

Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/Consommation-160-entreprises-testent-Affichage-Environnemental-Experimentation-Nationale,3549.html>

Consommation : 160 entreprises testent l'affichage environnemental

- Finance - Contribution Economique -



Date de mise en ligne : mercredi 6 juillet 2011

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous droits réservés

Depuis le 1er juillet 2011, les consommateurs, en faisant leurs courses, vont faire connaissance avec l'affichage environnemental. Progressivement, d'aujourd'hui à décembre, des centaines de produits, commercialisés en rayon ou sur internet, seront accompagnés d'une étiquette détaillant leur impact écologique sur le climat, l'eau, l'air ou la biodiversité. Vous pourrez découvrir ci-dessous plusieurs exemples d'affichage environnemental adoptés par les fabricants et distributeurs...

Si l'objectif de ce nouvel affichage est bien d'informer le consommateur de l'impact écologique de ses achats pour le guider vers les produits les plus respectueux de l'environnement, il devra être plus clair : seulement un quart des français arrive aujourd'hui à décrypter les étiquettes déjà mises en place par les industriels. Et vu les propositions expérimentées dès cet été, pas sûr que les consommateurs s'y retrouvent d'avantage.

Ceci dit, le ministère de l'Ecologie rappelle que cet affichage est malgré tout **une première mondiale** et salue les 160 entreprises issues de tous les secteurs (alimentation, textile/habillement, équipement de la maison, hygiène/beauté, etc.) portées volontaires pour cette expérimentation d'une durée d'un an.

- **Plusieurs critères sur une même étiquette** : Contrairement aux précédentes initiatives nationales ou européennes jusque-là monocritères (étiquette CO2, énergie, ou composés organiques volatiles), la singularité de cette expérience française repose sur plusieurs critères affichés sur une seule et même étiquette. Celle-ci regroupera des informations sur l'empreinte écologique du produit sur le climat ainsi que sur l'eau, l'air ou encore la biodiversité.
- **Tous les supports sont concernés** : Et cet affichage prend forme sur différents supports : les informations seront diffusées soit sur internet fixe et mobile, soit en magasin via l'affichage ou directement sur le produit, ou encore sur le ticket de caisse. La manière de symboliser ces données peut également varier d'une entreprise à l'autre : valeurs brutes, note, classement par lettre, graduation par échelle, code couleurs, etc.

A l'issue de cette expérimentation, la loi prévoit que le Gouvernement remettra un rapport d'évaluation au Parlement. Sur cette base, la généralisation de l'affichage des caractéristiques environnementales des produits pourrait être décidée. L'expérimentation doit donc permettre de tester et d'optimiser différents indicateurs et supports de communication auprès des consommateurs et d'étudier les conditions possibles de généralisation auprès des entreprises.

Pour cela, le ministère du Développement durable centralisera durant une année les retours d'expérience, et procédera à une évaluation collégiale portant notamment sur :

- La transparence des données et des modes opératoires utilisés par les entreprises pour calculer leurs indicateurs ;
- Les coûts et bénéfices de l'opération pour les entreprises ;
- L'appropriation et la compréhension de la démarche par les consommateurs mais aussi par l'ensemble des acteurs de l'entreprise en contact avec les clients (vente, marketing...)....

Tout au long de l'expérimentation, le site Internet du Ministère sera le support d'actions spécifiques à destination des consommateurs : explication des principes de l'expérimentation nationale, consultation sur les différents supports et formats d'affichage. Ces initiatives compléteront les collaborations initiées sur ces sujets avec des associations de défense des consommateurs et de protection de l'environnement.

Dans un premier temps, cette expérimentation a valeur :

- de pédagogie vis-à-vis des consommateurs. Elle doit leur permettre de prendre conscience que tout produit, qu'il soit manufacturé ou agricole, exerce une pression sur l'environnement ;
- de test pour les entreprises afin de valider auprès de leurs clients la clarté de leur affichage et la pertinence des critères environnementaux retenus.

