Rapport d'activités 2019 d'écoconso

écoconso, c'est :

- ✓ une association reconnue comme association environnementale et en éducation permanente ;
- ✓ l'ambition d'une consommation respectueuse de l'environnement et de la santé ;
- ✓ un site www.ecoconso.be qui reçoit plus de 1.400.000 visites par an ;
- ✓ deux campagnes annuelles qui touchent aussi des publics précarisés ;
- ✓ des outils d'information et de sensibilisation accessibles à tous ;
- ✓ une équipe de permanents compétents et motivés.

écoconso
du conseil à l'action

1. Introduction

L'éco-consommation est un mode de consommation compatible avec le développement durable. L'éco-consommation implique des choix plus respectueux de l'environnement et de la santé lors du choix de mode de vie (lieu de vie, mobilité…) ; lors de l'achat des produits et le recours aux services ; lors de l'utilisation des produits et des ressources et lors de l'élimination des produits.

Notre mission : Réduire les impacts de la consommation sur la santé et l'environnement.

Notre vision : Demain, écoconso est la référence en éco-consommation pour le consommateur.

Nos objectifs stratégiques :

1. Imposer écoconso comme référence en tant que service interactif d'informations indépendantes sur des produits et des services
2. Fournir des informations utiles, concrètes, crédibles accessibles répondant aux besoins des consommateurs
3. A titre complémentaire, sélectionner des opportunités venant de pouvoirs publics, d'associations ou d'entreprises en privilégiant des prestations pour leur caractère innovant ou démultiplicateur.

Nos métiers : sensibiliser, informer, former, communiquer, accompagner.

Nos thématiques de travail :

Le conseil d'administration

En 2019, le conseil d'administration se compose de Pierre Lemoine (Président), Vanessa Rasquinet (Education Environnement), Christophe Dubois (Réseau IDée), Gilles Toussaint, Hugues Latteur et Cécile Meyer. La révision des comptes est confiée au bureau de réviseurs commissaires Maillard & Dethier.

L'équipe de travail

En 2019, l'équipe des salariés d'écoconso se composait de :

Le pool gestion :

- Jean-François Rixen, Secrétaire général, et responsable thématique Construction et rénovation ;
- Hélène Decloux, secrétaire comptable.

Le pool communication :

- Ann Wulf, Chargée de communication : responsable éditoriale et de la communication programmée ;
- Stéphanie Grofils, puis François Paquay : responsable éditorial.e, médias et réseaux sociaux ;
- Benoit Cremer, Chargé de communication : responsable supports et événements.

Le pool experts :

- Renaud De Bruyn, Expert : responsable thématique « Déchets », « Eau » et « Alimentation » ;
- Jonas Moerman, Expert : responsable thématique « Énergie », « Climat » et « Mobilité » ;
- Aurélie Melchior, Experte : responsable thématique « Jardin et Pesticides », « Hygiène Cosmétiques » et « Produits d'entretien » ;
- Nadège De Bonte, Experte : responsable thématique « Zéro déchet » et « Eco-consommation ».

Le pool projets :

- Catherine Maréchal, Chargée de mission de service « Marchés publics durables » et « Quartiers durables citoyens ».
- Maud Eloin, Chargée de mission « Inspirons le Quartier »

2. Résumé et faits marquants

L'année 2019 nous a permis de poursuivre le déploiement des activités sur d'excellentes bases de travail :

- Une vision et des missions claires établies par :
  - la Convention Cadre avec la Wallonie
  - un Plan stratégique 2016-2019 ainsi qu'un Plan de communication opérationnel
- Une équipe de travail compétente et motivée, organisée en deux pools : Le Pool Experts et le Pool Communication

Nous récoltons encore les résultats de cette stratégie et cette organisation interne. Nous sommes en mesure de couvrir l'ensemble des thématiques de l'éco-consommation, tant en expertise (veille, service conseil, rédactions, animations) qu'en communication (site web, réseaux sociaux, médias, événements).

2.1 Quelques résultats 2019 significatifs :

Mission de base

- 2.210.671 visiteurs (+79%)
- 2.693.426 visites (+81%)
- 4.101.352 pages vues (+76%)

- 630 questions
- 1er thème : déchet (31%)
- + Habitat, Eau, Energie, Textiles & Produits d'entretien

- 11 Newsletters
- 4.424 abonnés

- 91 animations en 2019
- 1.800 personnes participantes

Communication

- **Partenariats médias :** Vivacité et Femmes d'aujourd'hui
- **Revue de presse** : 235 passages médias
- **Facebook** : 10629 fans (+18%)
- **Twitter** : 1.640 followers (+9%)
- **Instagram** : 1.224 abonnés (+19%)

Campagne « Climat : arrête d'en faire des tonnes ! »

- Une page de campagne : 9.400 consultations
- Un module d'animation sur le climat
- 6 événements pour sensibiliser : 919 personnes touchées
- Un nuancier pédagogique : 2.000 exemplaires
- 24 articles dans le cadre de la campagne
- 3 vidéos : smartphone, vêtements et télévision
- 32 interventions dans les médias

Campagne Achats Verts

- Site internet : désactivé, contenu en cours de transfert vers www.ecoconso.be
- Actualisation et diffusion des modes d'emploi
- 15 animations/formations sur les marchés publics durables : généralistes ou thématiques

3. Activités réalisées à destination du public

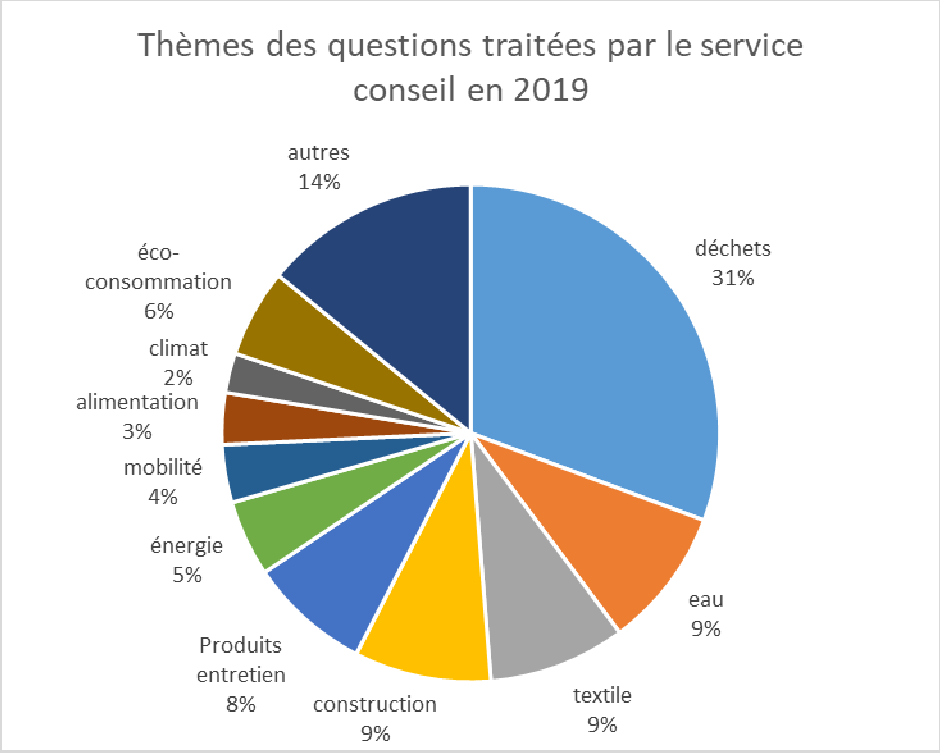
Missions de base d'information

3.1 Service d'information et centre de documentation
3.2 Newsletters/Sites Web – www.ecoconso.be /Réseaux sociaux
3.3 Publications

3.1 Service d'information et centre de documentation

Questions au service-conseil

Le service-conseil a reçu plus de 630 questions en 2019, avec la répartition par thème suivante :



Les questions liées aux **déchets** représentent près de 31% de toutes les questions. Elles sont suivies par les questions liées à l'**habitat** (9%), à l'**eau** (9%), à l'énergie (9%), aux textiles (9%) et aux produits d'entretien (8%).

Quelques questions fréquentes

69% des questions nous parviennent par email ou via le formulaire du site (13%) La plupart du temps la voie de connaissance n'est pas précisée pas. Nous supposons qu'il s'agit du site ecoconso.be mais en amont il peut s'agir d'une publication sur les réseaux sociaux, d'un article de presse, d'un passage TV ou radio…

Ce sont surtout des **particuliers** qui nous contactent (74%), ensuite des **entreprises** (12%), des **écoles** (5%) et des **associations** (5%).

La grande majorité des personnes nous contacte par **e-mail** ou **via le formulaire** du site (82%), 16% par téléphone et par 2% facebook.

Demandes de publications

4200 brochures ou ensemble de 5 fiches zéro déchets ont été diffusées au total :

Les plus demandées sont :

1. « 5 fiches zéro déchet » : 2300 exemplaires
2. Eventail climat : 1400 exemplaires.
3. Labels et logos : 260 ex.
4. Plastique : 150 ex

3.2 Newsletters/Sites Web – www.ecoconso.be /Réseaux sociaux

Newsletter

Nous réalisons une newsletter par mois (sauf en août). Les statistiques sont en légère progression et toujours très bonnes par rapport à la moyenne du secteur non-marchand (utilisant Mailchimp comme plateforme d'emailing) :

	Moyenne du secteur non-marchand	**2018**	**2019**
Abonnés	/	4273	4424
Taux d'ouverture	30,1%	42%	45%
Taux de clic	4,3%	17%	19%

Chaque numéro est l'occasion d'un focus thématique. En 2019, les focus ont été :

Date de la newsletter	**Sujet du focus**	**Taux d'ouverture**	**Taux de clic**
17/01/2019	Bébé au naturel : quel matériel utile et pas cher choisir ?	43%	16%
19/02/2019	8 erreurs à éviter quand on rénove sa maison	47%	23%
21/03/2019	Comment réduire les émissions de gaz à effet de serre de 50% ?	51%	21%
09/04/2019	Comment choisir des vêtements d'extérieur éco-responsables ?	50,5%	22%
24/05/2019	11 idées reçues sur le climat… et comment y répondre !	51%	17,5%
17/06/2019	Comment réduire la pollution due au plastique ?	50%	21%
01/07/2019	Comment choisir des vêtements bio, éthiques et écoresponsables ?	45%	21%
06/09/2019	Comment bien choisir son vélo électrique ?	44%	22%
31/10/2019	Des funérailles plus écologiques, est-ce possible ?	33%	18%
22/11/2019	Épargne éthique : 4 idées durables pour son argent	39%	16,5%
13/12/2019	Comment concilier achats en ligne et environnement ?	44%	16%

Site Internet www.ecoconso.be

Analyse de la fréquentation du site

Nous utilisons Google analytics pour analyser la fréquentation du site web. Après avoir franchi la barre du million de visiteurs en 2018, notre site a dépassé les 2 millions en 2019 ! (2 210 671 personnes, soit +79% par rapport à 2018).

Le site avait déjà connu une hausse de 76% en 2018, 74% en 2017 et de 50% en 2016.

