



Stimuler une demande pour des produits/services moins impactants sur l'environnement

Regard sur les 20 dernières années

- Années 1990 : Efforts pour stimuler une offre d'éco-produits
- Augmentation du nombre de produits éco-labellisés mais une faible visibilité
- Développement des auto-proclamations environnementales
- Certains éco-produits *disparaissent* faute d'acheteurs
- Limites des éco-labels pour certains produits (ex. : produits *jetables* – Contre ex. : produits contenant des substances dangereuses)



Pistes de développement

- Rendre plus **visibles** les éco-produits (étiquetage, incitations financières, etc.)
- Pour les éco-labels :
 - identifier les catégories de **produits prioritaires** pour le développement de nouveaux référentiels d'écolabels
 - revoir les **critères d'attribution** (notamment sur le caractère réutilisable des produits)
- Mettre en place un programme d'**éducation** populaire à la consommation durable
- Systématiser les dispositifs de **REP** et de REC

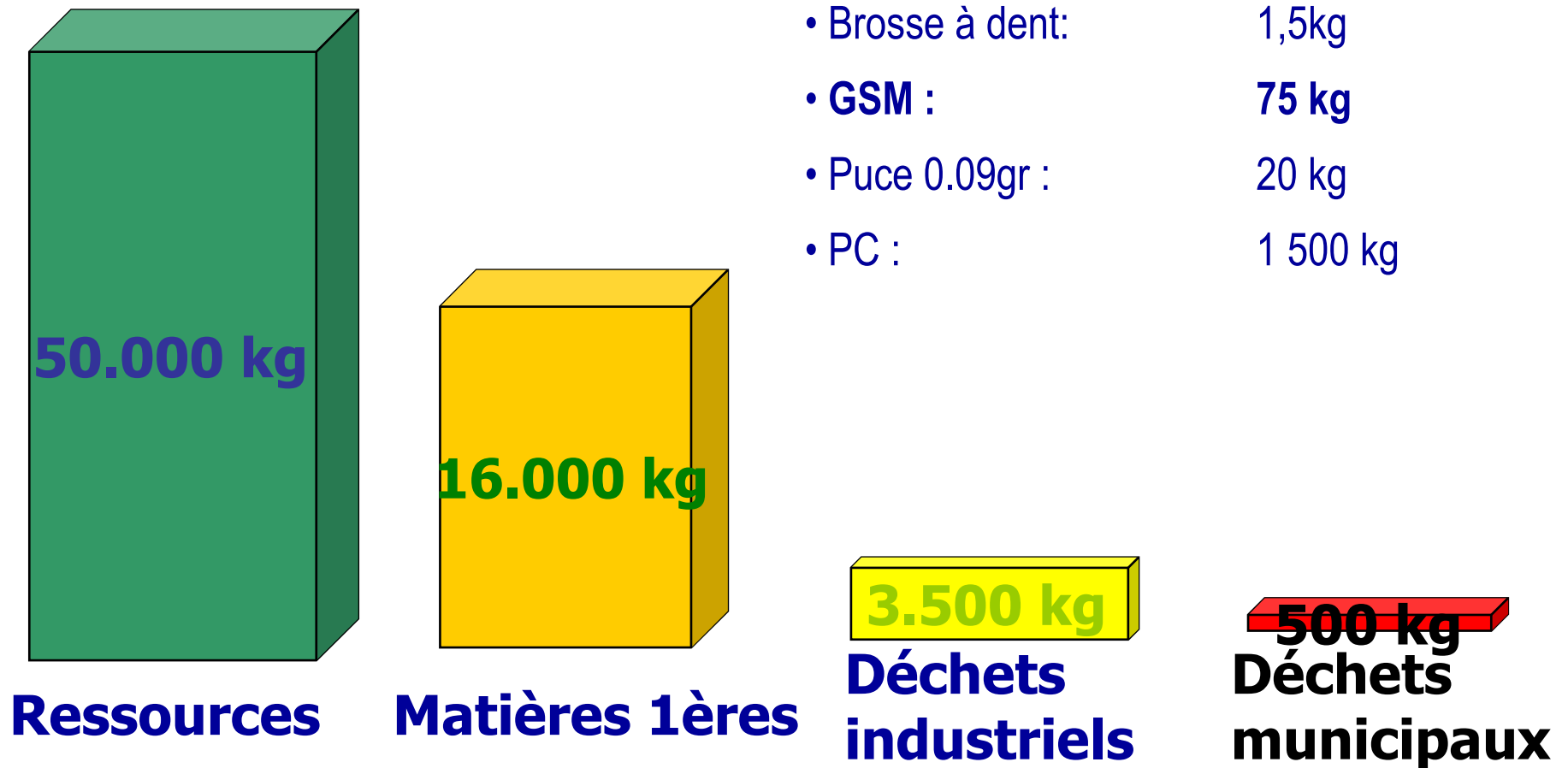


Qu'est-ce qu'un éco-produit ?

- Un produit ou service qui satisfait le même besoin qu'un produit « classique » tout en :
 - consommant moins de ressources tout au long de sa vie
 - générant moins de rejets (liquides, solides ou gazeux) tout au long de sa vie
 - évitant ou réduisant le recours à des substances dangereuses



Moins de déchets, c'est beaucoup plus que moins de déchets !



Source : Association des cités et régions pour une gestion durable des déchets

La systématisation de la REP pour accroître la compétitivité des éco-produits

- Une **contribution** dont le montant tient compte des externalités environnementales
- Une partie du **produit des contributions** affectée à des actions d'information et de sensibilisation... notamment un étiquetage pédagogique et efficace (sur le modèle des étiquettes « classe énergie »)



Quelques orientations issues du Grenelle

- Engagement 243 : tarification incitative obligatoire du service déchets (REC)
- Engagement 244 : fiscaliser les produits fortement générateurs de déchets
- Engagement 248 : moduler les contributions pour intégrer des critères préventifs (REP)
- Mise en place de REP sur différents *produits* : DASRI, produits contenant des substances dangereuses, meubles, BTP
- Développement de l'information environnementale dans les commerces
- Etc.

Conclusion : ça bouge mais il reste du chemin à parcourir

- Lorsque le travail d'éducation est accompli, des comportements de consommation changent et cela peut s'observer dans des territoires
- Le **signal « prix »** n'est pas toujours au rendez-vous
- Il faut lutter contre le *greenwashing*
- Avec le développement de la REP et de sa visibilité pour les consommateurs, va-t-on vers une évolution qui se traduirait par une substitution des éco-labels par des éco-produits ?
- Seul un **accroissement** significatif de la **demande** d'éco-produits orientera l'offre durablement