"A terme, l'information environnementale doit devenir une incitation. J'attends de l'affichage qu'il donne l'envie et les moyens aux consommateurs d'orienter leurs achats vers les produits les plus vertueux, qu'il contribue à renforcer la compétitivité du 'fabriqué en France', via une production de proximité et de qualité, et qu'il aide les entreprises à s'engager dans la croissance verte. J'appelle les Français à participer dès la rentrée à ce testing grandeur nature, pour nous aider à élaborer l'affichage le plus percutant", a indiqué Nathalie Kosciusko-Morizet consciente de l'ampleur de la tâche.

Plusieurs centaines de références de produits, sont concernées par l'expérimentation, dans des catégories aussi variées que l'alimentation, l'hygiène/beauté, l'entretien, les textiles/habillement, l'électroménager, le high tech, le bricolage, l'édition/papèterie, l'équipement de la maison ou encore l'hôtellerie ...

Quelques exemples des affichages déployés dès cet été

L'indice Environnemental projet développé par Casino, Bio Intelligence Service et partenaires (Alter Eco, Fruité SAS, Glon Sanders Holding, MerAlliance, Monoprix, Saint Amand, Saint Michel).

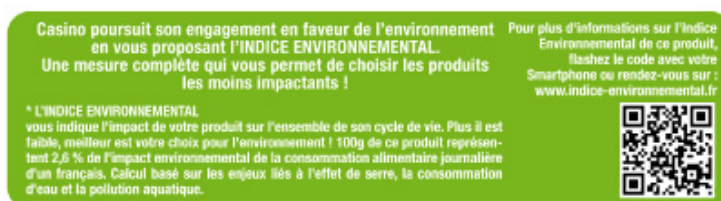
Consommation : 160 entreprises testent l'affichage environnemental

L'Indice Environnemental représente l'impact de 100g de produit par rapport à l'impact environnemental de la consommation alimentaire totale journalière des Français (calcul basé sur 3 critères d'impact : gaz à effet de serre, consommation d'eau et pollution aquatique). Pictogramme présent sur plus de 100 produits, progressivement en magasin à partir de septembre 2011.

L'Indice Environnemental est positionné en face avant des produits, proposant ainsi une information simple et immédiate aux consommateurs.

Apposé au dos des emballages, cet encart :

- ▶ donne la définition du pictogramme,
- ▶ propose un renvoi au site Internet (mise en ligne fin juillet de www.indice-environnemental.fr),
- ▶ donne accès à la fiche produit détaillé via un code 2D.



Levi Strauss & Co

A partir du 18 juillet 2011, via une affiche murale positionnée à l'entrée du magasin Levi's, Passage du Havre à Paris, le consommateur est invité à découvrir l'expérimentation nationale de l'affichage des caractéristiques environnementales à laquelle participe Levi Strauss & Co.









Grâce à des étiquettes "passeport" glissées dans la poche des jeans, et des brochures explicatives à disposition, le consommateur prend connaissance des impacts environnementaux générés par 4 jeans différents en magasin.



1er juillet 2011: Mise en ligne sur le site Levi.com des indicateurs de 8 produits Levi's®
 18 juillet 2011: E-mail informatif envoyé aux clients du programme de fidélité

Le drap polyester/coton de TGL Tissus Gisèle

Impact de la vie d'un drap polyester/coton 180X320cm : pour chacun des quatre indicateurs d'impact, les valeurs de la production + vin de vie et de l'utilisation du produit sont présentés. Mise en place sur www.tgl.fr/greenlabel.php

	 Emission de gaz à effet de serre	 Consommation en eau	 Eutrophisation	 Epuisement des ressources naturelles
Production & fin de vie 	66 g eq CO ₂	5,22 litres	1,17 g eq P	3,34 g eq Sb
Utilisation 	109 g eq CO ₂	11,6 litres	4,77 g eq P	7,65 g eq Sb

Opération greencode info de GREENEXT

Service de diffusion d'informations environnementales. Exemple d'un produit Mousquetaires :



