de 20-30 ans
- 5/8 âgés de 30-60ans
- 1/8 âgé de +de 65 ans
- 2 non-actifs maximum, 1 minimum (chômage, pension, etc.)
- Derniers diplômes obtenus: 6 secondaires (au moins un de chaque sous catégorie : inférieur, technique, professionnel), 1 universitaire et 1 primaire
- 4 vivent en couples
- 4 ont au moins un enfant vivant sous le même toit.
- Tous devaient manifester une sensibilité minimum pour les questions environnementales lors du questionnaire de recrutement, afin d'éviter que les groupes de discussion ne soient bloqués par des attitudes par trop ouvertement négatives vis-à-vis de la problématique.

(Vous sentez-vous concerné par les questions liées à l'environnement? Fortement – assez bien – moyennement - un peu – très peu – pas du tout (si réponse « très peu ou pas du tout » arrêter le questionnaire et remercier). Recruter au moins 1 « fortement » et au maximum 2 « un peu ».)

Les participants au groupe traitant de la problématique spécifique de l'entretien du linge, répondent aux mêmes critères sauf que l'ensemble des répondants sont des femmes.

2) CONTEXTE DU DEVELOPPEMENT DURABLE

2.1. Connaissance du concept.

Malgré le fait que 3 groupes sur 4 se soient déroulés dans un laps de temps compris entre 1 semaine et 3 semaines après le sommet de Johannesburg et la couverture médiatique qui s'en est suivie; malgré le fait que pour des raisons de « productivité » d'idées dans les groupes, le recrutement des participants ait été organisé de telle sorte que n'y participent pas de personnes totalement insensibles aux questions d'environnement, on constate que le concept de développement durable n'est pas connu spontanément.

- Plusieurs consommateurs ignorent tout du concept et n'en ont jamais entendu parler.
« Non, jamais entendu parler, c'est quoi? »
«...Dans la presse? Non, je ne me souviens pas»
- Certains reconnaissent l'intitulé du concept mais en ignorent le sens.
« Ca me dit quelque chose, ça a à voir avec le climat, l'ozone, c'est pas ça? »
« Johannesburg, je pense, le pétrole, le CO2... »
- Certains peuvent expliquer le contenu du concept mais estiment n'en avoir qu'une perception très floue.
« c'est un mode de développement qui tient compte de l'état de la planète dans le futur et de tous les peuples »

2.2. Perception du concept

Il est utile de préciser qu'il est très compliqué de présenter le concept de développement durable de façon synthétique et concrète, les définitions disponibles (Brundtland etc.) ne permettant pas d'éclaircir la notion vis-à-vis des consommateurs. Ce sont dès lors les experts scientifiques liés au projet qui se sont chargés d'élaborer un texte synthétique qui permette d'appréhender le concept.

"Au départ le développement durable voulait dire le plus souvent continuer le développement économique et social en protégeant l'environnement. En réalité beaucoup de nos actions ont un impact sur l'environnement, et c'est donc à tous les niveaux et pour tous les acteurs qu'il faut "intégrer" cette préoccupation. Chacun peut y participer.

Mais le développement durable nous fait nous poser des questions sur la poursuite même de notre "modèle de développement". Faut-il continuer à accroître la consommation? Que signifie plus de "qualité de la vie"?

Ces questions se posent au niveau national, mais aussi au niveau international. Le développement durable est en fait une notion qui provient de réflexions internationales. Et là la question est de ne pas entretenir ou accroître le fossé entre pays riches et pauvres. Le "développement" dont on parle depuis si longtemps (cf. "Coopération au développement") fonctionne mal, le développement durable est une tentative pour revoir ses valeurs et son fonctionnement.

Dans cette perspective mondiale

- l'environnement n'est pas nécessairement prédominant, mais il faut en tenir compte plus que par le passé

- les questions de partage des richesses, et les questions sociales sont primordiales.

C'est pourquoi on dit que le développement durable doit répondre aux besoins du présent (comme le développement habituel) mais aussi aux besoins du futur (en particulier en préservant l'environnement) C'est pourquoi on dit aussi que le développement durable doit combiner trois "dimensions", la dimension économique, sociale et environnementale.

En tous cas il s'agit d'un projet de société multi-facettes qui a plusieurs interprétations."

Après avoir présenté cette « définition » à l'ensemble des participants, afin de commenter le concept sur des bases communes, tous développent une vision personnelle, différentes les unes des autres :

- Le développement durable est globalement perçu comme un concept utopique, voire contradictoire.
« Développement et durable ça va pas ensemble, comment voulez-vous que quelque chose de durable se développe en même temps? »
« Oui mais si les pays du tiers monde se développent c'est bien mais ça aura un effet ici et s'il faut se priver, retourner en arrière, c'est pas du développement »

La difficulté de percevoir le concept provient essentiellement de la multiplicité des problématiques en jeu et leurs interrelations.

Le développement durable s'avère un concept flou, dont pratiquement aucun participant ne peut émettre spontanément une « conception-définition » en associant les trois dynamiques « environnement-éthique-socioéconomique » simultanément.

Pour la plupart des participants, lorsque le développement durable est associé à une thématique générale, il s'agit de l'environnement, il est associé dans une moindre mesure aux relations économiques Nord-Sud, et dans ce cas,

soulève le plus souvent des craintes par rapport aux acquis sociaux et au niveau de vie actuel atteint en Belgique ou en Europe.

2.3. Environnement et consommation

2.3.1 Enjeux prioritaires :

Les thématiques citées par les participants, en relation avec la notion de développement durable, sont d'abord énumérées et ne sont identifiées globalement comme relevant de l'environnement qu'ensuite. L'identification de la problématique «environnement» en général est la conséquence de l'identification préalable de problèmes séparément. La dynamique la plus fréquente chez les participants consiste à partir du particulier vers le général.

Problèmes identifiés cités :

- Pollution de l'air
- Pollution de l'eau
- Changements climatiques
- Déchets
- Ressources naturelles
- Énergies renouvelables
- Biodiversité

2.3.2. Actions prioritaires :

Il s'agit des solutions envisagées par les participants pour tenter de résoudre les problèmes qu'ils ont identifiés

- Changer les mentalités
« Il n'y a rien à faire, il faut que les mentalités changent, les gens ne font pas assez attention, il y en a qui jettent tout n'importe où, il faut développer le civisme... »
- Eduquer les enfants
«Nous c'est foutu, on est trop vieux, on est resté sur notre c.. ».
«La priorité c'est les enfants, il faut leur apprendre pour qu'ils fassent un monde dont ils pourront profiter pas d'une poubelle »
- Octroyer des aides financières
« c'est bien beau les appareils, les panneaux solaires et tout ça, mais il faudrait des interventions de l'Etat pour nous permettre de faire plus facilement ces choix »
« Les produits écologiques ça coûte plus cher, pourquoi? On pourrait pas donner des primes? »
- Taxer
« pourquoi ne pas mettre des taxes sur les produits qui sont plus polluants, les usines et tout ça? »
- Réglementer
« Il y a des machines qui consomment moins d'électricité, moins d'eau, elles coûtent toujours + cher, évidemment on pourrait donner des aides et taxer les autres qui polluent plus. Mais pourquoi on n'interdit tout simplement pas de les vendre celles qui polluent plus? »
- Développer la recherche
« Il faut investir dans la recherche, qu'est ce qu'on attend? Mais de la recherche utile, hein! La voiture à hydrogène, que sais-je? Mais pas envoyer Dirk Frimout dans les étoiles hein, ça c'est de l'esbroufe! »
« Il faut développer la recherche dans l'espace, la chimie, trouver de nouvelles matières, pour des applications nouvelles »
- Développer les énergies renouvelables
« Il faut développer les techniques de production d'énergies propres, sinon on va crever, l'ozone, le climat et tout ça... »
« développer des alternatives au pétrole »
« multiplier les éoliennes »
- Développer les transports en commun
« si on développait les transports en commun, on devrait déjà moins utiliser sa voiture... »
- Gérer les déchets
« Il faut intensifier le tri-recyclage, rendre obligatoire, faire payer les sacs plus chers si il faut »
« S'il y avait moins de sacs en plastique dans les GB ce serait déjà bien »
- Agir sur l'industrie
« Commencer par filtrer les cheminées des usines, nous c'est de la semoule dans le couscous ». Le consommateur exprime par là que la pollution qu'une personne produit est minime par rapport à la pollution produite par l'industrie.
- Informer
« On ne s'y retrouve pas, il y a tellement de problèmes, on est noyé »
- Produire « Bio »

« Il faudrait généraliser la production « bio », la « semi-bio », et la rendre moins chère à l'achat »

2.3.3. Actions individuelles:

Par rapport aux problématiques identifiées et au-delà des mesures générales préconisées, les participants peuvent proposer un certain nombre d'initiatives qui relèvent de leur activité de consommation au niveau individuel. On notera que les participants sont moins prolixes en cette matière qu'au niveau des mesures envisageables d'un point de vue général. (Des citations plus nombreuses sont présentées dans la partie 3.1. du présent rapport)

- Moins utiliser la voiture
« J'ai cessé de rouler en voiture, ça me fait plaisir, je rencontre des gens, je suis moins stressé pour aller au boulot, c'est plus facile je me laisse conduire... »
- Trier les déchets
« je trie mes déchets, ça me donne l'impression d'être une bonne citoyenne... »
- Economiser l'énergie (chauffage, éclairage, électroménager...)
« j'ai installé des panneaux solaires, je suis plus autonome et à la fin ça me coûte moins cher » « Je vérifie toujours le chauffage, je n'aime pas gaspiller... »
- Economiser l'eau (nettoyage, lessive...)
« En général je fais attention d'utiliser moins d'eau pour nettoyer, je récupère l'eau de lessive pour mes escaliers et j'emploie de l'eau de pluie aussi »
- Acheter des « produits écologiques » (lessive, panneau solaire...)
« J'essaie d'acheter une lessive écologique, qui pollue moins, quand j'en ai les moyens. Ça produit moins de résidus.... »
- Rénover les habitations (Installation de panneaux solaires, isolation, matériaux non toxiques, moins utiliser de bois tropicaux...)
« c'est pas donné c'est sûr, mais moi je préfère investir dans une chaudière qui consomme peu ou des panneaux solaires, mais qui sont à la pointe de la technique... »
- S'alimenter « bio »
« C'est cher, mais je goûte la différence, quand je n'ai pas assez d'argent pour du « bio », je sais que j'achète de la crasse, mais je n'ai pas le choix, et ça me rend malade... »
- Diminuer les emballages (sacs plastiques, acheter moins de produits « suremballés »...)
« Quand je vais au GB je ne prends jamais les sacs en plastique... »

2.4. L'éthique et le socio-économique

2.4.1. Enjeux prioritaires (perception) :

Dans ce cas-ci également, les participants n'évoquent pas la problématique globalement, ils citent un ensemble d'exemples qui relèvent tous de problèmes précis, ou de principes généraux qu'ils ne peuvent illustrer.

