Articles

# Comment concilier achats en ligne et environnement ?

**Le shopping en ligne est rapide et facile mais pas toujours très écologique. Alors comment acheter en ligne sans exploser son empreinte environnementale ?**

*Acheter en ligne peut être plus respectueux de l'environnement*

Les dépenses en ligne des Belges battent chaque année un nouveau record. On s'attend à ce qu'elles atteignent 11 milliards d'euros en 2019, [1] pour 8,2 milliards en 2015. [2] Une progression que l'on retrouve aussi au niveau européen.[3]

Variété de choix, commande et paiement en trois clics, rapidité de la livraison... La facilité et le gain de temps de l'e-commerce séduisent de plus en plus de consommateurs.

Mais cette progression a un impact environnemental et pode des questions éthiques : conditions de production, transport des produits, emballages, surconsommation…

> **Lire aussi : Vente en ligne : quels impacts sur l'environnement ?**

Ceci dit, une boutique en ligne n'est pas l'autre. Le shopping sur Internet peut être plus écologique que le lèche-vitrines réel mais à certaines conditions.[4]

**Voici 9 conseils pour concilier achats en ligne et environnement :**

1. Se méfier des promos
2. Réduire son exposition à la publicité
3. Bien choisir pour ne pas renvoyer le produit
    - Pour les vêtements : explorer le guide des tailles
    - Pour les appareils électriques et électroniques : lire les tests des sites spécialisés
    - Pour tout le reste
4. Acheter en ligne, mais petit ou local
5. Commander à temps et grouper ses achats
6. Éviter les abonnements et les cartes de membre
7. Faire livrer en point-relais… ou être là quand le livreur passe
8. Acheter en magasin… ou moins acheter
9. Utiliser un emballage réutilisable pour la livraison

- - - - - - - - - - - - - - - - - - - -

## 1. Se méfier des promos

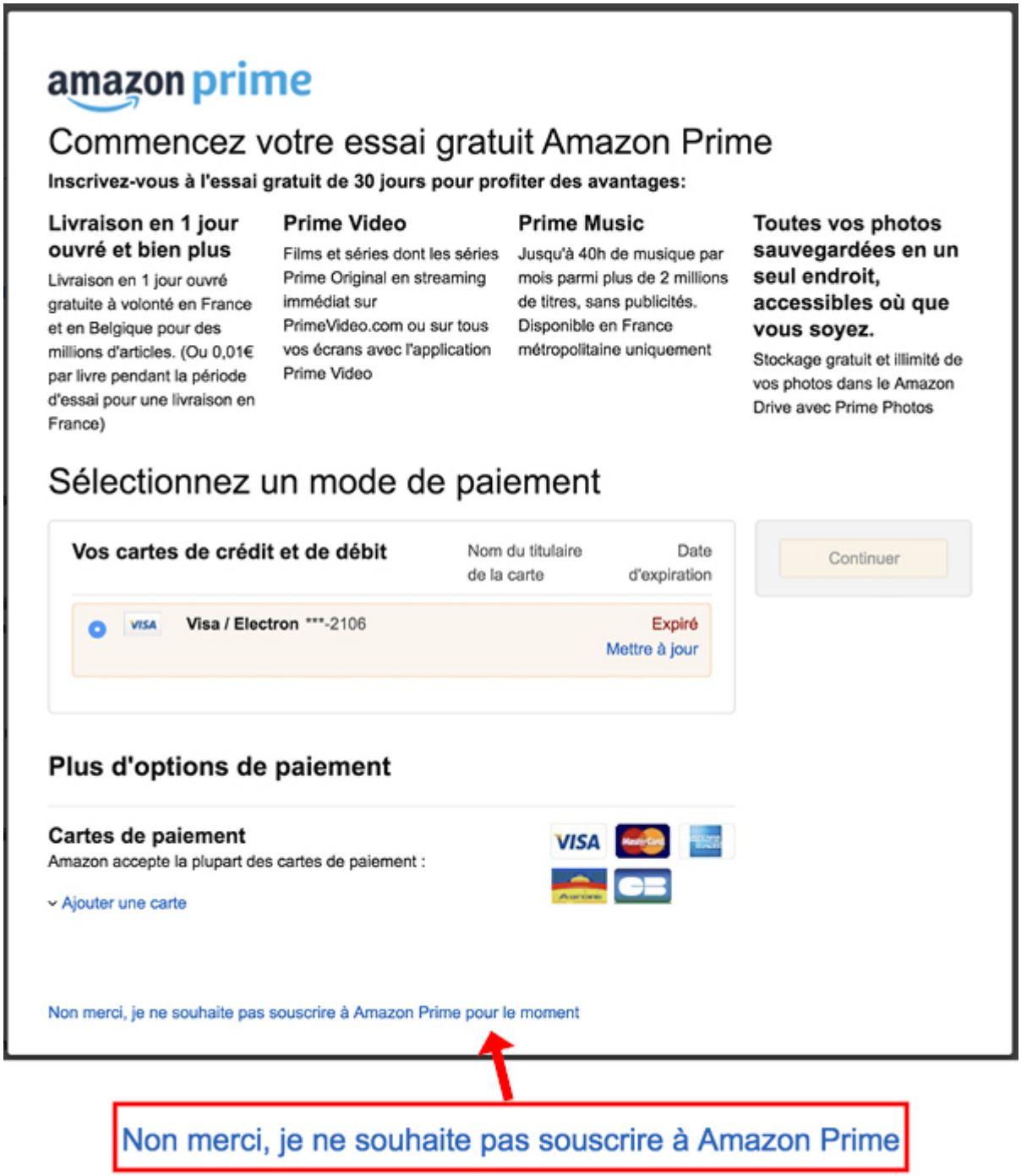
L’e-commerce n’a pas inventé les promotions, le marketing ou les options cachées. Mais on peut dire que certains sites sont passés maîtres dans l’incitation à la vente.

