

Veepee, Cdiscount... 15 acteurs de l'e-commerce s'engagent à réduire leur impact environnemental

Petite victoire pour l'environnement. Plusieurs enseignes de vente en ligne et la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD) ont signé une charte les engageant à réduire leur impact sur l'environnement. Mais le géant Amazon n'y figure pas.

Temps de lecture : minute

29 juillet 2021

Livraison en camion ou en avion à l'autre bout du monde, emballage non recyclable, carton à moitié vide, renvoi des colis. La pollution engendrée par l'e-commerce ne fait plus de doute. Face à sa croissance - les achats en ligne ont augmenté de 14% en 2020 selon l'Arcep - le gouvernement a confié à Anne-Marie Idrac, présidente de France Logistique, et Gilles de Margerie, commissaire général de France Stratégie, une mission de concertation visant à la publication d'engagements volontaires par les acteurs de l'immobilier logistique, d'une part, et par les acteurs du commerce en ligne, d'autre part. Après plusieurs mois d'échanges, la ministre de la Transition écologique, Barbara Pompili et le secrétaire d'Etat chargé de la Transition numérique et des Communications électroniques, Cédric O viennent de signer une charte avec plusieurs acteurs du secteur qui s'engagent ainsi à réduire leur impact environnemental.



À lire aussi

French Tech : 20 startups de la transition écologique choyées par le gouvernement

La première vague de signataire compte 14 enseignes - Cdiscount, Ebay, Fnac-Darty, La Redoute, Lentillesmoinscheres.com, Maison du Monde, Millet Mountain Group, Otelo, Rakuten, Rosa, Sarenza, Showroomprive.com, SOS Accessoire, Veepee ainsi que la Fédération du e-commerce et de la vente à distance (FEVAD). Surprise : Amazon, pointé du doigt pour participer largement au fléau des retours de colis, est le grand absent de la liste alors que l'enseigne s'est octroyée une campagne de publicité télévisuelle ventant sa prise de conscience environnementale, éco-pâturage et tri sélectif figurant parmi les engagements mis avant.

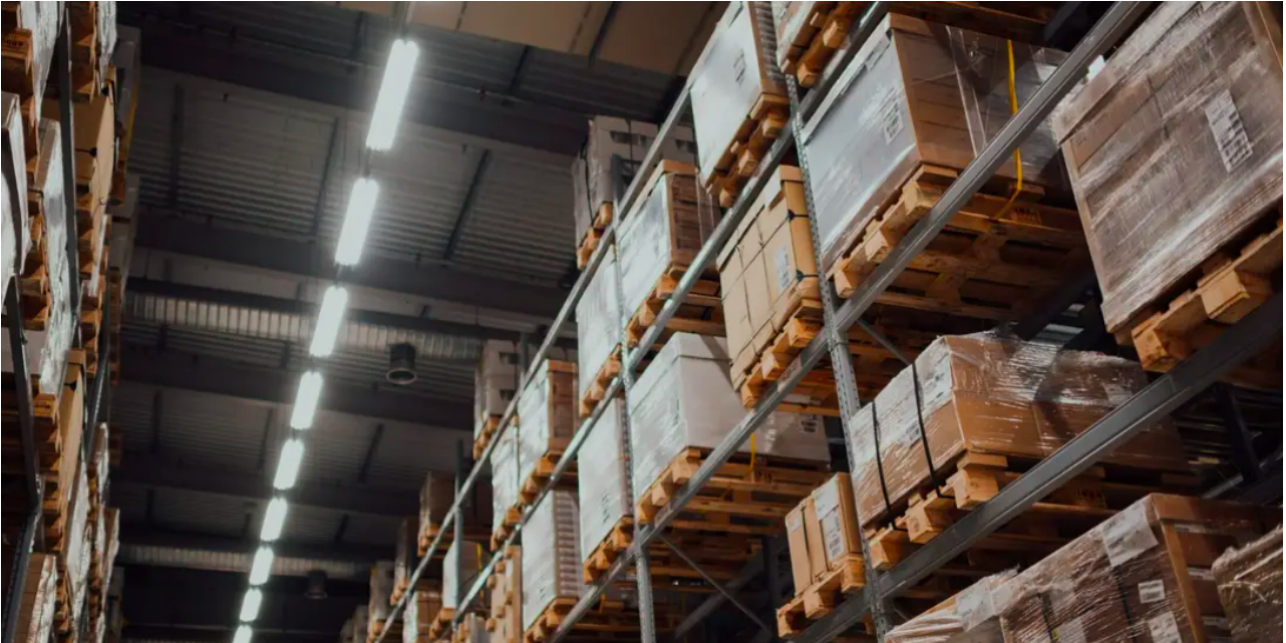
Des actions concrètes à mener

Dans son communiqué de presse, le gouvernement insiste sur les "*actions ambitieuses, précises et quantifiables*" que devront réaliser les signataires de la charte afin de "*réduire l'impact environnemental du commerce en ligne*".

Une dizaine de grandes thématiques ont été prises en compte :

- Informer le consommateur de l'impact environnemental de la livraison en lui proposant, à partir du 1er janvier 2023, plusieurs modalités de livraison des produits (par variation du point de livraison, du délai ou des véhicules) en précisant quel mode de transport a le plus faible impact.
- Favoriser les bons gestes de commande en informant le consommateur sur le coût environnemental des retours et en l'incitant à ne prendre qu'une taille et non plusieurs.
- Rappeler les consignes de tri et de réemploi aux consommateurs.
- Réduire le volume des emballages de livraison pour au moins 75% des produits ou des colis d'ici au 31 décembre 2024, en supprimant le suremballage lorsque l'emballage fournisseur le permet, en diminuant les vides par l'utilisation d'emballages fabriqués sur mesure ou adaptés à la taille du produit ou à travers l'expérimentation de solutions de réemploi des contenants et emballages.
- Utiliser uniquement des emballages de livraison en matières principales recyclées, recyclables ou réutilisables, privilégier les matériaux d'emballage au meilleur bilan environnemental, et rendre compte chaque année des matériaux utilisés pour les emballages.
- S'assurer que les activités d'entreposage réalisées dans des bâtiments neufs, en propre ou en prestation de services, aient une performance environnementale attestée par une certification de type HQE®, ou BREEAM® ou LEED®.
- Regrouper systématiquement l'expédition des produits commandés en même temps par un même consommateur dès lors que l'arrivage et l'entreposage de la marchandise rendent l'opération possible, sauf demande expresse du consommateur.
- Favoriser le développement de modes de livraison décarbonés : En rendant publique, à partir de 2023, la proportion de véhicules à faibles émissions parmi les véhicules de moins de 3,5 tonnes utilisés pour la livraison dans les flottes des transporteurs, y compris les véhicules de

cyclologique. Ou en s'engageant dans la démarche fret 21 du programme EVE de l'ADEME, ayant pour objectif d'inciter les entreprises agissant en qualité de donneurs d'ordre des transporteurs à mieux intégrer l'impact des transports dans leur stratégie de développement durable.



À lire aussi

Comment limiter le nombre de déchets électroniques à l'heure d'Amazon

Afin de prouver leur engagement, les enseignes devront également rendre compte chaque année, aux services de l'État compétents, des moyens mis en œuvre et des résultats obtenus au regard de chacun des engagements. Les résultats seront ensuite publiés.

Article écrit par Anne Taffin