- le travail des enfants
- le commerce équitable (rétribution « juste » du producteur)
- l'accès à la santé
- Le droit à un niveau de vie et de confort minimum pour tous.
- le droit au travail

Notons que ces préoccupations citées pour tous sont également exprimées dans un cadre plus restreint à savoir le maintien ou le développement de « nos » acquis sociaux. (Nous invitons le lecteur à se référer à la partie 4 du présent rapport, dans laquelle il trouvera des propos illustratifs des participants)

2.4.2. Actions prioritaires :

- Prendre des mesures au niveau international
- Interdire la vente de certains produits
- Donner des aides financières au Tiers Monde
- Annuler la dette des pays pauvres
- Condamner les entreprises qui délocalisent
- Assurer le minimum vital
- Donner de l'emploi à tous

Cette problématique suscite moins de possibilités d'action ou de choix individuels dans l'univers de la consommation que la préoccupation environnementale, en effet (cf. partie 4) les participants ne proposent que peu d'actions ou de choix de consommation. Les actions envisagées concernent principalement le choix de produits

labellisés (Max Havelaar) pour ce qui concerne la rétribution des producteurs, ou l'achat de produits plus chers, belges ou européens pour s'assurer de ne pas acheter de produits fabriqués par des enfants. Toutefois si la problématique n'inspire que peu de réactions concrètes à mettre en œuvre, elle soulève davantage d'émotions dans l'expression du consommateur. Les participants imaginent difficilement des « remèdes » aux problèmes soulevés, mais situent la plupart du temps la possibilité d'action au niveau international.

2.4.3. Choix de consommation exprimés:

Les possibilités de choix en matière de consommation proposés par les participants sont peu nombreux, (cf. partie 4 pour le détail des propositions)

- Achats de produits labellisés
« J'achète des produits « Max H »., je crois que c'est bien, je veux y croire, mais qu'est ce que ça change vraiment hein? »
- Achats de produits plus chers
« Si t'achètes des vêtements pas chers il n'y a pas de miracle hein? Ca veut dire que ce sont des enfants qui les ont faits, mais bon moi j'ai pas beaucoup d'argent... Mais je n'en achète pas malgré tout, mais est ce que c'est vraiment mieux? »
- Produits européens ou belges
« Acheter des produits belges ou européens, là on est sûr qu'on a respecté les règles »
- Boycott de produits
« j'ai à l'époque décidé de ne plus acheter de bananes Chiquita »

Toutefois chaque enjeu est en général évoqué en relation avec les échanges « Nord-Sud » par les participants, le plus souvent le participant s'interroge sur les retombées « nationales » que pourrait entraîner une mesure, ce qui entraîne l'équation suivante chez les participants:

Un vêtement non produit par des enfants est perçu comme plus cher, il est dès lors perçu comme accessible aux consommateurs les plus riches.

Dès lors les participants estiment en général qu'interdire le travail des enfants entraînerait :

- Problèmes d'achat pour les moins riches (de Belgique)
- Retour de la prostitution des enfants dans les pays producteurs

Les participants estiment dès lors que la solution du problème n'est possible qu'au seul niveau international.

« Si on interdit le travail des enfants, il faut s'assurer que c'est pour aller à l'école. En plus il faut aussi que l'argent qu'ils gagnaient ne manque pas à la survie de leur famille... Et il faut que nous on puisse encore avoir les moyens d'acheter des vêtements d'une certaine qualité... Comment on va faire? On va augmenter nos salaires? C'est au niveau international que ça doit se décider, nous on n'est qu'une goutte d'eau. »

Les enjeux du développement durable sont perçus selon une variété de problématiques complexes, qui relèvent à la fois de l'environnement et des rapports économiques entre les différentes parties du monde, pour lesquelles les participants accordent chacun des priorités différentes. Cependant si le contenu de la problématique est important pour celui qui se sent davantage concerné par l'une plutôt que l'autre (le travail des enfants, les économies d'énergie etc.), les participants raisonnent et réagissent davantage par rapport aux effets potentiels de chaque initiative qu'ils entreprennent.

L'univers du consommateur et du développement durable est articulé sur des axes de perception qui tiennent compte des motivations personnelles de types : « moi-maintenant- ici » versus « nous-demain-partout »

Face à la complexité des enjeux, le consommateur se sent impuissant à intégrer tous les paramètres concernés par le développement durable dans ses choix de comportements ou ses choix de produits de consommation. Cela équivaut pratiquement à intégrer la notion « de l'effet papillon » dans la dynamique quotidienne.

Popularisé par le météorologue Edward Lorenz, cet effet papillon consiste en l'image suivante : on peut considérer que le simple battement d'aile d'un papillon en Australie peut entraîner une tempête sur la côte américaine. Ceci signifie qu'une perturbation en apparence mineure à l'échelle de l'atmosphère peut avoir de grandes répercussions ailleurs.

« Le moindre de mes choix, que je fais ici, maintenant peut avoir un effet ailleurs demain, et inversement ceux qui sont loin d'ici peuvent faire des choses qui vont avoir des effets ici et sur moi et ma famille... »

« On a chacun sa perception du développement durable, ma perception du développement durable n'est pas la même que la vôtre »

Or, le consommateur a tendance à suivre ses priorités personnelles, à tenter de satisfaire ses besoins prioritaires et à y intégrer des paramètres « respectueux du développement durable » s'ils peuvent s'intégrer dans la dynamique de ses motivations personnelles de consommation.

Cette complexité de l'intégration des paramètres du développement durable dans l'univers de la consommation peut produire chez les consommateurs, qui se disent cependant soucieux de cette problématique 2 types de décision extrême:

- Un sentiment d'impuissance, l'achat et/ou le comportement de consommation sont guidés par l'espoir, l'attente d'un effet davantage souhaité que réellement perçu.
« *j'achète du café M.H., mais je ne suis pas sûre que c'est bien le producteur qui en profite vraiment, j'espère...* »
- La prise en compte de besoins exclusivement individuels ou de proximité dans la dynamique d'achat.
« *Je ne suis certain de rien, alors j'agis là où je vois des résultats, ma santé, mes enfants, ma famille...* »

Ces deux exemples qui sont extrêmes - nous examinerons la palette de comportements variés dans les chapitres suivants - montrent qu'une personne sensible aux questions du développement durable produit des choix basés sur l'espoir, elle veut s'obliger à croire à l'efficacité de ses choix car rien ne lui montre objectivement l'efficacité de son choix. Ses besoins personnels, sa personnalité, la pousse à produire des choix « généreux » de niveau planétaire, tandis que l'autre personne également consciente de la problématique produira des choix limités à son entourage proche, car justement le manque d'effets mesurables à distance, le manque de certitudes quant à l'efficacité des choix est suffisant pour annihiler le choix.

Il s'agit en fait de l'expression de deux profils de motivations différents qui, possédant cependant un niveau de conscience du problème du développement durable relativement similaire, vont produire des choix de consommation radicalement différents.

La difficulté principale émane du fait qu'il n'existe dans le monde de la consommation aucun choix ponctuel de produit ou de comportement qui puisse prétendre satisfaire à la globalité du concept de développement durable ou associé comme tel par les consommateurs. Par contre, il existe une panoplie étendue de choix de produits ou de comportements qui répondent partiellement au concept.

Dès lors que les consommateurs sont animés dans leurs choix de consommation par des motivations personnelles prioritaires selon leur profil et leur personnalité, ils vont effectuer des choix, selon leurs motivations personnelles et y accorder des critères respectueux du développement durable en fonction de la concordance de ceux-ci avec leurs besoins personnels.

Exemple : On n'arrivera pas à convaincre un consommateur soucieux de son statut et de son image, qui exprimerait ce besoin de distinction par l'achat de vêtements « originaux », de porter des vêtements en arguant qu'ils seraient produits de façon éthique, mais qui ne lui octroieraient aucun plaisir de satisfaction en termes de distinction.

Ce consommateur ne peut éluder ses besoins psychologiques prioritaires mais il peut satisfaire sa sensibilité altruiste ou mondialiste en achetant d'autres produits respectueux du développement durable dans des domaines où il n'éprouve pas le même besoin de distinction (l'alimentation par exemple).

2.5. Les motivations de la consommation dans le contexte du développement durable.

On a relevé précédemment que les participants perçoivent le développement durable comme « utopique », « complexe », « personnel à chacun ». D'autres part, on constate qu'aucun choix de consommation n'est évoqué par les participants comme « respectueux du développement durable » dans sa globalité, mais respectueux d'une problématique en particulier (économie d'eau etc.).

Chaque choix respectueux d'une problématique en particulier s'intègre dans une dynamique personnelle de consommation qui vise à satisfaire des besoins prioritaires. Ces besoins prioritaires sont organisés chez chacun d'entre nous selon des profils d'attitudes.

Les dynamiques de consommation sont analysables principalement dans le rapport à l'objet qu'entretient le consommateur. Notre analyse est fondée sur une approche qui organise les besoins selon les profils de l'introversion versus l'extraversion (ces profils sont abondamment traités dans la littérature, principalement développés par C-G Jung dans *Types psychologiques*, Georg, Genève 1993 et trouvent notamment diverses applications en psychologie appliquée, Exemple : MBTI, Isabel Briggs Myers)

Lorsque l'orientation d'après l'objet et la donnée objective prédominent de telle sorte que les décisions les plus fréquentes et les plus importantes ne sont pas conditionnées par des idées subjectives mais par les événements objectifs, on parle d'attitude extravertie. L'objet, donnée déterminante, joue dans sa conscience un rôle plus important que son opinion subjective. (Jung : Types psychologiques)

L'extraverti vise à utiliser le monde extérieur en général pour stimuler des sensations intérieures. C'est la recherche de tout stimulus externe pouvant produire une sensation interne.

Au contraire, l'introverti présente en matière de consommation un profil qui vise à satisfaire des besoins internes en recherchant dans le monde extérieur ce qui peut exactement convenir pour la satisfaction de ce besoin interne. C'est la recherche de l'objet particulier et précis pour atteindre la satisfaction.

Introversion – extraversion sont les extrémités d'un axe de motivations sur lequel existent des compromis de ces deux tendances.

En général, on présente chacun un profil préférentiel, une tendance prioritaire, ce qui ne signifie pas que l'on ne dispose d'aucune caractéristique de l'autre profil. C'est un peu comme si l'on demandait à un droitier de signer un

document. Il signera spontanément de la main droite mais si on le lui demande ou on le contraint, il est à même de signer de la main gauche; ce sera plus difficile, plus hésitant, plus lent mais il y arrivera.

La notion de profil doit être comprise comme une tendance, ce qui ne signifie nullement que telle personne de tel profil ne puisse pas dans certaines circonstances avoir recours à d'autres solutions que celles qu'elle a l'habitude d'utiliser.

Nous introduirons également un deuxième axe de référence, à savoir la volonté de satisfaire des besoins personnels très individualisés ou au contraire de tenir compte de la satisfaction potentielle de plusieurs, de l'entourage par exemple.

Exemple : une mère de famille qui achèterait une voiture pourrait avoir tendance à satisfaire prioritairement des besoins personnels (esthétique, performance, consommation d'essence etc.) tandis qu'une autre privilégiera les besoins de la famille (place pour les enfants, sécurité, confort, coffre spacieux pour ranger les jouets etc.)

Si l'on étudie les choix de consommation relatifs au développement durable, on doit traduire les notions de « proximité- planète » et de « présent- futur » qui sont les enjeux majeurs du concept dans les profils introverti-extraverti définis par nos axes d'analyse de consommation.

