

ÉTIQUETTES : LE CONSOMMATEUR VEUT PLUS DE TRANSPARENCE ET DE GARANTIES EN MATIÈRE DE SANTÉ ET D'ENVIRONNEMENT

Dans le cadre de sa campagne 2015 «[On ne se fait pas berner! Les labels sous la loupe](#)», écoconso a mené des actions de sensibilisation visant à initier le consommateur au décryptage des étiquettes, à l'informer sur la portée des labels et autres marquages environnementaux affectant les étiquettes des produits de consommation courante. Voici les traits saillants de ces rencontres avec quelque 300 consommateurs, sensibilisés ou non.

Bio / commerce équitable : 1 – Cycle de vie : 0

Quand on évoque la qualité environnementale d'un produit, c'est l'alimentation bio qui est le plus souvent citée, suivie de près par le commerce équitable. Cela dit, la représentation graphique du label bio européen, une feuille verte bordée d'étoiles, reste relativement méconnue.

D'une manière générale, le consommateur connaît peu les labels écologiques et n'a qu'une notion floue de ce qu'ils recouvrent. Peu familier du vocabulaire environnemental et des concepts qui y sont liés, il ne prend généralement le produit en considération qu'à partir de son achat et lors de son utilisation, hors étapes de fabrication et de fin de vie. En conséquence, le consommateur est peu sensible au fait que des labels offrent des garanties sur l'ensemble du cycle de vie du produit.

Entre confusion et étonnement

Peu de différence de valeur est faite entre les labels (fondés sur des critères qualitatifs vérifiés), les autres marquages graphiques (logos et pictogrammes) et les mentions apposées à des fins de marketing. On constate une **confusion sémantique** répandue entre «bio», «écologique», «naturel». Le citoyen se dit floué d'apprendre que ces deux dernières mentions ne signifient rien. Il est également surpris de constater que les produits labellisés ne sont pas forcément plus chers.

Par ailleurs, convaincu que le législateur veille à n'autoriser que la mise en marché de produits ne présentant aucun risque pour la santé, il s'étonne que des substances aux effets délétères soient autorisées pour peu que les seuils soient respectés. Les effets croisés et la bio-accumulation des substances toxiques sont pour lui une découverte inquiétante.

Si ces constats l'encouragent à plus d'attention portée aux labels limitant ou interdisant les substances problématiques, sa motivation s'effondre vite face aux efforts à fournir (lecture d'étiquettes, compréhension des labels et des notions environnementales de base, etc.).

Transparence, rapidité et facilité, SVP!






Souvent pressé, le consommateur convient qu'il accorde peu, voire pas, de temps à la lecture de l'étiquette. Il a donc besoin d'une compréhension immédiate. Il veut également être rassuré et plaide pour plus de transparence, de facilité d'accès, de simplification de la face visible des étiquettes : limitation des indications publicitaires, augmentation de la place octroyée aux labels officiels, aux «vraies» indications de qualité environnement et santé, aux pictogrammes de danger.

Une lente évolution

Au niveau critères d'achats, l'environnement arrive le plus souvent après le prix, la marque et la qualité perçue. On constate cependant une sensibilité croissante du citoyen aux critères de santé, d'abord, et d'environnement, ensuite. Face à la multiplicité des marquages affectant les étiquettes et à leur opacité, le

citoyen reste preneur d'informations fiables susceptibles de l'aider à choisir qualitativement et à distinguer, en matière d'environnement et de santé, ce qui est vérifié, objectif, de ce qui relève du marketing. À ce titre, il est demandeur de listes positives de produits. C'est peu réaliste car difficile à tenir à jour : apparition de nouvelles références sur le marché, variations dans le temps de la composition des produits.... La démarche d'écoconso vise donc plutôt l'émancipation du consommateur en le rendant plus conscient, et donc responsable, de ses choix.

Les outils proposés par écoconso lors de cette campagne restent disponibles :

	<p>Une brochure « Les labels sous la loupe. Guide de défrichage pour éco-consommateur ». écoconso y a rassemblé les labels fiables les plus fréquents sur le marché belge.</p>
	<p>Des fiches détaillées par label, qui permettent de comprendre les caractéristiques de chacun, dans divers secteurs : alimentation, hygiène et cosmétiques, produits d'entretien, informatique, papier, peintures, textile...</p>
	<p>Des fiches-conseils levant la confusion induite par certains logos et pictogrammes ou évoquant de façon très pratique les enjeux et les choix de consommation relatifs à une gamme de produits, labels à l'appui</p>
	<p>Des animations-conférences portant sur la lecture d'étiquettes, les labels en général, les labels de certaines catégories de produits (alimentation, produits d'entretien, etc.) ou sur le décryptage de la communication des marques et du greenwashing.</p>
	<p>Un service-conseil gratuit pour répondre aux interrogations des consommateurs au 081 730 730 ou via info@ecoconso.be.</p>

Toutes les **publications** sont **disponibles gratuitement** sur www.ecoconso.be. Elles peuvent également être commandées auprès du service-conseil. Les animations sont proposées pour des groupes constitués.

Contacts presse :

- Sylvie Wallez – Coordinatrice de campagne – 081 390 798 – swallez@ecoconso.be
- Ann Wulf – responsable communication – 081 390 792 – awulf@ecoconso.be

Plus d'info sur écoconso

écoconso est une association qui encourage des choix de consommation et des comportements respectueux de l'environnement et de la santé. Reconnue comme organisme d'éducation permanente, elle est active en matière d'alimentation, énergie, eau, déchets, mobilité, éco-construction, pesticides, cosmétiques, produits d'entretien, pollutions intérieures...

écoconso propose...

- un service-conseil gratuit au 081 730 730 ou via info@ecoconso.be
- une multitude d'infos sur www.ecoconso.be
- près de **170 fiches-conseils**, des **brochures**, une newsletter avec un **dossier** argumenté...
- des **animations thématiques** sur demande
- des campagnes de sensibilisation et des projets innovants.