On se méfie particulièrement de ces éléments :

- **Paniers ou ventes à durée limitée.** On a 15 minutes pour valider son panier au risque de ne pas pouvoir acheter les produits choisis – qui sont disponibles en quantité limitée, bien sûr. Ou les articles ne sont vendus en promotion que pendant quelques heures. Le tout avec un compte à rebours bien mis en évidence. Le but ? Entretenir l’impression de rareté, d’exclusivité, l’impression de faire de bonnes affaires. Et empêcher de réfléchir trop longtemps ou de comparer, ce qui pourrait détourner de l’achat.
- **Journées de promotion récurrentes.**

Black Friday[5], Cyber Monday, French Days…[6] Autant de ramdams commerciaux qui poussent à la consommation et augmentent au passage les retours de produits non désirés. Selon Greenpeace, un quart des achats effectués par les Allemands de moins de 30 ans sont renvoyés.[7]

- **Prix barrés.** De nombreux sites marchands affichent un « prix public » barré et indiquent la réduction dont ils font profiter le consommateur. Il est toujours intéressant de vérifier à quel prix le produit se vend habituellement (par exemple avec un traqueur de prix ou un comparateur comme idealo.fr, comparer.be, kelkoo, keepa…). Comparer avec le tarif habituel évite parfois d'acheter trop vite en pensant profiter d'une super promo. Il n’est pas rare de trouver le produit au même prix en magasin et sur un site de « ventes privées ».
- **Options premium mises en avant.** C’est souvent un gros bouton vert dont on a l’impression qu’il est le seul choix tellement il est mis en avant. L’alternative, moins intéressante, est beaucoup moins visible : en petit, en gris clair sur fond blanc…[8] Amazon incite de cette façon à devenir « Prime ». L’option pour refuser ce service est nettement moins visible que celle qui l’accepte. Avec un paiement mensuel à la clé, pour un service dont on n’a pas nécessairement envie.




En fait, il y a tellement de promos, qu’on se demande encore pourquoi on achèterait au prix plein. Et même s’il existe encore un prix plein. À quand la promo sur la promo ou -15% sur le « 1 plus 1 gratuit » ?

Bref, **on profite des promotions sur les produits vraiment utiles**, qu’on aurait de toute façon achetés. Mais on évite de les laisser dicter des achats supplémentaires car on peut vite dépenser beaucoup d’argent pour des produits dont on n’a pas vraiment besoin.

