

Vers la généralisation d'un affichage environnemental de qualité, recueillant toute la confiance des consommateurs

L'affichage environnemental est un dispositif qui est inscrit dans la loi du 12 juillet 2010 portant engagement national pour l'environnement. Sa finalité est d'informer les consommateurs sur les impacts environnementaux des biens ou services de grande consommation afin de leur permettre de faire un acte d'achat éclairé.

Il a été prévu de le mettre en place d'abord sous forme expérimentale, afin d'en tester les différentes formes proposées sur le marché national par des entreprises volontaires retenues dans le cadre d'un cahier des charges officiel.

Cet affichage, multicritères (comportant au moins le critère d'émission de gaz à effet de serre), a été expérimenté entre juillet 2011 et juillet 2012, et fait maintenant l'objet d'une évaluation par les différentes parties prenantes.

Parmi celles-ci, 7 associations de consommateurs¹ ont réalisé une enquête qualitative sur la base de 15 exemples-type d'affichage environnemental délivrés par les professionnels, auprès de divers consommateurs en France.

L'évaluation globale sera ensuite transmise au Parlement qui devra se prononcer sur la généralisation de ce dispositif.

Le travail d'enquête² de ces associations de consommateurs, a permis de dégager des préconisations à partir d'avis convergents et argumentés sur :

- le format de la présentation visuelle,
- le vocabulaire employé,
- les indicateurs d'impacts environnementaux affichés (ex : CO2, biodiversité, consommation d'eau, ...),
- la note globale (du type lettres A, B ou C des bilans énergétiques),
- les informations relatives au cycle de vie,
- les supports de l'information,
- les modalités de mise en œuvre,
- la pédagogie à employer pour faciliter la compréhension des consommateurs.

¹ Association de Défense d'Éducation et d'Information du Consommateur, Association Force Ouvrière Consommateurs, Association Études et Consommation CFDT, Confédération Nationale des Associations Familiales Catholiques, Familles de France, Familles Rurales et Union Nationale des Associations Familiales.

² La méthodologie employée et les résultats sont consultables sur le rapport « évaluation par les consommateurs de l'affichage environnemental » sur <http://www.....>

Pour que la généralisation de l'affichage environnemental soit un succès, nous, 7 associations de consommateurs, demandons :

- **Une démarche qui doit s'imposer à tous**

L'affichage environnemental ne peut se concevoir sur la base d'un engagement volontaire de quelques entreprises. **Il doit rapidement devenir obligatoire** pour permettre aux consommateurs de devenir acteurs des changements de leurs modes de consommation et participer ainsi à la transition écologique.

Les questions de lisibilité, de fiabilité, d'harmonisation, d'équité entre les professionnels, ne peuvent s'appuyer et se construire sur la seule bonne volonté de quelques groupes ou entreprises à vouloir rentrer dans le processus.

On peut également émettre des doutes sur la capacité des consommateurs à se saisir massivement de ce dispositif pour mieux cibler leur choix, si le panel de produits relevant de cet affichage est trop faible, ce qui est à craindre si la démarche relève du seul volontarisme.

- **Un dispositif fiable, transparent et complet**

Il est primordial que l'information délivrée aux consommateurs soit fiable, donc reposant sur une démarche technique et scientifique incontestable et transparente. L'État devra être garant des informations environnementales délivrées par les professionnels en assurant leur contrôle.

L'intégralité du cycle de vie des produits et services doit être prise en compte.

Le dispositif de l'affichage doit reposer sur de véritables progrès, non seulement en matière environnementale mais également en matière sociétale, sinon toute la démarche de développement durable en serait décrédibilisée.

- **Une montée en charge graduelle, mais déterminée**

La mise en place de cet affichage devra se faire graduellement dans le temps en fixant les priorités par famille ou catégorie de produits ou services.

La première priorité doit être définie en fonction des incidences environnementales sur la santé. Par exemple : le domaine de l'alimentation (avec les résidus de pesticides, ...), puis des médicaments et de la parapharmacie, des produits détergents -d'hygiène- de beauté, etc.

Nous avons toutefois conscience que l'on ne peut exiger de tous, dans les mêmes temps, les mêmes efforts.