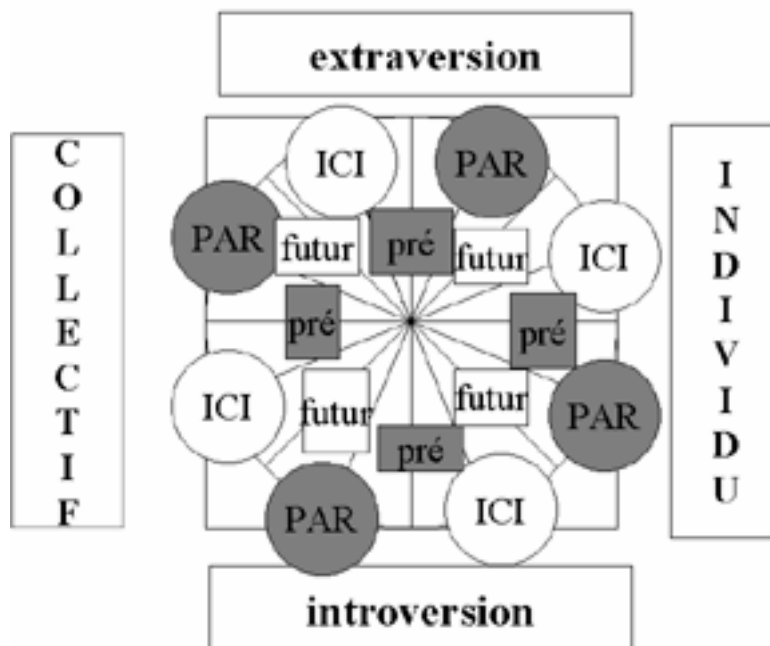
16 Profils possibles pour les profils extraverti-introverti :

Introversion individu présent ici	Intro Indiv présent partout	Intro indiv demain partout	Intro indiv demain ici
Introversion Collectif présent ici	Intro Coll présent partout	Intro coll demain partout	Intro coll demain ici

Extraversion indiv présent ici	Extra indiv présent partout	Extra indiv demain partout	Extra indiv demain ici
Extra Coll Present ici	Extra coll présent partout	Extra coll demain partout	Extra coll demain ici

Selon la définition proposée et sa compréhension par les participants, une consommation qui serait respectueuse du développement durable devrait répondre aux notions de « partout », « demain », « collectif ».

GRAPHIQUE 1



Toutefois si l'on se limitait à étudier les besoins des consommateurs par rapport à la consommation respectueuse du développement durable selon les deux seuls profils « idéaux » à savoir, « introverti-collectif-demain-partout » et « extraverti-collectif-demain-partout », on n'explorerait qu'une partie de la dynamique de la consommation face au développement durable.

Il s'agit dès lors d'étudier la consommation respectueuse du développement durable comme une gamme de propositions pouvant répondre à divers besoins des divers profils. Cette approche nous permettra de pouvoir élaborer des propositions qui seraient de nature à satisfaire différents besoins relevant des différents profils, pour multiplier l'impact de cette consommation respectueuse au maximum.

En effet, on remarquera dans l'examen particulier des choix de consommation effectués par les participants, que chaque profil peut développer des choix de consommation partiellement respectueux de la notion de développement durable.

On insistera cependant sur le fait que la notion de développement durable relève davantage pour le consommateur d'une thématique politique (subjective) que scientifique (objective), du moins quant à ses dimensions « éthiques » et « socio-économiques ».

Par contre, le constat de danger pour l'équilibre environnemental peut être perçu comme le résultat mesurable d'analyses « scientifiques » qui sont parfois directement perceptibles par le consommateur dans sa vie quotidienne.

Les motivations de choix exprimées par les participants nous amènent à synthétiser la matrice des 16 profils autour de deux axes principaux. En effet, en matière de consommation respectueuse du développement durable nous avons constaté dans les discussions de groupe que les motivations de type « individuel-collectif » exprimées par les participants concernent principalement des notions de « proximité » et « d'espace » plutôt que de temporalité, tandis que les types « introversion-extraversion » sont davantage associés à des notions de temporalité, « présent-futur », que d'espace.

Une personne extravertie est à la recherche de satisfactions dont les effets sont plus immédiats que celles que recherche l'introverti. Par exemple, la notion d'économie d'énergie s'intègre davantage dans un besoin de type introverti. La personne recherchera une adaptation de la nouvelle chaudière, par exemple, exactement aux conditions de son logement et tiendra compte de l'impact à long terme des économies de factures dans le temps et /ou du bien-être à moyen et long terme que la chaudière pourra procurer à sa famille et ses enfants.

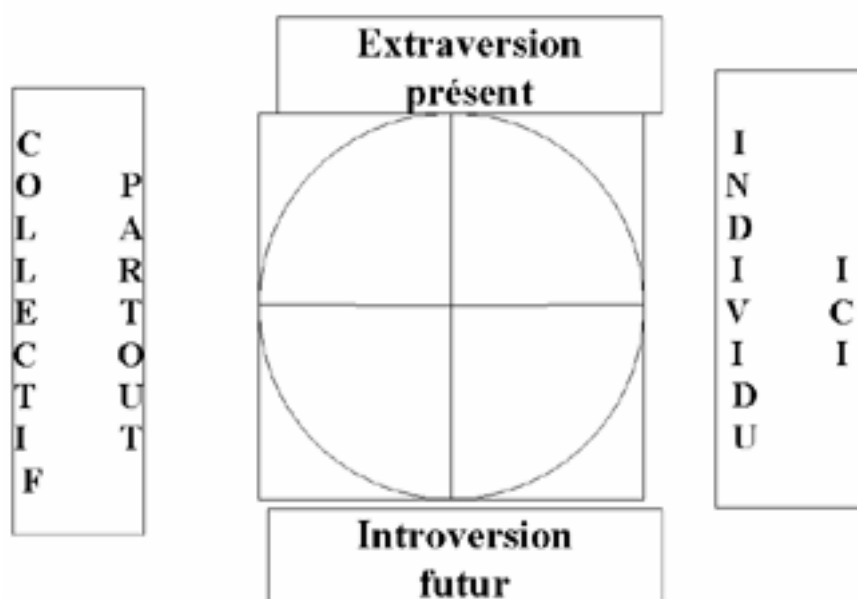
Un extraverti sera davantage à la recherche de l'effet satisfaisant immédiat, ce type de profil est davantage animé par un souci de recherche de la facilité et/ou d'exploration, d'aventures. Il sera par exemple davantage tenté par une chaudière dont la mise en marche est facile ou qui serait à la pointe de la technique.

Que l'on soit introverti ou extraverti, on manifeste également des tendances à la satisfaction individuelle ou collective. On recherche la satisfaction personnelle uniquement ou à partager cette satisfaction avec d'autres, voire à éprouver de la satisfaction à partir de celle des autres. Ce type de satisfaction individuelle ou collective entretient

manifestement un lien étroit avec la notion d'espace. En effet, on a constaté dans les discussions de groupe que les motivations individualistes étaient la plupart du temps reliées à la notion de « local ».

Par exemple, une personne qui achète des vêtements pour satisfaire son plaisir personnel de se mettre en valeur, de se distinguer, se préoccupera essentiellement de l'effet produit « ici ». Une personne qui se souciera de l'effet de son achat au niveau collectif aura tendance à imaginer les effets des ses actions ailleurs. Par exemple, quelqu'un qui trie ses déchets peut le faire pour se mettre en valeur en étant le seul du quartier à sortir ses poubelles triées sur le trottoir, satisfaction individuelle, « ici ». Une autre personne sortira ses poubelles (même si elle est la seule du quartier) parce qu'elle trouve qu'il faut faciliter la vie des éboueurs (elle est persuadée que si elle ne trie pas de toute façon, ce seront les éboueurs qui devront le faire) et parce qu'elle ne veut pas que les paysages soient détériorés par des tas d'immondices.

GRAPHIQUE 2



3) LES CHOIX DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

3.1. Actions individuelles spontanées

La consommation respectueuse de l'environnement est évoquée par le biais d'une série de comportements et par des choix de produits qui sont évoqués avec une finalité particulière. En effet on peut poursuivre un objectif (par exemple réaliser des économies) pour diverses motivations qui relèvent des différents profils.

On peut être sensibilisé à une thématique particulière (par exemple l'eau) pour des motivations différentes.

Et on peut acheter un produit respectueux de l'environnement (par exemple une marque de lessive) pour des motivations différentes.

3.1.1. Moins utiliser la voiture

« Je compte partager une voiture avec des amis pour les moments où on en a vraiment besoin pour transporter des trucs. Sinon j'irai à vélo »

« J'ai cessé de rouler en voiture, ça me fait plaisir, je rencontre des gens, je suis moins stressé pour aller au boulot, c'est plus facile je me laisse conduire... »

« Il en faut qui montrent l'exemple »

« Ca coûte moins cher je fais des économies d'argent et d'énergie »

« C'est moins dangereux... »

Cette proposition quoique apparemment surprenante est cependant une des actions citées prioritairement. Nous n'avons retenu que les propositions mises effectivement en œuvre par les participants ou en voie de l'être, afin de ne retenir que des motivations réellement en jeu dans le processus de décision.

On constatera que ce sont des motivations animées par des besoins très variés qui entrent en jeu, la facilité, donner davantage de place aux contacts sociaux, se distinguer, des soucis d'économie, de santé, de sécurité.

Pratiquement, l'ensemble des profils de consommation peuvent trouver des motivations qui les mèneraient à utiliser moins la voiture, si tant est que l'alternative proposée satisfasse suffisamment le besoin prioritaire du consommateur.

Pour schématiser, si un consommateur est animé par un profil de type individualiste qui recherche l'efficacité, la performance et qui veut se distinguer dans sa façon de se déplacer, il est certain qu'il peut trouver plusieurs types de véhicules automobiles pouvant satisfaire ses besoins.

Dès lors pour que la motivation de montrer l'exemple, c'est à dire se distinguer en se servant moins ou pas de sa voiture, devienne une alternative possible pour lui, il faut que son besoin de se distinguer soit profondément mis en valeur par l'alternative à la voiture pour qu'il choisisse de ne pas rouler en voiture.

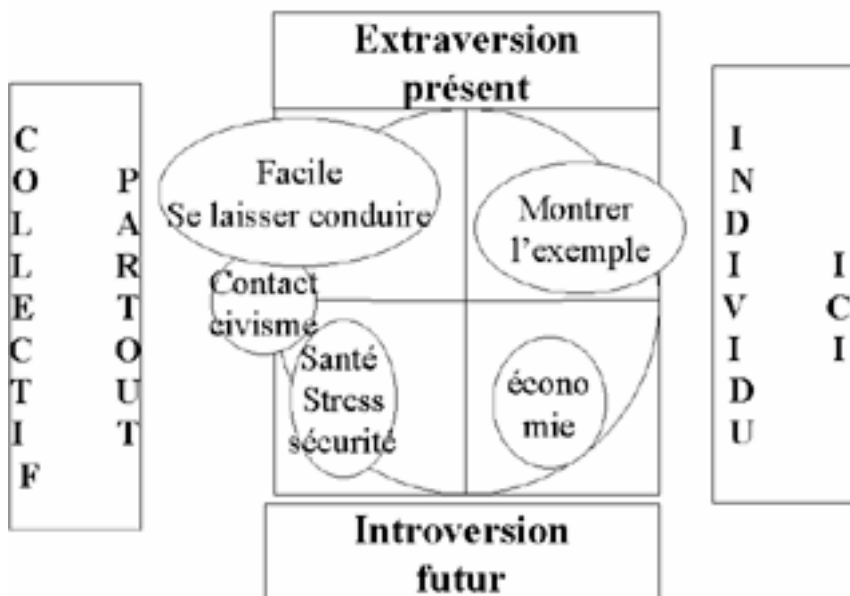
Il faut donc prendre en compte que la volonté de se distinguer peut servir de motivation pour ne pas se servir de la voiture à l'heure actuelle, mais uniquement pour des personnes dont le profil, lorsqu'ils se déplacent, ne recherche pas prioritairement à se distinguer.

