

## **Semaine 4 – 2b. Les moyens, suite – Véronique Perrot Bernardet**

En parallèle des déclarations environnementales, il existe d'autres types de communication. Cette vidéo vous les présente rapidement.

Une possibilité de communication est l'étiquetage énergétique. C'est un étiquetage qui est obligatoire. Vous l'avez tous vu si vous avez déjà acheté un appareil électrique, une voiture, ou lors de la location ou achat d'un logement. Il a été mis en place pour inciter les consommateurs à changer ces critères de choix sur leurs produits en ne s'arrêtant pas uniquement au prix d'achat mais aussi à son coût lors de son utilisation.

Il s'applique depuis 1992 pour les appareils électriques ménagers tels que votre aspirateur ou votre réfrigérateur, votre téléviseur. Il s'applique aussi sur les ampoules. Il vous donne une information sur l'énergie consommée du produit uniquement durant la phase d'utilisation.

Depuis 2006, l'étiquetage énergétique est aussi obligatoire pour les voitures, il indique cette fois-ci le rejet de CO<sub>2</sub> en gramme/kilomètre parcouru. La note de A correspond à un véhicule qui rejette moins de 100g de CO<sub>2</sub>/km. La cible pour les industriels du secteur automobile est de passer en dessous de la barre de 95g de CO<sub>2</sub> rejeté par kilomètre parcouru en 2020.

Depuis 2007, l'étiquette énergie s'applique aussi aux logements et aux bâtiments tertiaires, il porte le nom de diagnostic énergétique. Il doit être réalisé lors de la vente ou de la location d'un logement ou d'un bâtiment tertiaire et il vise à informer le propriétaire ou le locataire de la consommation d'énergie du logement ou du bâtiment tertiaire pour son chauffage, sa climatisation et sa production d'eau chaude sanitaire. Par contre, le diagnostic énergétique ne vous donne aucune information sur l'électricité spécifique pour l'éclairage ou le fonctionnement de vos appareils électroménagers.

Un autre moyen de communication est l'affichage environnemental. En avez-vous déjà entendu parler ? C'est un affichage plus récent. C'est une démarche initiée par le Grenelle de l'environnement. Son but est de générer un affichage d'informations environnementales pour les produits de grande consommation. Il doit être visible soit sur le produit, soit sur l'emballage du produit, soit sur une étiquette proche du produit en magasin. Cet affichage a pour public cible le grand public. Il a pour but d'harmoniser les bannières que chaque marque a pu mettre en place dans le passé. Le consommateur peut ainsi comparer les produits de plusieurs marques.

Une expérimentation nationale s'est déroulée de juillet 2011 à juin 2012. Des indicateurs environnementaux pertinents ont été décidés pour que l'indice CO<sub>2</sub> ne soit plus le seul indicateur environnemental connu du grand public.

L'affichage environnemental est guidé par le référentiel BP X-30-323-0 qui définit les principes généraux et précise la méthodologie générale pour les calculs des indicateurs. Les résultats publiés doivent être issus d'une analyse environnementale de votre produit. Selon le produit, l'affichage environnemental doit aussi respecter un référentiel spécifique. Pour faciliter la compréhension par le grand public, généralement uniquement trois indicateurs, les plus pertinents, ont été déterminés. Le changement climatique, donc l'indice CO<sub>2</sub>, est souvent retenu comme l'un des trois indicateurs. Certaines entreprises donnent aussi une note globale de leurs produits pour faciliter la comparaison.

Voici deux exemples pour vous illustrer mes propos. Dans le cas des sacs à dos, dépendant du référentiel BP X30-323-3, deux indices ont été choisis : l'épuisement des ressources et l'indice CO<sub>2</sub>. Dans le secteur des cosmétiques avec les shampoings, trois indicateurs doivent être estimés : l'indice CO<sub>2</sub>, l'écotoxicité aquatique qui est un indice pertinent puisque le produit se retrouve dans l'eau lors du rinçage, et la consommation d'eau.

Une expérimentation d'harmonisation européenne est en cours. Il porte le nom de PEF pilot. Son but est d'harmoniser les méthodologies et indicateurs environnementaux de tous les produits au niveau européen.

Avec les smartphones, de nouveaux supports de communication ont vu le jour. En plus des affichages sur les produits ou des écoprofiles stockés dans des bases de données, vous pouvez visiter des sites tels que « Green Code info » qui va vous donner des informations sur plus de 300 000 produits de grande consommation. Vous avez aussi des applications telles que « Ecocompare », « Noteo », « Proxiproduct », « Flashlabel ». Toutes ces applications vous donnent des informations sur l'impact environnemental de votre produit ou sur les labels. Il suffit de prendre une photo du code barre de votre produit de l'écolabel (et pas écoprofil comme annoncé) pour avoir l'information.

Avant de clôturer la présentation des différents moyens, je tiens à attirer votre attention sur deux logos qui sont sans lien avec la performance environnementale des produits mais qui sont trompeurs.

- Ce logo qui donne une information sur le type de matière inclus dans votre produit. Je vous ai illustré le cas du polypropylène avec le chiffre 5. Ces matières plastiques sont classées selon 7 familles où vous allez avoir un chiffre entouré d'une boucle qui ressemble à la boucle de Möbius. Ce n'est en aucun cas un signe de recyclabilité.
- Ensuite vous avez aussi le point vert qui ressemble à nouveau au sigle recyclable. Mais ce point vert indique que l'entreprise donne une adhésion financière à un organisme pour le recyclage de son produit.