

Appendix 4 - Interview Climact

Interview realized on 24th of June 2016

Pascal VERMEULEN - Managing partner

Place de l'Université, 16 (bte 11), 1348 Louvain-la-Neuve

Landline: +32 10 750 740

Fax: +32 10 750 749

Mail: pv@climact.com

Parlez-moi de vous. Quel est votre parcours professionnel?

Je suis ingénieur commercial de l'UCL. Je suis sorti en 1990 et j'ai commencé à travailler en 1993 pour Unilever dans différentes fonctions marketing et vente jusqu'en 2006 et puis en 2006, on a démarré Climact qui n'a rien à voir avec Unilever.

Quelle est la mission de votre société?

La mission de Climact c'est de réduire les émissions de gaz à effet de serre. On travaille à différents niveaux avec les autorités publiques, avec des clients privés, des entreprises privées. On a essayé de travailler avec les particuliers mais ça, ça ne marche pas du tout.

On a différentes activités, la première c'est l'émission de conseil pour les pouvoirs publics, ce qu'on appelle la prospective, on réfléchit à 2050, vraiment à long terme, comment réduire les émissions de gaz à effet de serre en Belgique, en Wallonie, dans les Balkans. On a participé aussi à un projet global. Le deuxième axe de notre métier c'est tout ce qui touche aux questions liées aux aspects juridiques de la transition vers une société bas carbone, donc le système énergétique doit changer, qu'est-ce que ça implique au niveau juridique. Le troisième volet c'est les entreprises privées donc comment est-ce qu'elles s'inscrivent dans cette transition, qu'est-ce qu'elles peuvent faire. Et le dernier volet, c'est un volet de financement. Certains de nos clients souhaitent réaliser des projets mais ce n'est pas leur core business donc elles souhaitent un service de financement et donc on développe ça pour eux.

Quel type d'entreprise fait appel à vous?

Plutôt les grandes entreprises. Donc, là on est vraiment dans un de nos quatre métiers. Les entreprises qui ont la volonté, qui ont un impact environnemental qu'elles souhaitent comprendre, maîtriser, réduire. Et donc, régulièrement, on est dans une phase assez en amont. Quel est l'impact? Le diagnostic. Et puis la mesure et puis la réduction et l'accompagnement dans la mise en place de ces réductions.

Donc plutôt des grandes entreprises mais on a aussi des PME, on ne travaille pas sur un secteur en particulier donc on n'a pas de spécificités sectorielles. On travaille avec des gens pour lesquels l'énergie, l'environnement est important et qui souhaitent y faire quelque chose.

En quoi pouvez-vous les aider? Comment procédez-vous?

La première étape c'est vraiment l'étape du diagnostic. Si je prends un exemple concret, on a travaillé pour GSK et la première étape a vraiment été de mesurer l'ensemble de leur consommation énergétique, l'ensemble de leurs émissions de gaz à effet de serre. On utilise des méthodologies, qui sont assez robustes, qui sont les méthodologies du Green House Gas Protocol qui définissent des périmètres: qu'est-ce qu'on prend, qu'est-ce qu'on ne prend pas, à quel point on va dans le détail dans ce qui est émissions directes et indirectes. Donc la mission commence vraiment par cette étape de diagnostic qui consiste à brosser l'ensemble des émissions et puis, on s'attaque aux postes les plus importants. Et là, ensuite, on creuse. Ce dont on se rend compte dans la phase de diagnostic, c'est qu'il y a toujours des éléments qui sont inattendus. J'ai parlé de GSK mais pour parler d'un autre exemple, Carrefour, un poste très important de leurs émissions de gaz à effet de serre c'est évidemment ce qui se passe dans les magasins et notamment au niveau de tout ce qui est réfrigérants, donc tout ce qui est frigos. Et quand on fait le calcul et le diagnostic, on s'est rendu compte que ce poste était vraiment essentiel donc on a travaillé avec eux sur la maîtrise des émissions de gaz à effet de serre liée à la partie réfrigérants. Alors là on regarde avec eux magasin par magasin, lesquels sont ceux qui performant bien, ceux qui performant moins bien et puis on les aide à rectifier ou en tout cas à définir des plans d'actions pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre liées aux réfrigérants. De la même manière, on a regardé la logistique chez eux et bien on regarde avec eux comment optimiser la logistique.

