

PARTIE 2 : ÉLÉMENTS DE RÉPONSE AUX QUESTIONS LES PLUS FRÉQUEMMENT POSÉES, PAR LES ACHETEURS PUBLICS, EN MATIÈRE D'ACHATS DE PRODUITS PLUS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT

2.1 Peut-on prendre en compte l'environnement dans ses achats publics ?

Oui. Le code des marchés publics autorise l'intégration de préoccupations environnementales dans les marchés publics entre autres :

- lors de la définition des conditions d'exécution des marchés ;
- au stade de l'examen du savoir-faire des candidats ;
- lors de l'attribution du marché, notamment dans le cadre de la fixation des critères de choix.

Pour les marchés formalisés, cette autorisation est donnée expressément aux acheteurs publics par les articles 14, 45 et 53 du CMP.

S'agissant des marchés passés selon la procédure adaptée (« MAPA »), il est fortement conseillé aux acheteurs publics de s'inspirer des trois articles cités précédemment même si aucune disposition du code ne prévoit qu'ils doivent s'y soumettre (voir § 3.3.2).

2.2 Passe-t-on un marché public pour satisfaire un besoin ou une exigence ?

Un acheteur passe un marché **pour satisfaire un besoin**. Pour définir ce besoin, il fixe un certain nombre d'exigences auxquelles doivent répondre les candidats potentiels. « Besoin » et « exigence » sont en effet des notions différentes, au sens du droit des marchés publics, et il convient de bien garder à l'esprit cette distinction.

S'agissant de la notion de « besoin »

Un marché a pour objet exclusif de répondre à un besoin défini, par la personne publique, préalablement au lancement de toute procédure de passation.

Exemple : Pour répondre au besoin de reproduire des textes en grand nombre, la personne publique va procéder à la rédaction d'un marché visant à l'achat de photocopieurs.

S'agissant de la notion « d'exigences »

Dans le cadre de la définition de son besoin, la personne publique peut fixer, dans le cahier des charges du marché, des exigences particulières qu'elle souhaite imposer aux fournisseurs potentiels et notamment des exigences environnementales, si celles-ci sont justifiées par l'objet du marché. Exemple : Dans la rédaction du marché visant à l'achat de photocopieurs, la personne publique peut imposer la fourniture de photocopieurs disposant du recto-verso en mode automatique, peu consommateurs en énergie, etc.

2.3 Qu'est-ce qu'un éco-produit ?

A **service rendu identique** (ou à performances identiques), un éco-produit est source de moins d'impacts sur l'environnement, **tout au long de son cycle de vie**, par rapport à d'autres produits standard d'usage similaire. Dans la pratique, différents termes sont employés pour qualifier un éco-produit : produit respectueux de l'environnement, produit éco-responsable, produit de qualité écologique, produit « vert », etc.

2.4 A quoi peut-on reconnaître un éco-produit ?

L'offre de produits plus respectueux de l'environnement peut être reconnue à travers l'**étiquetage environnemental** des produits. Cette notion très générale couvre tous les cas de figures qui peuvent se présenter. Trois formes d'étiquetage environnemental sont aujourd'hui répertoriées par l'ISO (International Standard Organisation) au travers des normes de la série 14020¹.

▪ Les écolabels officiels (étiquetage environnemental de type I, ISO 14024)

Les écolabels officiels ont été créés à l'initiative des pouvoirs publics :

- ces écolabels définissent des critères et des niveaux d'exigences par catégorie de produits. Ils sont donc sélectifs. Généralement, ils garantissent aussi bien l'aptitude à l'usage des produits que la limitation de leurs impacts sur l'environnement ;
- les critères qu'ils fixent reposent sur une approche prenant en compte les différents types d'impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des produits (depuis l'extraction des matières premières jusqu'au traitement des produits en fin de vie) ;
- ces critères sont adoptés après consultation des producteurs, des distributeurs ainsi que des associations de consommateurs et de protection de l'environnement ;
- ils sont révisés pour prendre en considération les évolutions des offres et des connaissances (environ tous les trois ans).

L'utilisation des écolabels relève d'une démarche volontaire². Elle n'est accordée à l'entreprise intéressée que si le produit qu'elle commercialise est reconnu conforme, par un organisme certificateur indépendant et accrédité, aux critères définis par les écolabels.

