



Promotion des achats écologiques en Amérique du Nord

Produits de nettoyage, fournitures et équipement de bureau et électricité



cec.org



Imprimé au Canada sur papier fait de fibres recyclées post-consommation à 100%



Commission de coopération environnementale

393, rue St-Jacques Ouest, Bureau 200
Montréal (Québec) Canada H2Y 1N9
t (514) 350-4300 f (514) 350-4314
info@cec.org / www.cec.org



Promotion des achats écologiques en Amérique du Nord

Table des matières

1.0 Historique	5
1.1 Achats écologiques	5
1.2 Projet sur les achats écologiques en Amérique du Nord	5
1.3 Directives du Conseil sur l'approvisionnement	6
1.4 Description du projet et plans d'action	6
2.0 Qu'entend-on par «écologique»?	9
2.1 Produits de nettoyage écologiques	9
2.2 Fournitures et équipement de bureau écologiques	10
2.3 Électricité verte	12
3.0 Plan de promotion	15
3.1 Canada et États-Unis	15
3.1.1 Produits de nettoyage et fournitures de bureau	15
3.1.2 Élaboration de critères d'achat de produits pour effacer les graffitis	16
3.1.3 Électricité	17
3.2 Mexique	19
3.2.1 Produits de nettoyage	19
3.2.2 Fournitures et équipement de bureau	22
3.2.3 Électricité	23



Le présent plan de mise en œuvre fournit des outils et de l'information pour aider les institutions, y compris tous les ordres de gouvernement, les universités, les hôpitaux et le secteur privé à acheter davantage :

- 1) de produits de nettoyage écologiques;
- 2) de fournitures et d'équipement de bureau écologiques;
- 3) d'électricité verte.

- 1.1 Achats écologiques
- 1.2 Projet sur les achats écologiques en Amérique du Nord
- 1.3 Directives du Conseil sur l'approvisionnement
- 1.4 Description du projet et plans d'action

1.0 Historique

1.1 Achats écologiques¹

Les produits et services écologiques présentent de nombreux avantages sur les plans environnemental et/ou énergétique : ils sont fabriqués à partir de matières recyclées, ils sont efficaces sur le plan énergétique et ils contiennent peu de substances dangereuses ou toxiques, voire pas du tout. Ces caractéristiques confèrent souvent des avantages économiques à ces produits. Les Parties à l'ALÉNA accordent beaucoup d'importance à la promotion des produits et services écologiques sur les marchés nord-américains et elles se sont engagées à acheter de tels produits et à encourager tous les échelons de l'administration publique de même que les organismes non gouvernementaux à les utiliser. Si seulement une fraction du budget nord-américain d'approvisionnement, évalué à un billion de dollars, était consacrée à l'achat de produits et services écologiques, on stimulerait la demande et produirait d'importants avantages environnementaux.

Il existe cependant des obstacles à la croissance du marché des achats écologiques en Amérique du Nord, par exemple, la nécessité de communiquer les techniques d'approvisionnement efficaces, y compris les caractéristiques énergétiques ou environnementales, les segments de marché au sein et à l'extérieur des gouvernements nationaux, l'existence d'outils de détermination du cycle de vie ou des avantages financiers adaptés à l'achat d'un produit ou service donné, de même que les possibilités de certification par un gouvernement ou un tiers. Il n'existe pas, non plus, de base commune relativement aux caractéristiques énergétiques et environnementales de produits ou services donnés.

En travaillant en collaboration avec la Commission de coopération environnementale (CCE), les Parties peuvent surmonter certains de ces obstacles et stimuler la croissance du marché des produits et services écologiques.

1.2 Projet sur les achats écologiques en Amérique du Nord

La CCE a créé le Projet sur les achats écologiques en Amérique du Nord (NAGPI) et s'est attachée à réunir des représentants des principaux programmes d'achats écologiques en Amérique du Nord, à compiler des données sur les achats écologiques effectués, et à recenser les mesures efficaces.

Dans le cadre du NAGPI, des représentants des trois Parties, d'administrations d'État et locales, d'organismes de certification, d'organismes sans but lucratif, du secteur privé, de même

¹ Les termes achats responsables, achats rationnels, achats socialement responsables et achats à privilégier d'un point de vue environnemental, entre autres, sont synonymes d'achats écologiques.

² Le présent plan porte principalement sur les caractéristiques environnementales. Il existe également de nombreux avantages sociaux et financiers, mais ils sont moins directs.

qu des spécialistes examinent ensemble les enjeux relatifs aux achats écologiques en Amérique du Nord. La mission du NAGPI consiste « à améliorer, à promouvoir et à faciliter la mise au point d'outils et la réalisation d'activités liées aux achats écologiques en Amérique du Nord, en vue de créer des marchés pour des produits et services à privilégier d'un point de vue écologique, offerts par des entreprises axées sur une gestion durable, et d'engendrer ainsi des avantages économiques, sociaux et environnementaux concrets. »

Depuis deux ans et demi, dans le cadre du NAGPI, on a entre autres compilé des études de cas et des politiques sur les achats écologiques, créé une base de données renfermant des outils de soutien et des politiques d'achat en vigueur un peu partout en Amérique du Nord, et conçu un outil d'évaluation des pratiques d'approvisionnement écologique à l'intention des organisations.

1.3 Directives du Conseil sur l'approvisionnement

En 2003, le Conseil de la CCE a donné instruction au Secrétariat de travailler en collaboration avec les Parties et les responsables du NAGPI en vue de l'élaboration d'un plan d'action sur les achats écologiques, conformément aux obligations nationales et internationales qui incombent aux Parties.