Vous parlez des réfrigérants, qu'est-ce que vous pouvez alors proposer comme solutions?

Aujourd'hui, sur les réfrigérants il y a différents types, évidemment il y a une législation européenne qui est de plus en plus stricte qui permet aussi de s'inscrire dans la transition. Ce qu'on a regardé avec Carrefour, c'était quels étaient les magasins qui étaient vraiment les moins bons élèves par rapport à l'ensemble de leurs magasins, pourquoi, c'est souvent une question de fuite de réfrigérant et donc comment est-ce qu'on peut régler cela, est-ce qu'on peut trouver un autre type de réfrigérant qui aura un impact sur le climat moins important, est-ce qu'on peut régler la suite. Donc, là on met un plan d'action en place avec les équipes de Carrefour et on travaille avec les fournisseurs de Carrefour pour justement magasin par magasin améliorer la situation existante.

Vous pratiquez les analyses de cycle de vie?

L'analyse de cycle de vie, c'est quelque chose qu'on connaît mais sur lequel il y a des gens qui sont plus spécialisés que nous. Maintenant, on a eu un projet pilote il y a déjà quelques années dans lequel participaient Carrefour, Ikea et Colruyt. Là, l'idée c'était de comprendre l'impact cycle de vie d'un matelas sur toute sa durée de vie depuis le design du matelas jusque y compris sa fin de vie. On a travaillé avec le VITO, Vlaams Instelling voor Technologisch Onderzoek, sur ses questions-là, c'est un bureau d'études flamand assez important, il y a beaucoup de personnes qui y bossent, qui sont des scientifiques de l'analyse cycle de vie. On a donc comparé différents types de matelas de chez Ikea, Colruyt et Carrefour avec différentes logistiques, donc la manière dont le client se l'approprie, la manière dont les déchets, dont le recyclage est organisé. Et donc, on a comparé tous ses matelas les uns par rapport aux autres selon l'approche LCA avec un partenaire qui est le VITO car nous, nous avons notre responsabilité qui est principalement de travailler avec les fournisseurs et avec les partenaires, par contre, les dimensions de l'ACV, notamment l'eutrophisation de l'eau, c'est quelque chose qu'on ne maîtrise pas du tout, par contre le VITO le maîtrise. On connaît et on sait comment ça fonctionne mais nous c'est pas notre métier principal.

On a un autre client qui est à Louvain-La-Neuve qui est IBA, on a fait l'ensemble de son diagnostic carbone et dans son diagnostic carbone il y a deux éléments qui ressortent. D'une part, l'énergie utilisée par leurs équipements chez les clients pendant la durée de vie de

l'équipement et donc se pose la question de comment minimiser cela, qu'est-ce qu'on peut faire et puis, la deuxième grande dimension, c'est tout ce qui est lié à l'acier et au béton utilisé dans les produits qu'ils commercialisent. Et donc, suite à cela, eux ont décidé d'aller plus loin et de faire des analyses de cycle de vie mais aussi de l'éco-conception pour se dire comment est-ce qu'on peut concevoir des équipements industriels destinés à la santé pour réduire leur impact sur l'environnement et pour réduire leur impact sur le climat.

Donc, on n'est pas des spécialistes de l'éco-conception mais c'est un sujet qu'on maîtrise suffisamment pour aider des clients industriels dans un diagnostic global, se dire est-ce que c'est là-dessus que je dois travailler ou sur la logistique ou sur la réfrigérants ou les data centers ou d'autres dimensions. L'éco-conception est donc quelque chose qu'on ne maîtrise pas mais dont on peut parler avec nos clients.

Dans l'optique d'une analyse de cycle de vie, comment pouvez-vous vous assurer que ce qui est fait dans une étape du cycle de vie n'impacte pas négativement une autre étape?