En France, deux écolabels officiels sont délivrés par AFNOR CERTIFICATION. Il s'agit de la marque NF-Environnement (créée en 1991) et de l'écolabel européen (créé en 1992). Un écolabel étant attribué dans le cadre d'une démarche volontaire, il peut arriver que, pendant un certain temps, malgré l'existence de critères publiés pour une catégorie de produits, aucun industriel ne fasse de demande de certification.

¹ La norme ISO 14020 définit les principes généraux de l'étiquetage environnemental.

² Si les écolabels constituent des références objectives, d'autres étiquetages environnementaux peuvent être choisis par les entreprises (autodéclarations, écoprofiles et autres étiquetages). En tout état de cause, les acheteurs publics doivent accepter tout moyen de preuve approprié de la qualité écologique des produits proposés (voir question 2.9 et 2.10).



l'écolabel français : NF-Environnement



l'écolabel européen

▪ **Les autodéclarations environnementales (étiquetage environnemental de type II, ISO 14021)**

Toutes les allégations environnementales avancées sous sa seule responsabilité par un producteur (ou un distributeur) font partie de cette catégorie.

Le plus souvent, une autodéclaration ne porte que sur une caractéristique environnementale du produit ou concerne une seule étape du cycle de vie du produit.

Faites sous la seule responsabilité des entreprises, les informations auto-déclarées sont très variées. On trouve dans cette catégorie aussi bien des déclarations correspondant à de véritables avantages environnementaux que des déclarations vagues et imprécises, voire mensongères.

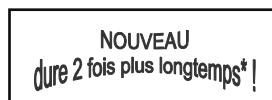
Toutefois, pour encadrer l'utilisation des autodéclarations environnementales, l'ISO a publié en 1999 la norme 14021. Cette norme d'application volontaire rappelle les principes généraux de pertinence, de sincérité et d'exactitude que toute autodéclaration environnementale est censée respecter. Elle précise, en particulier, les définitions et les modes de preuves à respecter pour une douzaine de caractéristiques environnementales usuelles : « contenu en recyclé », « économe en ressources », « énergie récupérée », « réduction de déchets », « consommation énergétique réduite », « économe en eau », « longue durée de vie », « réutilisable ou re-remplissable », « recyclable », « conçu pour le désassemblage », « compostable » et « dégradable ».

La diffusion de ces bonnes pratiques internationales devrait permettre progressivement de supprimer les déclarations non fiables.

Les autodéclarations peuvent être soit spécifiques à une entreprise (« marques vertes »), soit non spécifiques à une entreprise :



Bouteille
contenant
60 %
de matières
recyclées



Exemples d'autodéclarations non spécifiques à des entreprises

- **Les écoprofiles (étiquetage environnemental de type III, ISO TR 14025)**

Cet étiquetage cherche à tirer parti de la compréhension croissante du grand public ou des professionnels pour les questions environnementales.

Il consiste en la mise à disposition de données quantitatives sur les impacts environnementaux d'un produit, lesquelles sont souvent présentées sous forme de diagrammes parfois accompagnés de quelques informations qualitatives. Un écoprofil est élaboré volontairement par un industriel, selon une approche multicritères et multi-étapes faisant appel à la méthodologie de l'analyse du cycle de vie. Il donne une photographie à un instant donné des impacts environnementaux du produit. Un écoprofil peut être actualisé périodiquement, ce qui permet au consommateur averti de visualiser les progrès accomplis, selon un rythme choisi par l'industriel. La norme ISO TR 14025, en cours de révision, donne des lignes directrices pour l'élaboration des écoprofiles. Pour l'instant, en France, ce type de déclaration concerne essentiellement les produits de construction (ex : poutre lamellée-colée, dalles de revêtement, isolants, etc.) et d'équipements (ex : peintures routières). Au niveau national, la norme¹ NF P 01-010 indique comment retranscrire sous forme d'une fiche standardisée les impacts environnementaux et sanitaires des produits de construction.