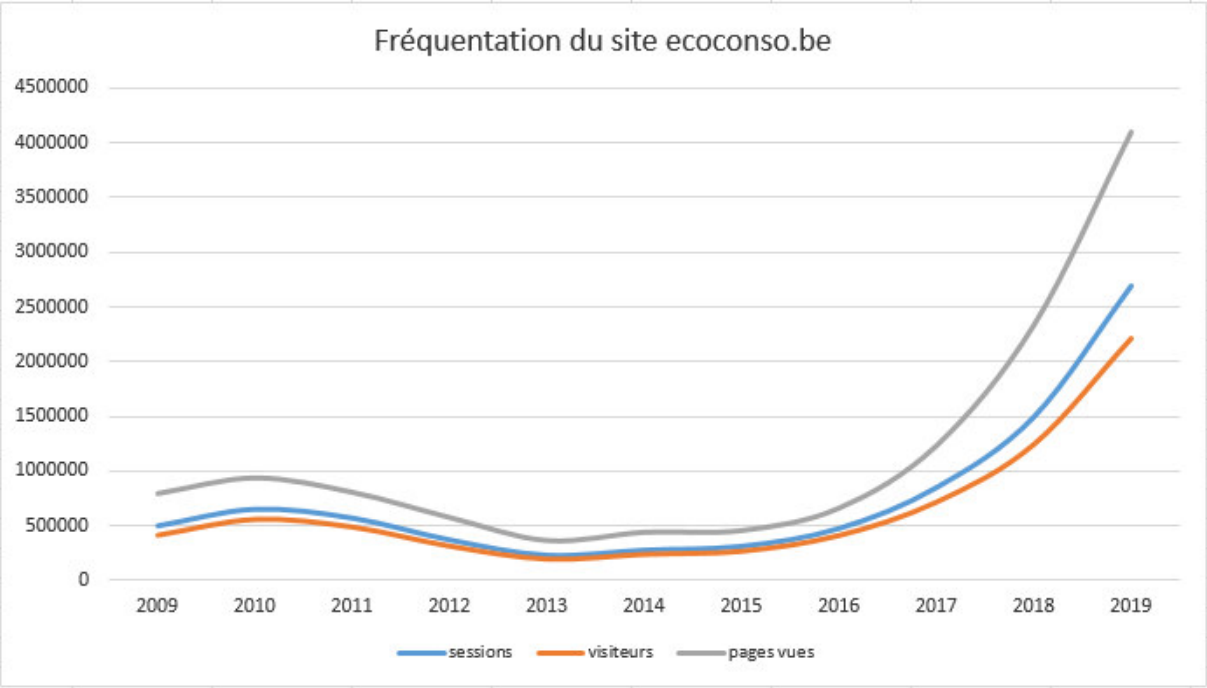
Nous attribuons cela à notre nouvelle stratégie de communication, notamment aux aspects suivants :

- optimisation des articles pour qu'ils soient facilement trouvés via Google (SEO) ;

- augmentation du nombre d'articles et d'actualités rédigés ou mis et à jour ;
- davantage de passages médias (qui suscitent plutôt des entrées « directes », les internautes tapant « écoconso » dans leur navigateur) ;
- amélioration de la présence sur les réseaux sociaux ;
- amélioration de la newsletter

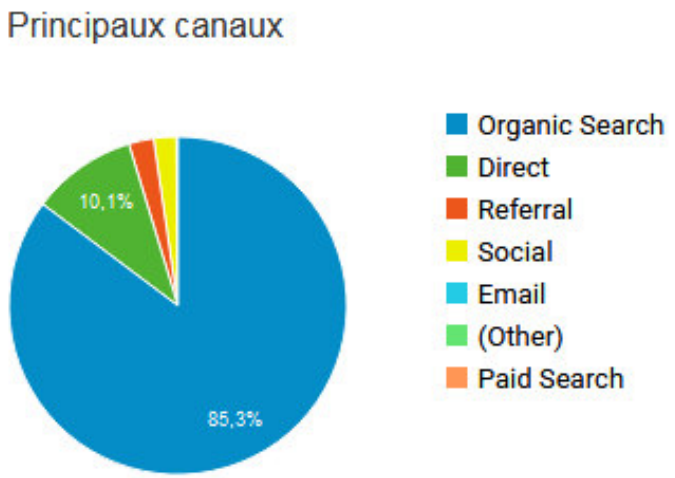
En-dehors de la fréquentation, les autres indicateurs sont plutôt stables **tous les indicateurs sont en progression** :

	2019	Évolution par rapport à 2018
Sessions	2 693 426	+ 81%
Visiteurs	2 210 671	+ 79%
Pages vues	4 101 352	+ 76%
Pages/visite	1,52	- 3%
Taux de rebond	74,25	- 1%
Durée de visite	01:33	- 4%



Comment les visiteurs arrivent-ils sur notre site ?

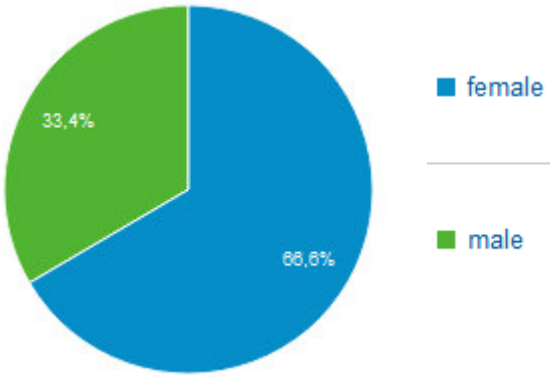
- 85% par une recherche (« Organic Search »), en écrasante majorité **via Google**.
- 10% en tapant ecoconso.be dans leur navigateur (« D**irect »**).
- Puis viennent les sites qui nous référencent (« Referral ») et les réseaux sociaux (« Social »), qui amènent chacun un peu plus de 2% des visites.



	2015		2016		2017		2018		2019	
Organic Search	195 606	74%	324 677	81%	566 512	81%	990 169	79%	1 891 055	85,26%
Direct	43 278	16%	48 973	12%	81 763	12%	183 747	15%	223 086	10,06%
Referral	27 749	11%	19 319	5%	15 402	2%	29 069	2%	47 750	2395%
Social	2150	1%	10 024	3%	34 634	5%	37 006	3%	52 992	2,15%
Newsletter	N.C.		4 514	1%	10 941	2%	10 284	1%	3 097	0,14%
Autres	123	0%	20	0%	162	0%	28	0%	128	0,01%

Qui sont nos visiteurs ?

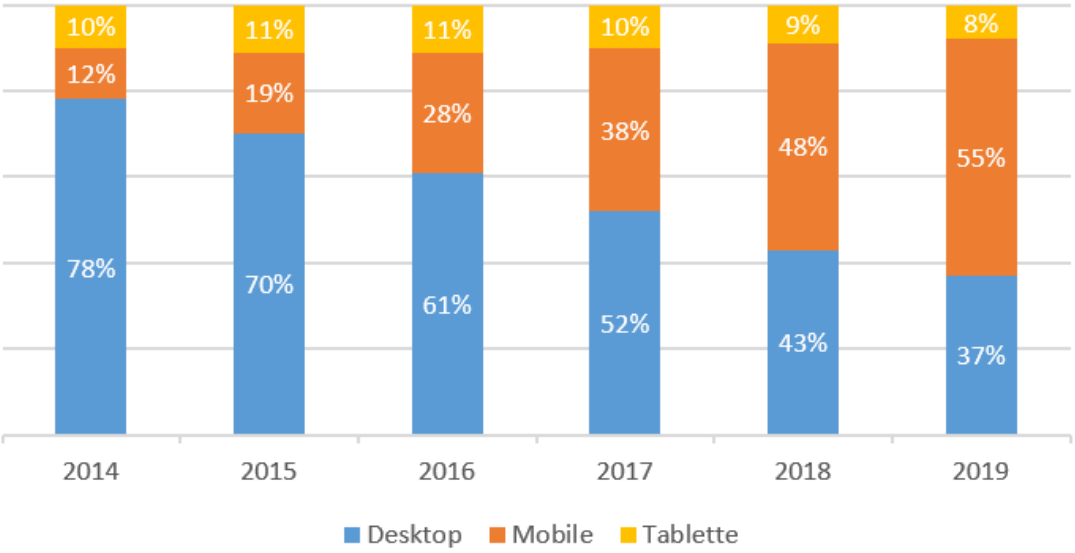
67% de nos visiteurs sont des **femmes**.



Plus de la moitié de notre public a **entre 25 et 44 ans** (35% de 25-34 ans et 23% de 35-44 ans).

Ce sont les Français qui visitent le plus le site d'écoconso mais les Belges consultent plus de pages lors de leur visite et restent plus longtemps. Si on considère uniquement les visiteurs belges, on constate que **9% de la population de Wallonie et Bruxelles a visité notre site en 2019**.

54% des visiteurs consultent notre site à partir d'un smartphone (« Mobile »). C'est la 2e année consécutive que les visites à partir d'un téléphone dépassent celles à partir d'un ordinateur. Nous en avons tenu compte : notre site est « responsive » c'est-à-dire qu'il s'adapte bien aux différentes tailles d'écran, que ce soit un smartphone, une tablette ou un grand écran d'ordinateur.



Contenu du site

Les 40 articles les plus consultés en 2019 (hors campagne) :

	Article	Vues en 2019
1	Les 7 produits d'entretien naturels indispensables à la maison	324911
2	Comment se débarrasser des poux naturellement ?	163166
3	Recette : fabriquer son produit WC maison et naturel (DIY)	162312
4	Recette pour faire son nettoyant multi-usage naturel	153414
5	Comment faire son emballage réutilisable à la cire d'abeille ? (DIY)	90750
6	Chauffage : comment régler le thermostat et les radiateurs ?	79558
7	Recette : fabriquer son produit lessive maison et naturel (DIY)	62986
8	Tout ce qu'on peut nettoyer avec du vinaigre à la maison	62428
9	Recette : fabriquer son produit vaisselle maison et naturel (DIY)	61936
10	Comment fabriquer une éponge tawashi ? [DIY]	57378
11	Comment se débarrasser de l'amiante sans danger ?	55341
12	Recette : faire sa crème hydratante pour le corps (DIY)	50838
13	Tri des déchets : où peut-on jeter quoi ?	50559
14	10 usages du bicarbonate de soude pour nettoyer	48332
15	Quel savon choisir pour se laver au naturel ?	45781
16	9 conseils pour économiser l'eau à la maison	45514
17	Comment traiter et entretenir le bois à l'huile de lin ?	39441
18	Que peut-on mettre dans son compost ?	36909
19	Magasins de vrac et zéro déchet de Wallonie et Bruxelles	36871
20	10 produits du commerce qu'on peut fabriquer maison	35531
21	Objectif zéro déchet : une astuce par semaine	34263
22	Comment faire une peinture à la chaux ?	33554
23	Adoucisseurs d'eau: puis-je boire l'eau adoucie?	33295
24	Insecticides utilisés dans la maison : attention danger	32817
25	Comment faire sécher ses fruits et légumes pour les conserver ?	31814