Il y a toujours des effets direct, indirects et des effets rebonds. Donc je ne pourrais pas garantir qu'il n'y a pas d'impact d'une catégorie vis-à-vis d'une autre. A nouveau, ce que nous on fait c'est vraiment définir, en utilisant des méthodologies et des bases de données qui sont reconnues. Le cas échéant, on travaille avec le monde académique. On a par exemple eu une réflexion sur l'eau pour un de nos clients et là on a travaillé avec un partenaire académique des Pays-Bas pour vraiment bien comprendre jusqu'à quel niveau de finesse il fallait aller sur la compréhension des enjeux liés à l'eau. Donc, il n'y a pas de réponse unique à comment est-ce que vous maîtriser ça, on en est conscient et on utilise des méthodologies pour éviter les effets rebonds qu'on n'a pas identifié mais on est aussi assez humble en disant voilà, il y a peut-être des effets qu'on ne maîtrise pas et en effet notamment l'eau, le climat, la biodiversité, tout ça d'une manière ou d'une autre s'intercroise. Il n'y a pas aujourd'hui un standard qui permet de répondre de manière robuste à tous ces enjeux-là de manière accepté par tout le monde. C'est plutôt une kyrielle de standards qui cohabitent et nous on pense qu'on est capable de bien comprendre comment ça cohabite mais peut-être pas suffisamment comment sont les interactions spécifiques.

Qu'entendez-vous par éco-conception?

Alors l'éco-conception, c'est la prise en compte des impacts, des émissions, rejets, etc. tout au long du cycle de vie. On conçoit un produit dans une optique de minimisation de l'impact environnemental.

Avez-vous été confronté à des entreprises faisant appel à vous pour se lancer dans l'éco-conception?

Alors IBA est venu vers nous suite au premier diagnostic en disant "bon, vous nous avez dit qu'il fallait travailler sur l'énergie et les émissions de CO₂ qui sont comprises dans les produits, dans l'acier et le béton qu'on utilise, comment on fait ça?". Donc, oui, on nous demande la question mais on n'est pas nous les meilleurs pour faire. Donc, quand on est confronté à ce type de question, ça dépend du client, si le client a besoin d'une première analyse, il y a des gens dans l'équipe qui sont capable en trois, quatre jours déjà d'avoir un peu un portrait de ce que ça représente mais pas beaucoup plus que ça. Si c'est une petite mission, on peut le faire, dès que ça devient une mission complexe, on préfère passer la main. Je n'exclue pas qu'un jour on fasse de l'éco-conception mais aujourd'hui c'est pas prévu, du moins pas au-delà de ce qu'on fait.

Quelles législations jouent un rôle?

Ca c'est une question qui est très vaste. Il y a une combinaison de législations européennes et régionales. Ceci dit, sur le projet dont je parlais tout à l'heure sur les matelas, c'était un projet fédéral. Donc le fédéral se posait la question, lors du printemps de l'environnement, je pense que c'était en 2009, de savoir si il fallait sur les produits mettre un indicateur qui permette au consommateur final, vous, moi, de faire des choix et sur quoi baser cet indicateur. Dans ce contexte-là, de cette réflexion-là, on peut dire que le fédéral à ce moment-là, sur tout ce qui est étiquetage des produits avait une compétence. Donc, dans ce cas-là, si le fédéral avait défini par la suite une texte législatif qui imposait d'avoir un labelling, c'est clair que ça aurait probablement développé toute l'industrie des consultants qui font de la life cycle analysis. Notre projet pilote, y en avait plusieurs, 4 ou 5, en tout cas, nous ce qu'on leur a dit c'est que c'était vraiment très complexe et très difficile de le faire de manière complètement robuste puisque même une bouteille d'eau qui vient de chez Spa, si vous la vendez dans un

supermarché à Arlon ou si vous la vendez dans un supermarché à Knokke, elle n'aura pas le même poids carbone. Scientifiquement, rigoureusement parlant, elles n'auront pas fait le même nombre de kilomètres alors elles n'auront forcément pas le même poids carbone. Alors, où on s'arrête? Ils ont donc décidé de ne pas aller plus loin. Mais si on revient à la question sur la directive, si ça avait été le cas, l'autorité fédérale aurait été importante.