Caractéristiques environnementales du raccord XB12 :		
RESULTATS DE L'ANALYSE DE CYCLE DE VIE :		
Durée de vie escomptée : plus de 30 ans		
Epuisement des ressources non renouvelables	27	MJ
Consommation d'énergie	13	MJ
Effet de serre	590	g CO ₂ eq.
Destruction de la couche d'ozone	0	g CFC ₁₁ eq.
Acidification atmosphérique	10	g SO ₂ eq.
Emissions d'hydrocarbures non méthaniques	6	g
Demande chimique en oxygène	0,8	g
Déchets mis en décharge	11	g
...

En conformité avec la norme ISO 14025, un rapport de synthèse et une revue critique sont disponibles à l'adresse suivante : <http://www.entreprise-misha-tube>

SPECIMEN

Exemple illustratif d'écoprofil spécifique à un produit et à une entreprise

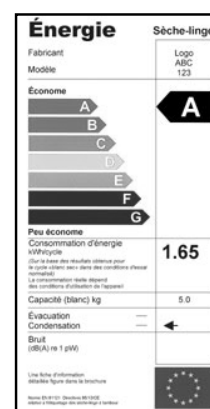
- **Autres étiquetages susceptibles d'éclairer l'acheteur sur les caractéristiques environnementales des produits**

Outre les trois types de déclarations environnementales volontaires citées ci-dessus, on trouve certains affichages, à caractère obligatoire, reposant généralement sur des réglementations européennes, qui peuvent également fournir des éléments de comparaison intéressants. C'est notamment le cas en matière de consommation d'énergie. Peuvent être citées deux applications importantes actuellement :

¹ Norme NF P 01-010 : « Qualité environnementale des produits de construction : Déclaration des caractéristiques environnementales et sanitaires des produits de construction et de leur contribution aux impacts environnementaux d'un ouvrage donné ».

- l'étiquette énergie :

L'étiquette énergie, créée par la Commission européenne, est obligatoire. Elle renseigne les acheteurs sur la consommation énergétique des produits, lors de leur utilisation (les équipements classés A ou B sont les produits les plus performants en matière d'économie d'énergie). Cette étiquette informe également sur d'autres qualités d'usage (lavage, essorage, consommation d'eau, etc.). Elle se trouve sur les appareils électroménagers (réfrigérateurs, congélateurs, combinés, lave-linge, lave-vaisselle, sèche-linge, lavante-séchante) et sur les ampoules. Prochainement, elle sera également présente sur les fours électriques, les cumulus, les climatiseurs, etc.



- l'étiquetage des véhicules ¹ :

L'étiquetage des véhicules mis en place par la Commission européenne, doit obligatoirement figurer sur toute voiture particulière neuve mise en vente. Cet étiquetage a pour objet d'informer l'acheteur sur la consommation de carburant et les émissions de CO₂ (gaz à effet de serre) d'un véhicule.

2.5 Un éco-produit coûte-t-il plus cher qu'un produit standard ?

Non, pas forcément, même si on ne considère que le seul prix d'achat.

En outre, lorsque l'acheteur public évalue les produits proposés par les prestataires, sur la base du critère économique, il doit prendre en compte non pas le seul prix d'acquisition des produits mais également les coûts liés à leur utilisation et à leur élimination.

Ainsi un équipement conçu avec le souci de la maîtrise de l'énergie ou utilisant une énergie renouvelable, s'il coûte plus cher à l'achat, est susceptible de se révéler à l'usage moins onéreux qu'un équipement standard.

L'acheteur public doit donc veiller à ce qu'un achat réalisé dans un strict souci budgétaire à court terme ne se révèle pas, à l'usage, plus coûteux.

Un éventuel surcoût apparent lors de l'acquisition peut s'expliquer par différentes raisons :

1. l'éco-produit est avant tout un **produit de qualité**

La qualité se paie. Un meuble qui dure 10 ans au lieu de 5 ans coûte nécessairement un peu plus cher à l'achat.

2. Le surcoût possible du produit à l'achat est parfois largement compensé par d'**importantes économies réalisées lors de son utilisation**

Il en est ainsi des ampoules fluocompactes. Ces ampoules permettent en effet, d'une part, de faire des économies d'énergie et, d'autre part, elles durent cinq fois (ampoules « grand public ») à quinze fois (ampoules « professionnelles ») plus longtemps que les ampoules classiques à incandescence.

¹ En anglais : « Car labelling ».