Dans ce contexte, on a demandé au Secrétariat de déterminer les outils, les priorités et les pratiques exemplaires qui faciliteraient les achats écologiques, ainsi que de voir dans quelle mesure les Parties sont prêtes à définir des catégories de produits qui pourraient être considérées comme prioritaires dans le programme de travail de 2004. Conformément aux pratiques de la CCE, toutes les parties intéressées participent aux travaux entourant l'élaboration du plan.

Les membres du comité directeur du NAGPI ont proposé trois catégories de produits qui pourraient être considérées comme prioritaires dans les programmes de travail de 2004 et 2005, à savoir l'énergie renouvelable, les fournitures de bureau écologiques et les produits de nettoyage écologiques.

Dans la Déclaration de Puebla, produite à la suite de sa session de 2004, le Conseil de la CCE a demandé au Groupe de travail constitué en vertu du paragraphe 10(6) de l'ANACDE d'élaborer un plan stratégique sur le commerce et l'environnement. En février 2005, ce groupe de travail a convenu d'inclure les achats écologiques au nombre des priorités du plan stratégique et d'élaborer un plan d'action sur les achats écologiques des trois catégories de produits proposées par les responsables du NAGPI, conformément aux obligations nationales et internationales qui incombent aux Parties.

1.4 Description du projet et plans d'action

Le présent document réunit les plans d'action ou stratégies de mise en œuvre élaborés par les trois sous-groupes du comité directeur du NAGPI—celui sur l'énergie renouvelable, dirigé par John Polak (Terra Choice Inc), celui sur les produits de nettoyage écologiques, dirigé par Scot Case [qui travaillait alors au *Center for a New American Dream* (Centre pour un nouveau rêve américain) et travaille maintenant au Alvernia College Faculty Institute], et celui sur les fournitures de bureau écologiques, dirigé par Christine Cowan (Travaux publics et Services gouvernementaux Canada)—pour en faire un plan directeur de mise en œuvre. On trouve ces trois plans de même que les budgets connexes à l'adresse <www.nagpi.net>.

Le présent plan de mise en œuvre fournit des outils et de l'information pour aider les institutions, y compris tous les ordres de gouvernement, les universités, les hôpitaux et le secteur privé à acheter davantage (1) des produits de nettoyage écologiques, (2) des fournitures et de l'équipement de bureau écologiques et (3) de l'électricité verte. Le plan soutient l'objectif du plan

stratégique du Groupe de travail constitué en vertu du paragraphe 10(6), à savoir « promouvoir des politiques et des mesures qui soient favorables tant à l’environnement qu’au commerce et à l’économie », en fournissant à la CCE et au grand public des outils qui permettent d’accroître le commerce des produits présentant des caractéristiques intéressantes du point de vue de l’environnement et de faciliter la création de nouveaux marchés de produits et services écologiques en Amérique du Nord, en utilisant les approches commerciales existantes pour promouvoir la protection et la durabilité de l’environnement. Le présent plan vise également à améliorer la coordination des mesures régionales et nationales, définit des objectifs de renforcement des capacités et favorise l’harmonisation des politiques d’achat de ces trois catégories de produits.

Selon des études préliminaires et des personnes-ressources, les marchés des produits de nettoyage écologiques, des fournitures et équipement de bureau écologiques, et de l’électricité verte sont plus développés aux États-Unis et au Canada qu’au Mexique. Le tableau 1 illustre les principales différences entre les pays relativement à chaque catégorie de produits.

Tableau 1 Principales différences, sur le plan de la maturité du marché, entre les produits de nettoyage écologiques, les fournitures et l’équipement de bureau écologiques et l’électricité verte

Produits de nettoyage écologiques	Fournitures et équipement de bureau écologiques	Électricité verte
<p>Canada et États-Unis Normes généralement reconnues</p> <p>Mexique Aucune norme</p>	<p>Canada et États-Unis Programmes reconnus de certification environnementale</p> <p>Mexique Pas de programmes de certification</p>	<p>Canada et États-Unis Programmes reconnus de certification environnementale</p> <p>Mexique La production et la vente d’électricité sont assurées par un service public national; il n’existe donc pas vraiment de marché de l’électricité, ce qui nuit à l’adoption d’une approche commerciale de promotion de l’électricité verte. Il n’y a pas d’électricité certifiée « verte » au Mexique.</p>

Cependant, on observe dans les trois pays la même nécessité de promouvoir l’achat de fournitures et d’équipement de bureau écologiques, de produits de nettoyage écologiques et d’électricité verte, ainsi que d’accroître l’utilisation de ces produits.

Compte tenu du fait que chaque pays a ses propres besoins, le présent plan comporte deux volets. Le premier porte sur les besoins des États-Unis et du Canada en ce qui concerne la promotion d’une application élargie des normes existantes en vue d’accélérer l’adoption de produits de nettoyage écologiques, de fournitures et d’équipement de bureau écologiques, ainsi que d’électricité verte.

Le deuxième volet porte sur les besoins du Mexique. En ce qui a trait aux produits de nettoyage écologiques, on cherche à identifier ces produits, à élaborer une norme appropriée et à démontrer l’efficacité des produits. Dans le cas des fournitures de bureau et du matériel d’impression écologiques, on cherche à élaborer des critères d’achat appropriés. Enfin, si on constate un intérêt à cet égard, on examinera la possibilité d’élaborer un programme relatif à l’électricité écologique au Mexique, ce qui pourrait mener à la mise en œuvre d’un projet pilote d’achat d’électricité verte.

Dans la section suivante, nous définissons le terme « écologique », conformément aux paramètres établis par les sous-comités du NAGPI. Nous proposons ensuite un plan visant à encourager et à promouvoir l’achat d’électricité, de fournitures de bureau et de produits de nettoyage écologiques par les institutions en Amérique du Nord, y compris un projet pilote au Mexique.