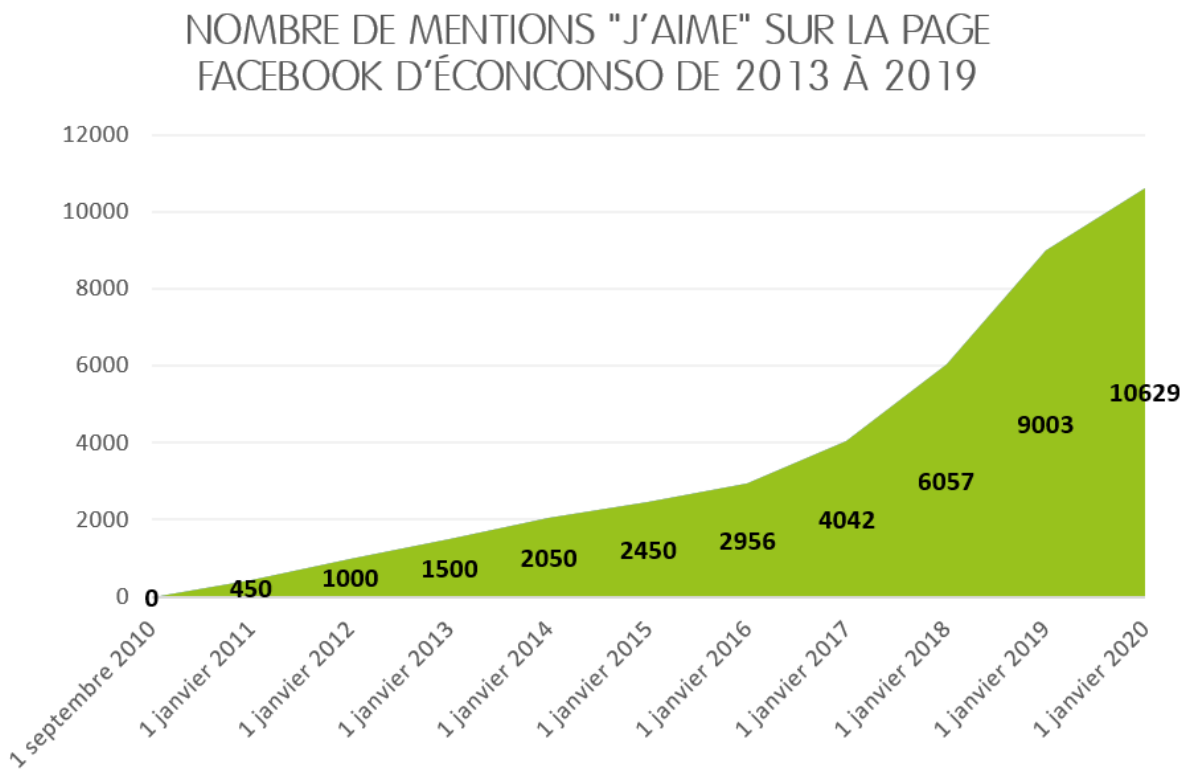
26	9 raisons d'utiliser de la chaux sur ses murs	31516
27	7 astuces naturelles pour se débarrasser des pucerons	28893
28	Que signifient les nouveaux pictogrammes de danger ?	28795
29	Signification de quelques pictogrammes	28142
30	Où faire analyser de l'eau de source, de puits ou du robinet ?	27218
31	Comment utiliser les huiles essentielles pour le nettoyage ?	27102
32	Quelle machine à café choisir ?	26474
33	Comment calculer la consommation en eau d'une douche ?	25921
34	Utiliser les cristaux de soude pour nettoyer et dégraisser	25543
35	Voiture électrique : ses avantages et inconvénients	23978
36	Le savon noir : un nettoyant naturel multi-usage	23818
37	10 idées cadeau (presque) zéro déchet pour Noël	23705
38	Conservation : comment stériliser / pasteuriser les fruits et légumes ?	23575
39	Objectif zéro déchet	22597
40	Faut-il utiliser un filtre à eau avant de boire l'eau du robinet ?	22074

Réseaux sociaux

En 2019, les réseaux sociaux ont continué à assurer une bonne visibilité à écoconso et à jouer un rôle central dans la diffusion de nos contenus : Facebook, Twitter, Instagram et LinkedIn représentent la quatrième source de trafic sur notre site. Les voyants sont tous au vert puisque nos communautés sur les différents réseaux ont continué à croître : +18% sur Facebook, + 9% sur Twitter, + 19% sur Instagram et +84% sur LinkedIn.

Facebook

L'année 2019 aura été marquée par le passage à plus de 10.000 abonnés sur Facebook. La page d'écoconso comptait, fin de l'année, 10.629 mentions « j'aime », soit une augmentation de 18% en un an.



	Nombre de mentions « j'aime la page écoconso »	Évolution
Janvier 2011	450	Création de la page : sept. 2010
Janvier 2012	1000	+550
Janvier 2013	1500	+500
Janvier 2014	2050	+550
Janvier 2015	2450	+400
Janvier 2016	2956	+506
Janvier 2017	4042	+1086
Janvier 2018	6057	+2015
Janvier 2019	9003	+2946
Janvier 2020	10629	+1626

Notre public sur Facebook est composé à 74% de femmes. Le groupe d'âge principal sont les personnes ayant entre 35 et 44 ans (31%,) suivi de celles ayant entre 25 et 34 ans (29%) et celles ayant entre 45 et 54 ans (14%). Les jeunes (18 à 24 ans) représentent eux 3% de notre public.

La grande majorité des personnes qui nous suivent sont en Belgique (74%). Notre public wallon provient principalement (et dans l'ordre) de Liège, de Namur, de Charleroi, de Mons, de Tournai et de La Louvière.

Notre page Facebook gère et anime également quatre groupes.

- « Objectif zéro déchet – écoconso », qui compte 3.698 membres ;
- « Construire et rénover durable et écologique – écoconso », qui compte 231 membres et a été créé pour rassembler les « écobâtisseurs » dans le cadre de notre événement annuel, les Portes ouvertes écobâtisseurs : « Je construis / rénove durable et écologique » ;
- « Green For Life - Éco-consommer pour économiser », qui compte 384 membres ;
- « Climat - Arrête d'en faire des tonnes - Infos et actions à mettre en place », qui compte 160 membres.

Ces deux derniers groupes portent le nom de nos campagnes annuelles de 2018 et 2019 et rassemblent les consommateurs qui désirent échanger leurs astuces et bons plans dans ces domaines respectifs.

Voici nos trois meilleures publications de l'année sur Facebook :

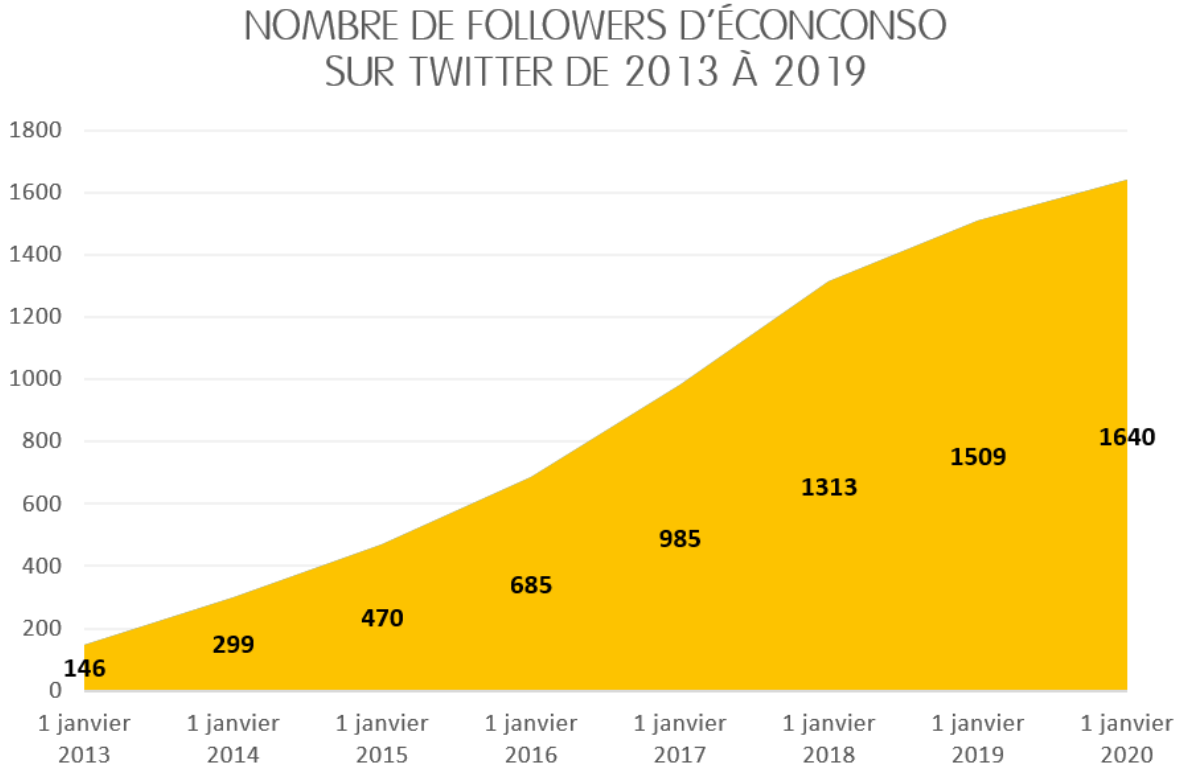
#1	31 janvier 2019 95.704 personnes atteintes 3.661 réactions (« j'aime », etc.) 122 commentaires 1.346 partages	écoconso 31 janvier 2019 · Préserver la planète, ça commence ici, tout de suite. Ne jetez pas dans les bouches d'égouts vos déchets, mégots, emballages, savons et produits non naturels, chewing-gums, pesticides...
#2	24 avril 2019 33.819 personnes atteintes 799 réactions (« j'aime », etc.) 96 commentaires 413 partages	écoconso 24 avril 2019 · Et si on arrêtait de s'empoisonner avec des produits ménagers toxiques et polluants ? Et qu'on nettoyait sa maison avec des produits naturels, sains, tout aussi efficaces (voire plus !) et pas cher, comme jadis nos grands-mères (qui avaient tout compris) ? ECOCONSO.BE **Les 7 produits d'entretien naturels indispensables à la maison** En savoir plus

#3	7 février 2019 27.622 personnes atteintes 1.081 réactions (« j'aime », etc.) 116 commentaires 275 partages	

Twitter

Sur Twitter, nous avons également augmenté la taille de notre public : fin 2019, nous comptions 1.640 « followers », contre 1.509 un an plus tôt, soit une progression de 9%.

En 2019, nos publications sur Twitter ont totalisé 235.700 « impressions », c'est-à-dire qu'elles ont été vues autant de fois par les utilisateurs du réseau social.