En fait, comme nous l'avons exposé plus haut, une personne n'est pas monolithique, elle dispose de plusieurs profils potentiels mais s'exprime principalement selon les modes propres à un profil (rappel de l'exemple : On peut signer de la main gauche même si on est droitier, on sera plus maladroit c'est tout). Cela implique qu'une personne qui serait par exemple principalement de type introverti recherchant le contrôle, peut très bien s'avérer plus extravertie et désirer se distinguer dans le cadre d'une activité ou d'un choix de consommation particulier. Pour caricaturer on pourrait imaginer une mère de famille qui gérerait son ménage scrupuleusement, qui tiendrait des comptes au centime près, qui veillerait à ce que ses enfants soient toujours impeccablement propres et qui aurait conçu une sécurité maximum dans sa maison afin de leur éviter le moindre risque d'accident. Cette mère de famille hyper protectrice pourrait très bien, lorsqu'elle conduit sa voiture pour aller faire ses courses seule, rouler très vite, ne pas se préoccuper de la consommation, parce qu'elle souhaite éprouver des sensations d'aventure qu'elle ne recherche qu'au volant, ce qui serait d'ailleurs une raison pour que bien qu'elle achète un break pour satisfaire son rôle de mère de famille elle ait malgré tout choisi le break le plus rapide et le plus puissant plutôt que le plus spacieux.

Cet exemple quelque peu caricatural pour expliquer que d'une part si nous sommes animés par un profil principal, il n'est pas unique, et d'autre part que chaque secteur de consommation, bien qu'il stimule tous les profils, éveillera cependant en priorité certains types de besoins plutôt que d'autres.

Donc, par exemple, dans le cadre de l'abandon de la voiture, la volonté de se distinguer ne sera qu'une motivation peu performante chez les personnes qui justement recherchent prioritairement la distinction, mais ce sera peut-être une manière de se distinguer pour celles dont le besoin prioritaire est d'appartenir au groupe par des conduites civiques.

GRAPHIQUE 3



3.1.2. Préserver l'eau

- Economiser l'eau

« J'ai acheté une machine qui consomme moins d'eau.. »

« En général je fais attention d'utiliser moins d'eau pour nettoyer, je récupère l'eau de lessive pour mes escaliers et j'emploie de l'eau de pluie aussi »

Ce type de comportement est associé par les participants à un souci d'économie d'argent. Les motivations relèvent donc de préoccupations plutôt individuelles, de proximité dont on prévoit un impact. Ce type de motivation vise à satisfaire principalement un besoin de **contrôle**.

« Il faut l'économiser, c'est une richesse, il y en a sur la planète qui n'y ont pas accès »

Ce type de motivation relève d'une préoccupation de type collectif dont on espère des résultats que l'on voudrait lointains dans l'espace mais immédiats dans le temps. Il s'agit d'une motivation que l'on pourrait qualifier d'**altruisme** ou de **civisme**, mais dont le participant ne peut être certain de l'effet à distance.

- Moins polluer l'eau

« j'utilise une lessive plus « écologique », car les résidus dans l'eau, ça développe les algues, ça tue les poissons »

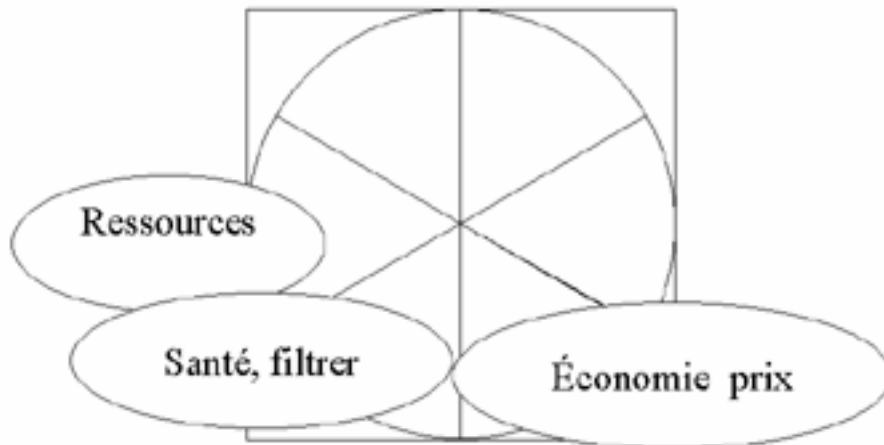
« avant on voyait que le ruisseau au bout de la rue il était pollué, maintenant ça va mieux »

« j'utilise moins de détergents car il faut filtrer tout ça pour que ça arrive au robinet... »

Ce type d'achat concerne dans un cas une volonté de préserver la nature partout et à long terme; dans le second il concerne la proximité et une volonté de préservation à long terme, ces deux exemples relèvent d'un besoin de **protection** à des niveaux spatiaux plus ou moins locaux ou éloignés; dans le deuxième exemple, l'aspect de « vérification » du résultat est important, on peut mesurer la conséquence de son acte, on recherche une certaine **efficacité**. Dans le dernier exemple, il s'agit davantage d'une crainte individuelle locale pour la santé dans le présent, on agit en espérant un résultat concret, on recherche de **l'efficacité**.

On constate que les attitudes vis-à-vis de l'eau répondent à diverses motivations qui ne sont pas nécessairement « conformes » aux motivations fondamentales inhérentes au concept de développement durable (Partout-pour tout le monde-tout le temps)

GRAPHIQUE 4



3.1.3. Economiser l'énergie

« Je fais tourner la machine la nuit, j'ai un compteur bi-horaire »

« j'ai installé des panneaux solaires, je suis plus autonome et à la fin ça me coûte moins cher »

« Je vérifie toujours le chauffage, je n'aime pas gaspiller... »

« En chauffant moins, en roulant moins, je me dis que je rejette moins de CO2, je suis moins nocif »

On constate que les deux premiers exemples relèvent de motivations individuelles centrées sur l'économie financière, le 3ème est motivé par l'indépendance, l'autonomie, le contrôle et également le prix. Tous trois relèvent de l'introversion individualiste, tandis que le 4^{ème} se rapporte davantage à des motivations de santé et de civisme.

3.1.4. L'emballage - Le tri :

- « Moi je ne prends jamais de sacs plastiques dans les grandes surfaces, c'est du pétrole et après on les brûle... »
- « je trie mes déchets, ça me donne l'impression d'être une bonne citoyenne... »
- « Je trie, je m'intègre au système ... »
- « je trie par respect des travailleurs qui doivent de toute façon trier après... »
- « je fais attention de ne pas prendre des produits trop emballés, on le paye et c'est du gaspillage »

On constate que la question de l'emballage est associée au tri des déchets par les participants. Toutefois les motivations qui guident ces comportements (trier/utiliser moins d'emballages) ne sont pas du même ordre. En effet, trier est motivé principalement par le besoin d'appartenir à un groupe, dans un souci **de normalité** ou **de civisme**, tandis que prévenir le suremballage correspond davantage à une motivation de **contrôle, d'économie**. D'autres citations au sujet des déchets évoquent les montagnes de déchets dans les paysages, les craintes que cela soulève pour la santé, celle des proches et la dégradation de l'esthétique des paysages.

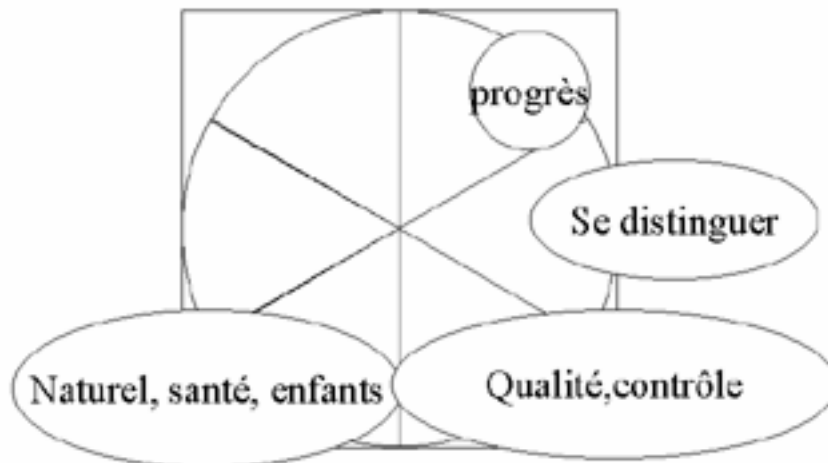
3.1.5. Isolation-rénovation

- « isoler pour économiser l'énergie, ... »
- « c'est pas donné c'est sûr, mais moi je préfère investir dans une chaudière qui consomme peu ou des panneaux solaires, mais qui sont à la pointe de la technique... »
- « j'utilise des produits naturels et pas de matériaux toxiques, ma maison est saine pour moi et ma famille »

On relève 4 types de motivations principales :

- Celles qui privilégient l'économie, le contrôle de type introverti, qui visent principalement le résultat financier, à court et moyen termes.
- L'investissement dans le progrès, mais risqué en partie, « c'est nouveau j'essaye ».
- La protection de l'entourage immédiat, familial.
- La mise en valeur de soi, « ce n'est pas donné », sous-entendu « tout le monde ne peut pas le faire ».

GRAPHIQUE 5



3.1.6. Acheter des produits écologiques :

- « J'essaye d'acheter une lessive écologique, qui pollue moins, quand j'en ai les moyens. Ça produit moins de résidus.... »
- « ça fait des algues et tout ça, c'est sale... »
- « ça tue les poissons... »
- « il faut la filtrer pour que ça vienne au robinet autant agir en amont... »

On remarque que l'achat d'un produit écologique identique peut être motivé par des besoins très différents, l'hygiène, la propreté, l'esthétique (du paysage), la santé, préserver la biodiversité (elle-même motivée par diverses raisons).

Un produit « écologique » est un concept qui porte des significations différentes pour les participants.

Cela peut être pour eux un produit qui :

- Produit moins de déchets, de résidus
- Consomme moins d'énergie
- Est meilleur pour la santé,

En général les participants attribuent chacun des caractéristiques plus personnelles au « produit écologique » telles que par exemple : l'odeur, la technologie, le progrès...

ou au contraire : l'inefficacité, le coût, la mauvaise distribution, la complexité de l'information....

Nous examinerons plus en détail ces aspects dans la dernière partie de ce rapport concernant l'entretien du linge.