- 2.1 Produits de nettoyage écologiques
- 2.2 Fournitures et équipement de bureau écologiques
- 2.3 Électricité verte

2.0 Qu'entend-on par « écologique »?

2.1 Produits de nettoyage écologiques

Il existe une vaste gamme de produits de nettoyage, utilisés à diverses fins. Il s'agit de produits à usage domestique, institutionnel et industriel, servant à nettoyer des surfaces dures ou molles. Le tableau 2 contient une liste de sous-catégories de ces produits.

Tableau 2 Produits de nettoyage domestiques, institutionnels et industriels pour surfaces dures et molles

nettoie-vitre	produits pour laver la vaisselle	nettoyants pour appareils de cuisson
nettoyants tout usage	nettoyants à tapis	nettoyants pour salle de bain
produits dégraissants	détergents à lessive	nettoyants pour planchers
nettoyants industriels	nettoyants pour bateau	produits pour effacer les graffitis
désinfectants	nettoyants pour véhicules	

Pour chaque catégorie de produits, on indique souvent les effets environnementaux précis dans les critères environnementaux, énumérés dans le tableau 3.

Tableau 3 Effets environnementaux inclus dans les critères environnementaux

dégradabilité aérobie et anaérobie aucune substance cancérigène	pas d'éther, de métaux toxiques, pas de polyéthoxyéthers de phénol alkylé, d'éther monométhyle de l'éthylène glycol (EMEG), d'éther monoéthyle de l'éthylène glycol (EEEG) et d'éther monopropyle de l'éthylène glycol, de solvants aromatiques, de solvants halogénés, d'ammoniac (dans les nettoie-vitres), de composé d'ammonium quaternaire (pour les désinfectants), d'agent de blanchiment (nettoyants pour salle de bain)	restrictions quant à la corrosivité et à l'irritabilité pour la peau ou les yeux restrictions quant à la toxicité pour le milieu aquatique et l'être humain Minimisation ou absence de fragrances critères de conditionnement des composés organiques volatils agents toxiques pour la reproduction
--	--	---

Au lieu de chercher à définir un ensemble de critères obligatoires, le Comité directeur du NAGPI a opté pour les définitions des programmes Sceau vert et programme Choix environnemental.

Dans le cadre de la présente initiative, on mettra l'accent sur les produits utilisés pour nettoyer l'intérieur des meubles de bureaux, ainsi que les écoles primaires et secondaires. On ne s'attardera pas, pour le moment, aux produits utilisés pour nettoyer l'extérieur des immeubles, ni aux besoins particuliers des hôpitaux ou des autres établissements de soins de santé et des garderies.

Les activités de promotion viseront donc les produits tout usage, les nettoyeurs pour salle de bain, les nettoie-vitres, les nettoyeurs pour planchers et les nettoyeurs à tapis, de même que les produits servant à effacer les graffitis. On ne proposera aucune mesure, pour le moment, concernant les produits spécialisés utilisés pour nettoyer le métal ou des pièces d'équipement, les produits utilisés dans les lave-autos et pour l'entretien des rues, entre autres.

2.2 Fournitures et équipement de bureau écologiques

Compte tenu de la grande variété de fournitures et d'équipement de bureau qui existent, les mesures de promotion initiales viseront le papier, les imprimantes et les photocopieurs et plus particulièrement le papier en vrac pour imprimantes et photocopieurs, par exemple, plutôt que le papier spécial. Pour le moment, les mesures ne viseront pas d'autres fournitures et équipements de bureau.

En ce qui a trait au papier, les principaux effets environnementaux dépendent de la source des fibres (p. ex., le pourcentage de contenu recyclé) et du procédé de fabrication. Lorsqu'on envisage l'achat de produits écologiques, il faudrait tenir compte des éléments suivants :

- si le fabricant du papier respecte des critères environnementaux et a adopté des programmes de conservation des matières premières (y compris l'eau et l'énergie) et des systèmes naturels et des mesures de réduction des déchets, et s'il utilise des procédés de production non polluants;
- le pourcentage de fibres recyclées/de post-consommation, le type de fibres utilisé pour fabriquer le papier (s'il est précisé) et si le bois utilisé pour fabriquer le papier a été récolté dans une forêt faisant l'objet d'un aménagement durable;
- les critères utilisés par des organismes tiers pour définir les produits du papier « à privilégier du point de vue de l'environnement », et s'il existe des produits certifiés;
- les méthodes de blanchiment utilisées par le fabricant;
- l'achat de grandes quantités en vertu de contrats.

Par ailleurs, les acheteurs doivent définir clairement les caractéristiques de rendement qu'ils recherchent lorsqu'ils choisissent un papier. Ces caractéristiques concernent le papier (c.-à-d. sa résistance à l'éclatement, mesurée en livres ou en grammes par mètre carré), la teneur autorisée en fibres recyclées et les choix possibles (p. ex., le papier à forte teneur en fibres de post-consommation n'est pas indiqué lorsqu'on a besoin d'un papier de qualité photo).

Les acheteurs pourraient également élaborer un plan d'entreprise pour promouvoir le recyclage du papier et la réduction de la consommation de papier, par exemple, en utilisant plus systématiquement les supports électroniques. Un tel plan pourrait proposer des solutions de rechange à l'impression de documents, promouvoir l'impression et la photocopie recto verso, de même que l'utilisation d'un logiciel de vérification de l'impression, dans la mesure du possible.

Comme il existe plusieurs définitions du terme « papier écologique », les intervenants se réuniront à Montréal le 29 novembre 2005 pour examiner les éléments suivants : (1) ce qu'est le « papier écologique » en Amérique du Nord; (2) établissement d'une terminologie commune; (3) fréquence des vérifications, actualisation des normes et approche graduelle.