## 2. Réduire son exposition à la publicité

Sur Internet, encore plus qu’ailleurs, la publicité est ciblée. Les outils du marketing en ligne sont puissants et font tout pour inciter à la surconsommation.

Dans la mesure du possible, **on installe des plugins** qui rendent le **pistage difficile** ou qui **bloquent les pubs**.[9] Moins de publicités ciblées, c'est aussi **moins de tentations**.

En effet, notre historique de navigation nourrit les régies publicitaires. Le but ? Nous proposer des produits qui pourraient nous intéresser. On fait une recherche pour savoir comment réparer son grille-pain en panne et comme par magie des offres pour des grille-pains tout neufs, moins chers que pas chers, apparaissent dans les mails, en marge des moteurs de recherche, sur le site d'info qu'on consulte ou dans son fil Facebook.

> **Voir un exemple détaillé de traque et relance en ligne du consommateur.**

Et si une perceuse en super promo sera effectivement moins chère qu'au prix plein, elle restera plus chère que « pas de perceuse du tout », surtout si le voisin veut bien prêter la sienne.

## 3. Bien choisir pour ne pas renvoyer le produit

C'est **le transport** qui **plombe le bilan écologique de la vente en ligne**. Il y a la livraison vers le consommateur… plus le trajet inverse **si le produit est renvoyé**.

> **Lire aussi : Vente en ligne : quels impacts sur l'environnement ?**

**On évite** donc autant que possible :

- **les trajets pour aller voir le produit en magasin** sans l'acheter (c'est surtout vrai si on va expressément pour ça en voiture), qu'on l'achète ensuite en magasin ou en ligne[10] ;
- **de commander plusieurs produits en ligne « pour essayer »** avant de réexpédier la moitié en profitant du retour gratuit.

Évidemment, acheter un produit sans le voir est parfois délicat (par exemple pour les

vêtements, les objets encombrants comme du mobilier…).

Il est donc particulièrement utile de bien se renseigner sur son achat avant de passer commande. Mais comment connaître un produit sur le bout des doigts sans jamais le toucher ?

## Pour les vêtements : explorer le guide des tailles

Il est difficile d'acheter un vêtement en se basant simplement sur sa taille « habituelle », surtout si on ne sait pas si la taille indiquée dans l'annonce est une taille française, allemande, américaine…

Les sites de vente en ligne proposent parfois d'autres infos :

- **Un guide des tailles.** On prend ses mesures (tour de taille, de poitrine, entrejambe, etc.) et on les compare au guide pour choisir la taille qui correspond le mieux.
- **Le type de coupe.** Pour une même taille, une coupe slim, regular ou relaxed influence le port du vêtement. Ces informations sont parfois données sous forme de « taille grand » ou « près du corps ». Les pantalons sont parfois vendus en plusieurs longueurs de jambes, ou en versions « courtes » ou « longues ».
- **Les mensurations du mannequin** portant le vêtement présenté. On a même parfois le même vêtement porté par plusieurs personnes différentes, voire avec le commentaire du mannequin. Si on se rapproche de ses mensurations, cela peut donner une idée du résultat final sur soi.
- **Les dimensions exactes des vêtements.** Pratique pour soi mais aussi en cas de cadeau. Quelques mesures sur un vêtement qu'on a déjà, à comparer avec celles du vêtement convoité, et on est (presque) certain de ne pas commettre d'impair !

## Pour les appareils électriques et électroniques : lire les tests des sites spécialisés

Tablettes, smartphones, ordinateurs, enceintes connectées, appareils photos, machins USB de tout poil… le choix en ligne est immense.

Pour un ordinateur (portable), par exemple, on est attentif :

- à la qualité du clavier si on tape de longs textes
- à la qualité de l'écran si on veut retoucher des photos (respect des couleurs), utiliser l'ordinateur en extérieur (luminosité maximale)…
- à l'autonomie si on est souvent loin d'une prise
- …

**> Lire aussi : Comment choisir un ordinateur ou une tablette ?**

D'autres **sites critiques utiles** :

- Les Numériques publie des **guides d'achat** pour les ordinateurs, les smartphones, le petit électro, les gros électroménagers, les télévisions, les appareils photos… Ils permettent de se faire une meilleure idée de ce que l'on projette d'acheter.
- Notebookcheck.net (version complète en anglais/allemand, mais de nombreux articles sont traduits) propose des tests très poussés d'ordinateurs portables, de tablettes et de smartphones.

