



## Grenelle de l'Environnement

### Convention sur le retrait de la vente des ampoules à incandescence et la promotion des lampes basse consommation

#### Entre

L'Etat, représenté par **Jean-Louis Borloo**, ministre d'Etat, ministre de l'Écologie, de l'Énergie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et **Nathalie Kosciusko-Morizet**, secrétaire d'Etat chargée de l'Écologie

#### Et

La Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD), représentée par **Jérôme Bédier**, président

La Fédération des Magasins de Bricolage (FMB), représentée par **Pascal Malfoy**, président

Récylum, éco-organisme agréé responsable des lampes usagées, représenté par **Michel Touzeau**, président

Électricité de France (EDF), représentée par Monsieur **Pierre Gadonneix**, président directeur général

L'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME), représentée par **Chantal Jouanno**, présidente

Les enseignes de la distribution et du bricolage.

# Préambule

Selon l'Agence internationale de l'énergie, l'éclairage engendre chaque année dans le monde **1 900 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>**, soit près de 4 fois les émissions annuelles de gaz à effet de serre de la France, et absorbe 19% de la production d'électricité de la planète.

Dans certains secteurs d'activité comme le secteur tertiaire, l'éclairage représente près de 35% de la facture énergétique.

En France, l'éclairage dans le secteur résidentiel représente **9% de la facture d'électricité des ménages**. L'éclairage constitue en outre en partie un **usage de pointe de l'électricité**, faisant plus fréquemment appel à des moyens thermiques de production (gaz, charbon, fuel...) tous générateurs d'émissions de gaz à effet de serre.

L'utilisation d'ampoules à incandescence doit être reconsidérée pour des raisons énergétiques, écologiques et économiques :

- avec une ampoule à incandescence, **seule 5% de l'énergie est transformée en lumière**, le reste étant transformé en chaleur ;
- les ampoules à incandescences ont une **durée de vie limitée** (environ 1 000 heures) ;
- les ampoules à incandescence ont un coût à l'achat faible, mais elles consomment **4 à 5 fois plus d'énergie** qu'une lampe dite « basse consommation » et ont une durée de vie de 6 à 10 fois plus courte (voire 15 fois pour une ampoule « professionnelle ») ; au total, **le coût d'une ampoule à incandescence est 3 à 4 fois plus élevé qu'une « lampe basse consommation »** ; l'acquisition d'une « lampe basse consommation » par un ménage lui procure **un gain net qui peut aller jusqu'à plusieurs dizaines d'euros** sur la durée de vie de l'ampoule.

## Coût des différentes solutions d'éclairage pour l'utilisateur sur une durée de 15 000 heures

	Ampoule à incandescence	Lampe fluo-compacte « grand public »	Lampe fluo-compacte « professionnelle »
Coût d'achat d'une ampoule	1 €	8 €	15 €
Durée de vie	1 000 h	8 000 h	15 000 h
Nombre d'ampoules nécessaires	15	2	1
Coût d'utilisation	108 €	21.6 €	21.6 €
Coût total	123 €	37.6 €	36.6 €
Gain		<b>85.4 €</b>	<b>86.4 €</b>

L'amélioration ces dernières années des « lampes basse consommation », tant d'un point de vue énergétique que photométrique, permet d'avoir aujourd'hui des solutions de substitution aux ampoules à incandescence pour un même service rendu (même indice de rendu des couleurs, même température de couleurs, acceptation des allumages/extinctions répétés...).

En 2007, **68% des ménages possédaient au moins une lampe basse consommation**. Les ménages possédant ce type d'ampoules en disposent en moyenne de 5 dans leur logement.

Le remplacement des ampoules à incandescence par des « lampes basse consommation » permettrait d'**économiser 8 térawatts-heures** (soit l'équivalent de deux fois la consommation annuelle d'électricité des habitants de Paris) et de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de près d'**un million de tonnes chaque année**.

Cette convention constitue un socle commun pour les professionnels signataires par lequel ils montrent leur implication et leur engagement dans la mise en œuvre des conclusions du Grenelle de l'Environnement en ce qui concerne le retrait progressif des ampoules énergivores.