En ce qui a trait aux photocopieurs et aux imprimantes, la consommation d'énergie et la capacité d'impression/de copie recto verso sont souvent les caractéristiques les plus importantes à prendre en compte lorsqu'on veut atténuer les effets sur l'environnement. Lorsqu'elle envisage l'achat ou la location de photocopieurs ou d'imprimantes, une organisation devrait tenir compte des éléments suivants :

- Planifier pour la totalité du cycle de vie du produit (par exemple, on peut penser à la quantité de matériel d'emballage et à l'existence de programmes de reprise des appareils lors de leur remplacement).
- Acheter des produits multi-fonctions (p. ex., un appareil qui peut servir à la fois de photocopieur, de télécopieur, d'imprimante et/ou de numériseur).
- Au moment de l'achat, tenir compte de la consommation d'énergie et de la capacité recto verso.
- Évaluer le coût total, c'est-à-dire l'ensemble des coûts environnementaux associés à l'achat, à l'exploitation et à la mise au rebut de l'appareil. Cela comprend entre autres : emballage minimal et frais d'expédition; coût d'impression unitaire (coût de la poudre imprimante); coûts énergétiques; capacité recto verso; coût d'entretien de l'appareil et du plan d'entretien; réduction des effets de l'aliénation en remplaçant pas un appareil dont la carte de circuits imprimés ne contient pas de plomb et dont les photo-récepteurs ne contiennent pas de sélénium.
- Envisager des solutions de rechange à l'achat de photocopieurs ou d'imprimantes, comme le recours à des services d'impression (acheter des pages plutôt que des appareils).

- Acheter des appareils arborant le logo ENERGY STAR ou l'Éco-Logo ou, en l'absence de ces logos, s'assurer que les appareils comportent des caractéristiques éconergétiques.
- Évaluer la quantité d'imprimantes nécessaire, y compris les imprimantes personnelles, et la taille des appareils.
- Penser à la chaîne de possession à la fin de la vie utile de l'appareil dans une organisation. Par exemple, l'organisation peut inclure la mise au rebut de l'appareil dans sa décision d'achat, et ainsi acheter un appareil qui se démonte facilement et renferme des composants qui peuvent être réutilisés ou recyclés.

2.3 Électricité verte

La production de l'électricité nécessaire à nos activités quotidiennes peut entraîner une foule d'effets néfastes : émission de gaz à effet de serre, pollution de l'air, destruction d'habitats, rejets de mercure et épuisement de ressources non renouvelables importantes. L'électricité verte – parfois également appelée « énergie verte » ou « énergie renouvelable » – s'entend de l'électricité produite à partir de ressources renouvelables et entraînant un minimum d'effets néfastes pour l'environnement.

Le marché nord-américain de l'électricité verte se développe rapidement. Si les caractéristiques de ce type d'électricité peuvent varier d'une organisation à l'autre, la majorité des définitions comprennent deux éléments fondamentaux, à savoir le caractère renouvelable et la réduction des effets sur l'environnement.

Les programmes de vérification indépendante et de certification de l'électricité sont des façons reconnues de protéger les consommateurs sur le marché de l'électricité verte. Il existe deux programmes de ce genre en Amérique du Nord : le programme Green-e des États-Unis et le programme Choix environnemental^{MD} du Canada. Il n'existe actuellement aucun programme de certification de l'électricité verte au Mexique.

Les certificats d'énergie renouvelable négociables (CERN) (qu'on appelle aussi certificats d'énergie renouvelable CER ou étiquettes vertes) sont également de plus en plus reconnus sur le marché de l'électricité verte. Les CER procurent les avantages environnementaux associés à la production d'électricité verte. À l'heure actuelle, des services publics, de fournisseurs de services d'électricité, des négociants et détaillants en électricité et des clients des secteurs résidentiel et commercial achètent des CER. La nécessité de protéger les consommateurs et de leur communiquer de l'information a également donné lieu à l'élaboration de deux programmes de certification volontaire en Amérique du Nord, à savoir le programme Green-e aux États-Unis et le programme Feuille verte^{MD} au Canada.

Pour éviter d'avoir à chercher une seule définition acceptable de l'électricité verte, il a été convenu que la définition du NAGPI devait refléter l'état actuel du marché de l'électricité verte en Amérique du Nord. Bien qu'il existe de nombreuses définitions de l'électricité verte, les responsables des programmes Choix environnemental^{MD}, exécuté par TerraChoice et Green-e, exécuté par le *Centre for Resource Solutions* (Centre des solutions énergétiques), ont déjà entrepris des études visant à déterminer ce qu'on peut et ce qu'on doit qualifier de « vert ». Ces programmes sont crédibles, reconnus sur le marché, ils comportent des critères de certification similaires et ont évalué la conformité de l'électricité produite à leurs définitions. Par ailleurs, l'achat de CER reconnus, qui comportent les caractéristiques appropriées, est un moyen reconnu d'acheter de l'électricité verte. On propose donc que le NAGPI reconnaisse les définitions de ces organisations et qu'il définisse l'électricité verte comme de l'électricité produite à partir de ressources renouvelables qui satisfont certains critères environnementaux qui ont été vérifiés ou certifiés par ces deux organismes indépendants.



3.0 Plan de promotion

3.1 Canada et États-Unis

3.1.1 Produits de nettoyage et fournitures de bureau

Lorsqu'on dispose d'un budget limité pour élaborer une stratégie de sensibilisation, il importe en premier lieu de bien cibler le public visé. À l'heure actuelle, le NAGPI réunit des organisations qui travaillent en étroite collaboration avec les administrations fédérales, provinciales/étatiques et locales. Dans pareil contexte, il est donc sensé d'axer les activités de sensibilisation sur ces organisations.