Il appartiendra donc au législateur, en concertation avec les parties prenantes, de définir les moyens qui conviendront pour garantir la montée en charge et la généralisation de ce processus, en fonction des priorités. Il en sera de même pour définir les outils de contrôle et les moyens alloués.

- **Un dispositif unique**

L'affichage environnemental doit permettre la comparaison entre les produits ou services d'une même catégorie pour aller vers ceux qui sont les moins impactant pour l'environnement et les plus durables. **Une représentation unique** (modèle-type), apte à rendre compte des principaux impacts portés à l'environnement des produits ou services doit être proposée aux consommateurs.

- **Un message facile à décrypter et à identifier**

L'affichage environnemental devra être :

- lisible et de compréhension immédiate par un vocabulaire simple,
- cohérent, homogène et attractif,
- illustré par des pictogrammes explicites,
- adapté aux supports : emballage produit, borne, caddy, rayon, lieu de vente, site internet entreprise, site dédié, Smartphone, code barre, flash code, etc.

Ce format devra permettre l'accessibilité aux informations à tous les consommateurs, dont les jeunes. Il conviendra de favoriser l'apprentissage à la lecture des étiquettes des produits de grande consommation.

Cette accessibilité doit tenir compte des personnes atteintes d'un handicap sensoriel ou cognitif.

Un format normalisé, clair et compréhensible devra permettre la comparaison des produits et services entre eux et particulièrement pour ceux d'une même famille. Il fera ainsi œuvre de pédagogie car réitéré dans le temps et l'espace.

- **Une information facilement et immédiatement accessible à tous :**

Il est essentiel que les informations figurent en priorité sur le produit qu'il soit acheté en magasin, par correspondance ou en ligne, sur Internet.

Un complément d'information peut se trouver sur un site internet dédié pour approfondir les résultats des impacts et apporter de la pédagogie à la démarche mais, néanmoins, notre enquête sur l'expérimentation est à ce sujet sans appel !

L'information doit se trouver prioritairement sur le produit ou dans son environnement immédiat, les supports externes (numériques) ne venant qu'en complément de l'information initiale.

- **Un nécessaire accompagnement du dispositif pour tous**

Le succès attendu de l’affichage environnemental repose sur un préalable : celui d’une sensibilisation, d’une information pédagogique auprès des consommateurs tout au long du dispositif et sur tous les territoires.

Le double objectif du dispositif étant de conduire les professionnels à recourir à de meilleures pratiques, et à inciter les consommateurs à faire en connaissance de cause les choix les plus vertueux possibles, mais aussi l’usage le plus approprié et le moins impactant.

- **Un suivi pour une adaptabilité rapide**

En effet, ces informations environnementales ne sont pas établies une fois pour toutes ! Les connaissances, les pratiques industrielles et le comportement des consommateurs évoluant, le dispositif de l’affichage environnemental doit pouvoir s’adapter avec souplesse et rapidité.

Un comité de suivi et d’évaluation de parties prenantes devra veiller à la bonne mise en œuvre de la généralisation de l’affichage environnemental et de son évolution au regard des ajustements nécessaires.

- **Une dimension européenne, voire internationale, en perspective**

La Commission européenne a lancé des travaux en 2011 dans l’objectif d’aboutir à une méthode harmonisée pour tous les pays d’Europe.

Dans ce cadre, l’expérimentation française doit servir au niveau communautaire et international à ouvrir la voie à une forme de modélisation.

Les entreprises engagées dans une démarche de RSE (responsabilité sociétale des entreprises) sont amenées à évoluer dans leurs activités et dans leurs interactions avec leurs parties-prenantes, notamment avec les associations de consommateurs.

Nos 7 associations de consommateurs sont convaincues de l’importance de l’affichage environnemental, qui répond à une véritable attente. Les pressions sur les ressources naturelles et l’environnement ne sont plus tenables et pour assurer l’avenir il est temps de construire la transition écologique. Les consommateurs que nous sommes tous, devons prendre notre part de responsabilité et intégrer dès l’amont nos choix de consommation, les impacts environnementaux de nos choix de consommation.

Elles doivent pouvoir disposer d’un droit d’alerte sur le dispositif pour pouvoir signaler les contrevenants aux pouvoirs publics concernés.

L’affichage environnemental constitue de fait un outil utile à tous pour permettre une transition écologique et un développement durable.