Pour ce qui concerne la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution, cette convention s'inscrit dans la continuité de la convention cadre signée le 29 janvier 2008 avec le ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire.

La programmation proposée se veut à la fois conforme aux engagements du Grenelle de l'Environnement, compatible avec les projets de réglementation communautaire qu'elle anticipe néanmoins résolument, et réaliste au regard des capacités de production des lampes basse consommation et de leur évolution.

### Les professionnels signataires

**La Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution.** La FCD représente les entreprises du commerce à prédominance alimentaire. Ce secteur compte 650 000 salariés, 1 400 hypermarchés, 5 600 supermarchés, 3 700 maxidiscomptes et 15 500 magasins de proximité, soit environ 26 000 points de vente pour un volume d'affaires de 170 milliards d'euros. En volume, il représente environ 70% des ampoules électriques à usage domestique vendues en France (54% en valeur).

**La Fédération des Magasins de Bricolage.** La FMB regroupe 1 800 magasins qui commercialisent des produits de bricolage et de l'aménagement de la maison, réalisent un chiffre d'affaires de 15 milliards d'euros et emploient 71 000 collaborateurs. Les magasins de bricolage représentent 30% du marché des ampoules en volume (46% en valeur).

**Récylum.** Récylum est un des premiers éco-organismes créé pour répondre aux exigences du décret n°2005-829 du 20 juillet 2005 relatif à la composition des équipements électriques et électroniques et à l'élimination des déchets issus de ces équipements (réglementation dite DEEE). Récylum a pour objet d'organiser en France la collecte et le recyclage des lampes usagées détenues par les particuliers et les professionnels (les ampoules halogènes et à filament ne sont pas concernées).

**Electricité de France.** EDF, leader européen de l'énergie, est présent sur l'ensemble des métiers : production, transport et distribution, négoce, et vente d'énergies. Le Groupe compte 38 millions de clients dans le monde, dont 28 millions en France. EDF est le premier acteur concerné par le dispositif des certificats d'économies d'énergie, avec un objectif fixé à environ 30 TWh pour la période 2006-2009.

**ADEME :** L'Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie (ADEME) est un établissement public sous la tutelle conjointe du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et du ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche. Elle participe à la mise en œuvre des politiques publiques dans les domaines de l'environnement, de l'énergie et du développement durable. L'agence met ses capacités d'expertise et de conseil à disposition des entreprises, des collectivités locales, des pouvoirs publics et du grand public et les aide à financer des projets dans cinq domaines (la gestion des déchets, la préservation des sols, l'efficacité énergétique et les énergies renouvelables, la qualité de l'air et la lutte contre le bruit) et à progresser dans leurs démarches de développement durable. [www.ademe.fr](http://www.ademe.fr)

**Les enseignes de la distribution et du bricolage :** 12 enseignes de la distribution (Atac, Auchan, Carrefour, Casino, Cora, Franca, Intermarché, Leclerc, Lidl, Metro, Monoprix, Système U) et 11 enseignes du bricolage (BHV, Brico Dépôt, Bricoman, Bricomarché, Bricorama, Castorama, Cofaq, Weldom, Les Briconautes, Leroy Merlin, Mr Bricolage) se mobilisent pour mettre en œuvre l'engagement du Grenelle de l'Environnement.

### Les différents types d'ampoules

Les ampoules sont classées selon leur performance énergétique, de la classe A qui regroupe les ampoules les plus économes à la classe G qui regroupe les ampoules les plus énergivores. L'affichage de la classe énergétique sur l'emballage est obligatoire.