	Ampoule à incandescence	Ampoule fluocompacte « grand public »	Ampoule fluocompacte « professionnelle »
Coût d'achat (*) :	6,9 €	11,4 €	10,7 €
Coût d'utilisation (15 000 heures) :	120,0 €	24,0 €	24,0 €
+	_____	_____	_____
Coût global sur 15 ans :	126,9 €	35,4 €	34,7 €
(*) : pour une durée d'utilisation égale à 15 ampoules à incandescence à 0,46 € pièce (soit 6,9 € au total), il faut trois ampoules fluocompactes « grand public » à 3,8 € pièce (soit 11,4 €) et une seule ampoule fluocompacte « professionnelle » à 10,7 €.			

3. le facteur d'échelle

Les éco-produits sont encore peu répandus et donc souvent fabriqués à petite échelle. Cette situation ne permet pas toujours aux industriels de proposer ces produits à des prix de vente attractifs pour l'acheteur public. Les frais de fabrication, d'emballages, de logistique ne bénéficient pas des économies d'échelle des produits à large diffusion. Pour pouvoir remédier à cette situation, il faut que la demande d'éco-produits se développe.

Prenons comme exemple les imprimantes recto-verso qui permettent de faire des économies de papier. Depuis trois ans, la demande d'imprimantes recto-verso s'étant considérablement développée, l'offre s'est adaptée et les prix ont diminué. La fonction recto-verso, auparavant en option, est aujourd'hui le plus souvent disponible en série et le prix de certains équipements a baissé de 20% en moins de 2 ans.

4. l'image de marque

Sentant monter la vague « verte », certains industriels tentent d'en profiter en positionnant haut, voire très haut, le prix de leurs produits « écologiques ». Toutefois cette tendance ne concerne, d'une façon générale, que les produits à la mode, destinés au grand public. Elle touche peu, par conséquent, les produits achetés par les administrations publiques.

5. les sauts technologiques

Certaines technologies de production innovantes permettent de générer moins d'impacts sur l'environnement. Si les premières séries d'éco-produits fabriquées sur la base de telles technologies sont souvent plus chères à l'achat, les avantages que ces produits présentent, s'agissant de la protection de l'environnement, méritent qu'on leur porte intérêt.

Conclusion :

Le prix réel d'un produit s'apprécie à travers les différents coûts qu'il induit (notion de coût global¹). En outre, si pour des raisons de facteurs d'échelle ou d'innovation technologique, l'éco-produit peut être plus cher à l'achat qu'un produit standard, les offres du marché évoluent et l'éventuel surcoût observé à un moment donné peut disparaître rapidement.

¹ Voir question 2.13.

Pour que l'achat qu'il projette soit réalisé dans les meilleures conditions économiques, l'acheteur public doit donc régulièrement prendre connaissance de la situation du marché des éco-produits, tant du point de vue de l'état de la technique que de celui de l'évolution des prix.

2.6 Un éco-produit est-il un produit de moindre qualité ?

Non. L'éco-produit, dès lors qu'il répond aux exigences d'un écolabel ou à des exigences équivalentes, a des performances comparables voire supérieures aux meilleurs produits standards.

A contrario, un produit qui est défini comme « écologique » par un industriel, sans en présenter les caractéristiques, notamment en terme de qualité, ne peut pas être considéré comme un éco-produit.

Un tel produit est décevant :

- Pour l'utilisateur qui se rend compte que le produit « écologique » acheté n'est pas performant,
- Pour l'industriel qui sait que l'acheteur déçu ne renouvellera pas son achat,
- Pour l'environnement car déçus, utilisateur, acheteur et industriel rejetteront toute démarche écologique ultérieure.

C'est d'ailleurs pour éviter ce type de déception que les écolabels officiels intègrent dans leurs exigences à la fois des caractéristiques liées à la **qualité d'usage** des produits et des caractéristiques liées à la réduction de leurs impacts environnementaux.