Les mesures décrites ci-après peuvent servir à encourager les responsables des approvisionnements gouvernementaux à acheter davantage de produits de nettoyage, ainsi que des fournitures et de l'équipement de bureau écologiques. Chacune des mesures doit être prise séparément pour les produits de nettoyage et pour les fournitures de bureau, le public cible pouvant être différent dans chaque cas.

- 1. Produire des fiches d'information approuvées par le NAGPI.** Le Secrétariat pourrait rédiger une courte fiche d'information (deux à quatre pages) expliquant pourquoi il est important d'utiliser des produits moins dommageables pour l'environnement et formulant des recommandations à cet égard. La fiche d'information décrirait également les mesures efficaces prises par divers organismes gouvernementaux et fournirait, le cas échéant, de l'information sur les normes de certification établies et les caractéristiques qui font que le produit satisfait d'autres normes applicables. Les membres du NAGPI seraient ensuite encouragés à distribuer la fiche d'information et à l'afficher sur leur site Web.
- 2. Créer une page consacrée aux produits écologiques sur le site Web du NAGPI de la CCE.** Les responsables du NAGPI peuvent créer et approuver une page Web où on ferait valoir l'importance d'une plus grande utilisation de produits moins dommageables pour l'environnement et où on recommanderait aux acheteurs d'opter pour des produits certifiés. Pour créer chaque page (une par catégorie de produits), on peut se servir des renseignements déjà compilés par les membres du NAGPI. On peut également afficher de courtes descriptions de mesures efficaces concernant l'adoption de produits écologiques et fournir des liens vers des sites qui donnent plus d'information.

3. **Diffuser des communiqués du NAGPI.** Les responsables du NAGPI peuvent diffuser des communiqués faisant état de la certification de certains produits. Ces communiqués seraient destinés aux publications commerciales à l'intention des acheteurs gouvernementaux et d'autres intéressés. Dans les communiqués, on mettrait l'accent sur les avantages des produits écologiques pour la santé humaine et l'environnement. On fournirait également des liens vers le site Web et les fiches d'information du NAGPI et on encouragerait les gens à participer aux prochaines téléconférences.
4. **Organiser une série de téléconférences.** Les acheteurs gouvernementaux qui souhaitent en savoir davantage sur les produits écologiques pourraient participer à ces téléconférences. Des conférenciers seraient également invités à partager leurs connaissances et leur expertise à l'aide de présentations PowerPoint. Pendant la téléconférence, les participants auraient l'occasion de poser des questions aux conférenciers. La téléconférence type se déroulerait comme suit : un spécialiste parlerait des avantages que présentent les produits écologiques pour la santé humaine et l'environnement. Ensuite, un certificateur expliquerait comment son organisme a défini les normes de certification et comment elles peuvent aider les responsables de l'approvisionnement à acheter des produits écologiques. Aussi, lors de chaque appel, on mettrait en évidence un organisme gouvernemental ou un ministère qui a opté pour des produits écologiques. Les participants seraient appelés à évaluer l'efficacité de chaque conférencier de même que l'efficacité de la téléconférence dans son ensemble. Six mois après chaque téléconférence, on communiquerait avec les participants pour savoir si la téléconférence les a encouragés à acheter des produits écologiques.

3.1.2 *Élaboration de critères d'achat de produits pour effacer les graffitis*

En 2003, le *Center for a New American Dream* a fait une étude sur les produits utilisés pour effacer les graffitis à Portland, en Oregon. L'étude a démontré qu'il n'existait aucun lien entre l'acceptabilité environnementale des produits et leur efficacité. D'autres groupes ont également commencé à étudier la disponibilité de produits écologiques pour enlever les graffitis. Compte tenu de l'intérêt marqué pour les produits écologiques, le NAGPI peut profiter d'une occasion unique de faciliter l'élaboration de critères d'achat de tels produits.

Les étapes suivantes peuvent faciliter l'élaboration des critères d'achat nécessaires :

- Revoir toutes les études qui visaient à identifier les produits écologiques servant à l'enlèvement des graffitis. Déterminer toutes les variables pertinentes qui influent sur l'efficacité des produits (p. ex., type de surface [brique, stuc, pierre, métal, bois, béton], matériau de « graffitage » [peinture en aérosol, rouge à lèvres, peinture à l'huile]). Dresser une liste de toutes les substances chimiques préoccupantes et des effets néfastes qu'elles peuvent avoir sur la santé humaine ou l'environnement. Préciser les domaines où les résultats des études sont similaires et ceux où ils diffèrent.
- Consulter des spécialistes d'autres organismes, notamment des représentants du programme *Design for the Environment* (DfE, conception axée sur l'environnement), de l'*US Environmental Protection Agency* (EPA, Agence de protection de l'environnement de États-Unis) et de la *Zero Waste Alliance* (Alliance Zéro

déchet), pour dresser une liste plus complète des substances chimiques préoccupantes. Utiliser la liste, de même que les données figurant sur les fiches signalétiques et dans d'autres sources d'information technique crédibles pour élaborer une liste de produits écologiques d'enlèvement de graffitis, classés en catégories, des plus sûrs aux plus dangereux.

- Réduire la portée du projet à seulement quelques types de surface et de matériaux de « graffiti », en s'appuyant sur des entretiens avec les participants éventuels au projet pilote. [Dans le cadre d'un projet de petite envergure et bénéficiant d'un budget limité, il est impossible de couvrir l'ensemble des combinaisons de types de surface et de matériau de « graffiti ».]
- Exécuter des projets pilotes dans plusieurs villes des États-Unis et du Canada pour déterminer si les produits écologiques sont aussi efficaces que les autres produits. On devrait choisir les villes participantes de manière à tester les produits dans divers climats et sur des surfaces variées. Consigner par écrit les résultats des projets pilotes dans des études de cas individuelles et dans un rapport global.
- Définir un critère d'achat qui peut servir à identifier des produits écologiques très efficaces.
- Promouvoir l'application du critère et l'utilisation des produits écologiques au moyen d'études de cas, de fiches d'information et d'articles publiés dans des revues spécialisées.
- Définir et prioriser les besoins en matière de recherche en vue de la mise au point de produits écologiques d'enlèvement de graffitis.

