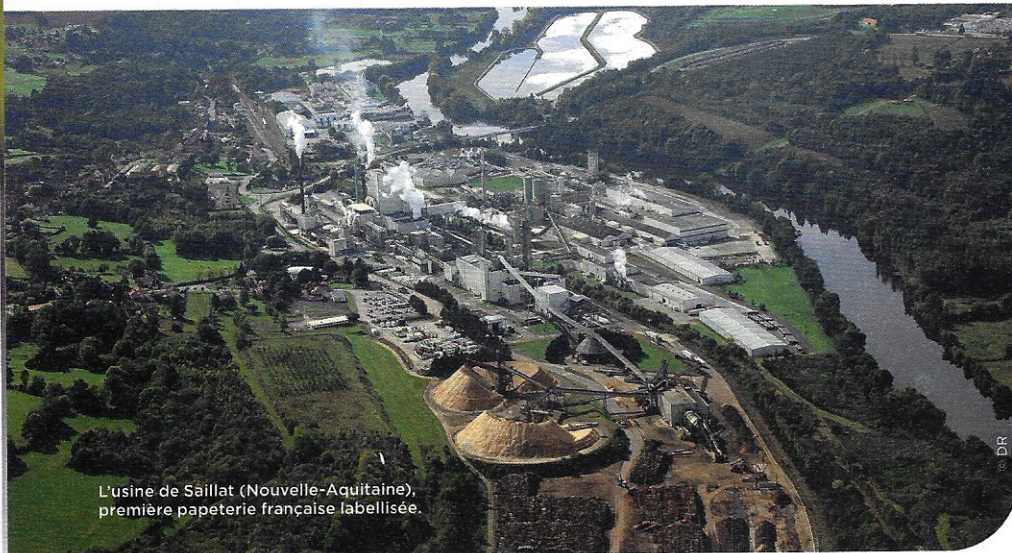


ÉCOLABEL EUROPÉEN

DES BÉNÉFICES RÉELS POUR LES ENTREPRISES



L'usine de Saillat (Nouvelle-Aquitaine), première papeterie française labellisée.



UN QUART DE SIÈCLE D'ÉCOLABEL EUROPÉEN

L'Écolabel européen est à ce jour le seul label écologique officiel utilisable dans tous les pays membres de l'Union. L'ambition de départ était de répondre, d'une part, à une demande croissante de transparence de la part des consommateurs et, d'autre part, à la volonté des pouvoirs publics d'apporter rigueur et fiabilité dans l'information apposée sur les produits mis sur le marché. « Dans notre pays, c'est l'AFNOR qui gère les certifications tandis que l'ADEME s'est vue chargée d'accompagner le développement du label et sa diffusion auprès de tous les publics », explique Aude Andrup, animatrice de secteur sur l'Écolabel européen à l'ADEME. Vingt-six ans après sa création, l'Écolabel couvre désormais 30 catégories de produits et services – B2B et B2C – pour plus de 38 000 références en Europe et 4 500 pour la France, qui comptabilise à ce jour le plus grand nombre d'entreprises titulaires. « En 2018, nous avons validé les révisions de trois référentiels concernant le papier et la diffusion d'un nouvel écolabel portant sur les services de nettoyage. Ce dernier est le second écolabel "serviciel" après les hébergements touristiques révisé en 2017 », conclut Aude Andrup.

L'Écolabel européen, utile ou pas ? Retour d'expériences chez International Paper, qui fut il y a dix ans le premier papetier certifié sur le territoire français.

« Notre usine de Saillat était la première papeterie française à recevoir l'Écolabel européen, explique Marie-Claude Ritt, environmental marketing manager au sein de la branche EMEA d'International Paper, un groupe de 52 000 collaborateurs basé à Memphis (US). Mais nous ne nous sommes pas contentés d'être les pionniers et, au fil des ans, nous nous sommes attachés à étendre le spectre de la labellisation. Aujourd'hui, tous les produits issus des sites industriels fournissant le marché européen sont éligibles au logo à la fleur, soit 200 gammes commerciales de papier blanc et couleur ». Cette situation est le fruit d'une démarche environnementale ambitieuse initiée il y a plusieurs décennies et qui s'est traduite par l'engagement d'investissements

importants. « Le principal d'entre eux (20 millions d'euros) est la conséquence directe de la révision des référentiels de l'Écolabel. En 2011, nous nous sommes ainsi rendus compte que nous ne répondions pas aux nouvelles exigences concernant les rejets dans l'eau. C'est ce qui nous a amené à mettre en place dès 2015 un dispositif de délignification à l'oxygène pour le blanchiment de notre pâte à papier, grâce auquel nous ne sommes plus obligés d'utiliser de grandes quantités de composants chlorés. » Au-delà des actions engagées, quel bilan dresser de cette labellisation ? « Je tiens d'abord à souligner que c'est une implication particulièrement importante pour une entreprise. La phase documentaire en elle-même peut se révéler particulièrement complexe quand, comme c'est le cas pour nous, 100 produits chimiques sont utilisés sur un site. Mais, finalement, le bénéfice est réel, tant sur le plan financier – l'unité de délignification nous a permis d'améliorer notre rendement bois de 3 % – que sur le plan commercial. En effet, sans cette labellisation nous ne pourrions plus avoir accès aux appels d'offres publics ! »



Plus d'infos :
 > aude.andrup@ademe.fr
 > marieclaude.ritt@ipaper.com