Au niveau LCA ou du moins éco-conception, c'est évidemment l'Europe. C'est l'Europe qui de plus en plus, l'a fait pour les voitures, pour les bâtiments et réfléchit à présent pour tout ce qui est Organization Environmental Footprint, le footprint environnemental d'une organisation et puis le Product Environmental Footprint, le footprint environnemental d'un produit. C'est des réflexions qui sont en cours à l'Europe pour l'instant pour définir des standards OEF et PEF pour justement aller plus loin dans l'éco-conception et pour que les fabricants y soient sensibles. Dans ce contexte-là, si cette réflexion aboutit, elle va se transformer en une directive et celle-ci devra être transposée dans chacun des états membres dans des règlements nationaux et régionaux. En Belgique, ce sera en fonction du niveau de pouvoir, ce sera sûrement encore fédéral mais il est possible que dans un avenir proche ce soit encore à un niveau plus bas donc au niveau régional. Je dirais que c'est une combinaison entre des réglementations locales et Européennes au minimum voire peut-être plus larges. Mais pour l'instant je pense que Européenne c'est déjà un sacré niveau.

Les entreprises pour lesquelles vous faites de la consultance en sont-elles impactées?

Certaines oui, d'autres non. De nouveau, là on sort un peu de l'éco-conception mais pour les entreprises dans le système d'échange des quotas d'émissions, là c'est clair qu'elles sont impactées par ce qui est mis en place. Mais ça ne représente pas toutes les entreprises, ça en représente beaucoup et souvent les entreprises très énergivores mais c'est pas l'ensemble. Les autres sont plus dans une démarche volontaire. Carrefour dont je parlais tout à l'heure, aujourd'hui, n'est pas obligé de faire ce travail-là. Maintenant, la Flandre, plus que la Wallonie, devient très stricte sur les réfrigérants et donc quelque part, l'exercice qu'on a fait avec Carrefour d'identifier les magasins où il fallait faire quelque chose, ça leur a permis d'anticiper sur une législation flamande. Donc oui, même si eux ne sont pas complètement soumis comme par exemple Arcelor Mital, à un suivi très précis de leurs émissions, Carrefour n'est pas astreint à ça, Arcelor oui puisqu'il est dans le système d'échange de quotas, il n'empêche que Carrefour se dit bien qu'il y a de plus en plus de questions qui vont être posées

sur ces dimensions-là et donc ils se disent qu'ils doivent s'équiper et alors ça explique un travail avec nous entre autres.

D'après ce que j'ai pu lire dans la littérature, les mesures reprises dans le cadre de la responsabilité élargie des producteurs offrent un bon incitant pour la récupération et le recyclage mais pas tellement pour une conception plus respectueuse de l'environnement, quel est votre avis?

