

Les Eco-labels

Avec la prise de conscience qu'il faut protéger notre environnement, les logos fleurissent sur les emballages de nos produits : alimentaires, cosmétiques, ameublement...

Que signifient ces logos, sont-ils un gage de protection de notre environnement ou de simples techniques de marketing appelées greenwashing ? Existe-t-il de vrais labels écologiques ? Quelles sont les garanties apportées par les Ecolabels officiels ?



Le consommateur acteur dans ses achats

Le consommateur est de plus en plus soucieux d'avoir des points de repère lorsqu'il achète un produit. Soucieux de l'impact que celui-ci a sur son environnement (culture, fabrication, transport...), mais également social (respect du droit du travail, équités dans les échanges...).

De ses actes d'achats vont dépendre les produits proposés par les professionnels. Plus le consommateur sera exigeant et plus le marché devra s'adapter à la demande.

Pour ce faire, cette fiche permet de se repérer dans la multitude de logos que le consommateur trouvera sur ces produits.

Le Greenwashing, c'est quoi ?

Ces dernières années, la défense de l'environnement est au premier plan et cela n'a pas échappé aux industriels et aux équipes de marketing. Il y a les professionnels qui se donnent la peine de jouer le jeu de la transparence et ceux qui mettent en œuvre une stratégie pour désorienter le consommateur. Nous avons tous vu à la télévision des publicités automobiles, nous laissant croire que leur véhicule n'était pas mauvais pour l'environnement. La nature comme décor, un slogan reprenant des mots comme : propre, naturel, protection de la nature... Elles sont utilisées pour dérouter les consommateurs.

Pour que ces pratiques cessent, il a été créé un Jury de Déontologie Publicitaire (JDP). Cette instance a pour mission de statuer sur les plaintes du public à l'encontre de publicités diffusées.

Le consommateur peut saisir gratuitement le JDP. Il suffit de remplir le formulaire mis en ligne : www.jdp-pub.org, de l'envoyer directement de son ordinateur, ou bien en l'imprimant et en l'envoyant par courrier à l'adresse suivante : JDP - 23 rue Auguste Vacquerie - 75116 Paris.

Un nouvel étiquetage des produits dès 2011

Celui-ci permettra au consommateur de connaître l'impact sur l'environnement du produit. Il concernera 90 000 produits et permettra à chacun d'être Eco consommateur et d'inciter les entreprises à plus d'éco-conception .

Le Grenelle de l'environnement prévoit cette information obligatoire dès 2011 sur les produits de consommation courante.

Pour répondre à cet objectif, une plateforme générale sur l'affichage environnemental encadrée par l'ADEME et l'AFNOR a été initiée. Sa mission est de mettre en place une méthode simplifiée d'évaluation des impacts environnementaux et de proposer un format de restitution de cette information aux consommateurs.

Nous allons maintenant regarder les principaux labels que nous pouvons trouver dans nos différents achats et ce qu'ils représentent.

L'écolabel français et l'écolabel européen



La NF environnement permet de certifier qu'un produit ou un service a un impact moindre sur l'environnement de par ses caractéristiques et sa production tout au long de son cycle de vie. Pour recevoir ce label, les produits ou services doivent répondre à un cahier des charges précis. Il est vérifié par un organisme indépendant. Vous pourrez le retrouver sur de nombreux produits. Vous ne trouverez pas ce logo sur les produits pharmaceutiques, agroalimentaires et le secteur automobile.

Label Européen

Le label Européen est le seul à être reconnu dans l'ensemble des pays de l'Union Européenne.

Le label Européen s'appuie sur le principe d'une « approche globale » de l'extraction de la matière première à l'utilisation par le consommateur. Nous pouvons le retrouver dans une cinquantaine de catégories :

ameublement, appareils électriques, bricolage, jardinage, produits d'entretien... Il s'appuie également sur un cahier des charges à respecter. Il est vérifié par un organisme indépendant



Ameublement - Bois - Papier

Il est généralement difficile de connaître la provenance des meubles, du bois et du papier et encore moins son mode de fabrication. Vous pouvez retrouver sur ces produits deux principaux labels garantissant que le bois provient d'une forêt contrôlée et que celui-ci ne participe pas à la déforestation sauvage.



Le FSC (Forest Stewardship Council ou Conseil International de Gestion Forestière) est un organisme qui garantit la pérennité des forêts tropicales. Le Conseil International impose aux exploitants certaines contraintes. Entre autres : préservation de la biodiversité, contrôle de l'activité forestière, bonne régénération des forêts exploitées, préservation de la vie des populations vivant sur le territoire de l'exploitation...

Il y a environ 60 pays et 700 entreprises qui soutiennent le FSC.

Le FSC compte près de **60 millions d'hectares de forêts certifiées**.

L'apposition du logo sur les produits n'est pas obligatoire, mais sur votre facture il doit figurer que le produit provient de forêts certifiées FSC.

PEFC (Programme for Endorsement of Forest Certification schemes - Programme de reconnaissance des certifications forestières).

Créée, par des propriétaires forestiers émanant de 6 pays européens, **le PEFC** était auparavant un Programme Européen des Forêts Certifiées) a été adoptée bien au-delà des frontières européennes. C'est aujourd'hui **la certification la plus répandue** : elle couvre près de **200 millions d'hectares** de par le monde, soit 9% des forêts exploitées.



