



## Eco-consommation



ADEME Alsace - Jean-Pierre Behaxeteguy  
Chargé de mission Transport et Consommation responsable  
[jean-pierre.behaxeteguy@ademe.fr](mailto:jean-pierre.behaxeteguy@ademe.fr)

## Eco-consommation

- ➔ Enjeux, tendances et chiffres clés de la consommation
- ➔ Impacts environnementaux des produits et éco-conception
- ➔ Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?
- ➔ Comment agir ?
- ➔ En finir avec les préjugés
- ➔ Quels outils à notre disposition ?

**Définition**

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

*Selon vous...*

Que signifie ....

*Consommation durable*

*Ecoresponsabilité*

*Eco-consommation*

*Consommation responsable*



Poser la question aux personnes sur ce que signifie chaque terme :

**Définition**

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

La norme définit différentes notions d'Achats Durables, en fonction de l'aspect du développement durable qu'ils intègrent. Un groupe de travail « Achats responsables » de l'AFNOR vise actuellement à réviser cette norme en adéquation avec la norme ISO 26 000.

• Dits « éco-Achats »  
• Achats plus respectueux de l'environnement

• Achats auprès de structures employant des **personnes en difficulté**

**Achats verts**

**Achats éthiques**

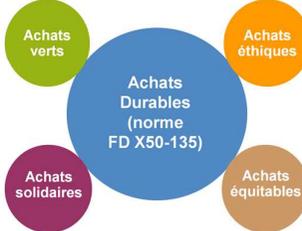
**Achats Durables (norme FD X50-135)**

**Achats solidaires**

**Achats équitables**

• Prennent en considération des préoccupations d'ordre **social ou moral**

• Prennent en compte l'aspect économique dans les relations Nord-Sud, par exemple sous l'angle de la **rémunération plus juste des producteurs de base.**



Des **achats durables** ou **éco-responsables** sont des achats de produits ou services plus respectueux de l'environnement et fabriqués dans des conditions socialement respectueuses, par exemple dans le cadre du [commerce équitable](#). On parle d'[achats verts](#) lorsque l'on ne prend en compte que la dimension environnementale. Le concept d'*achats durables* est donc plus large.

On retrouve les termes « durable », « responsable », « Eco »

Durable : fait référence au développement durable qui prend en compte les aspects globaux liés à l'aspect social (solidaire + éthique), environnemental et économique (équitable)

Responsable : autre terme identique à durable

Eco : fait référence spécifiquement à l'impact écologique/environnemental



Tchad / par semaine

L'objet de ces photos est seulement de faire comprendre que **la notion de consommation n'est pas une donnée : c'est un construit économique, mais également social et culturel.**

De nombreux paramètres (développement économique du pays, revenus, culture, connexions sociales, marketing et publicité, habitudes familiales et individuelles...) influencent nos actes d'achat et de consommation au quotidien.

**Cette diversité dans nos profils et modes de consommation témoigne également de l'opportunité que nous avons, en tant que consommateur, de faire des choix.**

Comprendre ou pour le moins être conscient que les produits que nous consommons et la façon dont nous consommons a un impact environnemental est un élément indispensable pour faire des choix éco-responsables.

Cette présentation synthétise les éléments clés pour comprendre les enjeux liés à la consommation, les démarches de consommation responsable et les outils et principaux messages que l'ADEME souhaite véhiculer.



Equateur / par semaine

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.



**Egypte / par semaine**

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.



**Chine / par semaine**

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.



Japon / par semaine

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.



USA (Caroline du Nord ) / par semaine

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.



**Allemagne / par semaine**

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.



**France / par semaine**

Réfléchir aux modes de consommation à travers le temps, les cultures et les pays.

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Réfléchir aux modes de consommation à travers les pays

**Photos de Peter Menzel extraites du livre Hungry Planet**

- la notion de consommation n'est pas une donnée : c'est un construit économique, mais également social et culturel
- **De nombreux paramètres** (développement économique du pays, revenus, culture, connexions sociales, marketing et publicité, habitudes familiales et individuelles...) **influencent nos actes d'achat et de consommation au quotidien.**
- Cette diversité dans nos profils et modes de consommation témoigne de **l'opportunité** que nous avons, en tant que consommateur, **de faire des choix.**

Comprendre ou pour le moins être conscient que les produits que nous consommons et la façon dont nous consommons a des impacts (environnementaux, sociaux, économiques) est un élément indispensable pour faire des choix plus responsables.

Enjeux, tendances et chiffres clés de la consommation

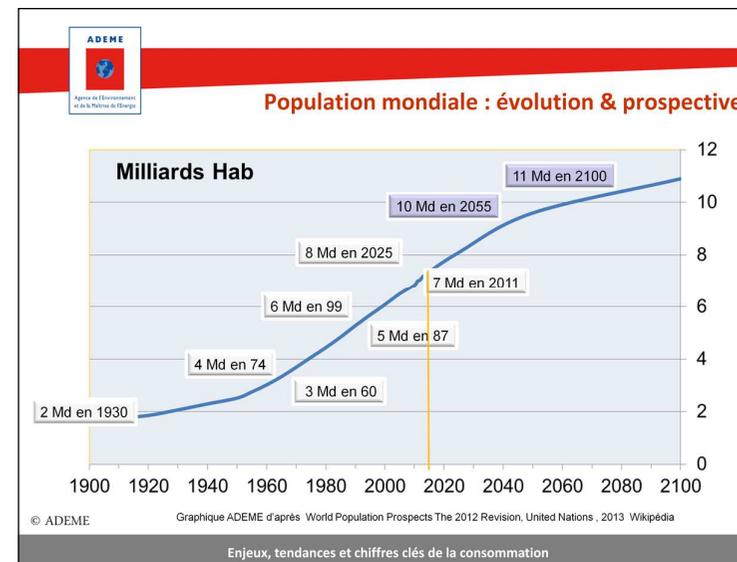
L'objet de ces photos est seulement de faire comprendre que **la notion de consommation n'est pas une donnée : c'est un construit économique, mais également social et culturel.**

De nombreux paramètres (développement économique du pays, revenus, culture, connexions sociales, marketing et publicité, habitudes familiales et individuelles...) influencent nos actes d'achat et de consommation au quotidien.

**Cette diversité dans nos profils et modes de consommation témoigne également de l'opportunité que nous avons, en tant que consommateur, de faire des choix.**

Comprendre ou pour le moins être conscient que les produits que nous consommons et la façon dont nous consommons a un impact environnemental est un élément indispensable pour faire des choix éco-responsables.

Cette présentation synthétise les éléments clés pour comprendre les enjeux liés à la consommation, les démarches de consommation responsable et les outils et principaux messages que l'ADEME souhaite véhiculer.



L'évolution de la population mondiale est le premier élément déterminant.

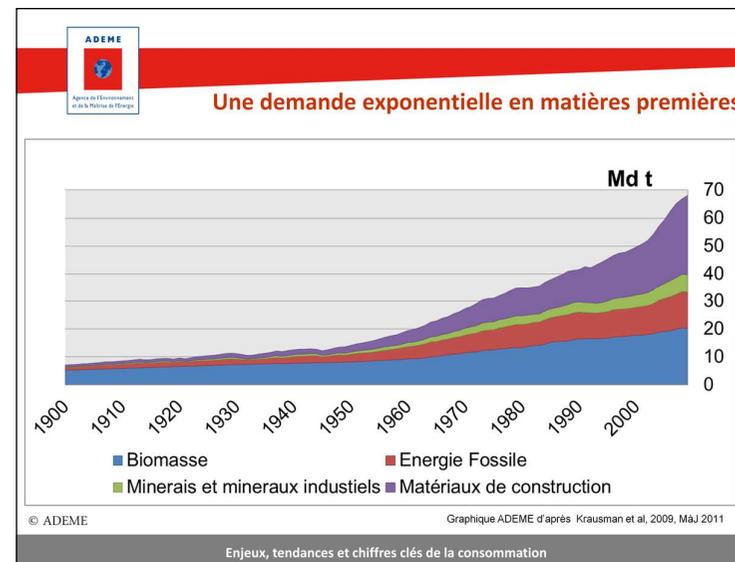
De 2 milliards d'habitants en 1900 nous sommes actuellement 7 milliards. Le dernier rapport des Nations Unies estime, dans un scénario moyen, que nous serons 11 milliards d'êtres humains sur la terre à la fin de ce siècle. Autant de demande nouvelle à prendre en compte. Pour avoir une bonne analyse il convient de prendre en compte 3 facteurs liés à la population.