	Nombre de followers	Évolution
Janvier 2013	146	Ouverture du compte mars 2013
Janvier 2014	299	+153
Janvier 2015	470	+171
Janvier 2016	685	+215
Janvier 2017	985	+300

Janvier 2018	1313	+328
Janvier 2019	1509	+196
Janvier 2020	1640	+131

Voici nos trois meilleures publications sur Twitter en 2019 :

#1	12 avril 2019 4.060 personnes atteintes 18 engagements (retweet ou like)	écoconso_asbl @ecoconso Non, vraiment les routes belges sont vraiment trop pourries. Pour rouler en Belgique, il FAUT acquérir ce nouveau modèle de SUV ecoconso.be/fr/content/apr... 😂 #coinsatirique #humour #automobile #SUV #publicity #environnement #pollutiondavril #pollution #Climat #Dakar Mitsubishi Motors Belux
#2	24 juin 2019 2.350 personnes atteintes 18 engagements (retweet ou like)	écoconso_asbl @ecoconso 🎙Pour savoir comment choisir une bonne crème solaire pour la planète et sa santé, rendez-vous à 15h40 sur Vivacité Namur bit.ly/2UIe5TF 🌻Lire aussi toutes nos astuces ecoconso.be/fr/content/que... #soleil #chaleur #environnement #climat #LundiMotivation #MondayMotivation Vous et 3 autres

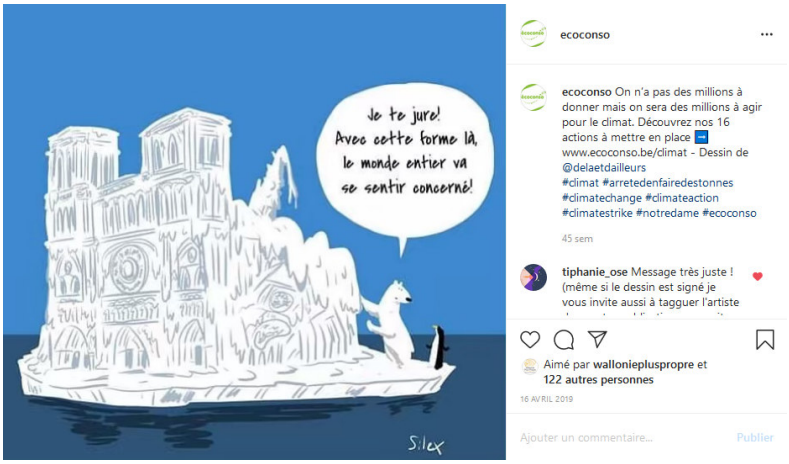
#3	18 avril 2019 2.199 personnes atteintes 5 engagements (retweet ou like)	

Instagram

Le nombre d'abonnés du compte Instagram d'écoconso, créé dans le courant de l'année 2017, a continué à croître en 2019 pour atteindre 1.224, soit une augmentation de 19% en un an.

	Nombre de followers	Évolution
Janvier 2018	358	Création du compte en février 2017
Janvier 2019	1032	+674
Janvier 2020	1224	+192

Voici nos trois meilleures publications sur Instagram en 2019 :

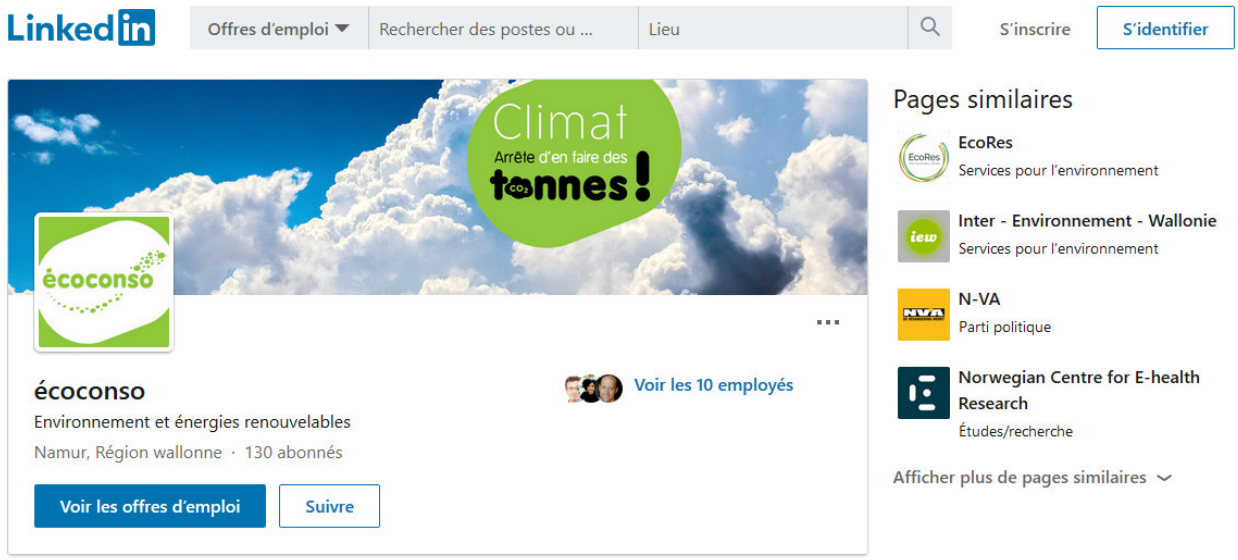
#1	16 avril 2019 1.024 personnes atteintes 123 mentions « j'aime » 3 commentaires	
#2	29 août 2019 713 personnes atteintes 35 mentions « j'aime » 30 commentaires	

#3	25 juin 2019 612 personnes atteintes 35 mentions « j'aime » 2 commentaires	

LinkedIn

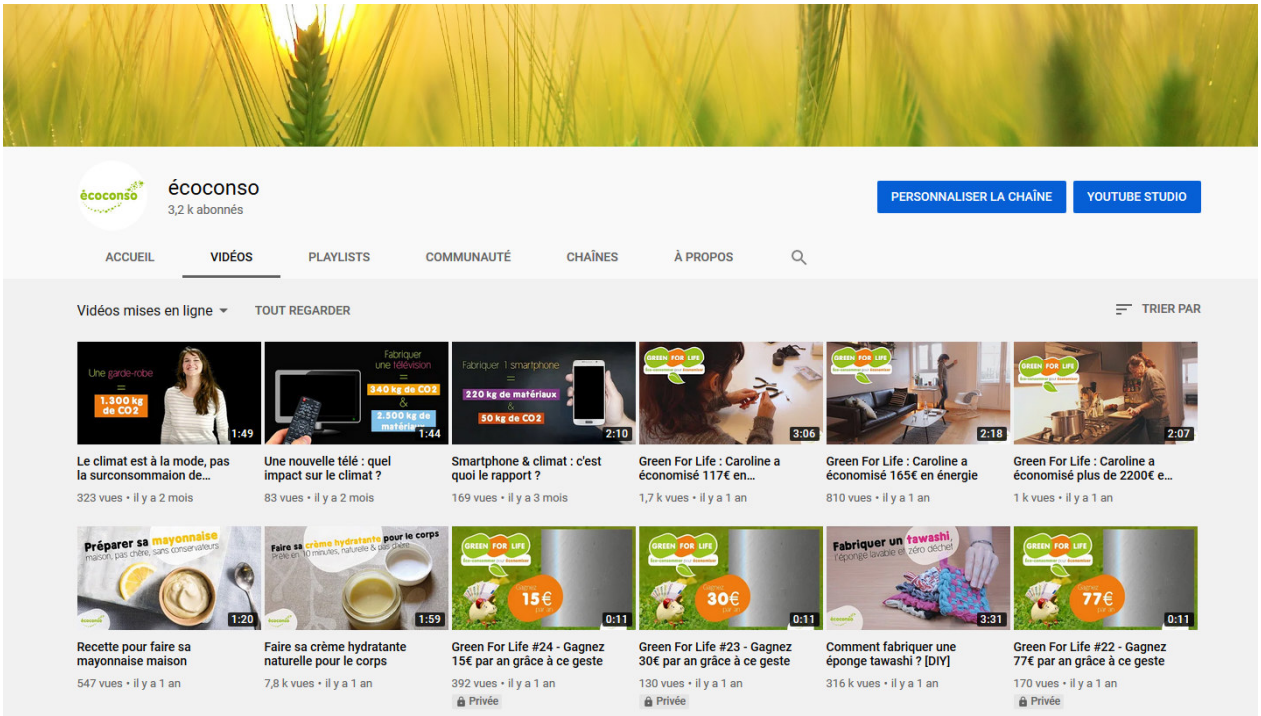
La page d'entreprise d'écoconso, crée en 2018, compte désormais 107 abonnés, soit une augmentation de 84% en un an.

Cette page sert avant tout à asseoir la réputation en ligne et la fiabilité d'écoconso. Nous y publions également certains contenus liés à nos campagnes, des articles de presse où écoconso intervient ainsi que les offres d'emploi.



Youtube

La chaîne Youtube d'écoconso, créée en juillet 2017, a totalisé 376.377 vues de vidéos en 2019, contre 45.821 en 2018, soit une hausse spectaculaire de 721% en un an. Nous hébergeons sur cette chaîne toutes nos productions vidéos. La chaîne YouTube d'écoconso compte 2.747 abonnés, soit près de six fois plus qu'il y a un an.



Nos vidéos les plus populaires cette année ont été les suivantes :

- « Comment fabriquer une éponge tawashi ? [DIY] » : 239.640 vues en 2019 ;
- « Le furoshiki : emballage cadeau zéro déchet - Le tuto d'écoconso » : 86.903 vues en 2019 ;
- « Recette : fabriquer son nettoyant multi-usage naturel (DIY) » : 25.390 vues.

3.3 Publications

Depuis 2017, nous avons augmenté de façon conséquente le nombre d'articles écrits ou mis à jour. Ils remplacent progressivement les anciennes « fiches-conseils ». Ils sont disponibles sur notre site et nous pouvons en envoyer une impression papier sur demande.

En 2019, nous avons publié **69 articles** (nouveaux articles ou mises à jour). Le total monte à 93 articles si l'on inclut ceux écrits pour la campagne.

Ils sont diffusés :

- sur notre site Internet. Voir chiffres de diffusion dans la partie « 3.2.4 Site Internet » ;
- via le service-conseil et lors de nos animations. Voir chiffres de diffusion dans la partie « Demande de publications » ;
- lors des évènements auxquels nous participons. Voir chiffres de diffusion dans la partie « **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** Évènements ».

Pilier 2 : Sensibilisation

3.4 Campagnes
3.5 Evénements

3.4 Campagnes (actions thématiques)

Campagne « Climat : arrête d'en faire des tonnes ! »

Enjeux

- La réalité du réchauffement climatique n'est plus à démontrer. La communauté scientifique s'accorde sur la question et souligne les principales menaces qui en découlent :
  - la fonte des glaces et la hausse du niveau des océans, qui vont notamment entraîner l'inondation de zones habitées ;
  - des phénomènes météorologiques extraordinaires plus fréquents ;
  - la disparition de nombreuses espèces ;
  - des troubles géopolitiques et des impacts sur la santé humaine (notamment tensions exacerbées autour de l'accès à l'eau potable et à la nourriture, et donc renforcement des inégalités et des risques de conflits) ;
  - effet boule de neige (le réchauffement climatique s'auto-alimente, avec un effet de rétroaction positive) ;
  - …
- Pour rester sous 1,5°C de réchauffement global et respecter l'Accord de Paris, la Belgique doit réduire de 50% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030. Et poursuivre la réduction au-delà.
- Selon une étude de 2017 du service Changements Climatiques du SPF Santé publique, 85% des Belges considèrent les changements climatiques comme un problème qui demande une réponse urgente. Un ensemble d'acteurs sont pointés du doigt et se partagent les responsabilités : l'industrie, le transport (des personnes et des marchandises), l'agriculture, les ménages...
- Plus que jamais, le climat est au centre des préoccupations, avec des mobilisations citoyennes fortes. Mais on constate aussi beaucoup d'idées reçues sur le sujet.

Objectif

À travers la campagne « Climat : arrête d'en faire des tonnes ! », nous souhaitions :

- Faire prendre conscience des domaines qui ont le plus d'impact sur le climat et du pouvoir d'action du consommateur.
- Aider les publics ayant le plus d'impact à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre pour atteindre l'objectif de maintenir le réchauffement à maximum 1,5°C. Mais ceci sans le culpabiliser et tout en montrant les nécessaires actions complémentaires qui ne relèvent pas de sa responsabilité mais de celle des pouvoirs publics et des entreprises.