J'aurais tendance à être d'accord sans y avoir beaucoup réfléchi. Aujourd'hui il y a en effet un gros travail qui est fait et beaucoup d'encouragements qui sont donnés pour tout ce qui tourne autour du traitement des déchets et je pense que c'est une très bonne chose parce que dans les déchets y a certainement beaucoup de matière à aller récupérer et à valoriser. Donc, y a beaucoup de travail qui est fait pour valoriser les déchets, en faire quelque chose, par contre, en amont, ça reste encore léger, or si on conçoit bien un produit, dès le début ça permettra de réduire les déchets par la suite donc dans les équilibres je pense que c'est une vraie question. Intuitivement, le poids des directives et des contraintes réglementaires portent plus sur la fin de vie que sur l'éco-conception. Il y a peut-être un rééquilibrage à faire. Intuitivement, comme acteur de terrain, j'aurais tendance à dire qu'il y a un rééquilibrage à faire vers l'amont plutôt que vers l'aval donc vraiment au début, mettre en place, réfléchir, je ne sais pas comment, il faudrait réfléchir à encourager les entreprises et à le rendre obligatoire avec un mécanisme stricte pour qu'elles soient attentives dès le début à utiliser le moins de matières, moins de ressources, etc. Aujourd'hui, c'est pas encore complètement et probablement que le OEF et le PEF vont aller dans ce sens-là. Comme aujourd'hui, dans les premières discussions sur les labels, la France a beaucoup travaillé et les anglais aussi ont beaucoup travaillé. Dans la grande distribution, vers la fin des années 2010, donc il y a déjà quelques années, il y a eu un grand mouvement pour dire que le consommateur devait choisir, un peu comme on voit sur les frigos où il y a des labels énergétiques qui vont de A à E, bien l'intention c'était d'avoir ça sur n'importe quoi, sur un kiwi pour montrer qu'il venait de nouvelle Zélande et pour sensibiliser le consommateur que quand il achetait ce kiwi de nouvelle Zélande il avait un impact environnemental important parce qu'il était venu en avion par exemple. Il y a eu à ce moment-là une grosse lame de fond pour faire cela. Casino en France ils ont étiqueté 60 ou 70 produits avec un label et puis ils se sont rendu compte de la complexité de l'exercice et donc ça a été abandonné. La même chose, Tesco, une chaîne de retail au Royaume Uni, ils avaient même annoncé 600 produits donc ils ont fait un gros effet d'annonce, et puis au fur et à

mesure ils ont réduit parce qu'ils se sont rendus compte de la complexité, le consommateur ne comprenait pas, quand il comprenait il ne comprenait pas bien, il questionnait, etc. Donc, ils se sont rendu compte de l'extrême complexité aussi de communiquer ça et donc ils ont aussi fait marche arrière. Donc, je dirais pas qu'il n'y a pas d'efforts qui ont été faits mais en tout cas, c'est assez complexe de rendre ça, là je parle de labelling, mais même l'éco-conception, de la rendre obligatoire. Parce qu'en plus, on arrive quand même sur des choses qui sont très sensibles dans les entreprises. Les gens qui gèrent la conception des produits, c'est des gens qui font de la recherche et développement, ils ont pas trop envie au moment où ils conçoivent les produits qu'on vient leur dire, faites gaffe au ressources, c'est pas ce qui les drive. Ils essaient de concevoir un produit qui va répondre à un besoin et si en plus ils doivent ajouter une contrainte de faire attention à toutes les contraintes environnementales, ça devient certainement bridant.

Mais voilà, de nouveau je pense qu'il y a une réflexion à mener et intuitivement, comme acteur de terrain j'ai tendance à dire que beaucoup beaucoup beaucoup est fait pour la valorisation de déchets et probablement pas suffisamment en amont sur la création et la conception.

**Pourquoi les entreprises adoptent-elles selon vous des démarches d'éco-conception?
Quels sont les incitants?**

Il y a plusieurs raisons. La première c'est une maîtrise des coûts. En éco-concevant, peut-être qu'on peut utiliser moins d'aluminium, moins de fer, moins de métal, moins de matière donc, moins de ressource. C'est une dimension importante. Une deuxième dimension, c'est certainement pour que le consommateur ou le client puisse y être sensibilisé. On remarque quand même aujourd'hui de plus en plus, notamment au niveau des appels d'offre publics, qu'il y a une demande très forte sur les aspects plus larges que l'éco-conception, de la durabilité environnementale, sociétale, et autre. Et donc, probablement que, dans une forme d'anticipation de cette contrainte de plus en plus d'entreprises font de l'éco-conception. Donc le premier c'est plutôt économique, le deuxième c'est plutôt réglementaire et le troisième c'est en terme d'image. Une société qui annonce moi je fais des téléphones et je fais de l'éco-conception en faisant mes téléphones et une autre qui dit moi je fais des téléphones. Probablement que la première a une histoire un peu plus crédible, un peu plus dans l'air du

temps. Je verrais vraiment le côté économique, le côté plus réglementaire et puis le côté plus de réputation.

