

Appendix 2 - Interview UCM

Interview realized on 26th of February 2016

Perrine COLLIN - Conseillère en éco-conception UCM

Rue Colonel Bourg 123-125, 1140 Bruxelles

Landline: +32 (0)2 743 83 88 (98)

Fax: +32 (0)2 514 32 82

Mail: eco-conception@ucm.be

Parlez-moi de votre fonction au sein de l'UCM.

Je suis conseillère en éco-conception à l'UCM depuis quatre ans. On est deux sur la thématique. C'est une cellule entièrement subsidiée par les pouvoirs publics. Pendant trois ans, on avait donc deux temps plein entièrement subsidiés par les pouvoirs publics pour faire différentes choses. Une partie accompagnement direct des entreprises selon la méthode que nous avons choisie et qui consiste en un diagnostic. On s'est basé sur la méthode du pré-diagnostic du pôle éco-conception en France. C'est en fait une analyse de cycle de vie mais qualitative. On ne va pas du tout dans le quantitatif, le chiffré. Ca c'était une partie de notre travail, vraiment l'accompagnement. Là on rentre dans l'entreprise, c'était prévu de faire deux heures mais en réalité ça prend beaucoup plus de temps que ça. Donc une demi-journée, on va dire, en entreprise, pour voir avec elle qu'est-ce qu'elle fait déjà, vers quoi elle voudrait aller, qu'est-ce qui l'en empêche, qu'est-ce qui la pousserait, quelles sont les investissements qu'ils sont prêts à faire et ce genre de choses. Puis, on avait... Nous on cherche, tout ce qui se fait dans le domaine de l'éco-conception, toutes les démarches environnementales qui pourraient y être associées, des pistes spécifiques à l'entreprise, les contacts pour l'aider à les réaliser, une étude juridique pour voir si il y a des législations qui sont en train de changer et qui vont obliger l'entreprise à aller vers ça ou si il y a des législations qui empêcheraient de faire ce qu'on propose de faire, la mise en contact et puis on lui remet un rapport. C'est un débriefing qui dépend du temps que l'entreprise est prête à y consacrer. Puis, après ça, si elle met en place certaines choses, alors on se charge aussi de la diffusion. On la met en réseau, on la met en avant dans tous nos évènements, dans toutes les communications qu'on fait. L'UCM, pour ça, est quand même bien placée. Ce qui est particulier, c'est que le public cible ce sont des TPE et des PME. On n'est pas dans des tous grosses entreprises. Pour nous on s'arrête aux

alentours des 50 personnes. C'est déjà une PME. Et alors, à Bruxelles, parce qu'on est actif que sur Bruxelles parce qu'on est subventionné, la cellule avec mon collègue et moi, par la région Bruxelloise, l'activité de production telle qu'on l'entend avec une chaîne de production avec un beau produit à la fin qui sort, il n'y en a pas énormément. Il y a quelques entreprises où on va retrouver 15-20 personnes qui vont faire de la production mais il y en a assez peu. Donc ce qu'on a surtout développé c'est l'éco-conception de services. Service dans le sens toute activité où au final ils développent quelque chose qui est remis au client. Ca peut être un site web, un flyer, un stand, une assiette au restaurant, ce qu'on reçoit, le menu. Quand il n'y a pas de chose remise, par exemple dans les professions libérales où le service c'est juste du cerveau, de la transmission de connaissance, là on ne travaille pas en éco-conception. Ca sert à rien non plus de se casser la tête. Mais il y a énormément d'activités sur lesquelles on a travaillé. Le fleuriste il remet un bouquet de fleur au final donc c'est possible de faire de l'éco-conception en tant que fleuriste. On a beaucoup d'entreprises de ce type-là. On a travaillé avec une menuiserie, un fleuriste, imprimeur, agence de communication, développeur web, magasin de sport, magasin bio. C'est vraiment assez large. Mais nous, on se focalise toujours sur les TPE et PME. Les raisons pour lesquelles les grandes entreprises y vont ou n'y vont pas sont peut-être pas les mêmes. Donc ça c'est pour l'approche accompagnement direct et puis on a une deuxième approche qui est une approche accompagnement fédération professionnelle. Là on travaille avec des fédérations qui elles regroupent plusieurs membres de leur secteur d'activité. La première année on a travaillé avec les coiffeur, vous pourrez le voir sur le site de l'UCM, c'était intéressant (rire). De nouveau, là c'est une activité où il n'y a pas de produit final qui sort en dehors de la coupe de cheveux, certes. Mais c'était intéressant de travailler sur le sujet. Parce que à Bruxelles c'est l'activité la plus représentée, qui est certainement impactante sur l'environnement et que quand on travaille avec les coiffeurs on travaille toujours sur l'aspect salon donc la lumière et le double vitrage. Et il y avait tous les aspects eau, et puis, gestion des déchets, et shampoings qui n'étaient pas pris en compte donc on a pu travailler là-dessus. Deuxième année, on a travaillé avec les imprimeurs. Troisième année avec la restauration. L'année passée, avec tout ce qui est IT, green IT. Et cette année, on travaille, alors cette fois-ci plus sur une thématique du cycle de vie plutôt qu'un secteur en tant que tel, la logistique. Ca va vraiment être s'intéresser à la logistique comme l'un des levier de l'éco-conception et de l'économie circulaire. Et puis, il y a toute une activité de sensibilisation où on organise des ateliers, de toutes sortes, minimum quatre par an. Et tous les deux ans, on organise un colloque. Cette année, on organise, le 19 mai, un colloque sur l'éco-conception et les nouveaux business models.