- Camerasize (en anglais) permet de se rendre compte de la taille d'un appareil photo (du compact au reflex) sans avoir besoin d'en voir un « vrai » en magasin.
- Ifixit (multilingue) donne une idée assez précise de la réparabilité de l'appareil électrique ou électronique convoité.

### Pour tout le reste

Dans tous les cas, il est très utile de lire les **commentaires des clients** sur les sites marchands ou les sites des marques. Cela reste une bonne source d'information, même s'il faut toujours veiller à lire tant les bons que les mauvais avis, pour se faire une idée plus juste. Outre d'éventuels faux commentaires, une personne n'est pas l'autre : un même produit peut avoir deux avis différents mais tous deux honnêtes et pertinents.

Attention, le produit parfait existe rarement. À un moment, il faut choisir et faire avec. Au risque de pulvériser le bénéfice environnemental du bon choix en d'interminables recherches sur Internet…

## 4. Acheter en ligne, mais petit ou local

Quand on parle commerce en ligne, on pense tout de suite aux **géants** comme Amazon ou Alibaba. Avec toutes les critiques que l'on peut émettre sur ces mastodontes... Mais il existe de nombreux sites de vente en ligne qui n'appartiennent pas à l'un des géants de l'e-commerce.

Internet permet aussi à des **artisans** de vendre leurs créations en limitant les frais. Ou à des **petits commerces, parfois spécialisés**, d'atteindre plus de clients sans multiplier les boutiques. Le consommateur peut donc privilégier des structures locales ou **trouver des articles parfois peu répandus sans avoir à parcourir des kilomètres**.

Des petites sociétés établies en Belgique ont sans doute **moins recours à l'optimisation fiscale** que les géants du web qui ont les moyens financiers et humains de développer ce genre de stratégies.

Hormis ces petits acteurs, toutes les chaînes de magasins établis en Belgique vendent aussi en ligne (Vanden Borre, MediaMarkt, Krefel, Fnac, Hubo, Brico…). Et les prix sont similaires, voire inférieurs, à ce qu'on peut trouver chez ceux qui vendent exclusivement en ligne.[11] Les deux systèmes s'opposent d'ailleurs de moins en moins : des sites de vente ouvrent des boutiques « réelles » tout comme les magasins traditionnels ont développé leur vente en ligne, avec livraison ou collecte en magasin.

Évidemment, quand on fait une recherche en ligne, c’est sur les méga géants qu’on tombe. Quelques possibilités pour aider à trouver d’autres magasins :

- **La liste des alternatives à Amazon**, réalisée par Ethical consumer. La liste (en anglais) est cependant très anglo-saxonne.
- **Rechercher un magasin situé en Belgique**. On ajoute « Belgique » à une recherche Internet ou « site:be » pour trouver d’autres adresses que celles auxquelles on pense par défaut.
- **Parcourir notre liste de magasins de vrac** (qui reprend aussi les sites qui vendent des objets zéro déchet).
- **Notre article sur les vêtements** renseigne aussi quelques boutiques en ligne de vêtements plus écologiques.
- Dans notre **liste de magasins de jeux et jouets écologiques**, certaines enseignes proposent une boutique en ligne.

**> Lire aussi : Acheter local, une bonne action pour le climat**

## 5. Commander à temps et grouper ses achats

« Commandé avant le 21 décembre, livré à temps pour Noël ». C’est le grand classique des fêtes de fin d’année.

La livraison rapide devient même un must pour de nombreux marchands en ligne.

La tendance actuelle est carrément de **livrer le lendemain** un colis commandé la veille, voire de livrer dans les « deux heures un colis commandé avant 17h » ou même encore de « livrer dans l’heure » certains produits spécifiques.