**Une évolution variable suivant les régions du monde.** En 2030 l'Inde et la Chine représenteront chacun autant que l'ensemble des pays développés soit 1,45 milliards d'habitants. A la fin du siècle le Nigéria devrait avoir une population proche de la Chine. La population européenne devrait diminuer de 14% d'ici la fin du siècle. Ceci imposera une évolution des centres de décision et des poids politiques.

**Une augmentation des classes moyennes.** De 1,8 milliards d'individus appartenant à cette classe en 2009 l'OCDE estime qu'ils seront 3,2 milliards en 2020 et 4,9 milliards en 2030, essentiellement en Asie. Cette classe joue un rôle politique, social et économique déterminant tout en renforçant la demande en ressources.

**Une population de plus en plus urbaine.** De 30% de population urbaine en 1950 le monde est passé à 50% aujourd'hui et devrait passer à 60 en 2030. Si les centres urbains génèrent 80% de la croissance mondiale, leur croissance est un consommateur important de ressources pour la construction des

infrastructures et leur fonctionnement.



Commentaire avant de passer le graphique :

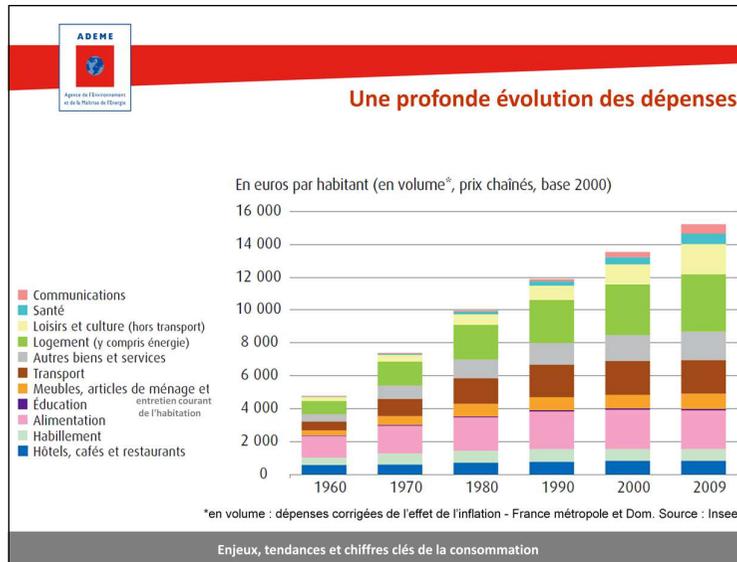
Il convient de différencier les ressources des matières premières ces deux termes étant souvent confondus dans la littérature. Les ressources représentent l'air, l'eau, le sol (en tant que support mais aussi comme surface) et les matières premières. Ces dernières ne sont qu'une partie des ressources mais sont parfois qualifiées du terme générique de ressources.

Les matières premières sont constituées de 4 familles :

- CLIC : La biomasse alimentaire et non alimentaire;
- CLIC : Les énergies fossiles;
- CLIC : Les minerais et minéraux industriels
- CLIC : Les matériaux de construction (hors bois qui sont comptés dans la biomasse)

Au total nous sommes passés de 7 milliards de tonne de consommation annuelle en 1900 à 70 milliards de tonne actuellement soit une multiplication par 10 en 100 ans.

**CLIC!** Passage diapositive suivante



En graphique, on voit ici la répartition par types de produits achetés par habitant. On voit bien la faible évolution de l'alimentation, l'habillement et les sorties (hôtels, cafés, restaurants).

Avant de passer la diapo suivante, demander : levez la main ceux qui ont un lave-vaisselle... Un micro-ondes...

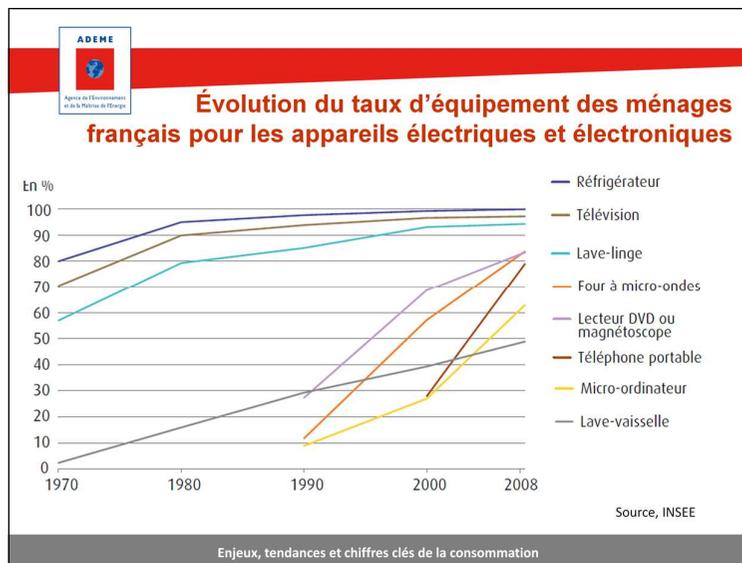
Depuis 100 ans l'ensemble des acteurs a été habitué à une baisse tendancielle des matières premières hors depuis 10 ans la courbe s'est fortement inversée avec un point de rupture sous l'effet conjugué de l'accroissement de la demande et celui des placements spéculatifs sur les matières premières. Cette tendance ne peut que continuer fasse aux tensions et pénuries attendues. On se retrouve afin des facteurs cumulatifs qui guident la demande en ressources : Comme nous venons de le voir, la croissance de la population, l'augmentation du niveau de vie, le développement de l'urbanisation auquel s'ajoute un autre facteur: l'augmentation de la technicité des produits.

En effet si au début du 19<sup>ème</sup> siècle il fallait 6 éléments chimiques, 6 atome du tableau de Mendeleiev pour les chimistes, pour construire un moulin à vent, actuellement il faut 46 éléments pour une éolienne et 60 pour un ordinateur. Qui plus est ce sont souvent des matières premières rares.

**CLIC!** Ceci induit une double conséquence : un impact sur l'environnement conduisant à la dégradation voir à la saturation des exutoires que sont l'air, l'eau ou les sols. Mais aussi une tension voir une pénurie sur des ressources et notamment des matières premières dont on dit qu'elles se raréfient.

**CLIC!** Les travaux de certains chercheurs notamment ceux du MIT (Masachusetts Institiut of technology) dont les travaux ont été publiés dans le rapport Meadows du nom de son auteur rapport dit aussi du Club de Rome montrent que si l'on ne change pas les modes de développement sur l'ensemble de la planète le bien-être humain décroîtrait d'ici la fin du siècle. Le rapport a été publié pour la première fois en 1972 et a été réactualisé en 2004 en confirmant les prévisions précédentes. Les travaux récents de chercheurs montrent que l'essentiel des indicateurs étudiés suivent dans la réalité les prévisions du modèle.

**CLIC!** Passage dia suivante



Ces données montrent l'évolution des équipements des ménages en appareils électriques et électroniques.

Quasiment tous les ménages sont équipés de frigo, télé et lave-linge. 50% des ménages ont un lave-vaisselle.

On voit que maintenant que nous sommes bien équipés en gros électroménagers, la consommation se reporte sur les nouveaux appareils de type informatique et télécommunication



**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Enjeux environnementaux des produits

**Selon vous...**



La masse de déchets d'emballage générée chaque année en Europe est du même ordre de grandeur que la masse de :

- a. 40 Tours Eiffel ?
- b. 400 Tours Eiffel ?
- c. 4 000 Tours Eiffel ?**
- d. 40 000 Tours Eiffel ?

Tour Eiffel ~ 10 000 tonnes

Impacts environnementaux des produits et éco-conception

Réponse : 4 000 tours Eiffel. (tour Eiffel = 10 000 tonnes) La quantité de déchets d'emballage générée en Europe est de 45 millions de tonnes, ce qui représente 32,5% de la masse totale de déchets ménagers.