Classe Énergétique	Efficacité	Type de lampe
A	> 50 lm/W	Tube fluorescent et LFC
B	51 < lm/W < 21	LFC et halogène performant
C	20 < lm/W < 16	Halogène
D	15 < lm/W < 13	Halogène peu performant
E	13 < lm/W < 11	Incandescence
F	11 < lm/W < 9	
G	< 9 lm/W	

Lumen (lm) : unité physique mesurant le flux lumineux

Watt (W) : unité physique mesurant la puissance (énergie consommée par seconde)

Les ampoules, à l'exception des ampoules à incandescence et halogène, contiennent des substances dangereuses et doivent donc être recyclées. Ces ampoules sont soumises à une éco-contribution, qui finance un circuit de collecte et de recyclage dédié.

180 millions d'ampoules sont vendues chaque année en France. Selon les estimations des producteurs, le marché a été réparti en 2007 de la manière suivante : 152 millions d'ampoules à incandescence ; 23 millions de lampes fluocompactes « basse consommation » (75 % de classe A et 25 % de classe B) ; 4 millions d'ampoules à halogène ; 1 million de lampes « LED ».

## **Article 1 – Augmenter la part de marché des lampes basse consommation.**

A fin décembre 2007, les lampes fluorescentes compactes à ballast intégré représentaient 10,7% (en volume) du marché des ampoules dites domestiques grand public en France (ces ampoules étant également utilisées pour certaines applications professionnelles).

**Les distributeurs signataires s'engagent à mettre en œuvre tous les moyens pour que les lampes fluorescentes compactes à ballast intégré de classes énergétiques A et B atteignent une part de marché de 15 % à fin 2008, de 25 % à fin 2009 et de 35 % à fin 2010.**

En particulier, les distributeurs signataires s'engagent à **aménager les linéaires de vente** de sorte à accroître l'espace consacré aux lampes basse consommation, et réduire en conséquence l'espace dévolu aux ampoules à incandescence, en concertation avec les fournisseurs, de sorte que **les lampes basse consommation occupent environ la moitié du rayon ampoules d'ici fin 2008 et les trois-quarts d'ici fin 2009**, si l'évolution de l'offre disponible le permet.

**Fin 2010, les consommations d'énergie des ampoules vendues devraient ainsi pouvoir être réduites de moitié par rapport à 2007** (à temps d'allumage et quantité de lumière identiques).

Les distributeurs signataires adresseront chaque début de semestre aux pouvoirs publics une synthèse des statistiques de panélistes, permettant de constater l'évolution réelle des parts de marché.

Dans le cadre de sa stratégie en matière d'économies d'énergie, **EDF** conduira dans les conditions fixées par les articles 3 et 6 de la présente convention, **des actions de sensibilisation de ses clients à l'intérêt économique et écologique des lampes fluorescentes compactes et s'associera aux actions des distributeurs signataires pour promouvoir l'achat de lampes fluorescentes compactes** par des particuliers soucieux de réduire leur consommation d'énergie.

## **Article 2– Retirer de la vente, de manière progressive, les produits les plus énergivores.**

Les signataires soutiennent l'adoption rapide d'une mesure d'exécution de la directive 2005/32/CE, dite « directive EuP »<sup>1</sup>, visant à organiser, pour l'éclairage domestique, le retrait progressif des ampoules les plus consommatrices d'énergie suivant un calendrier précis et obligatoire. Le Gouvernement en fait une de ses priorités de la présidence française de l'Union européenne.

Les distributeurs signataires s'engagent à se conformer aux obligations qui résulteront de ce calendrier et feront leurs meilleurs efforts pour en anticiper les échéances chaque fois que possible, c'est-à-dire dès lors que des solutions de substitution existent et seront disponibles.

**Les distributeurs signataires s'engagent en conséquence à ne plus mettre sur le marché les ampoules énergivores selon le calendrier suivant :**

- **au 30 juin 2009 :** des ampoules domestiques de classe D, E, F ou G d'une puissance supérieure ou égale à 100 watts.
- **au 31 décembre 2009 :** des ampoules domestiques de classe E, F ou G d'une puissance supérieure ou égale à 75 watt.

---

<sup>1</sup> Directive 2005/32/CE du Parlement européen et du Conseil du 6 juillet 2005 établissant un cadre pour la fixation d'exigences en matière d'écoconception applicables aux produits consommateurs d'énergie et modifiant la directive 92/42/CEE du Conseil et les directives 96/57/CE et 2000/55/CE du Parlement européen et du Conseil.