Public

La campagne vise les publics les plus impactant sur le climat. Les publics sont donc multiples et variables selon le thème abordé et l'action proposée. Par exemple, pour réduire les besoins en chauffage, on s'adresse aux propriétaires.

Site Internet

Une page spéciale (www.ecoconso.be/climat) a été développée sur notre site. Elle a évolué au long de la campagne pour accueillir ses différents supports et activités. Elle a notamment été mise à jour toutes les 2 à 3 semaines avec une nouvelle action climat. Cette diffusion progressive a permis de rythmer la campagne.

Tous les articles de campagne sont accessibles via cette page et sont disponibles sur le site Internet. La liste des articles diffusés est disponible dans la section « Publications » ci-dessous.

La page de campagne a été visitée plus de 9400 fois.

Publications

Nuancier « Climat : arrête d'en faire des tonnes ! »

Nous avons édité une publication reprenant la checklist de 16 actions pour le climat, ainsi qu'une proposition de plan d'action pour montrer que diviser ses émissions par 2 en 10 ans est possible.

La publication prend la forme d'un « nuancier » (comme les nuanciers de peinture), chaque page étant consacrée à une action. Le potentiel d'économies de CO2 est fort mis en avant et les actions sont classées de la plus impactante à la moins impactante afin de le public puisse prendre conscience des gestes prioritaires à poser.

Le nuancier climat est disponible sur demande. Nous l'avons aussi diffusé via divers évènements et animations. Au total, près de 2000 exemplaires de cette publication de campagne ont été distribués en 2019

Articles

Nous avons écrit et diffusé **24 articles** (22 nouveaux et 2 mises à jour) dans le cadre de la campagne. Voici ces articles et leur nombre de vues en 2019 (chiffres jusqu'en février 2020, la campagne se clôturant à ce moment-là) :

Titre	Type	Nombre de vues
Comment réduire les émissions de gaz à effet de serre de 50% d'ici 2030 ?	Article (focus newsletter)	13878
7 idées pour agir contre le réchauffement climatique	Article	12026
Climat : arrête d'en faire des tonnes !	Landing page de la campagne	9453
Quelles sont les causes du changement climatique ?	Article	7985
Comment réduire la pollution des avions ?	Action climat	6990
Quelles sont les conséquences du changement climatique ?	Article	3376
11 idées reçues sur le climat et comment y répondre	Article (focus newsletter)	3158
Diminuer l'impact du numérique sur le climat ?	Action climat	1423
Quelle loi climat pour la Belgique ?	Actu	1262
Moins de plastique pour moins de CO2	Action climat	1233
Comment économiser l'électricité et l'eau chaude ?	Action climat	1084
Manger bio, local et de saison	Action climat	1062
L'accord de Paris sur le climat, c'est quoi ?	Article	937
Gaspiller moins de nourriture pour préserver le climat	Action climat	733
La Belgique peut réduire l'impact de l'élevage sur le climat de 58%	Actu	591
Moins rouler en voiture pour préserver le climat	Action climat	489

Économiser le chauffage pour réduire le CO2	Action climat	456
Manger moins de viande pour protéger le climat	Action climat	352
Comment cesser de financer les énergies fossiles ?	Action climat	339
Garder plus longtemps ses appareils et objets	Action climat	330
Comment passer aux énergies renouvelables ?	Action climat	308
Faire ses achats en seconde main, c'est bon pour le climat	Action climat	291
Acheter moins pour réduire son empreinte carbone	Action climat	253
Acheter local, une bonne action pour le climat	Action climat	190
Pourquoi encourager les petites voitures électriques ?	Action climat	131

Vidéos

Nous avons réalisé 3 vidéos dans le cadre de la campagne. Elles avaient pour but de mettre en lumière l'impact sur le climat de certains achats, sur un ton un peu décalé ou humoristique :

- Smartphone : 1386 vues (164 via notre site et/ou Youtube, 1222 via les réseaux sociaux)
- Vêtements : 1422 vues (320 via notre site et/ou Youtube, 1225 via les réseaux sociaux)
- Télévision : 513 vues (80 via notre site et/ou Youtube, 473 via les réseaux sociaux)

Animations

Nous avons proposé une animation « Climat : comment réduire les émissions de gaz à effet de serre de 50% ? ». Objectif : mieux comprendre ce qui se cache derrière les tonnes de CO2 et disposer d'une check-list d'actions efficaces à mettre en œuvre pour diminuer nos émissions (16 actions sur 10 ans). En parallèle nous y abordions les mesures prises par les autorités publiques et les entreprises

Salons et évènements

En 2019, écoconso a pris part à 6 événements pour relayer sa campagne « Climat – Arrête d'en faire des tonnes ! ». Une animation ludique déclinée d'un jeu de Molkky a été spécialement conçue pour faire réaliser aux visiteurs les rejets carbone liés à des produits/services de consommation courante.

- 31/03/2019 : Marche pour le climat « Rise for climate » à Liège + parade Nourrir Liège

>> Participation aux cortèges, avec un calicot sur le geste « Manger moins de viande »

- 12/05/2019 : Fête du développement durable à Frameries.

>> Stand avec jeu de Molkky

- 30/05/2019 : Festival Sortilèges à Ath

>> Stand avec jeu de Molkky

- 06-08/09/2019 : Salon Valériane à Namur

>> Stand avec jeu de Molkky et distribution de la brochure de campagne

- 25/09/2019 : Conférence de Rob Hopkins à Namur

>> Stand avec jeu de Molkky et distribution de la brochure de campagne

- 15/11/2019 : Colloque du Barreau de Liège : « Une justice pour le climat ? » à Liège

>> Stand de distribution à tous les participants de la brochure de campagne

Ces 6 événements ont permis d'interpeller 919 personnes sur le sujet du climat.

657 brochures y ont été distribuées, dont 499 spécifiquement sur la thématique « climat ».

60 visiteurs y ont aussi mentionné leur souhait de recevoir la newsletter d'écoconso.

écoconso
POUR DES CHOIX DE CONSOMMATION RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT ET DE LA SANTÉ
TOUS NOS CONSEILS SUR
www.ecoconso.be
Jeu de Molkky
200 kg
175 kg
18 kg
1250 kg
500 kg
50 kg
1000 kg
80 kg
40 kg
150 kg
350 kg
200 kg
300 kg
1600 kg

Communication

Médias

Nous avons envoyé un communiqué de presse le 20 septembre 2019 présentant les 16 actions concrètes pour réduire ses émissions de CO2 élaborées dans le cadre de la campagne. Ce communiqué est consultable en annexe.

En 2019, la campagne a fait l'objet de :

- 7 articles de presse écrite ;
- 4 passages en télévision ;
- 5 passages en radio ;
- 16 articles en ligne.

Ceci pour un total de 32 interventions dans les médias.

La liste des articles et émissions recensés est reprise dans la revue de presse globale d'écoconso en annexe. Par ailleurs, les copies des articles collectés sont reprises dans une revue de presse consultable sur demande. Comme pour les missions de base d'écoconso, cette revue de presse n'est pas exhaustive.

pas exhaustive.

Réseaux sociaux

Facebook

Le groupe Facebook dédié à la campagne a été créé le 30 avril. Il comptait 160 membres au 31 décembre 2019, dont 82 ont été actifs au cours de l'année, c'est-à-dire qu'ils ont vu, publié, commenté ou réagi à du contenu.

Ce groupe a servi à diffuser des contenus en lien avec la campagne auprès de personnes intéressées, notamment les 16 actions qu'elles pouvaient mettre en place pour réduire leur impact climatique. 37 publications ont été partagées dans le groupe en 2019, soit environ une publication tous les six jours. Environ deux tiers de ces publications émanaient de la page d'écoconso.

Nous avons également publié du contenu lié à la campagne sur notre page Facebook.

Voici les meilleures publications liées à la campagne :

#1	16 avril 2019 55.175 personnes atteintes 1.984 réactions (« j'aime », etc.) 119 commentaires 479 partages	écoconso 16 avril 2019 · On n'a pas des millions à donner mais on sera des millions à agir pour le climat. Découvrez les 16 actions à mettre en place ➡ www.ecoconso.be/climat #climat #arretedenfairedestonnes © SILEX Dessinateur-Illustrateur

#2	22 janvier 2019 6.961 personnes atteintes 96 réactions (« j'aime », etc.) 46 commentaires 41 partages	écoconso 22 janvier 2019 · Laisser tourner votre moteur en stationnement en Wallonie vous coûtera 130€ d'amende à partir du 1er mars 2019 ! Laisser son moteur tourner plus de 10 secondes émet plus de CO2 que redémarrer et constituera une infraction environnementale en Wallonie. En plus d'être polluante, cette pratique serait dangereuse pour la santé : "L'exposition à la plupart des polluants est plus élevée dans l'habitacle qu'à l'extérieur", ajoute Inter Environnement Wallonie Asbl - IEW Découvrez comment mieux utiliser votre voiture ici : www.ecoconso.be/fr/Mieux-utiliser-sa-voiture
#3	17 janvier 2019 6.217 personnes atteintes 246 réactions (« j'aime », etc.) 20 commentaires 24 partages	écoconso 17 janvier 2019 · Ce matin 12 500 jeunes ont brossé les cours avec une demande claire et urgente : que la Belgique s'engage et agisse pour limiter le réchauffement climatique à 1,5°C LESOIR.BE **Franc succès pour la Marche pour le climat: 12.500 jeunes manifestent à Bruxelles, selon la police (direct)**

Twitter

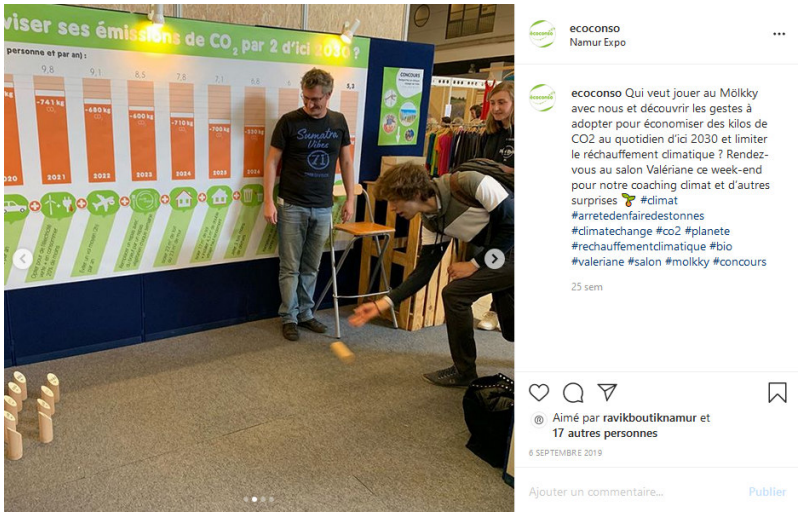
Sur Twitter, nous avons également publié du contenu lié à la campagne. Voici les meilleurs tweets de la campagne :

#1	27 mars 2019 6.675 personnes atteintes 25 engagements (retweet ou like)	

		écoconso_asbl @ecoconso Le réchauffement climatique, on arrête d'en faire des tonnes, on agit ! Pour que la Belgique réduise de 50% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030, chacun doit s'y mettre. Découvrez 16 actions à adopter en 10 ans ecoconso.be /fr/content/cli... #climat #arretedenfairedestonnes Climate Coalition BE et 3 autres
#2	20 juin 2019 1.989 personnes atteintes 14 engagements (retweet ou like)	écoconso_asbl @ecoconso Les chiens de traîneau pataugent dans l'eau au lieu de glisser sur un épais sol gelé. Une photo du climatologue Steffen Olsen qui voit son expédition bloquée par une mer de glace fondue 🌍 Nos solutions ➡️ecoconso.be/climat #climat #JeudiPhoto #arretedenfairedestonnes
#3	4 octobre 2019 1.932 personnes atteintes 11 engagements (retweet ou like)	écoconso_asbl @ecoconso Diminuer le nombre de kilomètres parcourus en voiture, avec une seule personne à bord et aux heures de pointe... Voilà déjà un pas qui peut amener à économiser 1000 kg de CO2 par voiture et par an🚗 👉 ecoconso.be/climat #climat #arretedenfairedestonnes Vous

Instagram

Voici nos trois meilleures publications de campagne sur Instagram :

#1	6 septembre 2019 561 personnes atteintes 18 mentions « j'aime »	
#2	18 avril 2019 542 personnes atteintes 20 mentions « j'aime »	
#3	22 juillet 2019 539 personnes atteintes 20 mentions « j'aime »	

Campagne « Achats Verts »

L'action thématique « Achats Verts » s'est développée dans la continuité des années précédentes.