Alimentation



Le label AB a été créé en 1985 par le Ministère Français de l'Agriculture. Le label doit garantir :

- que l'aliment est composé d'au moins 95 % d'ingrédients issus du mode de production biologique, mettant en œuvre des pratiques agronomiques et d'élevage respectueuses des équilibres naturels, de l'environnement et du bien-être animal.
- le respect de la réglementation en vigueur en France.
- que la certification est placée sous le contrôle d'un organisme agréé par les pouvoirs publics français, répondant à des critères d'indépendance, d'impartialité, de compétence et d'efficacité tels que définis par la norme européenne EN 45011.

Le label **AB** peut aussi figurer sur des produits cosmétiques dont les ingrédients sont issus de l'**agriculture biologique**.

Cosmétiques



Nature et Progrès : Fédération Internationale d'agriculture biologique.

Les produits cosmétiques écologiques devront être essentiellement issus de matières végétales issues de l'agriculture biologique, de matières minérales non pétrochimiques, autorisées par NATURE ET PROGRÈS.

Liste non exhaustive d'interdictions : Tous produits d'origine animale, pétrochimie, plantes non bios, les tests sur les animaux.

Ecocert est un organisme français de contrôle et de certification, son activité est encadrée et reconnue par les pouvoirs publics et la législation :

- il contrôle sur le terrain, pour garantir le respect des normes spécifiques à l'Agriculture Biologique
- il est agréé par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, ainsi que par le Ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

Plus de 250 marques proposent des produits labélisés ECOCERT.



Selon la catégorie de produits (crèmes de soin, capillaires, maquillage), la proportion d'ingrédients pouvant être certifiée cosmétique BIO est variable. Ceci est en grande partie lié à la proportion d'eau de la formule. Le minimum de Bio sur le total de la formule est de 10 % et cela peut aller jusqu'à 100%.



Un produit du label cosmétique ECO contient au minimum 50% d'ingrédients biologiques sur le total des ingrédients végétaux, et au minimum 5% d'ingrédients biologiques.



Il s'agit là d'une association fédérale allemande des entreprises commerciales et industrielles pour les médicaments, les produits diététiques, les compléments alimentaires et les cosmétiques.

Le cahier des charges « cosmétiques naturels contrôlés » du BDIH interdit : les matières premières issues de la pétrochimie ou d'origine animale, les colorants, les parfums de synthèse. Le BDIH n'accepte pas non plus les huiles essentielles et les huiles végétales ne provenant pas de l'agriculture bio certifiée par le label AB.



Produits d'entretien

Les produits d'entretien sont utilisés quotidiennement dans nos foyers et représentent de ce fait un poste important de pollution. Le consommateur a le choix aujourd'hui de privilégier des produits plus respectueux de la nature. Vous retrouverez également pour les produits d'entretien différents labels déjà abordés précédemment.



Certains logos peuvent induire en erreur : les auto-déclarations, les logos sans lien avec la qualité écologique du produit, les logos vagues ou imprécis



Présent sur 95% des produits, ce logo n'indique pas que le produit sera recyclé. Il garantit que le fabricant respecte l'obligation légale, à savoir contribuer financièrement au programme de tri des déchets.



Le logo "A jeter". Célèbre, ce logo est là pour inciter le consommateur à jeter l'emballage aux ordures et non sur la voie publique... Il ne signifie en rien que l'entreprise contribue à la préservation de l'environnement.



Le logo "Préserve la Couche d'ozone" Il indique que le produit respecte la loi et n'utilise pas de chlorofluocarbone (CFC). Le CFC est interdit depuis 2006.



Le logo "matériaux et plastiques recyclables". Cette mention signifie que le produit peut être recyclable, pas qu'il sera recyclé.

En savoir plus Internet

www.mescoursespourlaplanete.com
www.ecolabels.fr
<http://ecocitoyens.ademe.fr>
www.guide-topten.com

Livre

Le guide des labels de la consommation responsable -
Edition 2009-2010 Coédition ADEME / Pearson Village
Mondial

Cette fiche a été réalisée avec le soutien de :
L'ADEME et du Conseil Régional



Cette fiche vous a été présentée par les associations de consommateurs

Les associations adhérentes : l'Association Familiale de l'Agglomération de Cherbourg (AFAC), l'Association Familiale Catholique (AFC), l'Association Familiale de Douvres (AFD), le Conseil Départemental des Associations Familiales Laïques (CDAFAL), la Confédération de la Consommation du Logement et du Cadre de Vie (CLCV), la Confédération Nationale du Logement (CNL), la Confédération Syndicale des Familles (CSF), Familles de France (FF), Familles Rurales (FR), Information DÉfense des CONSOMMATEURS SALARIÉS-CGT (INDECOSA-CGT), l'Union Départementale des Associations Familiales de L'Orne (UDAF 61), Union Fédérale des Consommateurs Que Choisir (UFC-QC), l'Union Féminine Civique et Sociale (UFCS).

Pour plus d'informations sur les associations de consommateurs, vous pouvez consulter notre site Internet

www.consonormandie.net ou nous téléphoner au 02.31.85.36.12

CTRC Basse-Normandie - 89, rue d'Hastings - 14000 CAEN