- **au 30 juin 2010** : des ampoules domestiques de classe E, F ou G d'une puissance supérieure ou égale à 60 watts
- **au 31 août 2011** : des ampoules domestiques de classe E, F ou G d'une puissance supérieure ou égale à 40 watts.
- **au 31 décembre 2012** : des ampoules domestiques de classe E, F ou G d'une puissance supérieure ou égale à 25 watts.

La Fédération des Magasins de Bricolage s'engage en outre à ne plus vendre d'ampoules domestiques de classe E, F ou G d'une puissance supérieure ou égale à 40 watts à compter du 31 décembre 2010 et d'une puissance supérieure ou égale à 25 watts à compter du 31 décembre 2011.

### **Article 3 – Conduire des actions promotionnelles afin de réduire le prix d'achat.**

Les distributeurs signataires conduiront périodiquement des **actions promotionnelles** pour développer les ventes de lampes basse consommation. Les premières actions débuteront dès l'automne 2008.

Le ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire soutiendra **les actions les plus ambitieuses** à l'aide du dispositif des **certificats d'économies d'énergie**. Ce dispositif fixe aux fournisseurs d'énergie l'objectif de réaliser **54 térawatts-heures d'économies d'énergie pour la période 2006-2009**. Le projet de loi de transition environnementale, dit « Grenelle 2 », prévoit un **renforcement substantiel de ce dispositif**.

En particulier, EDF, premier acteur énergétique concerné par le dispositif des certificats d'économies d'énergie, s'associera à l'effort de promotion conduit par les distributeurs, notamment en participant financièrement, lors d'actions promotionnelles, à la **réduction du prix de vente** public des lampes fluorescentes compactes. L'engagement financier d'EDF sera corrélé à la qualité des produits promus (lampes fluorescentes compactes de classe A et conformes à l'EcoProfile européen) et à la remontée des états de sorties caisses par région des distributeurs sur l'ensemble des références concernées par l'action promotionnelle. Ces données serviront de base pour l'octroi à EDF des certificats d'économies d'énergie résultant des actions promotionnelles. **Une opération promotionnelle de très grande ampleur, portant sur 10 millions de lampes basse consommation, sera organisée dans le courant de l'année 2009.**

### **Article 4 – Améliorer la qualité des lampes fluorescentes compactes.**

Afin de garantir la durée de vie des produits, leur performance énergétique et la qualité de l'éclairage, les distributeurs signataires s'engagent à ce que **l'ensemble des produits mis en vente, notamment les lampes fluorescentes compactes, soit conforme aux exigences de l'EcoProfile européen** (version janvier 2008).

Les distributeurs signataires s'engagent à tenir à disposition des pouvoirs publics les résultats des tests attestant de cette conformité.

Parallèlement, les pouvoirs publics renforceront les contrôles de conformité des produits au marquage CE.

## Article 5– Augmenter la collecte et le recyclage des produits en fin de vie.

Les lampes fluorescentes compactes (LFC) contenant de faibles quantités de mercure et leur taux élevé de recyclabilité permettant de préserver les ressources naturelles, il est indispensable de promouvoir leur collecte sélective pour ensuite assurer leur traitement dans des conditions respectueuses de l'environnement conformément aux exigences du décret DEEE du 20 juillet 2005.

Compte tenu de la durée de vie des LFC et de la jeunesse du marché, le gisement des LFC usagées est encore faible. Cependant, la forte croissance actuelle des ventes de LFC, qui devrait être amplifiée du fait des engagements pris par les signataires de la présente convention, créera à l'horizon 2012 un gisement important de LFC usagées qu'il s'agira de collecter sélectivement pour en assurer le traitement.