Source : *European Environmental Toolkit for Citizen. Commission Européenne.*

En France, en 2007, l'équivalent de 391 kg de déchets par habitant et par an ont été collectés, parmi lesquels 7 kg/habitant/an de déchets alimentaires non déballés, volume considérable de gaspillage alimentaire (source : *MODECOM chiffres de 2007, ADEME 2009*)

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Enjeux environnementaux des produits

**Selon vous...**



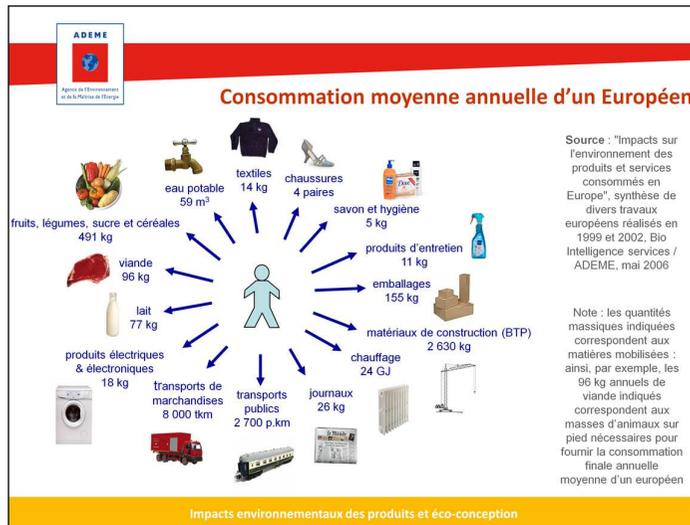
Combien de ressources naturelles consommeront les deux prochaines générations ?

- a. Plus que les 4 générations précédentes ?
- b. Plus que les 40 générations précédentes ?
- c. Plus que les 4 000 générations précédentes ?
- d. Plus que les 40 000 générations précédentes ?**

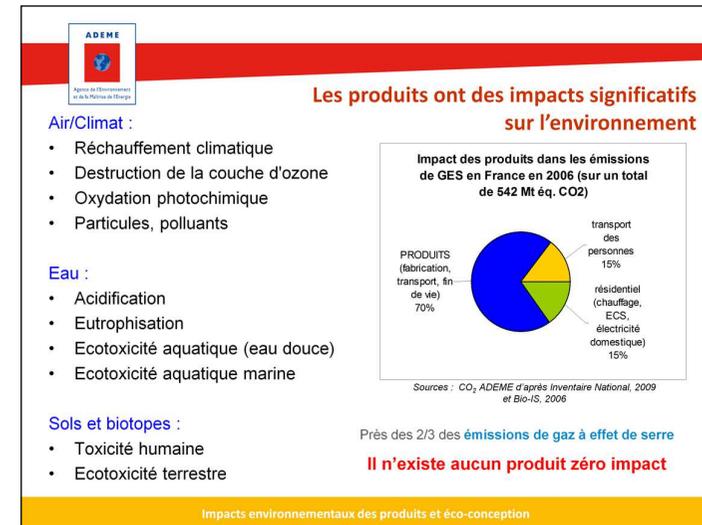
Impacts environnementaux des produits et éco-conception

Réponse d. les deux prochaines générations consommeront plus de ressources que les 40 000 générations d'humains qui les ont précédées depuis un million d'années. A l'échelle globale de la planète, on chiffre aujourd'hui l'extraction et la transformation de matières premières à 8 tonnes par personnes et par an.

Source : *Les cahiers de science et vie. 1000 ans de science. Le bilan des progrès. Homme – Terre : l'heure des comptes. Eric Labouze. Décembre 1999.*



Cette illustration donne une idée de la consommation de ressources en matières premières et en énergie, du transport, de la quantité de déchets ... nécessaire à satisfaire notre consommation annuelle. Nos consommations françaises sont proches de cette moyenne européenne et bien supérieures à celles des consommateurs de pays en développement : à titre de comparaison, la consommation de viande dans les pays pauvres est de 5 à 7 kg par an maximum.



A priori, un produit pris isolément peut sembler avoir un impact mineur sur l'environnement. Mais si l'on regarde au niveau global, près des 2/3 des émissions de gaz à effet de serre d'un habitant provient des produits.

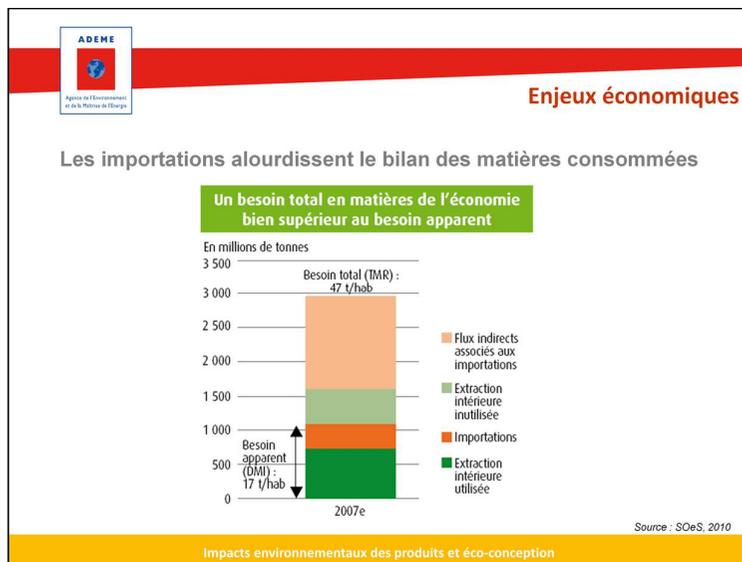
Sur le graphique est représenté l'impact des biens produits en France dans les émissions de GES. L'impact lié aux importations de produits n'a pas été pris en compte.

Attention : l'électricité du résidentiel n'est pas comptabilisée dans le résidentiel mais dans l'industrie de l'énergie, d'où une surestimation de l'impact Produits par rapport au résidentiel.

Les produits ont des impacts environnementaux variés et ce à différentes étapes de leur cycle de vie, depuis l'extraction des matières premières qui les constituent, leur fabrication, leur transport, leur utilisation et leur gestion en fin de vie. Même un produit « vert », ou « écologique » a des impacts sur l'environnement. Il serait d'ailleurs faux de dire qu'un « produit est bon pour l'environnement », même si son impact environnemental est réduit par rapport à celui d'autres produits de sa catégorie.

Ainsi, les produits sont également à l'origine de l'essentiel de la production de déchets et des ¼ de flux à l'origine de l'eutrophisation (pollution nuisant à la vie des organismes dans les cours d'eau)

\*A partir des données issues de : *Programme d'Ecologie Industrielle, du Département de l'Energie et des Process industriels de l'Université des Sciences de Norvège et Le Centre International de Recherche sur le Climat et l'Environnement d'Oslo, d'après Carbon Footprint of Nations : A Global trade-linked Analysis, 2009*



#### Les importations de produits alourdissent le bilan environnemental

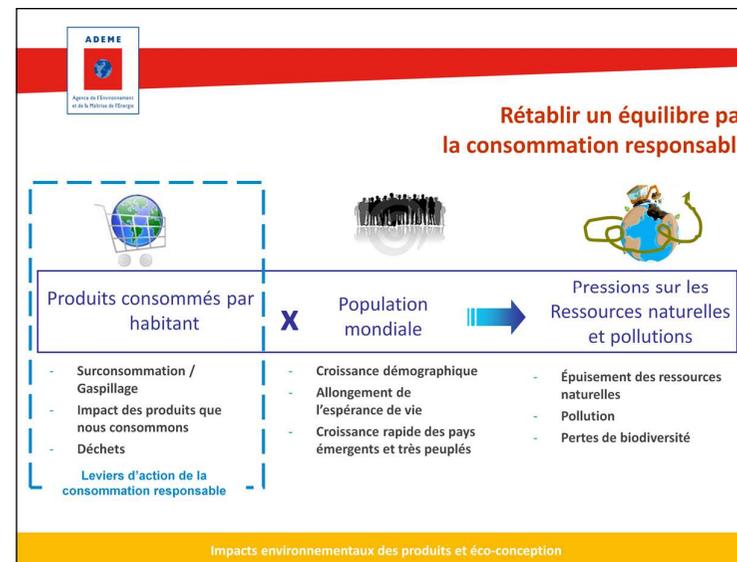
La quantité totale de matières consommées continue de croître, ce d'autant plus si on corrige la consommation de matière apparente des imports/exports. **Le besoin de matières d'un français est de 47 tonnes par an.**

La France a recours à des importations pour faire face à la demande des consommateurs français.

Liés à ces importations, il existe de nombreux flux de matières cachés qui viennent alourdir le bilan des impacts environnementaux liés à la consommation de la France.

*Remarque : La France importe plus de produits transformés, nécessitant davantage de matières mobilisées à l'étranger pour les fabriquer qu'en 1990.*

A l'autre bout de la chaîne, les pays exportateurs ont un rôle considérable à jouer dans la réduction des impacts environnementaux des produits consommés ailleurs. D'où également le rôle majeur des pays consommateurs de tirer les pays exportateurs vers une démarche de prise en compte de l'environnement tout au long du cycle de vie des produits qu'ils exportent.