C'est très tentant en tant que client, mais cela **augmente le nombre de transports et alourdit l’impact sur l’environnement** du shopping en ligne. Car qui dit livraison rapide à chaque craquage dit plusieurs trajets provenant d'achats impulsifs là où une commande groupée n'en nécessite qu'un. Cela **entraîne aussi des transports personnalisés ou hors tournées habituelles** desservant plusieurs consommateurs sur la journée.

Malheureusement, il n’est pas toujours possible de prévoir comment seront envoyés des produits (groupés ou envois séparés) ni quel sera le moyen de transport utilisé, même si ça commence à bouger.

Cependant, on peut imaginer qu'**un petit vendeur cherche plutôt à grouper les envois** par facilité et pour minimiser le coût d'expédition. Alors qu'une plateforme internationale va envoyer chaque article de la commande depuis l'entrepôt le plus proche. Quitte à se retrouver avec plusieurs paquets pour une seule commande. Voilà encore un argument en faveur des petits commerçants et artisans qui vendent en ligne !

## 6. Éviter les abonnements et les cartes de membre

Une autre tendance est celle de l'abonnement :

- Soit **l'abonnement à un produit**. On n'achète plus quand on en a besoin, mais un produit tous les x temps (par exemple, une brosse à dents tous les trois mois). De quoi surconsommer « par défaut ». On trouve de tout sur abonnement, de la capsule de café aux baskets.[12]
- Soit **un abonnement ou une carte de membre du site marchand**, pour bénéficier de réductions et de **livraisons gratuites**. La stratégie réduit encore plus la concurrence. Pourquoi aller acheter ailleurs si on paie déjà un forfait de livraison ? Et au passage, on n'a aucun intérêt à regrouper ses commandes puisque les livraisons sont gratuites. Cela risque donc de multiplier le nombre d'envois.[13]

## 7. Choisir la livraison en point-relais… ou être là quand le livreur passe

On l'a compris, **limiter le transport** est l'une des clés pour des achats en ligne plus écologiques. Du coup, mieux vaut **éviter au livreur de devoir repasser le lendemain** car il n'y a personne à la maison. Ou même de le faire patienter alors qu'il laisse son moteur tourner (ce qui est souvent l'usage, malheureusement…).

Pour limiter ce problème, on peut **se faire livrer dans un lieu où une présence est assurée toute la journée** (au bureau par exemple). Ou demander la **livraison en point relais**. 3 consommateurs sur 4 préfèrent la livraison à domicile. [14] Pourtant, si 75% des livraisons se faisaient en point de dépôt, l'impact du « last mile » (le trajet du dépôt vers le point de livraison) pourrait être réduit de 60 à 80%, selon une étude du VIL (Vlaamse Instituut voor de logistiek).[15] Évidemment, c'est mieux d'**aller chercher son colis au point relais à vélo ou à pied**, ou de profiter d'un trajet en voiture où l'on passe à proximité.

BPost permet d'**indiquer ses préférences de livraison**, à domicile, si on n'est pas présent : laisser le colis à un endroit précis ou chez tel voisin. D'autres transporteurs permettent de **postposer une livraison** ou indiquent, le jour même ou la veille, la tranche horaire de passage du livreur.[16]

Autant de possibilités qui ne sont pas toujours bien mises en avant mais qui permettent de limiter l'impact de la livraison.

## 8. Acheter en magasin… ou moins acheter ;-)

Acheter en ligne est une possibilité parmi d'autres. Le magasin physique garde toute son importance, surtout pour des articles pour lesquels on recherche un **conseil personnalisé** ou si l'on souhaite pouvoir **voir, toucher ou tester un produit**. Comme pour les achats en ligne, c'est le trajet qui pollue le plus alors on préfère les magasins près de chez soi, auxquels on se rend à pied, à vélo ou en transports en commun, ou on groupe ses trajets.

Mais que l'on soit plutôt e-commerce ou plutôt magasin traditionnel, **le meilleur conseil** pour l'environnement et le portefeuille reste encore de **n'acheter que ce dont on a besoin**. On achète 60% de vêtements en plus qu'il y a 15 ans et on les utilise moitié moins longtemps.[17] Et là il faut bien avouer que la facilité du commerce en ligne peut pousser à consommer plus.[18]

Acheter moins est d'ailleurs l'une des 16 actions de notre checklist **climat**. Elle permettrait d'**économiser 500 kg de $CO_2$** par personne et par an.