Site Internet www.achatsverts.be

- Suite au changement d'hébergement et aux problèmes rencontrés et résolus sur le site www.ecoconso.be, nous avons décidé :
    - de ne plus afficher le site www.achatsverts.be (qui rencontre également des problèmes et dont certains contenus sont devenus obsolètes) ;
    - de rapatrier les contenus pertinents du site www.achatsverts.be vers le site d'écoconso en :
        - créant une carte de visite « Achats Verts » pour distinguer les services et l'offre d'accompagnement proposés par Achats Verts ;
        - créant une thématique « Marchés publics durables » sur le site www.ecoconso.be où se retrouveront les articles et les liens pertinents pour intégrer des clauses environnementales dans les marchés publics.
- Ce travail est en cours. Nous espérons par ce moyen bénéficier de la notoriété du site www.ecoconso.be pour les acheteurs publics durables.
- Nos publications dédiées aux acheteurs publics sont toujours disponibles et distribuées en version papier.
- Nous avons organisé des formations à l'attention d'acheteurs publics.

Promotion des activités et outils de la campagne

Le service-conseil reçoit des demandes spécifiques provenant d'administrations communales, de CPAS, d'éco-conseillers, et. C'est un moyen de donner en direct, et de manière rapide, des informations répondant à des attentes précises.

Chaque animation et conférence donnée par l'équipe d'Achats Verts est l'occasion de présenter et d'expliquer l'intérêt et la spécificité de la démarche proposée par la campagne.

En 2019, Achats Verts a fait la promotion des achats publics durables et de ses services à l'occasion de chacune des formations données sur les achats durables (voir le tableau des animations).

Animations

En 2019, 15 animations et formations ont été données dans le cadre de la campagne « Achats Verts».

Date	Demandeur	Sujet	Nbre personnes
15/01	**Bruxelles Environnement**	**Formation thématique sur le choix dans matériaux de finition dans les marchés publics**	**21**
19/02	**Bruxelles Environnement**	**Formation générale sur les marchés publics durables**	**28**
26/02	**Bruxelles Environnement**	**Formation générale sur les marchés publics durables**	**26**
11/03	**Bruxelles Environnement**	**Formation thématique sur le contrôle des clauses durables et les outils disponibles**	**25**
21/03	**Bruxelles Environnement**	**Formation thématique sur les marchés publics et le zéro déchets**	**23**
29/04	**Bruxelles Environnement**	**Formation thématique sur le choix d'un matériel informatique durable**	**37**
14/05	**Bruxelles Environnement**	**Visite de projets exemplaires**	**11**
27/6	**SPW**	**Atelier d'aide à la rédaction d'un plan d'action**	**14**
23/09	**Bruxelles Environnement**	**Formation générale sur les marchés publics durables**	**47**
26/09	**SPW**	**Atelier d'aide à la rédaction d'un plan d'action**	**19**

07/10	**Bruxelles Environnement**	**Formation thématique sur les vêtements de travail et promotionnels durables**	**31**
15/10	**Bruxelles Environnement**	**Formation pratique à l'intégration de critères environnementaux dans les marchés publics**	**26**
12/11	**SPW**	**Atelier d'aide à la rédaction d'un plan d'action**	**9**
18/11	**Bruxelles Environnement**	**Formation thématique sur les produits d'entretien et services de nettoyage**	**60**
25/11	**COREN**	**Formation sur les marchés publics durables**	**45**

Ces animations abordaient aussi bien les aspects «achats durables» et «critères» que les aspects «éco-consommation» et «éco-comportements» qui sont deux axes sur lesquels la campagne Achats Verts travaille en parallèle.

Nous avons pu décliner la thématique des achats éco-responsables sous différents thèmes (les achats durables en général, des exercices pratiques d'intégration de critères dans des cahiers des charges, les matériaux de finition, le zéro déchets, l'IT, les vêtements de travail et promotionnels, la rédaction d'un plan d'action, …) mais aussi auprès de différents publics (mandataires locaux bien sûr mais aussi éco-conseillers, enseignants, responsables des achats, etc.).

Ces animations permettent d'affiner la campagne «Achats Verts» et de recentrer ses objectifs soit sur des catégories de produits, soit sur des lacunes particulières de méthode ou de méconnaissance des produits écologiques. Elles sont aussi l'occasion de partager, pour les acteurs de terrain, les difficultés rencontrées, les projets réussis, etc. et de nourrir la campagne Achats Verts de toutes ces expériences. Ce contact est également l'occasion de promouvoir les différents outils et services disponibles auprès des collectivités.

Organisation et animation de formations dans le cadre de la mise en oeuvre d'une politique d'achats publics intégrant des clauses environnementales

Sur Bruxelles (hors Convention Cadre)

Réseau d'acheteurs

Ce projet a été mené en collaboration avec la sprl CODUCO. Il fait suite à un marché public lancé par Bruxelles Environnement. Le projet a pour objectif de former les acheteurs publics bruxellois à l'insertion de critères environnementaux dans les marchés publics, de les assister dans cette démarche et de répondre à leurs questions spécifiques. L'animation du «réseau des acheteurs publics durables», mis en place par Bruxelles Environnement depuis 2010, fait également partie de ce projet.

Ce projet a consisté, en 2019, à :

- organiser et animer des formations générales et pratiques sur les achats publics écologiques en s'entourant d'experts
- animer des demi-journées de formation sur des thématiques des achats publics durables en s'entourant d'experts
- à rédiger des newsletters à l'attention du réseau

Achats Verts a, dans le cadre de ce projet, organisé :

- 6 formations thématiques pour le Réseau bruxellois des acheteurs publics durables : le contrôle des clauses, les matériaux de finition, le zéro déchets, l'IT, les vêtements de travail et promotionnels, les produits et services d'entretien
- 3 formations générales sur les achats durables. Ces formations générales portaient sur le cadre juridique des marchés publics et les possibilités d'y inclure des exigences environnementales, la manière de mener à bien un achat durable, les labels et les garanties qu'ils apportent, etc.
- 1 formation pratique sur l'intégration de clauses dans les marchés publics sur base des cahiers des charges apportés par les participants
- 1 visite de projets exemplaires
- 5 newsletters reprenant un agenda des formations thématiques, des actualités en marchés publics écologiques, des témoignages de bonnes pratiques, etc.

Plus de 330 personnes (acheteurs, éco-conseillers, etc.) ont participé à ces formations.

Helpdesk

En 2019, écoconso et CODUCO ont assuré le service helpdesk et les missions de consultance en marchés publics durables pour le compte de Bruxelles Environnement. Achats Verts a ainsi répondu aux questions techniques liées à l'insertion de clauses environnementales dans les marchés de fournitures et de service. Plus de soixante questions ont ainsi été traitées par les deux partenaires. Ces questions portaient sur différentes thématiques.

Sur la Wallonie (hors Convention Cadre)

Helpdesk et formations

Achats Verts a assuré l'animation et la gestion du Réseau des acheteurs publics responsables de Wallonie.

Ce projet a consisté, en 2019, à :

- animer des demi-journées de formation sur la rédaction de plans d'action
- à répondre aux questions adressées par des acheteurs wallons au Help Desk concernant l'intégration de clauses ESE dans les marchés publics.
- Organiser le concours du meilleur marché public responsable

Achats Verts a, dans le cadre de ce projet, organisé :

- 3 ateliers d'aide à la rédaction d'un plan d'action à l'attention des communes qui ont signé la charte achats publics responsables
- 2 newsletters reprenant un agenda des formations thématiques, des actualités en marchés publics écologiques, des témoignages de bonnes pratiques, etc.
- Le concours du meilleur marché public responsable (proposition de critères de sélection et catégories de produits, préparation des dossiers de candidature et leur lecture, organisation du jury et de la remise des prix ainsi que leur animation, compilation des bonnes pratiques).

Plus de quarante personnes (acheteurs, éco-conseillers, etc.) ont participé à ces formations.

Nous avons également assuré la coordination et la prestation d'un service de Help-desk (en collaboration avec la Saw-B) réservé aux pouvoirs adjudicateurs régionaux et locaux. L'objectif étant de conseiller les entités adjudicatrices sur les clauses environnementales, sociales et éthiques qui peuvent être intégrées à leur marché. La validité juridique des propositions est assurée par la Direction des Marchés Publics du SPW.

Une trentaine de questions ont été traitées dans le cadre de ce service.

Partenariats bilatéraux et autres projets

Plusieurs rencontres ont eu lieu avec des partenaires identifiés afin d'établir des réseaux de compétences sur l'appui aux communes en matière de marchés publics, à savoir la Saw-B, le Réseau Bruxellois des acheteurs durables bruxellois et wallon, Coduco, etc.

Publications

Communication

Les trois modes d'emploi édités par Achats Verts (« Vêtements de travail et promotionnels », « Gestion des espaces zéro pesticides » et « Mode d'emploi de l'achat public écologique »), sont référencés sur le « Portail des marchés publics en Région wallonne et en Fédération Wallonie-Bruxelles ».

Commentaires et conclusion

En 2019, l'action thématique « Achats Verts » s'est poursuivie au travers de :

- la sensibilisation du personnel de plusieurs collectivités publiques passant des marchés sur les thèmes des achats verts, de l'éco-consommation, de l'alimentation durable, les véhicules, etc;
- l'organisation d'une visite de terrain;
- l'organisation d'un concours du meilleur marché public responsable ;
- la participation à des séminaires, journées d'études, workshops,... ;
- partenariats, notamment avec Coduco et Saw-B ;
- l'animation du réseau d'acheteurs durables en Wallonie et à Bruxelles
- conseils sur les achats durables via le service Helpdesk sur Bruxelles et en Wallonie.

Nous constatons une forte croissance du nombre de demandes traitées via le service Help Desk (tant à Bruxelles qu'en Région Wallonne) ainsi que du nombre de participants aux formations.