#### Synthèse des enjeux présentés dans les diapos précédentes.

Au rythme de croissance de la population mondiale et du développement économique des pays émergents, si la consommation de produits par individu ne diminue pas, la pression sur les ressources de la planète risque de s'intensifier et les pollutions d'augmenter.

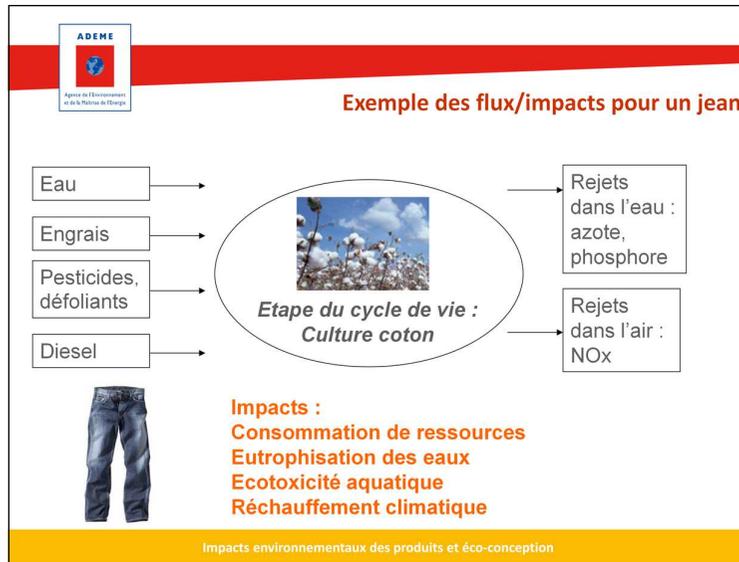
Pour préserver les ressources de la planète, il faut donc agir sur la consommation de chaque individu. Plusieurs leviers d'actions en termes de comportements de consommation pourraient permettre de réduire l'impact de chaque individu et donc l'impact global des consommateurs :

- Surconsommation / gaspillage : réfléchir au besoin, éviter le superflu, faire la chasse au gaspillage

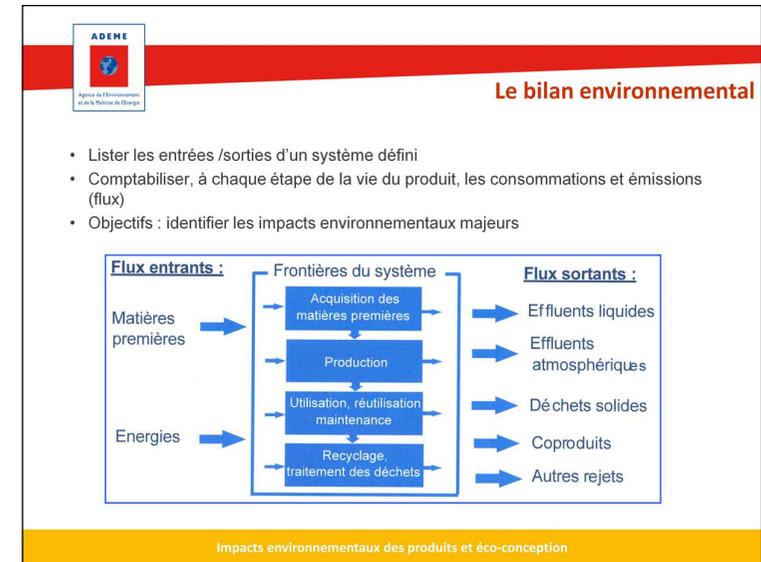
« Aux Etats-Unis, plus de 40% de la nourriture finit à la poubelle » (Terra Eco Avril 2009, interview de ADAM)  
« 7kg /hab.an de produits alimentaires non ouverts finissent à la poubelle » (MODECOM)

- Impacts des produits que nous consommons : acheter des produits plus respectueux de l'environnement, plus sains et veiller à la bonne utilisation de ceux-ci...

- Fin de vie des produits : tout produit devient un déchet un jour et peut avoir des impacts sur l'environnement



Ici on parle d'un produit ; ce qu'il génère en prise de ressources et en impacts



**Intérêt d'un bilan environnemental**

**ADEME**  
Agence de l'Environnement et de la Métrique de l'Énergie

*Selon vous...*      **La problématique du sac de caisse : Quelle solution?**





Le sac  
biodégradable 27L



Le cabas PE 37L



Le sac de caisse PE  
14L



Le sac papier 20L

Impacts environnementaux des produits et éco-conception

Ici on rajoute la notion d'utilisation

**Intérêt d'un bilan environnemental**

**ADEME**  
Agence de l'Environnement et de la Métrique de l'Énergie

| Indicateur                                       | Sac PE<br>14 L<br>jetable | Cabas PE<br>37 L<br>N = 2 | N = 3 | N = 4 | N = 20 | Sac<br>papier<br>20 L | Sac<br>biodégradab<br>le 27 L |
|--|---------------------------|---------------------------|-------|-------|--------|-----------------------|-------------------------------|
| Consommation d'énergie primaire non renouvelable | 1                         | 1.4                       | 0.9   | 0.7   | 0.1    | 1                     | 0.9                           |
| Consommation d'eau                               | 1                         | 1.3                       | 0.9   | 0.7   | 0.1    | 3.3                   | 1                             |
| Emission de gaz à effet de serre                 | 1                         | 1.3                       | 0.9   | 0.7   | 0.1    | 1.9                   | 1.4                           |
| Acidification atmosphérique                      | 1                         | 1.5                       | 1     | 0.3   | 0.1    | 1.8                   | 1.6                           |
| Formation d'oxydants photochimiques              | 1                         | 0.6                       | 0.4   | 0.7   | 0.1    | 0.9                   | 0.4                           |
| Eutrophisation                                   | 1                         | 1.4                       | 0.9   | 0.7   | 0.1    | 1.2                   | 1.1                           |
| Production de déchets                            | 1                         | 1.3                       | 0.9   | 0.7   | 0.1    | 1.8                   | 1.1                           |

Dire que ne nombre d'utilisations a un rôle à jouer.

Parler du même problème avec les peintures. 1 ou 2 couches ?

## L'éco-conception : un nouvel éclairage sur le produit

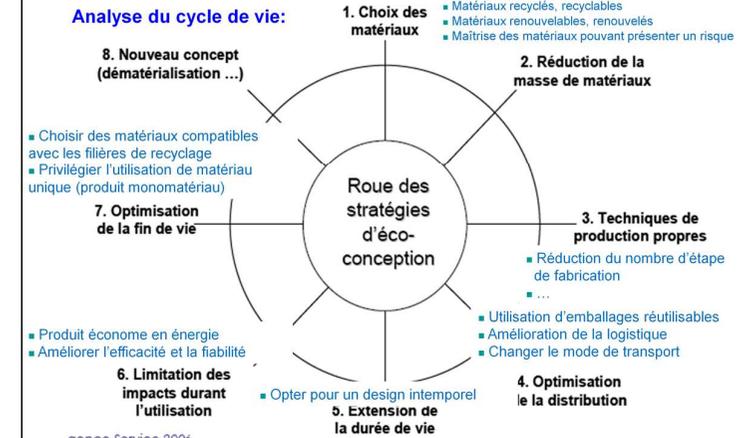
### Tout produit a des impacts sur l'environnement

- Eco-conception = Prise en compte de l'environnement dans la (re)conception d'un produit
- Objectifs : Réduire les impacts sur l'environnement d'un produit tout en lui conservant ses qualités d'usage.



Impacts environnementaux des produits et éco-conception

## Les axes d'amélioration



98% des produits ont une durée de vie inférieure à 6 mois

Recyclables= qui ont des propriétés similaires aux produits vierges une fois recyclés

Renouvelables = pas d'origine fossile, plantes, bois, colza, chanvre...

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Exemple de produits éco-conçus

### Optimisation des volumes : le CVE (coefficient volumique de l'emballage)

**Impacts environnementaux des produits et éco-conception**

L'éco-conception influence la conception du produit mais aussi son emballage et son transport...