Quand vous parlez notamment des téléphones, est-ce que vous pensez qu'il y a une réelle demande pour ça du point de vue des consommateurs? C'est-à-dire que si je sais que je vais payer plus cher pour mon téléphone éco-conçu, est-ce qu'en tant que consommateur lambda, je ne vais pas plutôt prendre l'autre, moins cher?

Je pense qu'à prix équivalent, les gens prendront l'éco-conçu mais qu'ils ne vont pas accepter un différentiel de prix. Si ils doivent accepter un différentiel de prix, ils vont, je dirais, s'imposer un maximum. Je ne pense pas qu'ils vont accepter un signal prix. Donc soit c'est compétitif et donc oui l'éco-conception peut être intéressante mais pas si il y a un différentiel de prix, de nouveau, je dis ça comme acteur de terrain. De ce que je vois, de ce que j'entends, de ce que je lis, les gens ne sont pas prêts à payer. Si, quelques uns, les bobos bio probablement mais pas le citoyen lambda.

Quelles sont selon vous les barrières?

C'est compliqué déjà. L'éco-conception, de nouveau pour faire le lien avec ce que je disais tout à l'heure, la conception des produits, ça fait partir de l'innovation, de la recherche et développement, quelque part de la créativité de l'entreprise qui se dit moi je pense qu'il faut que je fasse des iPhones ou il faut que je fasse des Tesla, ou il faut que je fasse je ne sais pas quoi. Si d'entrée de jeu vous dites, il faut faire de l'éco-conception, des iPhones éco-conçus, des Tesla éco-conçues, vous allez brider. Ils ne vont probablement pas pouvoir tirer dans tous les sens et se permettre d'utiliser des produits rares, des métaux rares, des procédés de fabrication innovants, etc. Donc, un des travers de l'éco-conception, même si tout à l'heure je disais qu'il fallait la remettre au début du produit, et ce que je crois vraiment, et bien un des travers, c'est que d'une certaine façon, ça freine le développement. Après, est-ce que c'est réel ou est-ce que c'est une perception? Probablement un peu des deux mais je pense que c'est quand même réel. Si vous dites, il faut développer un produit mais il faut rester dans ce cadre-là, c'est plus compliqué que si vous dites juste il faut développer ce produit et le cadre on verra bien après et si il faut implémenter un truc pour récupérer les déchets, et bien on le fera. C'est plus simple que si on dit dès le départ d'éco-concevoir le produit en faisant qu'il n'y ait pas de déchets. Je pense que ça c'est quand même un gros frein, c'est que c'est plus compliqué,

donc ça coûte plus cher, donc ça prend plus de ressources et c'est pas encore valorisé par le client puisqu'il ne veut pas accepter de payer plus cher. Pourquoi est-ce que moi industriel j'irais investir? Je pense que ça fait vraiment partie des limites de l'éco-conception. A ce moment-là, de nouveau, c'est pour ça que c'est important de regarder les différents acteurs, l'autorité peut exiger, mettre un cadre réglementaire qui fasse que tout le monde doive le faire. De nouveau, l'industriel qui réfléchit comme ça il réfléchit comme ça aussi en espérant pouvoir prendre des parts de marché à son voisin. Si jamais vous lui dites à lui "tu fais de l'éco-conception mais pas ton voisin", quelque part vous rajoutez un coût. Si maintenant, vous faites en sorte que lui, mais aussi son petit voisin et aussi celui qui s'est installé en Chine soient soumis à la même imposition éco-conception, alors ça peut marcher. Il y a aussi la notion de ce qu'on appelle le level playing field. Pour l'éco-conception, soit c'est tout le monde, soit c'est personne. Si c'est que quelques exceptions, ça risque d'être cher et donc elles ne vont pas le faire ou elles vont peut-être le faire une fois mais le grand atout du macintosh, c'est justement sa couverture.

Auriez-vous autre chose à ajouter?

Je ne pense pas que ce soit un concept que les industriels maîtrisent et utilisent tout le temps. Donc, ça reste encore un peu un concept vague. Non, pas vague, c'est pas un concept vague mais il est en tout cas peu ancré dans les pratiques.