



Bibliographie annotée

Publications et travaux de la Commission de coopération environnementale :

Les études de marché sur les produits et services environnementaux en Amérique du Nord

Commerce et Environnement, janvier 2006

Introduction

L'une des hypothèses à l'étude dans le domaine des études de marché est de savoir si la libéralisation des règles commerciales en vertu de l'ALÉNA favorise un accroissement de l'utilisation des produits et services à privilégier d'un point de vue écologique. Les travaux menés par la CCE montrent que cette libéralisation n'a pas provoqué à elle seule un tel accroissement. Dans le cadre de son projet intitulé « Commerce des produits et services à privilégier d'un point de vue écologique » (ou *L'écologisation du commerce en Amérique du Nord*), la CCE cherche à comprendre ce qui nuit à cette évolution. Grâce à ses travaux, elle facilite l'élimination des obstacles à l'utilisation des produits et services environnementaux, notamment : un manque de sensibilisation de la part des consommateurs à l'égard des répercussions de leurs habitudes de consommation sur l'environnement; la confusion au sujet de l'écoétiquetage; la difficulté à financer les petites entreprises dans ce domaine; les connaissances insuffisantes au sujet de la meilleure façon d'utiliser des approches axées sur les mécanismes du marché pour favoriser la protection de l'environnement, ainsi que la conservation et l'utilisation durable de la biodiversité; le manque de soutien aux efforts de coopération visant à multiplier ce type de programmes (p.ex., les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique, le café d'ombre et l'écopalme). La CCE cherche également à établir des liens entre un nombre croissant de fournisseurs et de consommateurs de produits et services écologiques en Amérique du Nord.

La CCE est l'une des rares institutions, si ce n'est pas la seule, à entreprendre des études de marché et à les rendre publiquement accessible. Ces études portent notamment sur les trois marchés de l'Amérique du Nord. Afin de répondre à un nombre croissant de demandes pour ces études, cette bibliographie présente les études de marché nord-américain commandées ou réalisées par la CCE au cours des dix dernières années, menées dans le cadre de ses travaux sur

l'écologisation du commerce. D'autres publications en lien avec ces travaux sont présentées dans la bibliographie annotée de la CCE sur les « produits et services environnementaux ».

Rapports et autres publications de la CCE

Étude sur le commerce des biens et services environnementaux dans la région de l'ALÉNA.

Environmental Business International Inc, CCE. Décembre, 2004.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=1592

Disponible également en anglais et espagnol

La CCE réalise des travaux d'orientation et de recherche sur les produits et services environnementaux (PSE) dans le cadre de onze activités. L'une d'entre elle consiste en la « détermination des changements ou tendances touchant le commerce des biens et services environnementaux dans les pays signataires de l'ALÉNA ». Étant donné qu'on n'a pas quantifié de façon définitive le commerce des PSE et que des codes uniformes pouvant permettre la production constante de statistiques sur ce commerce par les gouvernements n'ont pas été établis ou ne sont pas largement utilisés pour la classification des activités économiques, la CCE a commandé, en 2003, l'étude visée par le présent rapport afin d'obtenir une classification des activités économiques de l'industrie de l'environnement et une quantification du commerce des BSE dans la région de l'ALÉNA. Nous présentons, d'abord les faits saillants et les tables qui illustrent le commerce des PSE; ensuite, une analyse des nouvelles tendances et perspectives d'avenir du commerce environnemental. On trouve en annexe de plus amples détails sur les secteurs industriels visés ainsi que des exemples de leurs clients.

La mise en marché de la palme écologique : un projet pilote en collaboration avec des églises. Dean Current, CCE. Août, 2004.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=1774

En anglais seulement

Les résultats issus d'un sondage sur le palmier durable mené auprès d'églises chrétiennes nord-américaines, qui comptent parmi les plus importants acheteurs de palmes, ont montré qu'elles en sont très conscientes et prêtes à s'en procurer pour Pâques. Ce document présente une description générale du processus de base par lequel la mise en marché du palmier durable est possible en conjonction avec les églises participantes. Un aperçu du projet pilote de 2005 est présenté. De plus, ce document propose (1) des lignes directrices pour la récolte et la transformation durables des palmiers ayant pour objectif d'éviter une perte de plus de 50% des palmiers cueillies, et (2) une définition des critères de certification permettant de surveiller les populations de palmiers afin de s'assurer de la qualité des produits qui sont introduits sur le marché et réduire le nombre de frondes de palmiers qui sont jetés. Il aborde aussi les questions relatives à l'offre et la demande ainsi qu'au marketing de la certification du palmier xate. Les principaux objectifs de ce projet sont d'encourager la conservation des forêts naturelles, la gestion durable des palmiers *Chamaedorea*, et l'amélioration du cadre de vie local par une certification de la gestion et du processus de vente du palmier et une étiquette du commerce équitable. Son but principal est d'établir une chaîne de possession de la récolte, de la gestion et des pratiques commerciales en ce qui a trait aux palmiers *Chamaedorea* du Guatemala et du Mexique mis en vente dans les paroisses aux Etats-Unis, au Canada et en Europe.