**ADEME**  
Agence de l'Environnement

## Exemple Niveau 2 : Steelcase

### Eco-Smart: l'emballage écologique !

32 Seconds est le seul fabricant mondial d'emballage Eco-Smart, un volume exceptionnellement réduit pour contenir les bouteilles d'eau en respectant l'environnement. Eco-Smart: c'est moins d'emballage et un transport optimisé, et une décarbonation de la consommation d'énergie et des émissions de CO<sub>2</sub>. De plus, grâce à la maîtrise du carton, notre usage de 32 Seconds est réduit de...  
32 secondes chrono par une consommation Steelcase !

100 tonnes d'emballage papier par jour d'activité  
100 000 litres de carton  
et de moins de 345 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub>

**32 secondes**

**A propos de Steelcase**

Depuis 1911, Steelcase s'engage à concevoir des produits innovants et durables qui améliorent la qualité de vie au travail. Steelcase est une entreprise à but non lucratif qui s'engage à améliorer la qualité de vie au travail de ses employés et de ceux de ses clients. Steelcase est une entreprise à but non lucratif qui s'engage à améliorer la qualité de vie au travail de ses employés et de ceux de ses clients.

**Ecobolan**

Qu'est-ce que l'écobolan ? C'est le bilan carbone d'un produit, c'est-à-dire la somme des émissions de CO<sub>2</sub> équivalent tout au long de son cycle de vie, de la production à la destruction. L'écobolan est exprimé en tonnes de CO<sub>2</sub> équivalent (tCO<sub>2</sub>e). Plus l'écobolan est bas, plus le produit est écologique.

**345 tonnes**

**Avec 32 Seconds, nous vous fournissons :**

- 100% de carton recyclé
- 100% de papier recyclé
- 100% de plastique recyclé
- 100% de métal recyclé
- 100% de bois recyclé
- 100% de verre recyclé
- 100% de textile recyclé
- 100% de cuir recyclé
- 100% de laine recyclée
- 100% de coton recyclé
- 100% de lin recyclé
- 100% de chanvre recyclé
- 100% de jute recyclé
- 100% de sisal recyclé
- 100% de bambou recyclé
- 100% de papier recyclé
- 100% de carton recyclé
- 100% de papier recyclé
- 100% de plastique recyclé
- 100% de métal recyclé
- 100% de bois recyclé
- 100% de verre recyclé
- 100% de textile recyclé
- 100% de laine recyclée
- 100% de coton recyclé
- 100% de lin recyclé
- 100% de chanvre recyclé
- 100% de jute recyclé
- 100% de sisal recyclé
- 100% de bambou recyclé

### Quoi retenir ?

- tout produit a des **impacts sur l'environnement** :  
⇒ l'enjeu est de les minimiser
- tout produit est fabriqué dans des **conditions sociales** :  
⇒ l'enjeu est de les améliorer
- tout produit, pour exister, est soumis aux **règles économiques du marché** :  
⇒ l'enjeu est qu'il soit rentable



- ⇒ Enjeux, tendances et chiffres clés de la consommation
- ⇒ Impacts environnementaux des produits et éco-conception
- ⇒ **Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?**
- ⇒ Comment agir ?
- ⇒ En finir avec les préjugés
- ⇒ Quels outils à notre disposition ?



Certains fabricants ont fait des efforts considérables pour réduire l'impact environnemental des produits. Il est important que le consommateur puisse identifier facilement ces produits à moindre impact. Sur le marché, le consommateur doit faire face à une multitude d'informations, logos et pictogrammes qu'il n'est pas facile à interpréter.

Afin de mettre de l'ordre dans les labels ou les déclarations environnementales, il existe une démarche de normalisation (normes ISO) pour encadrer les différents types de déclarations environnementales.

Ex: Ecolabels NF environnement et Ecolabels européens s'appuient sur la norme ISO 14024.

D'autres logos, mal connus ou mal interprétés par les consommateurs peuvent l'induire en erreur et lui faire croire à une qualité environnementale du produit. Certains logos par exemple n'ont pas de lien avec la qualité écologique du produit (ex : le pointvert sur la contribution à éco-emballage, les pictos d'identification des matériaux constitutifs des produits). D'autres sont vagues, imprécis ou reprennent simplement une obligation réglementaire (ex : papier recyclé, préserve la couche d'ozone, préserve l'environnement)



**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Comment s'y retrouver?

### Écolabels

**Certification par tierce partie** : l'information est « **objective** » (l'organisme tiers dit que le produit est performant sur le plan environnemental)

France

Europe

Allemagne Pays nordiques Pays-Bas Autriche Canada Japon

Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?

### - Les écolabels officiels (étiquetage environnemental de type I, ISO 14024)

L'écolabel écologique français : la marque NF Environnement  
L'écolabel écologique communautaire : l'Eco-label européen

**L'intérêt est la certification par tierce partie : l'information est « objective »** (l'organisme tiers dit que le produit est performant sur le plan environnemental).

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Les écolabels (étiquette de type I)

- Garantie à la fois de la **qualité écologique** et la de **qualité d'usage** → **Qualité**
- Prise en compte du **cycle de vie** et des **impacts environnementaux** → **Globalité**
- Élaboration des critères en présence des **différentes parties** (industriels, associations, pouvoirs publics) → **Crédibilité**
- Attribution de l'écolabel par **certification par tierce partie indépendante** → **Fiabilité**
- **Logo** reconnaissable par consommateurs → **Visibilité**
- **Label d'excellence** environnementale → **Sélectivité**

Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Les catégories de produits

53 catégories de produits ou services      650 entreprises certifiées  
515 pour les écolabels européens  
135 pour la marque NF Environnement






Détergents



Hygiène



Papeterie/papier



Habillement



Appareils



Jardinage



Lubrifiants



Bricolage



Vie domestique



Services

Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?

Passer vite

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Un site Internet dédié





Plan du site  
RSS  
Contact

Espace professionnels | Espace consommateurs | Espace enseignants | Espace presse

Recherchez

Rechercher

Recherche avancée

- Le cycle de vie des produits ou services certifiés
- Catégories de produits ou services certifiés
- Les hébergements touristiques et campings certifiés
- Catégories en développement ou en révision
- Quotients chiffres
- Questions fréquentes
- Des entreprises témoignent
- Organismes partenaires

Un site **afnor** certifié ISO 9001

**Avec l'éco-label européen, les hébergements touristiques s'engagent à respecter l'environnement**

Pour les découvrir cliquez ici

**TOUT SAVOIR SUR LES ÉCOLABELS**

Les écolabels distinguent des produits et des services plus respectueux de l'environnement. Leurs critères garantissent l'aptitude à l'usage des produits et services, et une réduction de leurs impacts environnementaux tout au long de leur cycle de vie. Deux écolabels sont décernés en France : la marque NF Environnement pour le marché français et l'Eco-label européen pour le marché de l'Union européenne. **Tout savoir sur les écolabels**

L'Eco-label européen       La marque NF Environnement   
Le label écologique Européen      Le label écologique Français

**LES PRODUITS ET SERVICES ÉCOLABELLISÉS**

Il existe aujourd'hui 49 catégories de produits ou services susceptibles d'être écolabellisés, 500 entreprises certifiées (358 pour les écolabels européens et 142 pour la marque NF Environnement). Consultez la liste des catégories, les caractéristiques certifiées, les entreprises dont les produits ou services sont certifiés... et trouvez l'écolabel qui vous faut !

**Actualités**

Un nouveau dossier pour l'écolabel Club Pêche-Chaumières qui regroupe 27 établissements certifiés Ecolabel Européen. Cinq nouveaux certifiés Ecolabel Européen décernés à des hébergements touristiques en Pologne-Chaumières et en Danemark. **Toutes les actualités**

**À noter**

Quel est un nouvel Eco-label européen pour le papier journal... **Soutirage**

[Voir plus](#)

<http://www.ecolabels.fr>

Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Autres labels soutenus par les pouvoirs publics

### Deux labels officiels en agriculture biologique

Depuis 1960  Depuis 01/07/2010 

- Pas une approche cycle de vie mais une approche production uniquement
- Pour les produits alimentaires
- Au moins 95% d'ingrédients issus de l'agriculture biologique

Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?

Ce label est exigeant en ce qui concerne la phase de production agricole, mais il ne correspond pas à une analyse de type cycle de vie. Il porte sur la phase de production agricole et ne donne pas d'indication sur les emballages, le transport, la transformation ou l'équilibre nutritionnel des produits élaborés.

Les produits alimentaires transformés qui sont estampillés du label AB sont "bio", c'est-à-dire qu'ils contiennent au moins 95% d'ingrédients issus de l'agriculture biologique : ils ont bénéficié de pratiques spécifiques de production sans utilisation de produits chimiques de synthèse.