Sur la base des quantités mises actuellement sur le marché, ce sont environ **2 400 tonnes de LFC de substitution qui arriveront en fin de vie chaque année à partir de 2012.**

Afin d'atteindre au plus vite un taux de collecte significatif, les signataires décident ce qui suit :

- Les distributeurs et Récyclum s'engagent à collaborer pour **mettre en œuvre sur les points de vente les outils de communication** nécessaires à l'information des consommateurs quant à l'intérêt que présente pour l'environnement le recyclage des LFC et sur l'existence du dispositif de collecte mis à leur disposition.
- A chaque fois que possible, les distributeurs mettront à disposition de leurs clients sur les points de vente, **un dispositif de collecte visible et incitatif** permettant à leurs clients de déposer eux-mêmes leurs LFC usagées indépendamment de tout achat de LFC neuve.
- Récyclum s'engage à mettre gratuitement à disposition des distributeurs **au moins 3 000 meubles de collecte** des LFC usagées destinés à être placés sur les surfaces de vente.
- Récyclum s'engage à déployer sur le second semestre 2008 une forte **campagne de communication nationale** destinée à promouvoir le geste de tri sélectif des LFC. Les messages spécifiques à cette campagne seront délivrés dans le respect de la cohérence de l'ensemble des messages délivrés aux consommateurs par les pouvoirs publics.
- Récyclum s'engage à **collecter les lampes dans tous les magasins** dont les enseignes sont signataires de la présente convention sur la base d'au moins une collecte annuelle.

## Article 6– Améliorer l'information et la sensibilisation des consommateurs.

L'activité de sensibilisation et d'information du grand public constitue une action essentielle et prioritaire en vue de modifier ses comportements d'achat, d'utilisation des produits puis de tri en fin de vie.

Les pouvoirs publics s'engagent, au travers des actions de communication de l'ADEME, à mener, en partenariat avec les signataires de la présente convention, une campagne de sensibilisation des consommateurs visant à :

- orienter leur choix d'achat vers les lampes basse consommation ;

- encourager le retour des lampes fluorescentes compactes usagées en vue d'augmenter leur collecte et leur valorisation.

**Ces actions de communication s'inscriront dans la campagne de mobilisation sur le thème de l'énergie (« Economies d'énergie : Faisons vite, ça chauffe ! »)**, conduite par l'ADEME à la demande du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire.

Reconduite pour une durée de 3 ans, cette nouvelle campagne a pour objectif de communiquer sur les mesures concrètes issues du Grenelle de l'Environnement.

Le plan d'action comprend plusieurs volets complémentaires associant différents « grands médias » (radio, TV, presse, Internet) :

- une campagne publicitaire « grand public » proprement dite d'explication ;
- une action de mobilisation des partenaires (entreprises, collectivités, associations) ;
- une action spécifique pour les professionnels du bâtiment ;
- une promotion du réseau d'information des Espaces Info Energie et l'enrichissement des « outils réponses » (Internet, guides d'information, plate-forme téléphonique de réponses- N°AZUR...).

**Une communication spécifique** aux lampes basse consommation, **est programmée à partir de l'automne 2008** elle mettra en avant le double bénéfice (environnemental et économique) du recours aux lampes fluorescentes compactes de qualité et incitera au retour des produits usagés.

Elle consistera en une opération partenariale de grande ampleur entre les signataires de la présente convention. Elle se traduira notamment par la définition commune d'un contenu à décliner à travers des opérations en magasin comprenant :

- la mise à disposition d'un **guide commun d'information** publié par l'ADEME sous l'égide du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, et pouvant être co-signé en 4ème de couverture par chaque organisme/enseigne afin d'expliquer sa démarche ; la version générique étant mise à disposition sur le site Internet de la campagne (<http://www.faisonsvite.fr>) et dans l'espace « Particuliers » du site Internet de l'ADEME et des partenaires ;
- une **signalétique spécifique en magasin** avec une ligne directrice et une charte graphique permettant de s'inscrire dans le cadre de la Campagne Energie ;
- l'information en ligne sur les sites des signataires ;
- le relais de ces informations, et notamment du guide d'information, via les « outils réponse » développés dans le cadre de la campagne énergie (N° AZUR mis à disposition des particuliers sur l'ensemble des thèmes de la campagne, dont celui-ci, site Internet, Espaces Info Energie...) ;
- une mise en visibilité de cette opération dans la presse sera également organisée à travers l'organisation d'une conférence de presse commune avec les signataires et des communiqués dans la presse écrite.