Qu'entendez-vous exactement par éco-conception?

C'est l'éco-conception produit et service. C'est l'analyse du cycle de vie du produit ou du service.

On parle aussi de "Design for Environment", est-ce que selon vous c'est différent de l'éco-conception?

Nous, on a tendance à voir le design et l'ecodesign comme une partie de l'éco-conception. Par exemple, si on travaille avec un restaurateur et qu'on lui dit qu'on va faire de l'ecodesign, ça ne va pas trop lui parler. Donc pour nous, l'ecodesign, c'est le mot anglais qui est traduit de cette manière-là mais on ne l'utilise pas nous.

A partir de quel moment considérez-vous qu'une entreprise fait de l'éco-conception?

Ca c'est un grand dilemme. Je pense que si vous avez la réponse, les politiques seront très intéressés. Nous on est dans une démarche de sensibilisation et d'essayer de faire que les entreprises bougent, qu'elles y aillent et qu'elle fasse quelque chose. On n'est pas restrictifs, si déjà l'entreprise fait un pas pour l'environnement, pour nous c'est gagné. On est très peu dogmatiques. Même si une entreprise nous dit "moi je veux faire de l'éco-conception" et qu'au final on se rend compte qu'en fait c'est du management environnemental, on ne va pas lui dire. Pour moi, l'entreprise fait vraiment une démarche en éco-conception à partir du moment où elle prend en compte l'ensemble du cycle de vie et qu'elle essaie de prendre des actions sur les étapes les plus impactantes du cycle de vie de son produit ou de son service. Mais je ne vais jamais aller dire à une entreprise "ah non madame, vous n'avez pas fait de l'éco-conception".

Et, par exemple, dans votre cas, quand vous aidez une entreprise, comment vous assurez-vous en faisant du qualitatif que ce que vous faites à une des étapes n'impacte pas négativement une autre étape du cycle de vie?

C'est basé principalement sur la littérature, tout ce qui se fait déjà. Par exemple, si pour un produit spécifique on conseille un certain plastique plutôt qu'un autre, c'est basé sur des articles ou des recherches que nous avons lues. Ou alors, on peut demander à des chercheurs ou d'autres personnes de référence qui pourraient dire "oui mais ça non parce que ceci cela".

Après, les entreprises qui y vont, qui vont vraiment avoir la démarche vont passer par une ACV. Pour vraiment choisir ce qu'elles souhaitent faire ou non. Les entreprises qu'on accompagne n'arrive jamais à cette étape-là. Un restaurant par exemple, va jamais faire une ACV de son assiette. On a accompagné Tecnibo qui est une entreprise d'aménagement d'intérieur, ils font tout ce qui est parois entre les bureaux, bois, verre, etc. Il ont été intéressés, ils ont fait une ACV et ils sont cradle-to-cradle aujourd'hui. Donc effectivement, il faut faire une ACV après pour valider mais aujourd'hui il y en a beaucoup qui n'en sont pas là du tout et qui ont encore beaucoup de choses à faire avant d'arriver à l'ACV.

En quoi l'UCM est-elle concernée par ce genre de démarche? Comment ça a commencé?

A l'UCM ça fait 15 ans qu'on a un service environnement, je n'étais pas encore là. A la base, les entreprises étaient soumises aux permis d'environnement ou à diverses législations qui étaient en train de naître et donc c'était de répondre à ce besoin-là. Ca faisait partie, comme le permis d'urbanisme, il faut un permis d'environnement et c'était donc aider les entreprises à l'obtenir. Et puis, petit à petit, ça fait, on va dire 5 ans, que on s'est dit "C'est bien d'être en aval au moment où l'entreprise a le problème et de lui dire: ok, voilà la solution, vous devriez faire ceci. Ce serait bien mieux d'être en amont." Donc, avant qu'il y ait un quelconque souci, d'essayer de sensibiliser les entreprises. Et puis, c'était une volonté de l'UCM d'offrir un business durable tant du point de vue économique qu'environnemental. Cette composante-là est donc ancrée. C'est vraiment la volonté d'être là en amont pour les entreprises. C'est pour ça que l'éco-conception c'est un des services que proposent l'UCM pour répondre aux questions avant que la problématique ne soit là.