AB et logo bio européen : harmonisation totale entre les deux depuis janvier 2009 (mêmes cahiers des charges) sauf pour quelques filières : lapin, autruche, aliments animaux de compagnie, vin et restauration collective qui se réfèrent à des cahiers des charges nationaux AB.

<http://www.agencebio.org/pageEdito.asp?IDPAGE=62&n3=109>

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Comment s'y retrouver?

### Autodéclarations

- Volonté des producteurs ou des distributeurs : communications sous la responsabilité de l'entreprise = le pire comme le meilleur !
- Champ d'étude : un aspect ou plusieurs du cycle de vie
- **Sans vérification par une tierce partie**

Exigences auxquelles les autodéclarations environnementales doivent répondre

↓

- claire
- transparente
- scientifiquement solide
- documentée

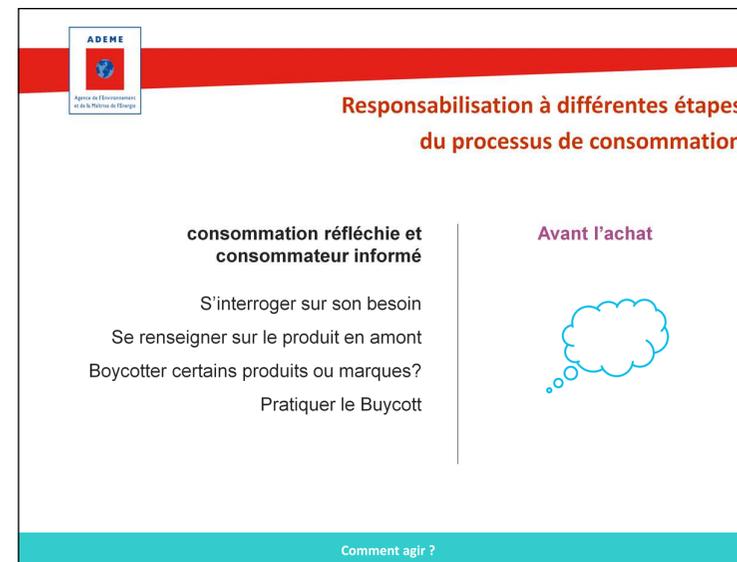


Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?



**- Les écoprofiles (étiquetage environnemental de type III, ISO TR 14025)**  
 Cet étiquetage cherche à tirer parti de la compréhension croissante du grand public ou des professionnels pour les questions environnementales. Il consiste en la mise à disposition de données quantitatives sur les impacts environnementaux d'un produit, lesquelles sont souvent présentées sous forme didactique (diagrammes...). Un écoprofil est élaboré volontairement par un industriel, à l'issue d'une analyse du cycle de vie (méthodologie qui vise à évaluer de façon quantitative les impacts environnementaux d'un produit tout au long de son cycle de vie). Il donne une photographie à un instant donné des impacts environnementaux du produit. Un écoprofil peut être actualisé périodiquement, ce qui permet au consommateur averti de visualiser les progrès accomplis, selon un rythme choisi par l'industriel.





#### AVANT L'ACHAT

Consommation réfléchie/ consommateur renseigné

S'interroger sur le besoin d'achat et du produit - **1/3 des produits alimentaires sont jetés avant d'être consommés**

Pour des achats de biens de consommation non-courante, penser à se renseigner sur le produit avant de se rendre dans un magasin

Réfléchir à ses valeurs et leur adéquation avec les comportements de consommation (pratiques de boycott)

Buycott : l'inverse du boycott. Faire un achat positif. C'est à dire qu'à travers son acte de consommation, le consommateur soutient et récompense activement des producteurs, des entreprises ou des distributeurs pour leur action jugée méritante.

ADENE  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Impact de l'opinion

About iPoison+iWaste mAct ProCreate iPush

### iPoison + iWaste

November 2012

Apple products  
chemicals inside, short life spans and allowing their products to be dumped in Asia?

Who will be first  
to go green?

Comment agir ?

ADENE  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Impact de l'opinion

En moins de deux ans, les consommateurs et les associations ont réussi à faire interdire cette substance des biberons dans un premier temps, puis dans l'ensemble des contenants alimentaires (mise en place prévue pour le 1<sup>er</sup> janvier 2014) et même au-delà (tickets de caisse chez Système U).

Source :

Comment agir ?

Le bisphénol A, le gaspillage alimentaire, la destruction des forêts... Les sujets de controverse sont de plus en plus nombreux dans le domaine de la consommation responsable. Et les réactions notamment des gouvernements semblent s'accélérer sous la pression des associations et des consommateurs, bousculant parfois ce qu'auraient anticipé les entreprises. L'interdiction du bisphénol A en est un exemple parfait. En moins de deux ans, les consommateurs et les associations ont réussi à faire interdire cette substance des biberons dans un premier temps, puis dans l'ensemble des contenants alimentaires (mise en place prévue pour le 1<sup>er</sup> janvier 2015) et même au-delà (tickets de caisse chez Système U). Leur arme : les réseaux sociaux mobilisant les jeunes mamans et militant pour l'arrêt brutal des achats de biberons contenant du BPA. Le même phénomène est en train de se produire avec les poêles de cuisine au Téflon.

Pour répondre à ces nouvelles, et surtout, futures interdictions, les entreprises doivent anticiper ces contraintes pour ne pas les subir. Comment faire des changements de comportement des opportunités de développement plutôt que des inconvénients ? C'est à elles de trouver le « bon timing » pour ne pas être trop en avance... ni trop en retard. L'idéal serait, comme l'ambitionnait Carrefour historiquement, d'avoir « un quart d'heure d'avance » sur les besoins des consommateurs.

Le gouvernement multiplie les interdictions et durcit certaines réglementations :

- L'Anses recommande d'éliminer le Bisphénol A des jouets et objets de puériculture mais aussi de tous les "matériaux au contact des denrées alimentaires qui constituent la principale source d'exposition ». Cette interdiction entrera en vigueur à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2014 pour l'ensemble des contenants alimentaires, mais dès 2013 pour les contenants de produits destinés aux enfants de moins de 3 ans.
- A la surprise générale, l'Assemblée Nationale a adopté le 3 mai 2011, en première lecture (236 voix contre 222) et malgré l'opposition du gouvernement et de l'UMP, la proposition de loi qui interdit l'utilisation de perturbateurs endocriniens comme les phtalates et les parabènes.

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Responsabilisation à différentes étapes du processus de consommation

**Lors de l'acte d'achat**



**Les décisions d'achat**

- Préférer les produits biologiques
- Suivre les écolabels
- Biens alimentaires : locaux et de saison
- Acheter des produits d'occasion
- Achats collaboratifs

**Lieu d'achat et transports**

- Dématérialisation : acheter des services plutôt que des biens matériels
- Préférer les produits rechargeables à ceux à usage unique
- Acheter dans des quantités adaptées à son besoin
- Concentrer les déplacements
- Faire ses courses près de chez soi
- Déplacements à pieds, vélo, transports en commun, covoiturage
- Acheter auprès de coopératives

Comment agir ?

### L'ACTE D'ACHAT

Le lieu d'achat et les transports

Consommation engagée auprès de coopératives : avantage social certain. L'avantage environnemental reste encore à prouver, les impacts environnementaux liés aux déplacements individuels + transports de produits pouvant être supérieurs à ceux d'un circuit de distribution classiques. En tout cas il faut viser les AMAP avec des produits bio, locaux, de saison.

Concentrer les déplacements

Faire ses courses près de chez soi

Se déplacer à pieds, vélo, transports en commun, covoiturage

Les décisions d'achat

Suivre les écolabels

Acheter des produits biologiques

Des réflexes simples à adopter

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Responsabilisation lors de l'acte d'achat : produits rechargeables/à usage unique



Après le distributeur vac de détergents liquides proposé par Ecover aux magasins bio, voici le premier distributeur de peinture en libre-service lancé par Ripolin en septembre 2011 !

Source : 

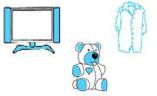
Comment agir ?

Sans oublier les détergents (voir le concept développé depuis plusieurs années pour la distribution spécialisée par la marque de détergents verts **Ecover** et l'expérience menée par **ASDA (filiale de Wal-Mart)** en Angleterre sur les adoucissants liquides et même, de manière expérimentale, les peintures avec le premier distributeur de peinture en libre-service lancé en septembre 2011 par **Ripolin** dans le magasin Kbane de Lille, spécialisé sur l'habitat naturel et durable !