3.1.7. Acheter bio:

« C'est cher, mais je goûte la différence, quand je n'ai pas assez d'argent pour du « bio », je sais que j'achète de la crasse, mais je n'ai pas le choix, et ça me rend malade... »

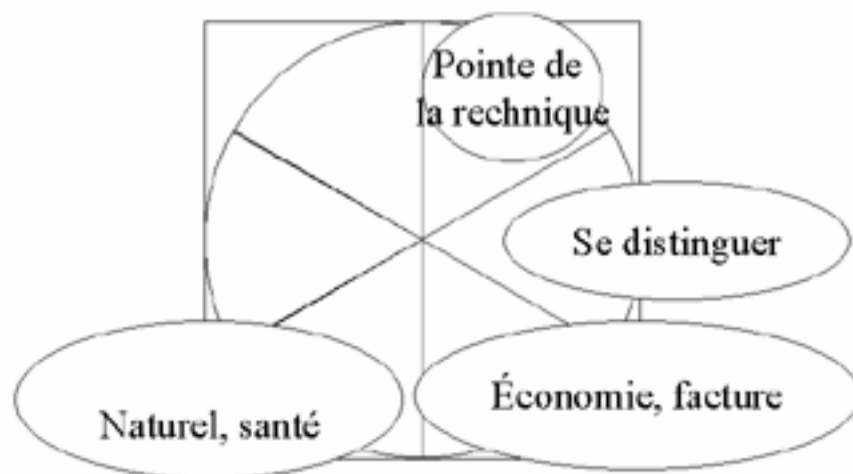
« c'est une sécurité, en principe c'est sûrement de la meilleure qualité, il y a sûrement des contrôles... »

« c'est pour la santé de mes enfants, j'essaie de les nourrir convenablement... »

« C'est évident qu'il y en a qui achètent bio pour montrer qu'ils n'achètent pas n'importe quoi, qu'ils ont les moyens... »

On constate trois types de motivations principales qui relèvent du souci pour la santé de la famille, du contrôle de la qualité et de la distinction de soi.

GRAPHIQUE 6



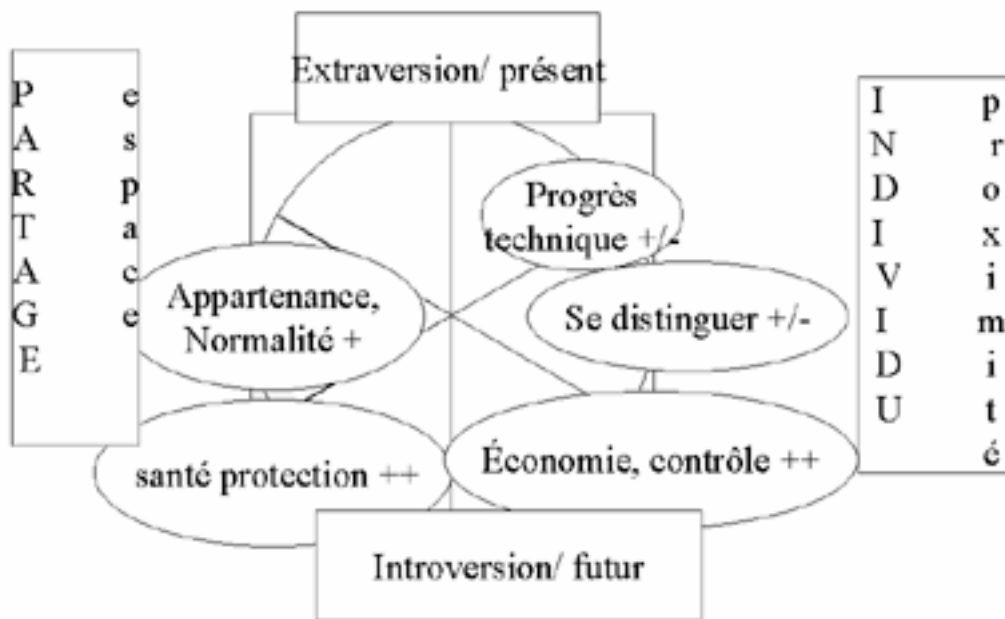
3.2. Synthèse

On constate que les thématiques inhérentes à l'éco-consommation (exprimées dans les groupes) se déclinent toutes selon les motivations personnelles du consommateur, qui se concentrent essentiellement selon trois motivations majeures:

- 1) L'économie – Le contrôle
- 2) La protection – La santé
- 3) Le sentiment d'appartenance au groupe (normalité-civisme-altruisme)

On relève également les motivations de deux types individuels, exprimées avec moins d'intensité, le besoin de se distinguer (l'image–le statut-la recherche de l'efficacité) et le besoin d'essayer de nouvelles techniques, d'explorer.

GRAPHIQUE 7

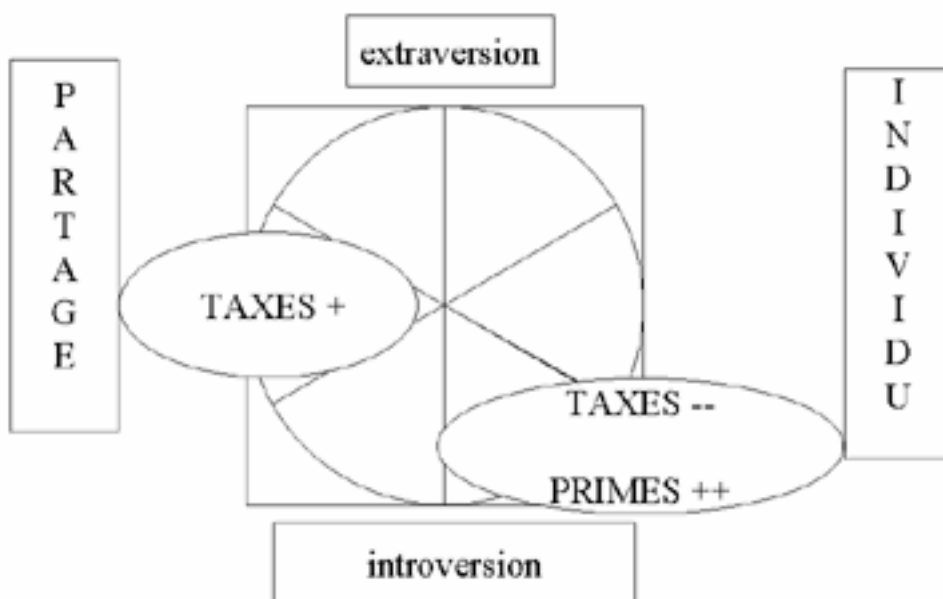


Les « + » sont indicatifs de l'intensité de la relation entre les motivations personnelles et celles de l'écoconsommation, ils ne sont pas indicatifs d'une fréquence quantitative au sein de la population dans son ensemble.

Les motivations de l'écoconsommation sont principalement concentrées autour du concept de « proximité » et de « prévision dans le temps ».

Les motivations de l'éco-consommation se distribuant de part et d'autre de l'axe qui délimite les notions « d'individualité » (contrôle) et de « collectivité » (famille-civisme), il est illusoire de développer des stratégies uniques d'éco-consommation qui seraient adoptées par tous les profils de consommateurs.

EXEMPLE DE MESURE GRAPHIQUE 8



Le consommateur dont le profil est essentiellement animé par des motivations d'appartenance et de civisme acceptera l'application de règles uniformes et de taxes généralisées, tandis que le consommateur soucieux d'économie, de contrôle, de rentabilité, n'en acceptera pas le principe mais accueillera par contre favorablement le principe de stimulants financiers.

4) CHOIX DE CONSOMMATION ET DIMENSION ETHIQUE SOCIO-ECONOMIQUE

4.1. Enjeux prioritaires (perception)

Lorsqu'on introduit la notion « d'éthique » en relation avec la consommation, les participants éprouvent des difficultés à citer spontanément des enjeux, lorsqu'on rappelle des éléments de la définition du développement durable que nous leur avons soumise, « partage des richesses », « questions sociales » en demandant de trouver des rapports avec la consommation, les participants évoquent :

- Le travail des enfants
« *la consommation éthique ? ah oui c'est le travail des enfants, c'est ne pas acheter des vêtements qui sont faits par des enfants c'est ça...* »
- Le commerce équitable (rétribution « juste » du producteur)
« *Quand on voit ce que ces gens sont payés pour le travail qu'ils font... Je trouve qu'un maçon ici ou en Afrique, il devrait être payé pareil.* »
- L'accès à la santé
« *La santé c'est le principal, tout le monde n'a pas accès aux mêmes traitements, regardez le SIDA ici ou en Afrique. On soigne pas de la même manière... Quoique ici non plus c'est pas pareil.* »
- Le droit à un niveau de vie et de confort
« *Et tous les gens qui ne savent pas où dormir, qui n'ont pas à manger, les SDF...* »
- Le droit au travail
« *Sans travail on n'est pas grand chose, on n'a pas les moyens on n'est pas reconnu...* »

Cette thématique suscite des débats et éveille des contradictions au sein mêmes des motivations personnelles des participants. En effet, la plupart des répondants sont individuellement partagés entre d'une part le souhait de promouvoir davantage d'équité dans le partage des richesses et la rétribution du travail au niveau planétaire et d'autre part la crainte de perdre ses acquis personnels actuels.

Les répondants manifestent pour la plupart des craintes par rapport à leurs situations personnelles, certains ayant perdu un emploi, d'autres alternant emploi et chômage, d'autres enfin connaissant un proche en difficulté financière (chômage).

4.2. Choix de consommation exprimés:

- Achats de produits labellisés
- Achats de produits plus chers
- Produits européens ou belges
- Boycott de produits

Les actions individuelles sont perçues comme peu efficaces :

« *J'achète des produits « Max H. », je crois que c'est bien, je veux y croire, mais qu'est ce que ça change vraiment hein? »*

« *J'achète des produits avec le label M.H., mais qui me dit que ça va au producteur vraiment? Mais je veux y croire...* »

« *Si t'achètes des vêtements pas chers il n'y a pas de miracle hein? Ca veut dire que ce sont des enfants qui les ont faits, mais bon moi j'ai pas beaucoup d'argent... Mais je n'en achète pas malgré tout, mais est ce que c'est vraiment mieux? Qui dit que s'ils ne travaillent pas ils ne finiront pas dans la prostitution? Il faut d'autres mesures que nos choix personnels »*

Ce type de comportement de consommation relève du profil extraverti-collectif, inscrit dans le présent. Au contraire de l'introverti qui recherche la satisfaction d'un besoin précis, qui sait ce qu'il veut et n'utilise du monde extérieur que ce qui lui permet de satisfaire ce besoin précis, l'extraverti s'empare de tout ce qu'il peut trouver dans le monde externe pour se stimuler, pour satisfaire des besoins non précis, il cherche des sensations.

Dans ce cas ci, les personnes qui tiennent ces discours peuvent donner l'image de personnes généreuses, altruistes, dynamiques, actives, volontaires de part la manière de s'exprimer, mais la motivation essentielle est de se donner une sensation. Il ne s'agit évidemment pas de comparer cette recherche de sensation avec la griserie de la vitesse automobile par exemple, mais c'est bien la sensation, « je veux y croire », un peu comme le consommateur qui trie ses déchets parce que cela lui donne la sensation d'être un bon citoyen. Au contraire, nous

avons vu que dans le domaine de l'écoconsommation c'est aussi l'objectif mesurable qui est poursuivi, l'économie, le type d'impact et non la sensation.