Étude portant sur les habitudes de consommation de produits de la viande des Nord-Américains. CROP Inc. Mai, 2004.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=1701

Disponible également en anglais et espagnol

http://www.cec.org/files/PDF/ECONOMY/Survey-Meat-Product-Consumption-Habits_fr.pdf

Questionnaire (en français)

Cette étude fait partie des travaux que mène régulièrement la CCE à propos du nouveau marché nord-américain des produits et services environnementaux (PSE) et d'une étude de marché ciblée portant sur les intérêts des consommateurs pour certains PSE et sur leur volonté de payer pour ces BSE. Elle s'inscrit dans le cadre du programme de conservation de la biodiversité des prairies. Selon les résultats d'études menées dans les trois pays, il semble que les Canadiens et les Américains sachent très bien qu'on peut consommer de la viande de bison, mais que ce ne soit pas le cas des Mexicains (90 %, 64 % et 6 % des répondants, respectivement). Parmi les personnes connaissant l'existence de cette viande, 31 %, 25 % et 6 % en consomment (respectivement). Les résidents des trois pays sont nombreux à s'intéresser à la viande provenant d'animaux d'embouche, notamment le bœuf — dont ils connaissent les avantages d'un point de vue écologique : 78 % au Canada, 71 % aux États-Unis et 85 % au Mexique. Les études relatives à l'intérêt des consommateurs pour les « viandes de spécialité » sont elles aussi encourageantes. Le développement du marché de la viande de bisons d'embouche pourrait donc constituer un mécanisme utile à la protection de ces régions fragiles d'un point de vue écologique.

Le secteur des biens et services environnementaux au Mexique : Cadre d'analyse, exemples particuliers, et éléments de discussion sur leur progression par la politique de l'échange commerciale. Carlos Muñoz Villarreal, CCE et OCDE. Mars, 2003.

Disponible sur demande (en anglais et espagnol seulement)

Le Mexique doit relever de nombreux défis au chapitre de l'environnement, qui justifient largement le développement de PSE : pénuries d'eau, pollution de l'air et de l'eau, gestion des déchets, disparition de la biodiversité, et augmentation des besoins énergétiques et des émissions de gaz à effet de serre. Tout marché créé en raison du développement de ces produits devrait respecter les priorités et les objectifs établis par la politique environnementale du Mexique. Il existe déjà de nombreux règlements au Mexique, malgré certains problèmes associés à leur mise en application. Pour faire des progrès, il faut absolument mener des activités axées sur la gestion de l'environnement et l'application de la loi.

Le marché dépend de quatre facteurs principaux : les effets sur l'environnement, la réglementation environnementale, le cadre institutionnel et, dans une moindre mesure, les pressions sociales et la capacité à demeurer concurrentiel, en particulier pour le secteur des exportations.

Dans ce document, l'auteur décrit de façon générale les facteurs liés à l'offre dans le secteur des PSE, en prenant pour exemple principal le traitement des eaux usées. Du point de vue de la protection de l'environnement, la nature ouverte du marché des PSE peut présenter plusieurs avantages : amélioration de l'infrastructure destinée à compléter les capacités locales; renforcement des capacités de surveillance et de gestion de l'environnement; réduction possible des prix relatifs des PSE, imputable à une concurrence plus vive entre fournisseurs; meilleur approvisionnement en produits et services appartenant au groupe des technologies et des produits « propres »; incitatifs additionnels pour la conservation et l'utilisation durable des ressources naturelles (par exemple, activités liées à l'écotourisme).

Il est particulièrement important de noter l'existence, au Mexique, d'une synergie entre les services écologiques et les possibilités économiques que crée le commerce international des BSE. La coopération de ce type serait bénéfique sur les deux plans.

Le marché potentiel et les mécanismes de marché et de certification, pour les palmiers *Chamaedorea*. Dean Current, Eva Lassemo et Juan Carlos Cervantes. Août, 2003.
Disponible sur demande (en anglais et espagnol seulement)

Le document comprend les éléments suivants :

- résultats d'un sondage réalisé auprès des membres des principales congrégations chrétiennes, afin de déterminer s'ils sont prêts à payer plus cher pour un palmier portant la certification « commerce équitable »;
- examen des possibles mécanismes de commercialisation de palmiers portant la certification « commerce équitable »;
- description et examen des groupes religieux qui s'intéressent à l'environnement et à l'équité sociale, en vue de l'établissement de contacts avec ces groupes;
- recommandations relatives aux prochaines étapes qu'il faut exécuter en vue de mettre en œuvre un projet pilote de commercialisation des palmiers portant la certification « commerce équitable » sur le marché nord-américain; il faut commencer par la récolte, puis suivre le processus jusqu'à la distribution et à la livraison aux congrégations. Le principal marché est lié au dimanche des Rameaux, mais il existe également d'autres débouchés.