2.7 L'obtention d'un écolabel coûte-t-elle cher aux entreprises ?

L'obtention d'un écolabel génère des dépenses pour l'entreprise : frais de dossier, visite d'audit, droits d'usage de la marque, tests des produits, etc. Ces frais peuvent atteindre quelques milliers d'euros par an. Ils sont proportionnels au chiffre d'affaires réalisé par l'entreprise sur ses produits écolabellisés et plafonnés à 25 000 € (écolabel européen) ou 9 000 € (écolabel français / NF-Environnement) de cotisation annuelle par famille de produits. Les coûts pour l'entreprise sont réduits si elle possède déjà un système de management de la qualité et des procédures de suivi de sa production.

L'écolabellisation constitue, pour l'entreprise, un **investissement** visant à la promotion de ses produits. S'agissant des produits bénéficiant d'une large diffusion, les coûts inhérents à la certification sont amortis assez rapidement et interviennent très peu dans la fixation du prix de vente final du produit.

2.8 Un produit sans signe de reconnaissance environnementale peut-il être un éco-produit ?

Oui. Tout comme un produit qui n'arbore pas une marque de qualité peut être de bonne qualité. Cependant, dans ce cas, il appartient au fournisseur d'apporter la preuve que le produit qu'il propose répond bien aux exigences environnementales fixées par la personne publique dans le marché, par la production d'un dossier technique, d'un rapport d'essai d'un organisme reconnu, par exemple.

2.9 Peut-on intégrer dans un marché public des caractéristiques environnementales sans être discriminatoire ?

Oui. Un acheteur public peut intégrer des caractéristiques environnementales dans un marché public sans être discriminatoire, pour autant qu'il le fasse dans le respect des principes généraux posés par le code des marchés publics que sont : la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures (voir chapitre 1.6). En particulier, l'acheteur public ne peut pas demander un produit d'une marque commerciale particulière ou l'obtention d'une certification donnée. Par ailleurs, les caractéristiques environnementales qu'il fixe doivent être liées à l'objet du marché et être évaluables en toute objectivité afin de ne pas entraîner une liberté inconditionnée de choix.

2.10 Peut-on faire référence dans un marché public, notamment dans les spécifications techniques, à des marques de certification comme les écolabels ou autres signes de qualité ?

Oui. Si l'acheteur ne peut exiger du candidat l'obtention d'une certification donnée, il peut faire référence, dans le marché, aux exigences environnementales fixées par cette certification dès lors qu'il autorise la production de tout autre moyen prouvant l'équivalence.

S'agissant des écolabels officiels, ceux-ci sont à traiter comme toute marque de qualité certifiée.

L'acheteur public qui souhaite acquérir des produits conformes à des écolabels officiels, peut faire référence dans le marché, à tout ou partie des spécifications techniques définies par ces écolabels. Cela aura pour conséquence d'informer précisément les candidats potentiels, sur le niveau de qualité environnementale recherchée.

Ainsi, l'acheteur public peut demander, par exemple, que les produits proposés par les soumissionnaires répondent aux exigences de l'écolabel NF-Environnement ou équivalentes (et non pas que les produits soient certifiés NF-Environnement).

2.11 Est-ce qu'une procédure de passation d'un marché public, qui aboutit à la remise d'une seule offre, doit être déclarée infructueuse ?

Non. A l'issue d'une procédure menée conformément aux principes généraux posés par le code des marchés publics, il se peut, en effet, qu'une seule offre soit déposée par un soumissionnaire. Si cette offre répond techniquement et financièrement aux attentes de l'acheteur public, elle ne peut pas être écartée de la consultation, du seul fait qu'elle est unique. Ceci est valable, quelles que soient les exigences fixées par la personne publique et notamment lorsqu'il est fait mention d'exigences environnementales justifiées par l'objet du marché.

2.12 Peut-on intégrer des caractéristiques environnementales directement dans l'objet du marché ?

Oui. Des caractéristiques environnementales peuvent être intégrées directement dans l'objet du marché à condition qu'elles soient définies de façon précise dans le corps du marché et notamment

dans le cahier des charges du marché, s'agissant des marchés formalisés.

2.13 Lors de l'examen de la valeur économique des offres, peut-on prendre en compte le coût global (achat + utilisation + élimination) ?

Oui. Il est même recommandé de le faire car la prise en compte de l'ensemble des coûts inhérents à un produit est gage d'efficacité économique pour l'acheteur public.