Cependant la consommatrice du premier exemple faisait aussi des choix contraints par ses finances, mais pas dans le domaine de produit labellisés M.H., dans ce cas elle optait toujours pour le label, alors que dans le domaine des détergents par exemple elle n'achetait un produit « écologique » (Ecover) que lorsque ses moyens le permettaient. Cette consommatrice éprouve davantage de sensations lorsqu'elle achète le label M.H. qu'une poudre écologique. Ce n'est pas l'impact réel qui compte pour elle mais la sensation, elle ignore si le label M.H. est plus performant qu'Ecover, ses moyens financiers ne lui permettant pas les achats simultanés, elle opte pour celui qui lui procure la sensation « la plus forte ».

« Les placements éthiques? Ah non je ne sais pas qu'est ce que c'est ? Des placements bancaires? Non je ne savais pas... Oui mais si c'est les banques et si on place, faut pas rêver, c'est qu'on cherche à gagner de l'argent aussi hein? »

« La coopération c'est bien, agir sur place, mais c'est pour les jeunes, faut pas avoir d'enfants, de famille... »

L'action sur place est estimée productive. C'est un peu comme si toute action produite ici, en particulier dans le domaine de la consommation n'était pas vérifiable, qu'il n'y avait pas de garantie de résultat sur le terrain, dès lors la seule possibilité de s'assurer des résultats est d'aller travailler sur le terrain, avec les réserves qui sont citées.

Ce type de discours est une façon de justifier de ne rien faire ici : *« Moi je cherche le résultat, en consommant je ne suis sûr d'aucun résultat et je ne suis pas dans une situation où je peux aller sur le terrain. »* C.Q.F.D.

Ce type de discours indique que ce type de consommateur qui ne trouve pas de satisfaction à ses besoins en matière de consommation éthique va cependant développer des comportements d'achats soucieux de l'environnement, mais cette consommation là lui permet de réaliser des économies financières au niveau de l'énergie dont il peut mesurer l'effet.

« Acheter des produits belges ou européens, là on est sûr qu'on a respecté les règles »

« Acheter des grandes marques, ou un vêtement plus cher, en principe ce ne sont pas des enfants qui l'ont fait, quoique... Nike »

Ce type de discours illustre une façon de masquer des motivations réelles de recherche de qualité, de besoin de se distinguer et de garantir son niveau de vie.

Ce profil est totalement différent des premiers exemples, sous un apparent souci de respect de production éthique on poursuit la satisfaction de besoins de type individuel inscrits dans le présent.

Les initiatives de « l'autorité publique » sont parfois jugées plus efficaces mais suscitent la crainte:

« C'est sûr que c'est plus efficace de faire des lois, des obligations, au moins les pays sont obligés de respecter les lois... Mais si on devient trop exigeant ici, qui dit que ça ne va pas se retourner contre nous? »

« Oui mais qui dit que les grosses boîtes elles ne vont pas délocaliser vers ces pays si nos lois sont trop exigeantes? Regarde Renault et BASF! »

« Et puis même un Premier ministre qu'est ce qu'il peut ? Il faut un accord au niveau mondial »

« Les politiques décident! Or ils sont là pour 4 ans! Ils voient à court terme! Il faudrait des chartes valables pour tous les gouvernements pour 50, 100 ans mais valables partout dans le monde! »

« Les sommets? Rio, Johannesburg? C'est du vent! Ils parlent mais ça ne sert à rien! Ce sont des déclarations c'est tout! »

4.3. Motivations et obstacles à la consommation éthique

En ce qui concerne la problématique environnementale on note la difficulté d'intégrer la notion « d'effet papillon » (« ce que je fais ici a des effets ailleurs »).

Dans les questions éthiques socio-économiques, on constate la prééminence de la perception de « l'effet des vases communicants » (pour donner ailleurs il faut retirer ici).

On notera que dans le domaine de la consommation, aucun participant n'a fait le constat inverse, que pour « avoir » ici, il faut retirer là-bas.

Une des conséquences de cette perception induit le constat suivant chez les participants :

« si on continue à revendiquer des bons salaires ici, on délocalise, si on paye bien là-bas alors les produits augmentent ici »

Dans cette logique quoi que l'on fasse, le niveau de vie semble devoir diminuer ici.

Une des conséquences globales de cette perception est la crainte du chômage.

La conséquence ponctuelle de cette perception est que les produits « éthiques » sont forcément plus chers et accessibles pour les gens aisés financièrement ou très motivés.

Conséquences:

Si l'Etat fixe des règles → Délocalisation-chômage

Si Label et libre choix → Prix trop chers

« Quand j'ai les moyens j'achète bio ou labellisé, mais ça coûte! Alors quand j'ai moins d'argent je bouffe de la crasse, je le sais et ça me rend malade... »

A l'heure actuelle en matière de consommation éthique, seuls des consommateurs animés par la recherche d'une sensation, c'est-à-dire qui éprouvent un besoin personnel profond de s'inscrire dans un groupe, pour qui ressentir cette appartenance dans le présent est plus important que mesurer les effets de cette appartenance dans le futur, pour qui le symbolique importe davantage que l'effet réel, semblent pouvoir trouver de quoi satisfaire leur motivation sur le marché.

5) SYNTHÈSE

Le consommateur ne perçoit pas une problématique du développement durable, mais plusieurs problématiques extrêmement variées et parfois contradictoires qui participent toutes de la notion de développement durable.

Il en résulte une impossibilité pour le consommateur de porter des choix de consommation qui seraient respectueux de la notion de développement durable dans sa globalité.

Le consommateur portera donc l'accent sur la ou les problématiques qui lui semblent prioritaires et qui répondent à ses motivations personnelles.

Dans cette perspective, la dimension environnementale semble porter actuellement le potentiel le plus important de choix de consommation respectueux du développement durable:

- De part la quantité de problématiques perçues et de propositions de choix de consommation exprimés
- De part la plus grande variété de besoins personnels potentiellement satisfaisables par les choix de consommation respectueux de l'environnement.

Tandis que dans le domaine de l'éthique socio-économique la crainte d'effets mesurables de proximité, c'est à dire pour le consommateur lui-même, joue un rôle inhibiteur (augmentation des prix, délocalisation...) tandis que les résultats de la consommation éthique sur le terrain (travail des enfants, rétribution des producteurs...) sont davantage de l'ordre du symbolique que du concret pour la plupart des consommateurs.

Notons que les prescripteurs ou sources d'information semblent n'acquérir de crédibilité que par leurs compétences personnelles et leur proximité. La source d'information privilégiée sera une relation personnelle proche et reconnue compétente (le médecin, le dentiste, l'ingénieur...) qui sera davantage crédible que toute autre source.

« Je vous assure que l'eau du robinet est la plus contrôlée donc la plus saine. Je peux vous l'assurer c'est mon beau-fils qui me l'a dit, il travaille à la CIBE »

« Oui ? Eh bien mon dentiste il n'utilise jamais l'eau du robinet, il me donne toujours de l'eau minérale, il y a une raison hein ? »

C'est ainsi qu'au niveau politique ce sera préférentiellement le pouvoir de proximité (la commune) qui sera perçu comme crédible:

« S'ils disent qu'il faut le faire c'est qu'il y a des raisons (le tri) »

« On voit les effets, l'eau de la rivière est moins dégueulasse... »

Les scientifiques (les médias), les gouvernements nationaux ou l'autorité au niveau européen sont perçus comme moins crédibles, car plus éloignés.

« les sommets c'est du vent, ils se montrent mais c'est tout »

« Un ministre il peut faire des propositions, c'est sûr, mais il sait que son mandat est limité à 4 ans... Alors il fait des promesses et des projets à court terme. »

Pour connaître un impact maximal, une consommation respectueuse du développement durable devrait dès lors présenter plusieurs options de comportements et de produits.

Toutefois parmi les problématiques identifiées il faut noter que la difficulté de développer une politique de consommation respectueuse du développement durable relève des oppositions que chaque thématique induit dans les motivations personnelles de consommation.

Il est stratégiquement préférable d'identifier les motivations qui sous-tendent certains comportements de consommation ou de choix de produits qui sont effectivement respectueux du développement durable globalement ou dans leur domaine spécifique, que ce soit environnemental ou éthique, et de travailler au développement de ces choix effectifs en utilisant les motivations qui les animent, plutôt que de tenter de promouvoir uniquement le concept « développement durable » comme motivation du développement de certains choix de consommation.

Par exemple il ne sert à rien de promouvoir uniquement les économies d'énergie au nom du respect du développement durable alors que l'on constate que les motivations qui animent ces choix de consommation sont principalement du registre du contrôle, de la satisfaction individuelle et de la proximité...

Il s'agit probablement d'un enjeu et d'un choix stratégique important :

Vise-t-on prioritairement à développer des choix de consommation dont l'impact sur le développement durable est effectif ?

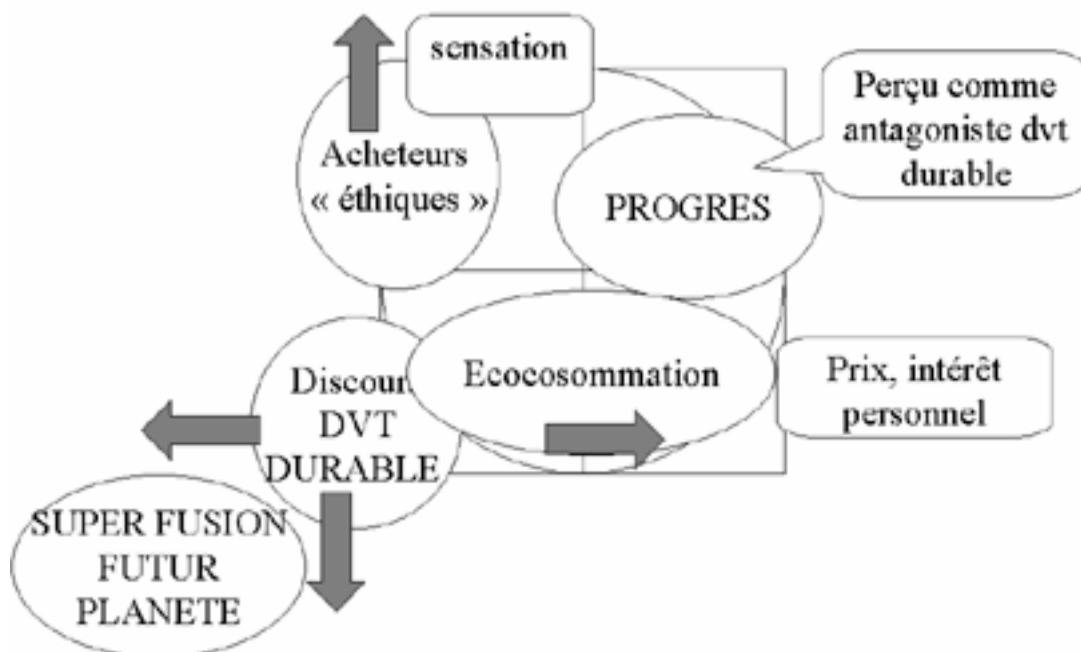
Ou

Vise-t-on prioritairement à sensibiliser la population au concept, quitte à ce qu'il y ait moins de consommateurs qui adoptent des comportements respectueux du développement durable ?