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Responsabilisation à différentes étapes du processus de consommation

### Durant l'utilisation du produit



#### Pratiques d'utilisation

- Suivre les dosages prescrits pour les produits détergents, respecter les températures de lavage recommandées, les temps de cuisson...
- Minimiser la consommation d'énergie ou d'eau (couper les veilles, et éteindre les appareils consommateurs d'eau ou d'énergie après utilisation)
- Recharger les produits rechargeables

Comment agir ?

#### CONSUMMATION/UTILISATION DU PRODUIT

Pratiques d'utilisation – éco-gestes

Suivre les dosages prescrits

Penser à la consommation d'énergie ou d'eau lors de l'utilisation des produits

Penser à recharger les produits rechargeables

**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Responsabilisation à différentes étapes du processus de consommation

### Renouvellement d'un produit

Le produit est-il arrivé en fin de vie?

### Réemploi - Réutilisation

Possibilités de réparation / réemploi / usage alternatif  
Revendre ou donner les produits dont on s'est lassé

### Tri et gestion responsable des déchets

Penser à rapporter les déchets électriques et électroniques  
Amener à la déchetterie les déchets dangereux

### Lors de la fin de vie du produit



Comment agir ?

#### GESTION EN FIN DE VIE

Renouvellement d'un produit

Réfléchir au besoin – le produit est-il arrivé en fin de vie?

Réemploi - Réutilisation

Envisager les possibilités de réemploi du produit – y compris pour un usage différent

Tri et gestion responsable des produits en fin de vie

Possibilité de revendre ou donner avant de jeter (solution ultime)

**ADÉME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Comment consommer de façon responsable ?

**Sobriété**

- S'interroger sur son besoin
- Penser à réutiliser ou ré-employer un produit

**Eco-produits**

- Choisir des produits labellisés, éco-conçus, fabriqués à partir de matières premières recyclables, permettant de faire des économies à l'usage

**Comportements responsables**

- Agir de façon responsable lors de de l'utilisation
- Vendre, donner, trier ou ramener à une déchetterie les produits en fin de vie

Comment agir ?

Attention à l'effet rebond !

Dans le domaine de l'efficacité énergétique

-Véhicules : puisque leurs moteurs consomment moins, les automobilistes déménagent plus loin de leur travail, rechignent au covoiturage, et investissent dans des véhicules plus confortables, plus lourds et donc plus énergivores. Croissance de 60 % du kilométrage automobile provoquée par une plus grande efficacité énergétique des moteurs

-Energie dans les bâtiments : entre 1973 et 2006, la consommation de chauffage résidentiel a baissé de 11,8 % (isolation, chauffage central, efficacité énergétique) ; mais la consommation d'énergie totale a augmenté de 8,8 % du fait de l'explosion des usages spécifiques : jusqu'à 14 % du montant des factures

De la même façon dans le domaine de la consommation de produits :

• **Même s'il est éco-conçu ou qu'il porte un éco-label, un produit aura, malgré tout, des impacts sur l'environnement : il ne faudrait pas, sous prétexte qu'un produit est meilleur pour l'environnement que des concurrents dans sa catégorie, que l'on multiplie sa consommation**

**ADÉME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## L'apparition de la consommation collaborative

**35%** des Français considèrent que l'usage d'un produit est plus important que de le posséder (réponse : « tout à fait d'accord »).

**48%** pratiquent régulièrement la consommation collaborative.

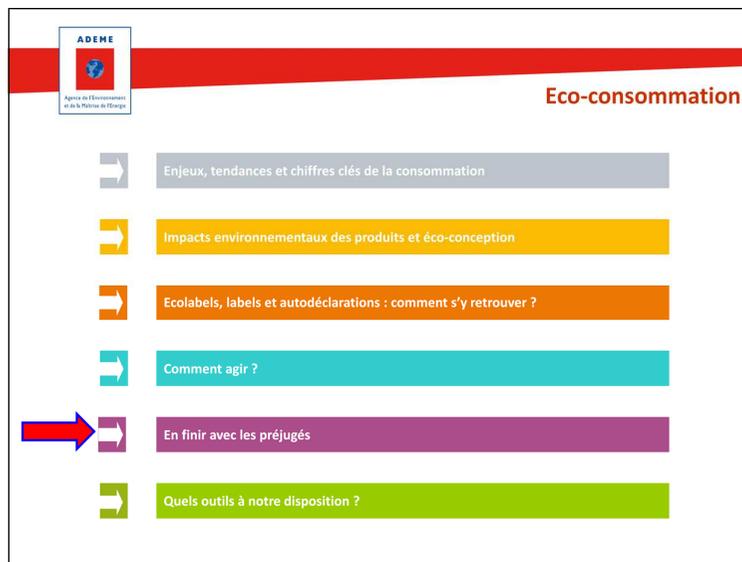
**80%** la pratiquent ou vont la pratiquer.

Source : Enquête Nouvelles Consommations, nouvelle confiance, les Français et la consommation collaborative, TNS/Observatoire de la Confiance 2013

### 6 pratiques courantes

|  |   |                                    |  |   |                                     |
|--|---|------------------------------------|--|---|-------------------------------------|
| <p>Vendre ses biens à d'autres particuliers</p> <p>52%</p> | <p>Participer à des achats groupés</p> <p>23%</p> | <p>Échanger/troquer</p> <p>11%</p> | <p>Louer ses biens à d'autres particuliers</p> <p>6%</p> | <p>Pratiquer le covoiturage</p> <p>8%</p> | <p>Adhérer à une AMAP</p> <p>6%</p> |
|--|---|------------------------------------|--|---|-------------------------------------|

Comment agir ?



**ADEME**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

## Préjugé 1 : les produits « éco » et responsables ne sont pas attractifs

68 % de la population considère que les produits et services de la consommation responsable ne sont globalement pas attractifs (prix, qualité, impression d'agir, etc.)  
Source : enquête Ethicity 2009

En finir avec les préjugés

Les produits éco-conçus éco-labellisés sont conçus pour être aussi fonctionnels que des produits similaires de la même catégorie selon des critères prévus dans le cahier des charges de l'écolabel. 61 % des peintures vendues sont éco-labellisées (2008 ou 2009).

Les produits porteurs d'autres labels ou non labellisés mais résultant d'une éco-conception peuvent être très fonctionnels et « design » ; on voit de plus que les « grandes marques » se mettent au bio dans certains domaines comme la cosmétique. Dernier en date Mixa Bio.

Le chocolat Alter Eco dont une tablette est en photo ici a été classé meilleure choix par Que Choisir dans son test comparatif d'octobre 2009 comprenant des tests en laboratoire et une dégustation.

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrie de l'Énergie

**Préjugé 2 : les produits « éco »  
et responsables sont chers**

**Papier toilette**

83% considèrent les produits de la consommation responsable plus chers que les produits classiques  
Source : enquête Ethicity 2010

Le prix, principal frein à la consommation durable pour 53% des ménages (CREDOC)

**Détergents liquides**

2,27 €      4,20 €

29 cents    38 cents    49 cents    20 cents    17 cents    21 cents

En finir avec les préjugés

De très nombreux produits plus respectueux de l'environnement sont proposés au même prix que des produits de la même catégorie car diffusés par les grands distributeurs sous leur marque. Certains produits plus écologiques permettent même de faire des économies : lampes fluocompactes, sèche-linge à condensation et pompe à chaleur BOSCH rentabilisé en moins de 10 ans car il consomme deux fois moins que les appareils les plus efficaces du marché.

Les lessives « premium » de grandes marques sont plus chères que les lessives éco-labellisées ; les marques de distributeurs, au contraire des grandes marques nationales, proposent des produits domestiques et d'entretien éco-labellisés.

L'incorporation de fibres recyclées lors de la fabrication des papierstoilette Monoprix Vert donne une seconde vie au papier usagé et limite la consommation de matières premières vierges et d'énergie. La compacité des papiers toilette Monoprix Vert permet un gain de place, une réduction des quantités d'emballage fabriqués et une optimisation du transport.

**En revanche il est vrai que de nombreux produits alimentaires bio sont plus chers que leur équivalent conventionnel. Toutefois les produits à marque distributeur bio sont d'un niveau de prix équivalent à ceux des marques nationales en version non bio.**

Ajoutons enfin que parfois le meilleur écoproduit est celui que l'on n'achète pas.