> **En savoir plus sur cette action et découvrir la checklist climat.**

Raison de plus pour prendre le temps de réfléchir. Avant de cliquer sur « acheter », on s'interroge : ai-je vraiment besoin de ceci ?

**En cette période de fêtes, l'anticipation est le mot clé**. L'achat en ligne ne devrait pas être la solution de dernière minute parce qu'on n'a rien trouvé et qu'on s'y est pris trop tard. Parmi les bonnes idées, même en dernière minute : une séance de ciné, une place pour un concert, un bocal à cookies maison, un stage de peinture ou de sport, un kit pour démarrer dans le zéro déchet, deux heures de petits travaux dans la maison ou d'autres idées de cadeaux durables et pas chers…

Et offrir du temps, des services ou des cadeaux faits maison, ça ne demande ni livraison express ni shopping dans la foule la veille de Noël !

## 9. Utiliser un emballage réutilisable pour la livraison

Sisi, ça existe ! Par exemple ici, avec la Loopipak, une caisse réutilisable (à ramener dans un point de dépôt Loopipak) fabriquée avec des bâches de récupération.

---

*[1] Selon des prévisions Gfk / Becommerce.*

*[2] Étude annuelle complète Gfk / Becommerce de 2016.*

*[3] Le chiffre d'affaire européen de la vente en ligne devrait atteindre 621 milliards d'euros (+ 13% par rapport à 2018), selon une étude citée par Retaildetail.be.*

*[4] Du moins d'un point de vue énergétique (transport, emballage, retours, déchets,*

*magasins) selon cette revue de 11 études, confirmé par une étude belge de la VUB.*

*[5] Le Black Friday a généré en France en 2016 40 % de trafic en plus et des ventes multipliées par deux par rapport à une période « normale ».*

*[6] En français dans le texte !*

*[7] À lire sur le site de la RTBF.*

*[8] On appelle ça des « dark patterns ». Tout ce qui pousse à choisir une option plutôt qu'une autre, en général une option plus chère que celle qui nous conviendrait le mieux. Pour en savoir plus, la page Wikipédia, le site Darkpatterns.org et les exemples repris sur son fil Twitter.*

*[9] Difficile de dire quelle est l'efficacité réelle de ces plugins, mais uBlock Origin, uMatrix, les options anti-pistage ou les conteneurs qui isolent les sites les uns des autres permettent de rendre ce pistage plus difficile. En réalité, chaque navigateur a une empreinte souvent unique qui permet malgré tout d'être suivi, sans nécessairement être identifié. À cela s'ajoute la question du modèle économique de nombreux sites, financés par la publicité.*

*[10] Il est tellement fréquent de se rendre chez un commerçant pour évaluer un produit qu'on achètera ensuite en ligne que cela a un nom : le showrooming.*

*[11] On appelle ça des « pure players ». Ils ne vendent qu'en ligne et n'ont pas de magasin physique.*

*[12] Article intéressant sur Intotheminds.com.*

*[13] Le forfait livraison stimule la fidélité des clients, constate l'économiste en transport et logistique Albert Jan Swart d'ABN Amro. « Les consommateurs ont le sentiment qu'ils doivent continuer à commander auprès du webshop, autrement c'est du gaspillage d'avoir prépayé les frais d'expédition pour toute une année sous forme d'abonnement. » Source : retaildetail.be*

*[14] Enquête Safeshops, 2019.*

*[15] Étude disponible sur le site du VIL. Attention, cette réduction n'est réelle que si on va chercher le colis au point d'enlèvement avec un mode de transport non polluant (à pied, à vélo… voire en voiture mais uniquement si le point d'enlèvement est sur un chemin effectué pour une autre raison).*

*[16] Coolblue avec son service de livraison à vélo, Thomann permet de choisir une date d'envoi après une certaine date, DPD annonce une tranche horaire, etc.*

*[17] Source : Enquête McKinsey*

*[18] Voir « Comment le commerce change les modes d'achat ».*

---



**Source URL:**
*https://www.ecoconso.be/content/comment-concilier-achats-en-ligne-et-environnement*