3.1.3 Électricité

Les mesures prises pour encourager l'achat d'électricité verte par les institutions devraient s'appuyer sur les leviers du marché et sur les réseaux d'acheteurs existants (qu'il s'agisse d'achat de produits écologiques ou non). Le sous comité du NAGPI sur l'électricité doit en outre chercher à mieux comprendre les outils dont les acheteurs institutionnels ont besoin pour acheter de l'électricité verte.

D'ici la fin de 2006, le sous-comité devrait avoir atteint les objectifs suivants :

- Tirer des enseignements de l'expérience des organismes qui s'attachent à convaincre les institutions d'acheter de l'électricité verte [p. ex., le *World Resources Institute* (WRI, Institut des ressources mondiales)], et l'EPA.
- Stimuler la création de partenariats institutionnels comme ceux qui sont rendus possibles par le WRI.
- S'associer à d'autres gros acheteurs d'électricité.
- Amener les gouvernements à envisager l'adoption de mesures pour encourager les achats d'électricité verte.

- Obtenir l'appui d'une personnalité connue (p. ex., Paul Hawkins, qui a des relations au sein d'entreprises inscrites sur la liste de « Fortune 500 »).

Nous décrivons ci-après les tâches à accomplir pour atteindre ces objectifs. Ces activités visent précisément à favoriser l'achat d'électricité verte par les secteurs public et privé. Elles ne sont pas mentionnées en ordre d'importance, mais plutôt par étape (la première devant être achevée d'ici la fin de février 2006 et la seconde, d'ici la fin de décembre 2006). Les tâches à accomplir à chacune des phases doivent être exécutées en partenariat, s'il y a lieu.

Phase un : Achèvement d'ici la fin de février 2006

- Évaluation des besoins des utilisateurs (faite par les membres du sous-comité).
 - En mettant à profit le réseau de participants et de personnes-ressources du NAGPI, déterminer les facteurs qui motivent les gens à acheter de l'électricité verte, l'information nécessaire et les outils qui pourraient être utiles.
- Élaborer des documents de sensibilisation sur support électronique, notamment :
 - des fiches descriptives;
 - des foires aux questions (incluant des solutions aux obstacles, p. ex., les coûts et l'approvisionnement);
 - une liste des ressources/sites Web accessibles;
 - des documents d'information;
 - des articles (p. ex., « Le point sur les achats écologiques » ou « Pourquoi acheter de l'électricité verte? »);
 - les raisons justifiant l'achat d'électricité verte;
 - des exemples à suivre;
 - un guide pratique renfermant des graphiques simples (p. ex., encourager les organisateurs de conférence à acheter des produits écologiques);
 - une trousse d'orientation normalisée à l'intention de tous les participants au NAGPI.
- Élaborer et mettre en œuvre une stratégie de communication pour encourager les multiplicateurs d'information à :
 - afficher des documents d'information sur leur site Web respectif;
 - parler de l'électricité verte dans des bulletins ou dans le cadre d'exposés;
 - susciter des débats entre les membres sur l'électricité verte;
 - inviter les membres du sous-comité du NAGPI à faire des exposés lors des assemblées générales annuelles et/ou de conférences;
 - distribuer des documents d'information lors de ces activités;
 - distribuer des documents d'information aux acheteurs institutionnels en utilisant les canaux de distribution électronique existants (p. ex., listes d'envoi par courriel).

Phase deux : Achèvement d'ici la fin de décembre 2006

- Favoriser la création de liens avec les organismes responsables des achats, s'assurer que l'électricité verte demeure une priorité pour eux et communiquer avec eux sur une base trimestrielle. Affecter un groupe à chaque membre du sous-comité.
 - Groupes d'achats généraux : *Institute for Supply Management* (Institut pour la gestion des approvisionnements, États-Unis), *National Institute of Governmental Purchasing Inc.*, Association canadienne de gestion des achats, etc.
 - Groupes d'achats écologiques : *Governments Incorporating Procurement Policies to Eliminate Refuse* (GIPPER, Groupe pour les achats écologiques), *Association of Canadian Cities for Environmentally Sustainable Strategies*, (Association des villes canadiennes pour des stratégies de développement durable), etc.
 - Groupes d'achats gouvernementaux : *Government Services Administration* (Administration des services gouvernementaux), *Travaux publics et Services gouvernementaux Canada*, *Secretaría del Medio Ambiente y Recursos Naturales* (Semarnat, ministère de l'Environnement et des Ressources naturelles) du Mexique, *Secretaría de Energía* (Ministère de l'Énergie) du Mexique, etc.
 - Groupes stratégiques gouvernementaux : conseils des gouverneurs, etc.
 - Initiatives sur les bâtiments écologiques : *Leadership in Energy and Environmental Design* (Leadership en matière d'énergie et de design environnemental), *Building Research Establishment Environmental Assessment Method* (Méthode d'évaluation environnementale pour les immeubles), *Green Building Initiative*TM, le *Consortium for Research on Renewable Industrial Materials* (Consortium pour la recherche sur les matériaux industriels renouvelables), etc.
 - Groupes qui adhèrent au principe de la responsabilité sociale des entreprises : *Business for Social Responsibility*, *Co-op America*, etc.
 - Entreprises figurant sur la liste du « Fortune 500 » (p. ex., *Time Inc.*, *Starbucks*)
- Rôles précis des membres du NAGPI
 - Se familiariser avec les caractéristiques de base de l'électricité verte.
 - Faire des exposés dans le cadre d'assemblées générales/de conférences de multiplicateurs d'information.
 - Afficher des documents d'information sur le site Web.