Second sondage sur l'électricité renouvelable et les grands consommateurs d'électricité au Mexique. Présentation. CCE. Février, 2003.

http://www.cec.org/files/pdf/ECONOMY/Follow-up-Survey-Renewable-Electricity-Mex_en.pdf
En anglais seulement

Cette étude demandée par la CCE, en collaboration avec la CONAE, a été réalisée par Gallup Mexico. Les enquêteurs ont interrogé les représentants de cent des plus gros consommateurs d'électricité au Mexique, par exemple dans l'industrie sidérurgique, les industries ciment ou du papier ou l'industrie minière. L'étude visait à déterminer ce que les responsables d'entreprise savaient à propos des énergies renouvelables et s'ils souhaitaient acheter ce type d'énergie, même si elle était plus coûteuse. Elle a permis d'examiner d'autres éléments, par exemple les obstacles à l'achat d'énergies renouvelables ou les avantages de la production d'électricité renouvelable et les obstacles à cette production.

Opinion du public nord-américain sur l'achat d'énergies renouvelables avec l'argent des contribuables. Environics International. Mars, 2002.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=1772
En anglais seulement

Le présent rapport analyse les résultats des réponses à un sondage omnibus que la société Environics International a réalisé par téléphone, pour le compte de la CCE, au Canada, au Mexique et aux États-Unis. Une forte majorité des répondants des trois pays sont d'accord avec le fait que les gouvernements se servent des taxes que paient les contribuables pour acheter des énergies renouvelables. Un tiers des répondants de chaque pays appuie fortement cette idée, mais cet appui tend à augmenter en fonction du niveau d'instruction des répondants. D'autre part, il diminue parmi les répondants du Canada et des États-Unis dont le revenu familial est faible. En ce qui concerne les jeunes Mexicains, ils sont beaucoup plus enclins que les jeunes Canadiens et Américains à accepter que les taxes servent à acheter des énergies renouvelables.

Document d'information sur le marché potentiel du café produit de façon durable en Amérique du Nord. Comprend le compte rendu de la réunion tenue à New York le 9 février 2001. CCE. Novembre, 2001.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=550

En anglais seulement (résumé disponible en français et espagnol)

Ce document fournit de l'information sur le rapport entre le café et la biodiversité au Mexique, la demande de produits verts et la volonté d'acheter des produits écologiques en général et du café en particulier. Il fait également un survol des travaux réalisés par la CCE sur le café avant la réunion des intervenants de l'industrie du café tenue à New York en février 2001.

Enquête sur le café produit de façon durable auprès de l'industrie nord-américaine du café de spécialité. Daniele Giovannucci, préparée pour The Summit Foundation, The Nature Conservancy, CCE, The Specialty Coffee Association of America et la Banque mondiale. Juillet, 2001.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=342

Disponible également en anglais et espagnol

Cette enquête, la plus importante de son genre, porte sur les estimations des caractéristiques et des tendances des cafés cultivés de façon durable dans l'ensemble du réseau – des importateurs aux détaillants – du marché des cafés de spécialité en Amérique du Nord. L'information sur ces cafés étant souvent peu détaillée, les recherches supplémentaires visant à les compléter ont fortement enrichi les données de l'enquête préliminaire menée au début de 2001. Les résultats de ces études ont été intégrés à ce document.

Le marché nord-américain des produits agricoles organiques. Suzanne Wisniewski (Institute for Agriculture and Trade Policy). Janvier, 2001.

Disponible sur demande (en anglais et espagnol)

L'auteur de ce rapport étudie le marché des produits biologiques en Amérique du Nord, en mettant l'accent sur le café (biologique, mais aussi le café équitable et le café d'ombre), cultivé « selon des pratiques durables ». L'intérêt pour le café biologique, le café équitable et le café d'ombre a progressé en raison de l'importance croissante qu'accorde le public nord-américain aux produits récoltés selon des pratiques durables, respectueuses de l'environnement et socialement responsables. Afin de créer un véritable marché pour ce type de café, il faut mettre en place un système de certification fiable. Pour ce faire, il faut répondre à certaines questions. Quelles sont les principales tendances dans le domaine des produits biologiques? Quelle est la demande actuelle et potentielle pour les produits agricoles biologiques aux États-Unis et au Canada? Quels sont les liens entre le marché des produits biologiques et la préoccupation des consommateurs pour l'environnement? Comment la compréhension du marché des aliments biologiques en général permet-elle de bien maîtriser le marché du café biologique en particulier? Le café biologique respecte-t-il les mêmes tendances que le reste des produits biologiques, ou son marché est-il différent? Quels sont les liens entre les marchés du café biologique, du café équitable et du café d'ombre?