On peut avancer qu'à l'heure actuelle le développement durable est fondé sur un discours relevant du contrôle et de la solidarité dans l'espace et dans le temps, un discours qui éveillerait l'intérêt principalement des personnes dont les profils devraient relever de l'introversion fusionnelle et plus globalement de l'appartenance au groupe (mais un groupe planétaire), qui seraient à la recherche de résultats davantage que de sensations. Or, dans le domaine de la consommation, ce sont les consommateurs les plus à la recherche de sensations qui achètent « éthique » et ceux qui achètent « écologique » sont pour la plupart à la recherche de résultats, mais de résultats très locaux et le plus souvent dans une optique très individuelle d'économie.

Par exemple, s'il s'agit de conforter des comportements existants en matière d'économie d'énergie, il est certain que le fait d'annoncer aux consommateurs qui sont prioritairement animés par cette motivation, que leur choix est respectueux du développement durable ne les fera pas changer de comportement et les renforcera probablement dans leur choix. Par contre amener ce type de consommateurs à adopter de nouveaux comportements au nom du développement durable est illusoire si ces comportements ne relèvent pas de leurs besoins prioritaires, c'est-à-dire avant tout l'économie et le contrôle.

GRAPHIQUE 9



En fonction des préoccupations et des dynamiques exprimées par les participants aux groupes de discussions, l'utilisation de l'automobile serait probablement un thème prioritaire à explorer de même que l'alimentation mais qui ne font ni l'un ni l'autre l'objet de la recherche.

Il s'agit dès lors d'étudier plus en profondeur les motivations d'utilisation de produits en particulier où des alternatives existent.

Une exploration à propos des produits concernant les secteurs suivants semble prioritaire :

L'entretien de la maison

L'entretien du linge

La rénovation de l'habitat, la décoration.

L'achat d'appareils et de machines, électroménager et bricolage.

6) APPROCHE D'UNE THEMATIQUE PARTICULIERE : L'ENTRETIEN DU LINGE

6.1. Problématiques perçues en relation avec l'entretien du linge:

Le choix du vêtement :

- Travail des enfants
- commerce équitable
- Effondrement économique du secteur en Belgique (filature etc.)

Entretien du linge:

- Eau (économie, résidus...)
- Energie (machines, température...)
- Produits (détergents, adoucissants, détachants...)
- Comportements (remplissage, fréquence, tri, etc.)

6.2. Le choix du vêtement–Motivations d'achat:

Plaisir

« j'achète sur base du coup de cœur »

Qualité (durabilité, matière, multi-usages...)

« je touche la matière, je sens si c'est du bon coton... »

Prix (soldes, 2ème main, « bonne affaire »...)

« je fais les soldes et j'achète parfois en prévision, pour dans 6 mois »

Se distinguer (originalité, variété, ...)

« on aime bien porter quelque chose d'original que tout le monde ne porte pas »

Confort

« c'est important de se sentir à l'aise dans un vêtement on se sent mieux dans sa peau »

Entretien facile

« si c'est uniquement du nettoyage à sec, je ne le prends pas »

L'achat du vêtement n'est pas directement lié à une préoccupation éthique ou environnementale.

Ces aspects n'interviennent que peu dans l'achat,

Le prix est une donnée souvent prioritaire et même si l'on se doute que si un prix particulièrement bas est le produit du travail des enfants, le plaisir emporte le plus souvent l'adhésion.

Les étiquettes sont davantage consultées pour confirmer un mode de nettoyage que pour vérifier une composition.

« l'expérience permet de savoir de quoi un vêtement est composé »

On s'attarde sur l'étiquette afin de vérifier :

- Le type de repassage
- Le type de nettoyage
- La température

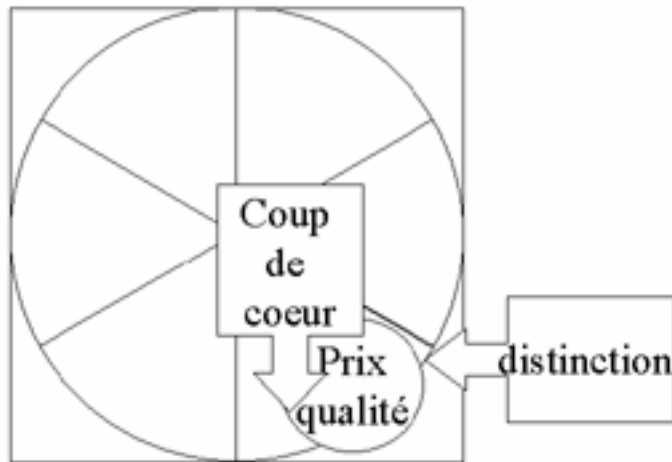
Le nettoyage à sec est rejeté le plus souvent pour un critère que les participantes appellent « facilité »

Le critère facilité dans ce cas-ci signifie :

- prix élevé,
- déplacements, horaires, transports

Les motivations d'achat d'un vêtement relèvent principalement des profils de type individualiste centrés sur le rapport qualité/prix. A l'intérieur de ce profil on retrouve des tendances extraverties-plaisir (coup de cœur) et individualistes de distinction.

GRAPHIQUE 10



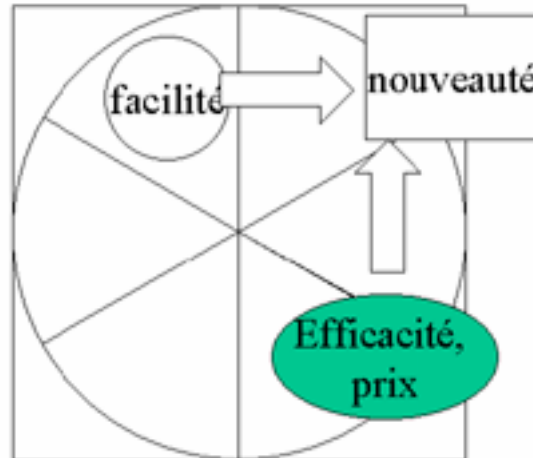
6.3. Contexte de l'entretien du linge

6.3.1 Comportements :

- Le tri du linge
Il est systématique par couleur et par composition.
« je trie le blanc, les couleurs, le noir je fais aussi du bleu... »
- La fréquence des lessives
Le nettoyage d'un vêtement dépend de sa composition et de sa destination
« je porte le linge de corps une journée »
« le synthétique il faut parfois le laver après quelques heures seulement »
- Remplissage de la machine
La machine est remplie... Mais la fréquence des nettoyages est élevée
« j'attends toujours d'avoir assez d'une couleur avant de faire tourner la machine »
« je porte 1 jour pas plus, je me dis que parfois je lave du propre, mais comme ça j'utilise moins de produit... »
- La température
Elle dépend de la composition du tissu et de l'objectif recherché:
 - a) Propreté
« 40° c'est le minimum »
« 40° c'est suffisant sauf pour les draps les nappes, les essuies »
 - b) Hygiène
« 90° pour le blanc, ce n'est pas pour l'éclat du blanc, c'est pour l'hygiène, ça tue les microbes »
 - c) Économie d'énergie
« 30° c'est économique mais il faut souvent utiliser des détachants pour les cols »
Par souci d'économie certains utilisent la touche « eco ». Notons qu'en général on pense qu'il s'agit d'un moyen pour économiser l'eau.

Les motivations principales sont la recherche de la facilité et l'efficacité. Toute initiative qui s'inscrit dans ces deux tendances ne peut que séduire la personne qui nettoie le linge, en remarquant dès lors que ce sont les motivations d'innovations techniques qui peuvent rencontrer le plus de potentiel supplémentaire. En effet, toute nouveauté qui offre davantage de facilité et qui ne contrevient pas aux exigences d'économie et d'efficacité serait probablement adoptée, et inversement tout ce qui peut apporter davantage d'économie, sans compliquer la tâche possède des possibilités d'adoption.

GRAPHIQUE 11



6.3.2. Le détergent

En général, les répondants déclarent utiliser plusieurs sortes de détergents par ménage en fonction:

- Du type de linge à nettoyer (drap, essuies, sous-vêtements...)
- De la couleur du linge
- Du prix du détergent (ce qui amène le consommateur à changer de marque selon ses moyens financiers du moment)
- De la composition (liquide ou en poudre)
- De la santé (allergie, peau sensible...)
- De l'odeur
- De l'impact environnemental.

La variété des lessives par ménage indique un souci d'**efficacité**

Le prix est le facteur qui semble déterminant, **l'aspect environnemental** n'entre en ligne de compte que si le prix le permet.

Facilité

Les lessives liquides sont choisies pour leur facilité d'emploi

Economie

Les lessives liquides sont aussi utilisées pour la préservation de la machine :

« avec la poudre, j'ai bousillé 2 machines ça fait des bouchons... »

Efficacité

Et pour la préservation de l'apparence des couleurs :

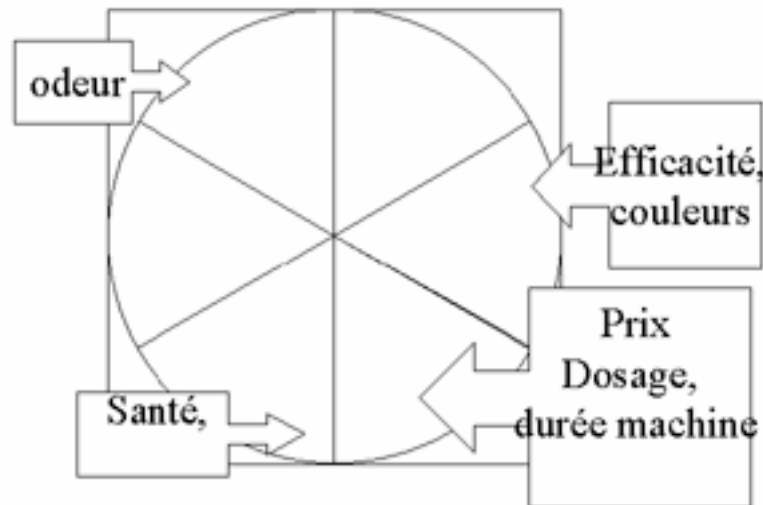
« avec les poudres, j'avais toujours des traces sur mes pantalons, noirs en particulier... »

Dosage

Utilisation des doses prescrites par le fabricant

« j'utilise les doses indiquées pas plus... »

GRAPHIQUE 12



6.3.3. Le détergent perçu comme écologique

La lessive sans phosphate est en général la caractéristique principale émise par les consommateurs

« Je regarde la composition, je n'achète jamais avec des phosphates... quoique les zéolites je ne suis pas sûre que c'est meilleur... »

Ecover

« C'est du vrai savon »

« L'usine qui produit est une usine qui fait attention à l'environnement »

Le Chat (dans une moindre mesure)

« C'est avec du savon... »

Avantages perçus

Civisme (« ça donne bonne conscience »)
 Production « correcte »
 Odeur
 Moins de résidus dans l'eau
 Moins de composants toxiques

Désavantages

Prix
 Difficile à trouver
 Mauvaise info
 Pas efficace (blanc)
 Phosphate meilleur

Une variante écologique: La recharge

Certains consommateurs manifestent le souci de ne pas acheter de produits « suremballés » ou de ne pas se servir des sacs en plastiques disponibles dans les commerces, cependant lorsqu'ils évoquent les recharges de lessive liquide ils associent celles-ci prioritairement au prix et à la facilité:

« c'est moins cher », « c'est plus léger à transporter »

Mais l'inconvénient:

« cela fidélise à la marque »

Concernant les détergents « écologiques » :

Le prix serait le désavantage majeur pour le consommateur.