Ainsi, dans le cadre de l'acquisition d'ampoules, l'acheteur public peut et même doit prendre en compte, lors de l'examen de la valeur économique des offres, le prix d'achat et le coût d'utilisation des ampoules proposées par les soumissionnaires (voir le cas des lampes basse consommation développé à la question 2.5).

Il en va de même pour la prise en compte des coûts engendrés par la fin de vie des matériels (élimination des matériels bureautiques en fin de vie dont le coût est en croissance constante, par exemple).

Afin de faciliter le dépouillement des offres sur la base du critère « prix », l'acheteur public peut demander aux soumissionnaires de fournir une décomposition des coûts, sur la base d'une méthode qu'il aura pris soin de préciser dans le règlement de la consultation ou dans la lettre d'invitation.

2.14 Quelles caractéristiques environnementales l'acheteur public peut-il rechercher ?

Les caractéristiques environnementales fixées dans le marché doivent être justifiées par l'objet du marché et ne pas être excessives afin de ne pas avoir d'effet discriminatoire vis-à-vis des candidats potentiels.

Deux cas peuvent se présenter :

1. il existe un référentiel reconnu de type écolabel officiel pour la catégorie de produits objet du marché :

Dans ce cas, l'acheteur public peut s'y référer en tout ou partie pour définir les caractéristiques environnementales qu'il entend imposer aux candidats potentiels.

2. il n'existe aucun référentiel reconnu de type écolabel officiel :

Dans ce cas l'acheteur public se doit de prendre connaissance de l'état de l'offre s'agissant du produit recherché. Informé sur les caractéristiques environnementales des produits proposés par les fournisseurs potentiels, l'acheteur public peut, en toute connaissance de cause, fixer les exigences environnementales propres à satisfaire son besoin (contenu en recyclé, consommation d'énergie, biodégradabilité, etc.¹) sans que celles-ci ne limitent le jeu de la concurrence.

L'intérêt d'une information écologique dépend du type de produit considéré. Prenons comme exemple les emballages :

Un produit que les administrations publiques achètent très fréquemment (consommables, stylos, agrafes, etc...) génère l'utilisation de beaucoup d'emballages. Les caractéristiques environnementales

¹ Voir la question 2.4 (les autodéclarations environnementales) ainsi que l'annexe B.

demandées par l'acheteur public aux fournisseurs potentiels peuvent, dans ce cas, porter sur les emballages (quantités d'emballages minimisées et utilisation de matériaux renouvelables et/ou recyclables, lors du conditionnement, etc.). A l'opposé, pour des produits qui servent longtemps, l'aspect « emballages » a relativement moins d'importance. Ce sont surtout la robustesse du produit (agrafeuse, mobilier) ou la consommation d'énergie inhérente au produit (photocopieur, imprimante, télécopieur) qui sont les caractéristiques environnementales à rechercher.

Des exemples de caractéristiques environnementales, par types de produits, sont donnés en annexe C.

2.15 Peut-on se référer, dans un marché public, à des caractéristiques environnementales non visibles sur le produit final telles, par exemple, la prise en compte d'exigences sur son processus de production ?

Oui. Dès lors qu'elles sont liées à l'objet du marché et n'ont pas d'effet discriminatoire vis-à-vis des candidats potentiels, des exigences environnementales portant sur le processus de production peuvent être prescrites par l'acheteur public dans ses marchés de produits.

Ainsi, dans le cadre de l'achat de produits de papeterie, l'acheteur public peut fixer des exigences relatives aux traitements des effluents gazeux et liquides, au recyclage des déchets de papier produits au cours de la mise en œuvre du processus de fabrication, etc.

En revanche, il ne peut pas exiger du fournisseur qu'il recycle et valorise les vieux papiers issus de ses propres activités administratives et commerciales. Une telle exigence n'a, en effet, aucun lien avec l'objet du marché.

2.16 Quel est le poids à attribuer au critère environnemental ?

Comme pour tout critère de choix des offres, c'est l'acheteur public qui détermine le poids à attribuer au critère environnemental. Ainsi, l'acheteur doit définir son système de pondération en fonction de l'objet du marché, des conditions d'exécution fixées dans le marché et de l'importance relative qu'il souhaite donner aux exigences environnementales. Il convient de préciser que si l'acheteur n'a pas choisi de pondérer ses critères, il doit obligatoirement les hiérarchiser.