3.5 Évènements

En marge des événements liés à la campagne annuelle, écoconso a aussi participé à 3 autres événements, dans un objectif de relai de ses missions de base. En 2019 ont ainsi été couvertes les thématiques des pesticides et du zéro déchet :

- 30/03/2019 : Foire du Jardin Naturel, à Bruxelles
  >> Stand avec atelier de semis de basilic
- 24/04/2019 : Conférence de Sylvie Droulans, à Namur
  >> Stand d'exposition d'alternatives zéro déchet
- 15/06/2019 : Fête du printemps sans pesticides, à Enghien
  >> Stand avec atelier de semis de basilic

Ces 3 événements ont permis de toucher 265 personnes, de distribuer 383 brochures supplémentaires et de collecter 10 adresses e-mail de plus pour la newsletter d'écoconso.

Il est également à noter que cette année, les Portes Ouvertes Écobâtisseurs n'ont pas eu lieu en Wallonie, faute de subsides.

3.6 Animations

écoconso est régulièrement sollicité par d'autres acteurs pour sensibiliser le grand public ou des publics spécialisés à l'éco-consommation, via des animations, des colloques ou encore via des foires.

L'équipe permanente d'écoconso, dans la mesure de ses disponibilités, répond elle-même à ces demandes ou renvoie vers d'autres partenaires le cas échéant.

écoconso a réalisé, de janvier à décembre 2019, 91 interventions. Au total, ce sont 1800 personnes qui ont assisté à ces 91 interventions.

Parmi ces interventions :

- 89 se rapportaient aux missions de base (divers sujets, à la demande) ;
- 2 concernaient la campagne 2019 « Climat ».

Ces animations sont demandées par des groupes locaux (asbl, associations de fait…), des institutions publiques (écoles, CPAS, communes…) ou des entreprises.

La liste complète des 91 interventions est disponible en annexe.

Thèmes des animations prestées (missions de base : hors Achats Verts et campagne grand public)

Les principaux thèmes demandés ont été, sur 89 prestations en mission de base :

- La thématique « déchets » (29 animations)
- La thématique « produits d'entretien » (11 animations)
- La thématique « étiquettes et alimentation » (9 animations)

Les 3 premiers thèmes représentent donc plus de la moitié des animations.

Thèmes d'animations

21 thèmes différents sont proposés :

1. Climat : comment réduire les émissions de gaz à effet de serre de 50% ?
2. Éco-consommer pour économiser
3. les plastiques (les reconnaître, les éviter, les aspects "santé"...)
4. les économies d'énergie ;
5. la gestion de l'eau (eau du robinet, eau de pluie, économies...) ;
6. l'empreinte écologique et les 4 étapes de l'éco-consommation ;
7. la mobilité durable ;
8. les déchets (prévention, recyclage) ;
9. les peintures et enduits naturels (y compris l'application) ;
10. les pollutions intérieures (y compris l'électrosmog) ;
11. le traitement écologique du bois ;
12. l'alimentation durable et le décryptage d'étiquettes ;
13. des visites de supermarchés ;
14. les produits d'entretien ;
15. les cosmétiques ;
16. le réemploi : l'achat malin, citoyen et pas cher !
17. Se passer des pesticides dans la maison et au jardin.
18. Petites rénovations écologiques, saines et accessibles
19. Les peintures et enduits naturels
20. Choisir et entretenir le bois dans la maison
21. Petits gestes et travaux pour économiser l'énergie à la maison

Pilier 4 : Formation

écoconso réalise en général un certains nombres de formations chaque année à la demande de collectivités locales, de CPAS, d'associations, … Elles sont incluses dans le volet « Animations ». Selon l'intensité, le cadre et les objectifs de l'activité, nous la considérons soit comme une animation ou comme une formation.

Pilier 5 : Conception d'outils (animation/formation/document)

écoconso conçoit chaque année un certain nombre de :

- supports d'animation (repris dans le volet « animation »)
- supports nécessaires au développement des campagnes (repris dans le volet « campagnes »)
- articles/comparatifs/visuels/infographies/vidéos nécessaire au développement du site (repris dans le volet « site Internet)

4. Activités de promotion

4.1 Communication médias

Revue de presse

Dans le cadre de nos missions de base, nous avons recensé 203 passages ou mentions d'écoconso dans les médias en 2019, soit une baisse de 22% par rapport à 2018. Voici la répartition par type de média :

- 46 articles de presse écrite (pas d'évolution par rapport à 2018) ;
- 15 passages à la télévision (-40%) ;
- 18 passages à la radio (-36%) ;
- 124 articles en ligne (-23%).

En 2019, l'équipe d'écoconso a particulièrement été sollicitée par les quotidiens Le Soir et Metro, ainsi que par les journalistes de la RTBF : le service public représente en effet 63% des passages en télévision et 52% des passages en radio. Nous avons également poursuivi notre partenariat bimensuel avec l'émission « Vivre ici » sur Vivacité Namur-Brabant wallon-Luxembourg. L'équipe communication a ainsi fournit 16 chroniques sur l'éco-consommation tout au long de l'année.

La liste des articles recensés et des émissions de radio et de télévision est reprise en annexe. Par ailleurs, les copies des articles collectés sont reprises dans une revue de presse consultable sur demande.

Les articles que nous avons recensés ne représentent qu'une partie de ceux qui ont cité écoconso. En effet, nous ne dépouillons pas toute la presse francophone belge et encore moins la totalité des articles paraissant sur le web.

Par ailleurs, de nombreux articles citent écoconso sans que notre équipe n'ait été sollicitée. Les journalistes se nourrissent bien souvent du contenu présent sur notre site sans que nous ne les ayons interpellés, au moyen d'un communiqué de presse, par exemple. Cela confirme la reconnaissance d'écoconso comme outil d'information et comme référence d'expertise auprès des journalistes, qui y font appel spontanément et de plus en plus fréquemment.

5. Partenaires et collaborations extérieures

Travailler en partenariat et collaborer avec d'autres associations/institutions fait partie intégrante de notre culture de travail. A ce titre :

écoconso est membre de :

- La Fédération Inter Environnement Wallonie
- Le Réseau IDée
- Association 21
- La Fesefa
- AchACT

écoconso collabore avec des partenaires ad hoc dans le cadre d'activités spécifiques. A titre d'exemple :

- Pour la préparation et la mise en œuvre des campagnes : les CPAS, des associations thématiques, des associations qui travaillent avec publics particuliers (La Ligue des familles, l'ONE, les associations d'ainés, les syndicats, etc.)
- Pour la campagne Achats Verts : les communes, la Wallonie, les Provinces, l'UVCW, Adalia, AchACT, Bio Wallonie, etc.

écoconso exerce son rôle d'expert dans des comités spécifiques :

- Le comité Belge de l'Ecolabel Européen
- Les comités wallons et bruxellois du label Clé Verte

écoconso relaye activement et participe également au Printemps sans pesticides, à la Semaine de la Mobilité, à la Semaine Européenne de la réduction des Déchets, etc.

3.8 Projets

3.8.1. Les portes ouvertes Ecobâtisseurs

En 2019, faute de subside pour la Wallonie, les Portes Ouvertes Écobâtisseurs ne se sont tenues qu'à Bruxelles, les 9, 10, 11, 16 et 17 novembre. Deux weekends et un jour férié pendant lesquels 22 bâtiments ont été accessibles gratuitement aux visiteurs désireux de découvrir des logements construits ou rénovés de façon durable, lors d'une des 54 visites organisées.

La formule, qui se veut conviviale dans une volonté d'échange entre les visiteurs et les maîtres d'ouvrage, a suscité l'intérêt de 493 personnes qui se sont déplacées pour bénéficier du retour d'expérience des maîtres d'ouvrage par rapport aux choix qu'ils ont posés (en matière d'énergie, d'isolation, de chauffage, de matériaux, …). Elles ont pu leur poser leurs questions et découvrir de visu les techniques mises en œuvre.

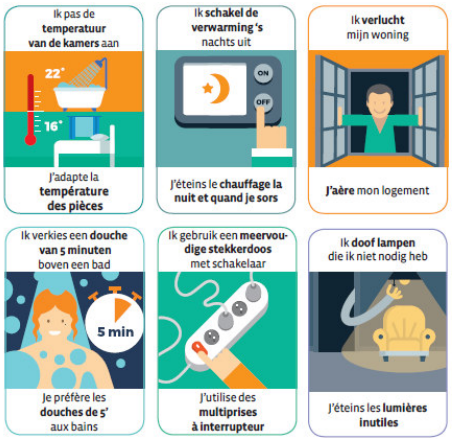
91% des bâtiments à visiter étaient des bâtiments passifs ou des logement à (très) basse énergie. 98% des visiteurs se sont déclarés « tout à fait » ou « plutôt satisfaits » de cette édition 2019.

En marge des visites classiques, 2 tours thématiques ont été organisés :

- un en français (« Atteindre le standard passif ou basse énergie en rénovation »)
- un en néerlandais (« Meerdere gezinnen onder één dak»).

3.8.2. Animations énergie à Bruxelles

Dans le cadre d'un appel à projets de Bruxelles Environnement, écoconso a proposé des animations gratuites sur les économies d'énergie, en collaboration avec 21 Solutions.



Avec un langage simple et des illustrations abondantes, les animations se veulent avant tout interactives : on part du vécu des participants.

En 2019, 90 animations sont prestées chaque année en collaboration avec des partenaires qui gèrent la logistique de l'animation, en particulier la mobilisation du public. Les animations sont données dans des associations qui accueillent les primo-arrivants, des CPAS, des écoles d'alphabétisation, des agences immobilières, des groupes de citoyens et des entreprises.

Avec une moyenne de 13 participants par animation ce sont plus de 1100 citoyens qui ont été sensibilisés.

3.8.3. Inspirons le Quartier

« Inspirons le Quartier » a pour objectif de soutenir et d'informer les citoyens qui veulent s'engager dans des projets collectifs en faveur de l'environnement et du développement durable, dans leur quartier, avec des amis, des connaissances ou des voisins, en créant du lien social, de la convivialité et du bien-être.

Dans le cadre de l'appel à projets « Inspirons le Quartier », écoconso a:

- été un appui à la campagne de promotion de l'appel à projets : co-création et assistance au plan de communication pour le lancement de l'appel à projets, lancement de la campagne sur les réseaux sociaux et auprès des accompagnements/gestionnaires thématiques, newsletters, gestion du service Help Desk.
- organisé quatre séances d'infomation auxquelles plus de 130 personnes ont participé.
- suivi les notes d'intention et les candidatures, organisé et participé au jury de sélection.

écoconso travaille plus particulièrement sur la partie « Quartiers Durables Citoyens » qui s'intègre à « Inspirons le quartier ». Depuis 2008, une cinquantaine de quartiers bruxellois ont rejoint le mouvement des Quartiers Durables Citoyens.

Dans le cadre de ce projet, en 2019, écoconso a :

- accompagné cinq quartiers durables citoyens. Cet accompagnement a consisté à les aider lors de leur phase d'état des lieux, de rédaction de budget et de projets, de mise en œuvre de projet, d'organisation de groupe, etc.
- géré sept demandes d'expertises de quartiers étant en phase d'état des lieux de projets ou de mise en œuvre de leurs projets ainsi que la mise à jour du bottin des experts.
- participé au jury du budget participatif.
- participé à la soirée de lancement ainsi qu'à l'assemblée générale des quartiers durables citoyens.