3.2 Mexique

Au Mexique, la loi exige que les bureaux du gouvernement fédéral créent et utilisent un système de gestion de l'environnement (SGE), incluant les achats écologiques, la consommation responsable, la gestion des déchets, ainsi que les économies d'énergie et d'eau dans les immeubles. L'élaboration de recommandations et des critères de mise en place d'un SGE incombe au Semarnat; pour donner l'exemple, le Semarnat supervise, depuis 1996, un programme d'administration durable, qui prévoit l'élaboration d'une stratégie d'achat.

Bien qu'il n'y ait pas de système de certification des produits écologiques au Mexique, on a récemment modifié la loi fédérale sur les achats. En vertu de cette modification, qui vise tous les bureaux du gouvernement fédéral, il faut désormais tenir compte (lors de l'achat, de la location ou de l'acquisition de services) des critères d'efficacité énergétique et adopter des mesures d'utilisation responsable de l'eau. Tous les acheteurs gouvernementaux doivent donc tenir compte de ces critères et s'assurer que les produits et services qu'ils achètent sont, dans une certaine mesure, écologiques.

3.2.1 Produits de nettoyage

Il n'existe aucun programme de promotion de l'utilisation de produits de nettoyage écologiques au Mexique, mais le cabinet du ministre du Semarnat souhaite exécuter un projet pilote à cet égard. Dans le cadre de ce projet pilote, on examinerait les produits qui sont actuellement utilisés pour nettoyer les installations, on définirait une norme appropriée relative aux produits de nettoyage écologiques, on achèterait des produits locaux qui satisfont la norme, on formerait le personnel des services d'entretien, on vérifierait l'efficacité des produits et on déterminerait les avantages pour l'environnement et autres avantages connexes.

À l'heure actuelle, il n'existe aucune norme relative aux produits de nettoyage écologiques au Mexique. Compte tenu du fait que la dynamique de marché est différente, il pourrait être trop coûteux pour le Mexique d'évaluer les produits, conformément aux normes en vigueur aux États-Unis et au Canada.

À l'instar de nombreuses organisations, le Semarnat n'achète pas directement ses produits de nettoyage. Les entreprises de services de nettoyage, dont les services sont retenus par les propriétaires d'immeubles, fournissent tous les produits nécessaires. Le propriétaire de l'immeuble et l'entreprise de services de nettoyage seront donc des intervenants importants dans le cadre du projet pilote.

On propose un processus en trois phases, échelonné sur une période de 18 mois, pour l'adoption de produits de nettoyage écologiques; ce processus permettra en outre d'établir une base stable pour l'élargissement de la portée des programmes mexicains de produits écologiques.

Phase un – Recherche (6 mois)

- Conclure des ententes avec des spécialistes des produits de nettoyage écologiques qui connaissent le secteur mexicain des entreprises de services de nettoyage et des produits utilisés par ces entreprises.
- Se rendre dans chacun des quatre immeubles du Semarnat pour évaluer les besoins en nettoyage et demander aux spécialistes, qui travailleront en collaboration avec les autorités locales, d'élaborer une stratégie sur le nettoyage écologique, visant à la fois les substances chimiques qui composent les produits de nettoyage et les pratiques de nettoyage.
- Examiner les normes en vigueur relativement aux produits de nettoyage utilisés au Mexique pour déterminer s'il existe des indicateurs de la santé humaine ou de la qualité de l'environnement, et si ces indicateurs sont utilisés. Explorer en outre la possibilité de collaborer avec les organismes de normalisation du Mexique en vue de l'intégration des critères reliés à la santé humaine et à la qualité de l'environnement dans les versions ultérieures des normes.

- Passer en revue les produits qui sont utilisés pour nettoyer les établissements du Semarnat, afin de définir les risques qu'ils présentent pour la santé humaine et l'environnement et de les classer en ordre de priorité. À cette fin, l'entrepreneur devrait se reporter à la liste des produits chimiques prioritaires de l'EPA, consulter les documents du programme *Design for the Environment* de l'EPA pour savoir s'ils contiennent une liste de produits chimiques spécifiques à l'industrie du nettoyage, et revoir les normes des programmes Sceau vert et Choix environnemental. L'entrepreneur fera ensuite ses recommandations en ce qui concerne les produits qu'il faudrait remplacer par des produits écologiques.
- Entreprendre l'élaboration d'une norme adaptée au Mexique, en s'appuyant sur l'examen des produits effectué par l'entrepreneur et les consultations avec les représentants du Semarnat, de l'entreprise de services de nettoyage, ainsi que les fournisseurs locaux de produits de nettoyage. En plus des caractéristiques techniques nécessaires à l'identification des produits écologiques, l'entrepreneur doit proposer une façon efficace et peu coûteuse de cibler les produits qui satisfont la norme.
- Travailler en collaboration avec les fournisseurs actuels de l'entreprise de services de nettoyage pour déterminer s'ils offrent des produits écologiques. S'ils n'en offrent pas, trouver d'autres fournisseurs et entreprendre les négociations en vue de faire affaire avec eux, à titre expérimental.
- Communiquer les résultats de l'étude lors d'une réunion sur le nettoyage écologique, que le Semarnat planifie pour le mois de septembre 2005.
- Intégrer de nouvelles normes sur les produits de nettoyage écologiques et les pratiques de nettoyage dans le contrat de nettoyage annuel, qui doit être renouvelé en janvier 2006.