Pouvez-vous me parler du label "Entreprise éco-dynamique".

Le bureau ici de l'UCM est labélisé. On a obtenu le label. C'est plus du management environnemental que de l'éco-conception. Une des raisons pour lesquelles on a souhaité l'obtenir c'est que c'est bien de prêcher mais il faut le faire aussi. Et voilà, on a mis ça en place.

Est-ce que c'est quelque chose de contraignant? Que requiert l'obtention de ce label?

Ca demande des efforts, ça demande du temps humain pour arriver à collecter les données de tout ce qui se fait mais sinon ce n'est que du temps humain c'est sûr, il faut mettre de l'énergie. Ca demande un peu de revoir ses processus, revoir comment ça fonctionne et un peu d'aller chatouiller la hiérarchie, je vais dire, pour qu'ils s'impliquent et qu'il y ait une réelle volonté. C'est pas non plus démesuré.

Ensuite, vous m'avez dit que vous mettiez les entreprise en relations, avec quelles institutions les mettez-vous en relations?

Quand on les met en relation, c'est souvent avec d'autres entreprises. Par exemple, Boomrang, je ne sais pas si vous voyez, quand vous allez aux toilettes dans une boîte de nuit ou dans un aéroport, il y a un tableau sur la porte où on met des pubs dedans. Et bien les tableaux et tout ce branding, c'est eux qui font ça. Ils font beaucoup de plexi et plutôt que de jeter ces plexi et la partie plastique, on les a mis en contact avec Restore qui est une entreprise à Liège qui fait de la valorisation et qui ont transformé les plexi en lampes. Donc voilà, c'est vraiment ce type de contacts-là. Quand on dit à un restaurateur qu'il faut valoriser les déchets organiques, et bien, c'est les mettre en contact avec une ASBL ou plusieurs et ce sont surtout elles qui seront actives sur le sujet. C'est plus des contacts B2B. Il y a aussi des institutions qui peuvent répondre. Il y a Impulse qui est l'ancienne agence bruxelloise des entreprises qui est en fait le terrain qui dépend du cabinet de l'économie. C'est eux qui font 18-19, vous n'avez jamais entendu? Si vous voulez créer votre entreprise, généralement eux peuvent vous aider, vous accompagner avec des services plus ou moins gratuits. Eux ils ont un service green-tech qui peut accompagner les entreprises qui veulent aller dans des modèles plus durables. Il y a l'IBGE qui accompagne aussi. Il y a plusieurs acteurs.

Point de vue de législation, y a-t-il réellement des lois contraignantes?

Tout d'abord il y a REACH. REACH impacte rarement notre public cible directement mais ça peut les impacter indirectement qu'elles s'en rendent compte ou pas.

Aujourd'hui il y a l'obligation de tri des déchets. Il y en a une en Wallonie et une à Bruxelles aussi. Ce qui fait que les entreprises s'y intéressent et puis c'est un vecteur qui permet d'y rentrer.

Il y a la directive ecodesign de l'Europe mais qui n'est pas contraignante, enfin qui aujourd'hui ne s'intéresse qu'à l'électroménager et donc qui est peu contraignante pour les entreprises avec lesquelles nous on travaille.

Moi, sur quatre ans, on n'a jamais eu une entreprise qui est venue nous dire "y a une nouvelle loi et on a besoin d'aide".

Selon vous, pourquoi les entreprises adoptent-elles des démarches d'éco-conception?

Par conviction, je dirais.

Nous on a un public assez particulier, c'est qu'on va dans des entreprises qui n'y ont parfois jamais pensé, qui n'ont jamais réfléchi à la question ou qui parfois sont sensibilisées dans leur quotidien personnel mais en entreprise, dans leur activité de tous les jours, ils n'y pensent pas spécialement.

Quand on arrive et qu'il y a déjà une démarche environnementale en place, c'est souvent par conviction de l'entreprise, du responsable. Ca c'est la première raison pour laquelle ils y vont.

Ensuite, les aspects marketing.

Et ensuite, les questions de coûts. C'est de diminuer, d'optimiser ses coûts ou d'obtenir une prime de la région ou autres choses.