Ils seraient difficiles à trouver dans le commerce

Leur efficacité laisserait à désirer.

Les répondants ne se sentent pas bien informés sur les lessives respectueuses de l'environnement.

Dans ce contexte, seules les personnes animées d'une démarche volontariste et **soucieuse prioritairement de leur santé et de celle de la famille** font la démarche vers ce type de produit. Ce sont des consommateurs de profil introverti qui savent ce qu'ils cherchent pour répondre à un besoin précis et sont prêts à chercher le produit là où il se trouve.

Le niveau actuel de confidentialité du produit peut susciter un intérêt pour le consommateur soucieux de se démarquer, mais le potentiel est très faible vu que le domaine du détergent et de l'entretien du linge ne stimule pas

particulièrement les motivations de ce type de consommateur davantage orienté vers des préoccupations plus prestigieuses que la lessive et qui recherche avant tout l'efficacité du nettoyage.

Le consommateur animé par le désir de préserver la vie aquatique (au sens large, faune et flore, mers et rivières) pourrait être attiré par ce type de produit, mais la difficulté de le trouver présente un obstacle considérable pour ce type de consommateur peu enclin à consacrer trop de temps à la recherche d'un produit de lessive, ses priorités étant d'un autre ordre.

Notons que ce type de consommateur peut être davantage stimulé par la sensation de faire un choix que par les effets réels de son choix, dès lors la difficulté de trouver ce produit représente un handicap certain pour ce type de consommateur.

Une information plus large pourrait susciter un phénomène d'entraînement des consommateurs soucieux du sentiment d'appartenir au groupe, de faire partie d'un ensemble social et de développer des comportements civiques. Ce type de consommateur présente probablement un potentiel important.

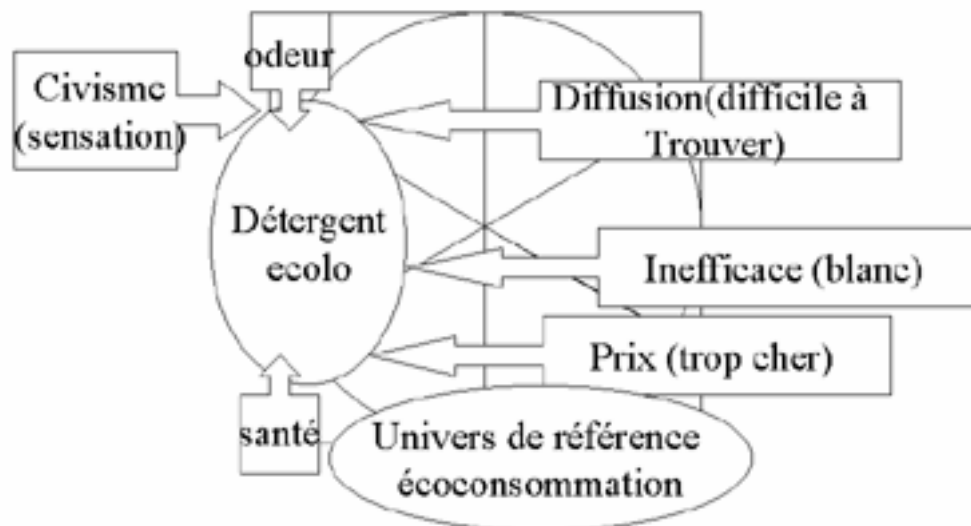
Notons que **les consommateurs motivés par le contrôle, la compétence, la qualité**, davantage centrés sur l'intérêt personnel et les effets de proximité (efficacité) ne peuvent que difficilement adhérer aux détergents « écologiques » vu le déficit de perception qui les caractérise dans le domaine de l'efficacité. En effet on a constaté que les désavantages perçus de ces produits sont le manque d'efficacité dans le nettoyage du blanc par exemple et leur coût élevé.

Le détergent « écologique » ne touche donc qu'une partie de son potentiel de consommateurs.

Une information et une diffusion plus vastes élargiraient assurément le nombre potentiel de consommateurs, non seulement parmi le type de consommateurs actuels, mais surtout vers de nouveaux profils de consommateurs pour le produit.

Une étude plus en profondeur sera menée dans la seconde étape de la recherche à ce sujet, mais notons que ce produit possède un potentiel principalement orienté vers le consommateur de type extraverti (sensation), alors que ce sont principalement les consommateurs de profil introverti qui s'orientent vers l'éco-consommation pour des raisons de contrôle et d'économie en particulier.

GRAPHIQUE 13



6.3.4. La Machine à laver :

- Le choix de la machine :

Ce choix est déclaré prioritaire par les consommateurs qui se soucient de la protection de l'environnement

Les critères de choix sont:

- Le prix
« *Moi maintenant j'achète d'office une petite marque moins chère, comme ça je sais que je change après 5 ans mais au moins je bénéficie toujours du progrès et ça ne me coûte pas plus cher.* »
- La marque
« *Allemand c'est solide, ça dure longtemps* »

« J'ai une Miele, c'est cher mais c'est les meilleures »

La marque ici procure une sensation de longévité et de prestige dans certains cas

- L'efficacité

Par exemple le nombre de tours de l'essorage

« C'est important, j'ai pas de séchoir et pendre dehors, en Belgique? Avec la pluie... et les pigeons... »

- Le programme eco

« Je veux la touche eco, mais elles l'ont toutes non? Et puis c'est si facile »

« Moi je suis pas sûre que la touche « eco » ça consomme moins d'eau, j'ai pas l'impression qu'il y a moins d'eau dans ma machine »

La touche eco procure une sensation d'économie mais qui n'est pas réellement vérifiée par le consommateur. Elle permet au consommateur extraverti qui recherche la facilité de se rassurer rapidement.

- L'étiquetage énergétique (AAA)

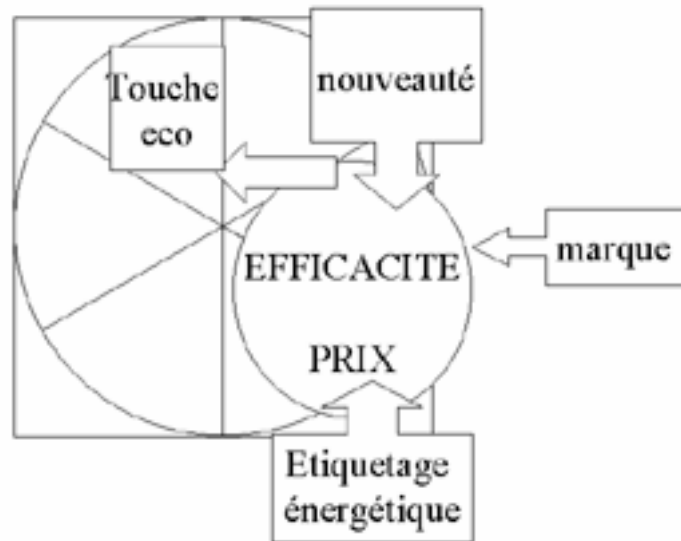
« C'est difficile, il faut presque faire des calculs de formules. On n'est plus à l'école quand même. »

Le consommateur introverti à la recherche de l'efficacité et de l'économie sera séduit par cet étiquetage qui lui permet de vérifier par lui même les données techniques de la machine.

Notons que les labels en général, et en particulier le label écologique européen, sont méconnus et n'orientent pas l'achat des produits.

On constate que l'univers des machines à laver présente des caractéristiques « soucieuses » de l'environnement potentiellement adoptables par tous les profils de consommateurs, en tenant bien sûr compte du fait que l'univers de référence prioritaire de la machine à laver relève de l'efficacité et de l'économie.

GRAPHIQUE 14



Les caractéristiques attendues de la machine à laver par le consommateur et la réalité du marché (il est possible de trouver dans quasiment toutes les marques et dans tous les magasins des machines qui satisfont à ces critères) indiquent que **le secteur de la machine à laver devrait permettre de développer des achats et des comportements respectueux du développement durable pour tous les profils de consommateur.**

6.4. Synthèse : Entretien du linge

Le critère « développement durable » est prioritairement associé à « environnement » dans le domaine de l'entretien du linge.

Les préoccupations éthiques en matière d'achat de vêtements se heurtent à des motivations plus intenses (prix, qualité, originalité)

Le choix des vêtements est tributaire de trop de critères qui ne rencontrent pas à l'heure actuelle de satisfaction (plaisir, originalité, confort, prix...) dans les vêtements évoqués par les participants comme "éthiquement corrects". Toutefois il existe très probablement des niches « haut de gamme » qui peuvent séduire des consommateurs soucieux de se distinguer. (on remarquera d'ailleurs que ces consommateurs citaient des marques haut de gamme comme des garanties de production éthique)

La préoccupation environnementale dans le domaine de l'entretien du linge est principalement liée à la qualité de l'eau et aux économies d'énergie.

Les comportements (tri, fréquences, températures...) liés aux économies d'énergie produisant un impact financier immédiat pour le consommateur sont les plus prégnants.

Les désavantages perçus des détergents plus respectueux de l'environnement limitent leur intérêt vis-à-vis des consommateurs soucieux d'éco-consommation car motivés par des besoins d'économie et d'efficacité (trop cher, pas efficace pour le blanc...).

L'information générale vis à vis de ces questions est perçue avec beaucoup de confusion et l'accès aux produits est estimé difficile.

La potentialité d'adoption de comportements ou de choix de produits respectueux de l'environnement concerne actuellement davantage le secteur des machines à laver et de leur utilisation.

L'achat de détergents plus respectueux de l'environnement présente à l'heure actuelle un déficit important dû à différents critères prioritaires pour les consommateurs (prix, efficacité, information confuse, faible distribution).

Toutefois si ce type de produits n'attire principalement que les consommateurs motivés par une dynamique personnelle centrée sur la protection (leur santé et celle de leurs proches), il existe un développement potentiel important de ce type de produits pour la catégorie des consommateurs animés d'une motivation d'appartenance au groupe, d'altruisme et de civisme en menant une action conjointe sur l'information et la diffusion, étant entendu que toute initiative sur les prix ne pourrait que développer la vente de ce type de produit vers d'autres catégories de consommateurs.

Il est illusoire de penser que les consommateurs adopteront UN modèle de consommation ou de comportement dans les secteurs de l'entretien du linge (à moins qu'il ne soit rendu obligatoire). Par contre il est plus envisageable que chaque consommateur puisse adopter un comportement ou un type de produit (voire plusieurs) qui seraient plus respectueux de l'environnement et qui correspondraient à leurs attentes personnelles.

Il y a probablement lieu de déterminer les priorités en terme d'impact « objectifs » sur l'environnement d'une part et d'autre part d'axer l'information et la diffusion d'incitants et d'alternatives dans les secteurs où l'impact maximal peut être attendu de part l'adhésion volontaire des consommateurs.

Ces constats ne sont pas représentatifs de possibilités en termes quantitatifs. Ils présentent des options qui nécessitent d'être approfondies dans une deuxième étape de l'étude, par le biais d'entretiens en profondeur et de tests de scénarii de comportements et de choix par secteurs d'activité, afin de déterminer les alternatives potentielles acceptables en regard des profils différents des consommateurs

Une 3ème étape pourrait quantifier la probabilité d'adoption des différents scénarii possibles mis en évidence.