Phase deux – Projet pilote (6 mois)

- Élaborer et exécuter un projet pilote d'une durée de six mois en vue de l'évaluation des produits écologiques. Le Semarnat occupe plusieurs bureaux dans un complexe de quatre immeubles gouvernementaux. Dans la mesure du possible, évaluer les produits et les pratiques de nettoyage écologiques dans deux des immeubles, tout en continuant d'utiliser les produits habituels et en maintenant les pratiques en vigueur dans les deux autres. On pourra ainsi faire des comparaisons détaillées de l'efficacité du nettoyage et des avantages possibles au chapitre de la productivité du personnel et des taux d'absentéisme.

Phase trois –Promotion du projet (6 mois)

- À l'issue du projet pilote, communiquer les résultats à d'autres organismes gouvernementaux, à des groupes industriels locaux et à des organismes locaux du secteur de l'environnement qui pourraient faire connaître les avantages de l'adoption de produits et de pratiques de nettoyage écologiques.

3.2.2 Fournitures de bureau et équipement

On peut trouver une foule de renseignements sur le cycle de vie du papier, des photocopieuses et des imprimantes sur Internet et dans d'autres sources. La majorité des renseignements disponibles se rapportent cependant à la planification et à l'acquisition. Il faut s'attacher à trouver et à communiquer de l'information qui servira aux utilisateurs et fournir des renseignements sur les autres phases du cycle de vie.

Les mesures suivantes devront être prises dans le cas des trois catégories de produits (papier, imprimantes et photocopieurs) :

- Amener les détenteurs de l'information à la communiquer aux personnes qui en ont besoin.
- Sensibiliser les utilisateurs finaux à l'importance des approvisionnements écologiques et aux solutions offertes.

Compte tenu de la capacité du marché national de fournir des produits écologiques, il est quelque peu moins important, quoique tout de même pertinent, pour le Mexique d'élaborer des critères objectifs relativement au papier, aux imprimantes et aux photocopieurs. Le Mexique ne s'est cependant pas encore doté d'un programme de certification du papier, des imprimantes et des photocopieurs écologiques. On propose donc de définir des critères concernant le papier, de les soumettre aux fournisseurs et de s'assurer que les acheteurs pourront exiger certaines caractéristiques.

On propose la démarche suivante :

- Communiquer les approches et l'information utilisées par le programme Éco-Logo et Terra Choice pour définir les critères qui s'appliqueront au marché mexicain du papier (tant les fournisseurs que les acheteurs) et les appliquer au Semarnat avant de les étendre à l'ensemble des locaux du gouvernement fédéral.
- Organiser une activité au cours de laquelle on pourra partager renseignements et expérience avec le secteur mexicain du papier, afin de promouvoir des méthodes de production de papier moins polluantes, dans le cadre de l'analyse du cycle de vie.
- Une fois les critères définis, suivre les quatre étapes proposées dans le plan de travail pour les États-Unis et le Canada.

3.2.3 Électricité

Au Mexique, la production et la vente d'électricité sont assurées par un service public national; il n'existe donc pas vraiment de marché de l'électricité, ce qui rend impossible, pour le moment, l'adoption d'une approche commerciale de promotion de l'électricité verte. Par ailleurs, il ne semble pas que les producteurs d'électricité du Mexique ont obtenu la certification de leurs installations ou de l'électricité comme étant produite à partir de sources d'énergie renouvelable et à faible incidence. Il convient également de souligner que, compte tenu des circonstances décrites précédemment, le Mexique ne produit pas d'électricité certifiée « verte ».

Cette étape du projet portera non pas sur les instruments du marché, mais sur l'élaboration de nouveaux instruments institutionnels en vue de favoriser la mise en valeur de l'énergie renouvelable au Mexique. Une partie des ressources servira à convaincre le gouvernement mexicain de créer un programme d'achat d'énergie renouvelable. On pourrait réaliser des études comportant les volets suivants :

1. Élaborer une stratégie de communication pour encourager les multiplicateurs d'information à prendre des mesures appropriées (tel que proposé à la section 3.1.3 pour le Canada et les États-Unis);
2. Promouvoir l'achat d'équipement et de systèmes efficaces et éconergétiques par les organismes gouvernementaux;
3. Revoir, en collaboration avec le ministère de l'Énergie, les possibilités de développer le marché de l'électricité verte, grâce à l'autogénération et à la cogénération aux niveaux fédéral et municipal. [Projet pilote possible : créer un prototype de système de production de biogaz à partir de sites d'enfouissement, adapté au Mexique];
4. Soutenir le développement de la capacité de certification au Mexique, en vue de l'établissement d'un système harmonisé à ceux du Canada et des États-Unis, grâce à la promotion de l'achat d'électricité verte et de certificats d'énergie renouvelable négociables.

En ce qui concerne les deux derniers éléments ci-dessus, on pourrait considérer comme électricité verte :

- l'électricité verte certifiée dans le cadre des programmes du Canada ou des États-Unis;
- l'électricité verte (produite à partir de sources d'énergie renouvelable) non certifiée;
- l'électricité verte certifiée par le nouvel organisme de certification mexicain.

Le présent plan de mise en œuvre fournit des outils et de l'information pour aider les institutions, y compris tous les ordres de gouvernement, les universités, les hôpitaux et le secteur privé à acheter davantage :

- 1) de produits de nettoyage écologiques;
- 2) de fournitures et d'équipement de bureau écologiques;
- 3) d'électricité verte.



Commission de coopération environnementale

393, rue St-Jacques Ouest, Bureau 200
Montréal (Québec) Canada H2Y 1N9
t (514) 350-4300 f (514) 350-4314
info@cec.org / www.cec.org