Mais les principaux vecteurs sont la conviction du responsable ou d'une personne de l'entreprise qui communique avec le responsable, qui souhaite y aller et ensuite, l'image.

Qu'en est-il de l'exigence des consommateurs? Y a-t-il une réelle demande ?

J'aurais tendance à dire que oui mais beaucoup d'entreprises, quand on leur en parle, en tout cas celles qui nous concernent, quand on arrive dans l'entreprise où à la base ils n'y avaient pas pensé ou ne s'étaient pas spécialement engagé dedans ils disent "mais moi j'ai jamais eu un client qui m'a demandé ça".

Pour ce qui est de la conformité à la réglementation, vous m'avez dit que ce n'était pas vraiment le cas.

Notre public cible est différent. Je pense que si vous allez dans une menuiserie ou dans des fabricants de produits, vous allez avoir ça, ce point-là va revenir. Parce qu'ils y sont contraints, c'est eux qu'on vise. Nous, ici, on vise un autre public.

Quelles sont les barrières?

La charge de travail, le fait d'être le nez dans le guidon, pour notre public cible hein. Nous on travaille avec des entrepreneurs, soit ils sont tous seuls, deux, trois voire dix. Et c'est le fait qu'ils soient le nez dans le guidon et qu'il faut y aller et qu'ils n'ont pas que ça à faire. Ca je pense que c'est un des gros points.

L'impression que ça coûte plus cher. Qu'avoir une politique d'achats durables ça peut coûter plus cher.

Changement de la manière de travailler.

Et alors, je dirais le fait que, aujourd'hui l'éco-conception, l'outil éco-conception ne s'intègre pas vraiment dans leur business model. Ca ne fait pas partie intégrante de leur business model, on apporte juste un outil en plus qu'ils vont devoir mettre et donc c'est perçu comme une charge.

Je pense que, c'est principalement la charge de travail. Et alors pourquoi ils n'y vont pas spontanément, c'est parce qu'ils ont un business as usual et qu'ils n'y ont pas pensé, qui ne sont peut-être pas tombé sur l'information et qu'ils se disent "non c'est pas moi le problème, c'est

quelqu'un d'autre". Et alors, il y a aussi ceux qui disent "je devrais le faire mais j'ai tellement d'autres choses à faire que je n'y vais pas".

Quels sont les retours que vous en avez eus de la part des entreprises?

Elles sont toujours, quand on revient avec le rapport, elles sont toujours très contentes et enthousiastes. Maintenant, certaines y vont, d'autres n'y vont pas. Malgré que les pistes soient très très très concrètes et pragmatiques, certaines le font et d'autres pas. La plupart du temps on a des retours positifs. Pas vraiment sur le travail, c'est toujours positif bien sûr, mais sur ce qui est apporté. "Ah c'est intéressant; ah oui ça on pourrait faire; ah oui, ça, ça va nous permettre de nous distinguer".

Est-ce que vous auriez d'autres éléments à ajouter?

Oui, l'éco-conception ca peut aussi être intéressant de regarder tout ce qui se passe avec l'économie circulaire. Nous on le voit comme ça, c'est que l'éco-conception c'est pas un business model en soi, c'est un outil pour diminuer l'impact environnemental. Et qu'aujourd'hui, on va dire dans ce milieu-là, on est à une étape en plus qui est l'économie circulaire. Alors sur Bruxelles, je sais pas ce qu'il en est en région wallonne mais sur Bruxelles, c'est l'économie circulaire. La région va lancer son plan régional en économie circulaire et là-dedans ils intègrent plein de business models, de modèles économiques comme l'économie de la fonctionnalité, l'économie circulaire, l'écologie industrielle, les circuits courts. Tout ça, c'est repris dans ce qu'ils appellent l'économie circulaire et c'est ça qu'ils tentent de mettre en avant. Et ça peut être intéressant aussi de regarder si le fait de parler d'éco-conception rend les choses plus faciles pour les entreprises ou est-ce que c'est plus facile si on parle d'économie circulaire ou d'un autre type de modèle.

L'éco-conception c'est un peu hasbeen (rire). C'est pas du tout hasbeen, je riais bien sûr. C'est juste pour dire qu'il y a déjà eu des recherches là-dessus.

Je peux vous conseiller d'aller voir le site du pôle éco-conception. Ils ont fait une étude sur la rentabilité de l'éco-conception et donc ils ont étudié un certain nombre de cas dont des belges puisqu'on leur avait donné des contacts belges pour mettre en avant la rentabilité de l'éco-conception et pourquoi et quand et comment est-ce que c'est rentable. Et du coup, là

vous pourriez peut-être trouver des critères, quels sont les critères qui font que c'est avantageux ou pas ou ce genre de choses.