La gamme de produits biologiques aujourd'hui offerts sur le marché s'est tellement élargie qu'il est désormais difficile aux membres de l'industrie de définir des tendances précises pour un produit donné; la plupart conviennent d'ailleurs qu'il faut faire des études plus poussées produit par produit. Les consommateurs sont incités à acheter des aliments biologiques en raison de divers facteurs, dont les trois plus importants semblent être le goût, les bienfaits apparents pour la santé et le souci de protéger l'environnement. En général, les consommateurs de produits

biologiques au Canada sont motivés par des raisons liées à la santé, tandis que c'est le souci de protéger l'environnement qui semble motiver les Américains. Aux États-Unis et au Canada, les nouveaux parents composent un des groupes démographiques qui est le plus enclin à passer aux aliments biologiques, car ils se soucient tout particulièrement de ce que mangent leurs enfants.

L'évaluation de l'intérêt des consommateurs pour le café d'ombre du Mexique – une analyse des marchés canadien, mexicain et américain. CCE. Octobre, 1999.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=267

Disponible également en anglais et espagnol

Ce rapport fait état des conclusions d'une analyse de marché visant à évaluer l'intérêt des consommateurs nord-américains pour le café d'ombre mexicain, ainsi que la demande dont le produit pourrait faire l'objet. Le rapport constitue un complément aux travaux que la CCE a menés dans le but d'établir des critères de production durable et sans danger pour l'environnement, et fournit l'une des évaluations les plus exhaustives de l'intérêt des consommateurs pour le café d'ombre.

Le café d'ombre du Mexique: analyse de marché/synthèse. CCE. 1999

Disponible sur demande

Ce rapport illustre les éléments clés des marchés de café d'ombre du Mexique en Amérique du Nord rassemblés à partir des études de la CCE disponibles et des informations recueillies auprès du consultant incluant les marchés européens. La filière de mise en marché du café d'ombre biologique et faisant l'objet d'un commerce équitable est tracée du producteur (Mexique) au consommateur (Etats-Unis, Canada, Espagne, Allemagne et Danemark) en 1998. L'objet essentiel de ce rapport est la question d'obtenir une prime de prix pour le café d'ombre, y compris les obstacles du marché qui y sont associés, le bon vouloir du consommateur à payer, les meilleurs marchés pour ce produit, les obstacles à franchir pour atteindre ces marchés et le positionnement du produit.

Évaluation des débouchés latino-américains pour les produits et services environnementaux nord-américains. ESSA Technologies Ltd., The GLOBE Foundation of Canada, SAIC de México S.A. de C.V., CG/LA Infrastructure. Juillet, 1996.

http://www.cec.org/pubs_docs/documents/index.cfm?varlan=français&ID=291

Disponible également en anglais et espagnol

Les auteurs de ce rapport analysent les marchés cibles d'Amérique latine, examinent la réforme de la réglementation environnementale entreprise dans les pays ciblés et les conditions du marché dans les sous-secteurs ciblés, définissent les possibilités de mettre en œuvre certains projets, et analysent les points forts des exportations nord-américaines, ainsi que l'avantage comparatif dont bénéficient les signataires de l'ALÉNA par rapport aux pays d'Amérique latine. Ils évaluent par ailleurs les stratégies d'accès aux marchés, fournissent des données sur les sources de financement et dressent la liste des projets en cours et à l'étude dans l'ensemble de la région. Ce rapport fournit des renseignements essentiels sur ce qui permet à des partenariats multinationaux et nord-américains de réussir dans ce domaine, et précise quels sont les marchés en expansion. Les auteurs expliquent également dans quels secteurs le Mexique a réussi à mettre au point des technologies propres et à adapter à son propre marché des technologies éprouvées d'origine américaine et canadienne. Ils précisent enfin comment ces technologies, ainsi que d'autres technologies, pourraient donner lieu à la création de nouveaux marchés ayant des besoins comparables.

Vous trouverez une liste complète des publications et travaux de la CCE en ligne, à l'adresse :
<http://www.cec.org/bibliographies>

Pour tout complément d'information sur les études sur le marché des biens et services écologiques et sur le commerce et l'environnement, veuillez envoyer un courriel à l'adresse : <info@cec.org>.