



Communiqué de presse

Lundi 26 novembre 2012

Affichage environnemental : une expérience réussie, la généralisation attendue

Pendant un an, de nombreuses entreprises ont testé l'affichage environnemental. L'expérience prouve qu'il est possible d'informer à propos des impacts environnementaux des produits et services. Pour limiter l'impact de la consommation sur l'environnement, il faut maintenant amplifier la démarche et généraliser l'affichage environnemental.

Une démarche innovante, étudiée de près

L'enjeu était de taille : la France est le premier pays à s'engager dans un affichage environnemental multicritères sur les produits et services. « *Avec huit associations¹ du mouvement, nous avons donc réalisé une enquête de terrain pour évaluer l'intérêt environnemental de la démarche.* » explique Rachel Louiset, chargée de mission Eco-consommation à FNE. Après avoir observé ce qui se passait dans une trentaine de magasins et sur autant de sites Internet, FNE remettra officiellement son rapport à la ministre de l'Écologie aujourd'hui.

L'affichage environnemental, c'est possible !

L'expérience montre que l'affichage environnemental est devenu une réalité concrète pour de très nombreux produits et services. Quelle que soit leur taille, la plupart des entreprises qui s'étaient engagées dans la démarche sont allées au bout. L'expérimentation a été fortement mobilisatrice et a démontré qu'une véritable filière de l'affichage environnemental émerge, impliquant les bureaux d'étude, les fournisseurs, les producteurs, les distributeurs.

Un outil puissant pour verdir la consommation et la production

« *Avec l'affichage environnemental, on favorise l'éco-consommation, on stimule l'éco-production et on peut améliorer le lien de confiance entre producteurs et consommateurs* » affirme Nathalie Villermet, qui a participé à l'étude. Pour la militante associative, l'affichage environnemental est un outil potentiellement

¹ CADEB, CREPAN, CREPAQ, Eure-et-Loir Nature, FNE 82, FNE 84, FNE Pays de la Loire et IVINE

puissant : « *pour être efficace, il doit être accompagné de pédagogie, auprès des consommateurs et du personnel en magasin* ».

Bien cadrer la démarche, pour la généraliser

L'expérimentation tous azimuts a permis de tester différentes formes d'affichage. « *A partir des meilleures pratiques, il faut maintenant établir un cadre pour harmoniser la démarche et la généraliser, en prenant en compte chacune des grandes familles de produits et services.* » conclut Gaël Virlouvet, responsable Eco-consommation. « *Pour que l'affichage environnemental gagne toute sa crédibilité, ce cadre devra être construit dans le dialogue.* ».

Retrouvez les résultats de l'enquête et les recommandations de FNE dès la remise officielle du rapport sur le site <http://fne.asso.fr>