3.8.4. Facilitateur « Zéro déchet » à Bruxelles

Mission de « Facilitateur Zéro déchet » pour la Région Bruxelles Capitale

Contexte

L'offre de services du marché de « facilitateur Zéro déchet » vise à **soutenir Bruxelles Environnement dans la mise en œuvre du programme** de

réduction des déchets ménagers et **développer un service de facilitation** en matière de réduction des déchets des ménages sur une période de 15 mois, renouvelable.

Partenaires
Un consortium d'experts en matière d'information, de sensibilisation et de conduite de processus stratégiques et participatifs en matière de zéro déchet s'est formé pour rencontrer les attentes spécifiques de Bruxelles environnement. Il est composé d'Espace Environnement asbl qui a choisi de s'allier à 3 autres sous-traitants : écoconso asbl, l'association Zéro Waste Belgium et Anissa Seutin (Sentiers innombrables).

Implication

Dans ce programme régional de réduction des déchets, écoconso est particulièrement impliqué dans les volets d'**information** et **de stimulation directe du citoyen** (information orientée « engagement » et communication positive autour de ces enjeux et du passage à l'acte).

- Fiches référentielles : Rédaction de fiches thématiques regroupant information fiable et bonnes pratiques testées, avérées, pratiques, accessibles et fiables
- Structuration et conception d'un site internet dédié à la réduction des déchets : site web d'accès à l'information pratique et opérationnelle sur les changements de comportement des différentes parties prenantes impliquées.
- Missions de rédaction multimédia : Rédaction et envoi d'une newsletter mensuelle ; Animation quotidienne de la page Facebook Bruxelles zéro déchet ; Rédaction et mise à jour des pages Internet du site web

- **Analyse et rapportage détaillés** (newsletter, site web, réseaux sociaux).

3.8.5. Communes Zéro déchet 2 – Wallonie

Objectif

écoconso complète l'offre de contenu du projet Communes zéro déchet (2e vague) pour s'adresser aux consommateurs et leur fournir des astuces pratiques pour les encourager à adopter un mode de vie (presque) zéro déchet dans leur quotidien.

Les animations désencombrement

Nous avons presté 5 animations sur le désencombrement :

- 23 avril : Attert
- 26 juin : Ath
- 18 octobre : Héron
- 16 novembre : Comines
- 15 octobre : Quiévrain

Elles abordaient les aspects suivants : pourquoi on s'encombre, comment faire pour se désencombrer, que faire de tout ce que l'on a trié, où jeter ou donner...

Elles ont pris la forme d'une conférence ou d'un café-rencontre, selon le choix de la commune. Chaque animation a accueilli entre 15 et 80 personnes.

Les conseils zéro déchet

écoconso a produit 11 conseils zéro déchet et les a publié sur la plateforme web walloniedemain.be.

Une page, spécialement dédiée à la parution de ces conseils, a été créée : la page Communes zéro déchet, rubriquée dans « Appels à projets ».

Chaque conseil est accompagné d'un article court qui explique, de manière informative et pratique, l'astuce zéro déchet à appliquer. Une image, créée spécifiquement, illustre chaque conseil, conformément à la charte graphique de « Communes zéro déchet ».

Nous avons également diffusé chaque conseil sur les réseaux sociaux de projet « Communes zéro déchet », à savoir : @CommunesZeroDechet sur Facebook et **@CommunesZD** sur Twitter.

Sur Facebook, un conseil zéro déchet touche en moyenne entre 400 et 3400 personnes.

Sur Twitter, chaque conseil génère en moyenne 2700 impressions (nombre de vues).

3.8.6. Formation « éco-attitude en famille » avec l'ONE

écoconso a conçu, avec les éco-conseillères de l'ONE, une formation à destination des PEPs (partenaires enfants-parents). Les PEPs assistent des jeunes parents dans leur nouveau rôle.

L'objectif de la formation est de sensibiliser en douceur les parents de jeunes enfants à l'éco-consommation en formant les PEPs à l'éco-consommation. Les thèmes principaux ont été choisis afin de correspondre aux parents de jeunes enfants : cosmétiques utilisés pour bébé, qualité de l'eau du robinet, les récipients alimentaires à conseiller, les différents types de langes, comment faire passer un message etc.

Deux formations ont été prestées, en guise de test, fin 2019 à Namur et Bruxelles. Chaque groupe était limité à 12 personnes et complet. Le test ayant été concluant, trois autres formations auront lieu en 2020 à partir d'octobre pour d'autres sections locales.

3.8.7. Formations pour Intradel

écoconso a répondu à deux marchés publics de services de l'intercommunale Intradel, en tant que sous-traitant d'Education-Environnement asbl/CRIE de Liège.

Formations aux produits ménagers naturels pour professionnels du secteur social travaillant au sein des familles

écoconso a participé à la création, à la mise en œuvre puis à la prestation de ces formations. Celles-ci s'adressaient principalement aux aides-familiales et aide-ménagères travaillant sur les 72 communes que compte le territoire d'Intradel. Les buts visés pour les participants étaient d'être :

- sensibilisés à la problématique des produits dangereux des ménages ;
- formés à l'usage des produits ménagers naturels ;
- formés à des solutions de transmission à leur public de bénéficiaires.

Ce marché s'étale de 2018 à 2020. En 2019, plus de 350 participant.e.s ont participé aux 25 formations données, dont 11 prises en charge par écoconso. Ceux.elles-ci ont ensuite tenu le rôle d'ambassadeur.rice pour sensibiliser leurs bénéficiaires aux produits d'entretien écologiques dans leur travail quotidien.

Ateliers d'initiation au zéro déchet pour les citoyens

Les ateliers se sont déroulés sur les 72 communes d'Intradel et écoconso a pris part à la prestation de 19 d'entre-eux.

A travers ces ateliers, les citoyens étaient :

- sensibilisés à la problématique des déchets ;
- formés aux gestes ZD pratiques, via la fabrication de recettes et la démonstration d'objets ZD pour chaque pièce de la maison et le jardin
- sensibilisés via le témoignage et l'expérience de l'animateur ;
- motivés à trouver leur propre route vers le ZD, dans la simplicité, un geste à la fois ;
- informés des opportunités ZD dans leurs communes et aux alentours.

6. Partenaires et collaborations extérieures

Travailler en partenariat et collaborer avec d'autres associations/institutions fait partie intégrante de notre culture de travail. A ce titre :

écoconso est membre de :

- La Fédération Inter Environnement Wallonie
- Le Réseau IDée
- Association 21
- La Coalition Climat
- La Fesefa
- AchACT

écoconso collabore avec des partenaires ad hoc dans le cadre d'activités spécifiques. A titre d'exemple :

- Pour la préparation et la mise en œuvre des campagnes : les CPAS, des associations thématiques, des associations qui travaillent avec publics particuliers (La Ligue des familles, l'ONE, les associations d'ainés, les syndicats, etc.)
- Pour la campagne Achats Verts : les communes, la Wallonie, les Provinces, l'UVCW, le Pôle de Gestion Différenciée, AchACT, Bio Wallonie, Coduco, Saw-B, etc.

écoconso exerce son rôle d'expert dans des comités spécifiques :

- Le comité Belge de l'Ecolabel Européen
- Les comités wallons et bruxellois du label Clé Verte

écoconso relaye activement et participe également au Printemps sans pesticides, à la Semaine de la Mobilité, à la Semaine Européenne de la réduction des Déchets, etc.

7. Vie de l'équipe

7.1 Occupation du personnel pour 2019

L'équipe d'écoconso mise à disposition de la Convention Cadre avec la Région wallonne se compose de 11 personnes. Les personnes et leurs fonctions :

Secrétaire général

1. Jean-François Rixen, Ingénieur agronome : secrétaire général - 0,8 ETP

Pool Experts

2. Renaud De Bruyn, Ingénieur agronome, éco-conseiller : expert en prévention des déchets, alimentation durable, mobilité douce et gestion durable de l'eau – 0,8 ETP
3. Jonas Moerman, Ingénieur agronome, éco-conseiller : expert en énergie, climat, mobilité – 1 ETP
4. Aurélie Melchior, Master en biologie et océanographie : expert en alimentation, produits d'entretien, cosmétiques, pesticides et jardin – 0,5 ETP
5. Nadège De Bonte, éco-conseillère : experte en éco-consommation et zéro déchet, chargée de mission zéro déchet – 0,6 ETP

Pool Communication

6. Ann Wulf, Graduée en communication, licence en science du travail : chargée de communication – 0,8 ETP
7. Stéphanie Grofils puis François Paquay, Diplomée en journalisme : chargée de communication – 1 ETP
8. Benoît Cremer, Chargée de communication et des évenements – 0,7 ETP

Secrétariat - Comptabilité

9. Hélène Decloux : Secrétariat - Comptabilité – 0,5 ETP

Chargée de mission/projet

10. Catherine Marechal, Graduat en horticulture, éco-conseillère : chargée de mission Achats Verts – 0,6 ETP
11. Maud Eloin, Master en communication : chargée de mission Inspirons le quartier – 0,7 ETP

7.2 Formation du personnel

Nous prévoyons en général une formation collective annuelle du personnel en plus de formations suivies individuellement par le personnel à la demande.

Ces dernières années, ces formations collectives ont portés sur :

- la veille technique et scientifique sur le web
- la créativité
- l'optimisation de l'écriture pour le web et du référencement naturel
- le storytelling comme outils de communication
- bientôt, Media training

8. Conclusions

Ce rapport d'activités 2019 illustre bien les fruits d'une stratégie claire et d'un travail collectif. Il montre une série de résultats significatifs avec une grande majorité **d'indicateurs** à la hausse.

Des résultats significatifs :

La tendance à **l'augmentation de l'impact**, bien amorcée en 2018, se confirme en 2019.

- en ligne : plus de 2.000.000 de visiteurs et 4.000.000 millions de pages vues
- sur le terrain : plus de 90 interventions sous la forme d'animation, de conférence ou d'atelier avec 1.800 personnes participantes
- dans la presse : 235 passages dans les médias sur des thèmes de l'éco-consommation

C'est le résultat de la combinaison de l'expertise pointue d'écoconso avec des méthodes et des stratégies de communication efficaces (chaîne éditoriale, SEO, diversification des formats, renforcement positif entre les canaux de diffusion et les médias).

Ces résultats significatifs ont été possibles grâce à :

Un cadre de travail clair :

Ce cadre de travail est défini par :

- Notre finalité : L'éco-consommation : une consommation respectueuse de la santé et de l'environnement
- Des missions stratégiques définies par :
  - La Convention Cadre avec la Wallonie
  - Notre Plan stratégique 2016-2019
- Des objectifs opérationnels définis par notre Plan de communication 2016-2019.

Des moyens adaptés à nos ambitions :

- Une équipe de travail compétente et motivée, organisée en deux pool : un pool « Experts » et un pool « Communication »
- Une organisation interne souple, responsabilisante et participative, structurée par des réunions régulières (Equipe, Pool Expert, Pool Com, Comité éditorial)
- Un conseil d'administration soutenant
- Des outils de travail nécessaires et adaptés :
  - Une charte éditoriale/ Une chaîne éditoriale / Une programmation éditoriale
  - Des outils informatiques simples mais fonctionnels
  - Un espace de travail adapté à nos besoins
  - Une gestion administrative et financière efficace et rigoureuse

La stratégie actuelle fonctionne. Nous souhaitons poursuivre l'effort dans ce sens avec des moyens similaires.