Information mobile



Information web

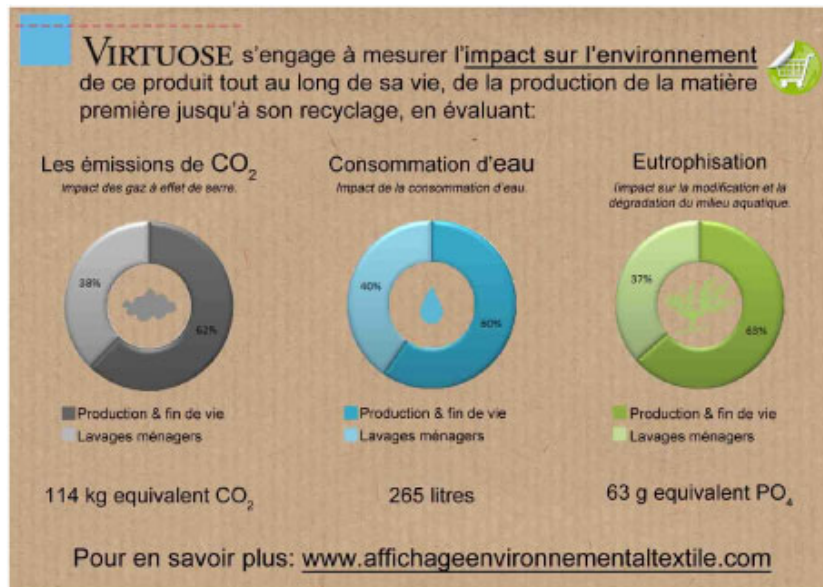
Vente en ligne

Etiquette affichée sur les pages internet des produits vendus en ligne sur les sites des 3 suisses.fr et discounteo.com courant juillet :



Virtuose Textile - Chemises

Visuel de l'étiquette environnementale qui sera apposée sur le packaging des produits (Prototype : les valeurs présentées dans cet exemple ne sont pas les valeurs réelles du produits). Mise en place le 1er juillet 2011 :



Orange



Lesieur sur application proxyproduit



Quelles méthodes de calcul pour l'affichage environnemental ?

Le principe de base est d'évaluer les impacts environnementaux d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie, depuis l'extraction des matières qui le composent jusqu'à sa fin de vie en passant par les étapes de fabrication, de distribution et d'utilisation. Ceci implique notamment de bien connaître les compositions et les procédés tout au long de la chaîne de production et conduit donc les entreprises à interroger leurs fournisseurs qui, eux-mêmes, interrogeront leurs propres fournisseurs... L'outil internationalement normalisé pour effectuer ce type d'évaluation est l'analyse de cycle de vie (ACV) : celle-ci peut être plus ou moins approfondie et spécifique en fonction de l'objectif de l'étude.

Méthodologie

Les lignes directrices de l'évaluation environnementale multicritères sont communes à toutes les entreprises (Référentiel de bonnes pratiques AFNOR BP X30-323). Le choix précis des critères pour chaque produit a ensuite fait l'objet de discussions entre les entreprises et le ministère pour :

- prendre en compte les référentiels et projets de référentiels élaborés au niveau de la plate-forme AFNOR ADEME ;
- évaluer les indicateurs disponibles. Par exemple, si tout le monde s'accorde sur l'importance de mieux prendre en compte la préservation de la biodiversité, rares sont les secteurs qui disposent des indicateurs et des données nécessaires pour quantifier dès à présent cet impact.

Différents types d'approche

Concernant le degré de différenciation entre produits, celui-ci dépend à la fois de l'état actuel des connaissances et des souhaits des secteurs volontaires. Ainsi, le secteur des lessives a souhaité donner une valeur moyenne commune par catégorie de produit (poudre, liquide, concentré) qui permet au consommateur de comparer ces grandes classes de produits, tandis que d'autres démarches font une différenciation plus fine qui peut aller jusqu'à la comparaison entre des produits d'une même catégorie de produits (produits alimentaires et boissons, cosmétiques ou textiles par exemple).

Pour en savoir plus sur l'affichage environnemental

- Consultez le site officiel de l'expérimentation nationale sur l'affichage environnemental [en cliquant ici](#).