- Autre mouvement qui prend rapidement de l'ampleur : depuis les années 1990, l'engouement des Français pour l'écologie et la consommation responsable ne cesse de s'amplifier. Telle est la conclusion de la lettre **Consommation et Modes de vie** du **Crédoc** parue au mois d'août 2011. Dès les premiers mois de 2009, le directeur du **Crédoc**, Robert Rochefort annonçait la « fin de l'hyperconsommation » et d'après les conclusions de cette lettre, les consommateurs français sont, aujourd'hui encore dans des dispositions similaires.
- Une bonne nouvelle : la consommation responsable n'est plus la chasse-gardée des ménages les plus aisés
- selon une étude UFC-Que Choisir de janvier 2010, le panier de produits bio à marques de distributeurs est 22 % plus cher que le panier de marques nationales conventionnelles et 57 % plus cher que le panier de marques de distributeurs non bio<sup>6</sup>. Les produits verts sont également plus chers dans l'électroménager les données du Groupement interprofessionnel des fabricants d'appareils d'équipement ménager (Gifam) montrent que le prix d'un réfrigérateur ou congélateur de catégorie A++ était en 2009 en moyenne deux fois et demie à trois fois plus élevé que celui d'un appareil équivalent de classe D (Ademe 2011). Ce surcoût dépasserait les économies réalisées sur les consommations d'énergie.
- Le surcoût existe en général pour les produits alimentaires issus de l'agriculture biologique car le cahier des charges implique des rendements inférieurs à ceux de l'agriculture traditionnelle, qui ne sont pas toujours couverts par les économies réalisées sur les intrants. Dans le secteur de l'électroménager, l'existence d'un surcoût associé à la conception de nouveaux modèles plus économes en énergie est également probable.
- **La forte notoriété des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique et de l'étiquette énergie des produits électroménagers contribue certainement à créer une image de cherté des produits verts,** mais cette réputation n'est pas méritée pour tous les produits actuels ou à venir



## Les produits « éco » et responsables sont-ils plus chers ? Résultats de l'étude CLCV 2011

- Discount : toujours le moins cher\*
- Produits MDD\* : peu de différence entre le prix des produits MDD écolabellisés et les produits MDD non écolabellisés.
  - Pour les enveloppes, la lessive et les filtres à café, acheter des produits écolabellisés MDD ne coûte pas plus cher que ces mêmes produits non écolabellisés.
- Produits Marque : peu de différence entre le prix des produits de marque écolabellisés et les produits de marque non écolabellisés.
  - Dans certains cas, le produit de marque avec l'écolabel est même moins cher que le produit de marque sans écolabel. Alors pourquoi hésiter à respecter l'environnement quand c'est moins cher ! (liquide vaisselle, lessive)
- **Pour acheter des produits plus économiques, mieux vaut acheter des produits écolabellisés MDD (jusqu'à deux fois moins cher) que des produits de marque.**

\*attention produits discount écolabellisés ne sont pas intégrés à cette étude

\* MDD = Marque Des Distributeurs

En finir avec les préjugés



## Résultats de l'étude CLCV 2012

| Liquide vaisselle                   | Marques              | Moyenne des prix relevés |
|-------------------------------------|----------------------|--------------------------|
| Grandes marques avec écolabel       | Arbre vert           | 1,90 €                   |
|                                     | Rainett              | 1,55 €                   |
| Grandes marques sans écolabel       | Paic Excel           | 2,02 €                   |
|                                     | Mir                  | 1,85 €                   |
|                                     | Palmolive            | 1,96 €                   |
|                                     | Maison verte         | 2,03 €                   |
| Marques distributeurs avec écolabel | Monoprix vert        | 1,76 €                   |
|                                     | U écologique         | 1,26 €                   |
|                                     | Apta                 | 1,27 €                   |
|                                     | Carrefour eco planet | 0,95 €                   |
|                                     | Univert Leclerc      | 0,93 €                   |

Moins cher



En finir avec les préjugés

Si l'on raisonne hors discount, les produits bénéficiant d'un écolabel apparaissent bien positionnés, surtout lorsqu'il s'agit de marque de distributeur (MDD).

Les consommateurs qui souhaitent acheter les produits les moins impactant pour l'environnement peuvent donc le faire sans sacrifier leur budget

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Région de l'Énergie

## Eco-consommation

- Enjeux, tendances et chiffres clés de la consommation
- Impacts environnementaux des produits et éco-conception
- Ecolabels, labels et autodéclarations : comment s'y retrouver ?
- Comment agir ?
- En finir avec les préjugés
- Quels outils à notre disposition ?**

**ADENE**  
Agence de l'Environnement  
et de la Région de l'Énergie

<http://www.ademe.fr/particuliers-eco-citoyens>

**1 PARTICULIERS ET ÉCO-CITOYENS**

### Textile et chaussures

Mis à jour le 02/07/2015

**La culture et le traitement de certaines fibres sont très polluants, notamment ceux du coton lorsqu'il n'est pas bio. Mais le linge de maison, les vêtements et les chaussures peuvent être plus respectueux de l'environnement.**

La confection de nos vêtements combine souvent l'utilisation de produits chimiques et de matériaux lourds.

Cependant, il est possible d'acheter du textile et des chaussures plus respectueux de l'environnement.

☉ **Préférer les produits affichant l'Écolabel Européen**

Cet écolabel peut être apposé sur les vêtements, le linge de maison et les chaussures. Ses principales caractéristiques sont :

**Pour les vêtements et le linge de maison :**

- limitation de certaines substances dangereuses pour la santé humaine ;
- produits durables et de haute qualité ;
- usage limité de substances dangereuses...

**Pour les chaussures :**

- limitation de certaines substances dangereuses pour la santé humaine ;
- limitation de la pollution de l'air et de l'eau lors de la fabrication...



D'autres logos existent, dont les référentiels sont élaborés par des organismes privés. Nous présentons ici ceux reconnus par une étude menée en 2012 par l'ADENE.

|   | Vêtements | Linge de maison |
|---|-----------|-----------------|
|  | X         | X               |

**Quels outils ?**

**MES ACHATS**

- Retenue scolaire
- Alimentation
- Beauté et hygiène
- Produits d'entretien
- Textile et chaussures**
- Fourbitures scolaires
- Papeterie
- Chauffage
- Bricolage
- Électronique
- Bureautique
- Audiovisuel
- Téléphone
- Aménagement
- Produits pour le jardin

**➤ ALLIERS SUR LE WEB**

- L'Écolabel Européen
- Cycle de vie d'un t-shirt en coton bio
- Le jean, la plomberie et toi
- Réduisons nos déchets
- Recyclons pour produire moins de déchets
- Le fil de la laine
- Tout ce qu'il faut savoir pour bien laver les textiles et les chaussures

ADENE  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

**Le site M ta Terre**  
Les bonnes infos sur la planète

Web-TV • Web-radio • C-chaud • Dossiers • Comprendre • Bons réflexes • Médias • Jeux • Expérimental

Accueil • Dossiers • Tous les dossiers • Les jeunes ont la parole

Rechercher [ ]

**Le dossier du mois** Tous les dossiers

**Les jeunes ont la parole !**

Ce mois-ci, nous sommes partis interroger des jeunes de ton âge ! Développement durable, réchauffement planétaire, gaspillage alimentaire, ils nous ont donné leur avis.

Tu trouveras dans ce dossier leurs réponses à nos questions.

**Tous les dossiers**  
Toutes les archives | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015

**d'infos**  
Le site [www.eco-science.org](http://www.eco-science.org)  
Les téléchargements  
eco.docfile

**À lire**  
Le guide "Petites habitudes à de grandes questions sur le monde"

**Images à télécharger**

<http://www.mtaterre.fr>

Quels outils ?

ADENE  
Agence de l'Environnement  
et de la Métrique de l'Énergie

**Documentation**

**Les achats** Les logos environnementaux sur les produits

**Le guide de solutions locales pour une consommation durable**

**Carnet de vie d'un JEAN**

**Consommer mieux**

Quels outils ?



panneau recto



panneau verso

Le revers de mon look

### Quelques expositions

MA BEAUTÉ  
EST INTÉRIEURE



STOP  
au gaspillage  
alimentaire

CHANGÉ Foyer, JETÉ 20 à 30 kg de nourriture par an. Ce gaspillage représente plus de 100€ pour une famille de 4 personnes. Consommer plus responsable, leur apparence au cas où ils sont parfaitement consommables.

[www.alimentation.gouv.fr](http://www.alimentation.gouv.fr)



Quels outils ?

### Merci de votre attention



- Une seconde, Richard ! Avons-nous suffisamment mesuré toutes les implications personnelles, familiales, économiques, géopolitiques et environnementales, sous-jacentes à court, moyen et long terme à l'achat de ces 18 merquez en promo ?