EDF participera de manière singulière à cette **communication spécifique** au travers de sa marque **Bleu Ciel d'EDF** : à l'occasion du changement d'heure, le week-end du 26 octobre 2008, une importante campagne publicitaire associera radio et presse écrite nationale et régionale, quotidienne et hebdomadaire. Les journaux de proximité – PQR et PHR – seront privilégiés. Les visuels et messages seront signés Bleu Ciel d'EDF, des partenaires associés et des pouvoirs publics.

A partir de début 2009, des actions publicitaires via les mêmes medias inviteront les particuliers à venir s'équiper en lampes fluorescentes compactes dans leurs points de vente habituels – distribution alimentaire et de bricolage - avec les partenaires de la présente convention. Cette opération aura pour objectif de **distribuer plusieurs millions de lampes fluorescentes compactes** au travers du dispositif promotionnel spécifique élaboré en partenariat avec les signataires de la présente convention.

Ces campagnes publicitaires (radio, presse écrite...), articulées autour de messages spécifiques qui permettront au consommateur de l'identifier, et les actions promotionnelles sur le lieu de vente assurées par les distributeurs en lien avec les fabricants, permettront d'assurer un lien continu avec la clientèle. Des **brochures de sensibilisation et d'information** seront distribuées à cette occasion.

#### **Article 7– Suivre la mise en œuvre de la convention.**

Les signataires adresseront annuellement au ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire pour les actions qui les concernent, un bilan de l'application de la présente convention.

Les bilans d'applications de la présente convention seront pour le ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du Développement durable et de l'Aménagement du territoire, des éléments clés pour décider, au terme des échéances fixées par la convention, d'éventuelles adaptations des dispositions législatives et réglementaires.

Fait à Paris, le 23 octobre 2008

**Jean-Louis BORLOO**

Ministre d'Etat, ministre de l'Ecologie,  
de l'Energie, du Développement durable et  
de l'Aménagement du territoire

**Nathalie KOSCIUSKO-MORIZET**

Secrétaire d'Etat chargée de l'Ecologie

**Jérôme BEDIER**

Président de la Fédération des  
Entreprises du Commerce et de la  
Distribution

**Pascal MALFOY**

Président de la Fédération des  
Magasins de Bricolage

**Michel TOUZEAU**

Président de Récylum

**Pierre GADONNEIX**

Président Directeur Général d'EDF

**Chantal JOUANNO**

Présidente de l'ADEME



**Christophe MULLIEZ**  
ATAC

**Marie-Hélène BOIDIN-  
DUBRULE**  
AUCHAN

**Jacques GLIKSMANN**  
BHV

**Philippe BLANC**  
BRICO DEPOT

**David DRUBAY**  
BRICOMAN

**Gilles DERENNE**  
BRICOMARCHE

**Jean-Noël CORNILLAUD**  
BRICORAMA

**Sandrine MERCIER**  
CARREFOUR

**Claude RISAC**  
CASINO

**Geoffrey LAVIELLE**  
CASTORAMA

**Pierre Guy ANGELINI**  
COFAQ

**Pierre TRITZ**  
CORA

**Jacky TOUTAIN**  
FRANCAP

**Jean-Marc L'HUILLIER**  
INTERMARCHE

LECLERC

**Philippe ZIMMERMANN**  
LEROY MERLIN

**Dominique FAUCHEUX**  
LES BRICONAUTES

**Stéphane HURALT**  
LIDL

**Marie GARNIER**  
METRO

**Bernardo SANCHEZ INCERA**  
MONOPRIX

**Charles-Edouard  
DEMEULENAERE**  
Mr BRICOLAGE

**Serge PAPIN**  
SYSTEME U

**Marc BLANCHARD**  
WELDOM