

DOSSIER

► Par Sandra FERLEY - Photo : Guillaume SANSAC



Passez au développement durable

Agir et consommer raisonnablement

LE T vous, qu'avez-vous fait aujourd'hui pour l'environnement ? Telle devrait être la question à se poser au terme de chaque journée. Tant il est de petits gestes simples à faire machinalement qui sont un grand pas pour le bien-être de notre planète. Et la septième semaine du développement durable (1^{er} au 7 avril) va se charger de le rappeler. Thème de cette année : la consommation durable. Ça tombe bien, la crise est passée par là, c'est peut-être l'occasion de donner un coup d'accélérateur à une attitude "consoméro-responsable". Tant consommer mieux pour dépenser moins rejoint vertigineusement les préoccupations de tout un chacun alors que la situation économique est toujours plus tendue.

Réfléchir à l'impact de ce que l'on achète en

terme de pollution (en amont ou en aval), de durée de vie, de nécessité, d'utilisation et de calendrier (acheter des fruits et légumes de saison...) n'est finalement que de bon sens. Croissance et développement sont en crise autant que le porte-monnaie des consommateurs du monde entier. Les inégalités sont toujours criantes tandis que la nature va vers l'extinction de voix autant que de voie.

Résultat, le développement est mis à toutes les sauces. Même par les publicitaires qui s'en réclament pour nous vendre une énième voiture autant qu'une lessive respectueuse de l'environnement ou un jean biologique. Ballottant le consommateur dans un "greenwashing", anglicisme résumant la grande lessive du vert qui mélange tout pour coller à l'environnementalement correct.



Ainsi une étude publiée par l'Ademe (Stratégie et études, janvier 2009) avance qu'il y aurait une certaine "saturation de la communication sur l'environnement" chez les Français ; ces derniers "manifesteraient un sentiment de prudence, voire de méfiance à l'égard des émetteurs de discours environnementaux".

Reste l'urgence de trouver une nouvelle manière de penser le monde et ses interactions. Pourquoi ? tout le monde cerne les problèmes. Comment et avec quels moyens ? c'est déjà plus flou.

Raison de plus pour se retrousser les manches et attaquer le chantier à notre échelle. Ainsi, savez-vous que 50 % des émissions de CO₂ en France sont le fait des ménages. Chaque Français émet aujourd'hui via ses activités quotidiennes, environ 10 tonnes équivalent CO₂ par an. Pour prétendre à un mode de vie durable, chaque citoyen devrait diviser par quatre ses émissions (source : Ademe).

Le chemin est encore long à parcourir comme le montre le sondage Ipsos commandé par la région Rhône-Alpes dans le cadre des 5^{es} Assises nationales du développement durable (Lyon, du 19 au 21 janvier 2009) : 89 % des sondés admettent qu'ils sont individuellement responsables en matière de développement durable. Mais seuls les 2/3 d'entre eux adoptent une attitude de "consomm'acteurs", en optant pour des produits bio, plus respectueux de l'environnement ou de l'éthique.

Et le contexte de crise économique que nous connaissons ne va sans doute pas arranger les choses. On ne peut pas non plus demander brutalement à nos compatriotes de se priver, de ban-

nir toute notion de plaisir dans leurs attitudes de consommation. Moins de gaspillage c'est audible, l'austérité et l'ascétisme non.

Par ailleurs, les changements d'attitude sont freinés par plusieurs facteurs. Une méconnaissance des produits et des marques respectueux de l'environnement. Mais aussi par de nombreuses idées reçues ancrées dans l'inconscient collectif. Aujourd'hui 79 % des Français sont convaincus que les produits "vert" sont plus chers que les autres produits et 58 % s'estiment mal informés sur ce qu'il faut prendre en compte pour savoir si un produit est respectueux de l'environnement (études Ifop Planet Care - 2008). Or les produits "verts" ne sont pas obligatoirement beaucoup plus chers que les autres. Surtout, il faut les appréhender dans la totalité de leur vie. Beaucoup, synonymes d'économies d'énergie ou nécessitant des dosages moindres sont, sur le long terme, facteurs d'économie. Il n'y a guère que sur les produits fortement énergivores qu'il y a de vrais réflexes d'achat raisonné.

Il est tout de même un domaine où les choses évoluent : 75 % des Français ont véritablement pris conscience de la responsabilité du chauffage des bâtiments dans l'aggravation de l'effet de serre (contre 39 % en 2000) et sont donc prêts à faire des efforts au niveau de l'amélioration de l'isolation de leur logement (source : Ademe).

Reste à l'étendre à d'autres domaines de consommation. Ils sont de plus en plus nombreux à offrir des alternatives et des produits éco-responsables. Vous en trouverez quelques exemples dans les pages qui suivent. Changer notre façon de faire au quotidien, ce n'est pas si contraignant que cela. Et la planète vous le rendra. ■

Consommer responsable n'est guère plus cher

Définition

Le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».

Le développement durable a été consacré par 182 Etats lors de la conférence des Nations Unies sur l'environnement et le développement (CNUED ou sommet de la planète Terre) en 1992 à Rio de Janeiro.

Concept

Le développement durable se veut un processus de développement qui concilie l'écologique, l'économique et le social et établit un cercle vertueux entre ces trois pôles : c'est un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable. Il est respectueux des ressources naturelles et des écosystèmes, support de vie sur Terre, qui garantit l'efficacité économique, sans perdre de vue les finalités sociales du développement que sont la lutte contre la pauvreté, contre les inégalités, contre l'exclusion et la recherche de l'équité. Une stratégie de développement durable doit être gagnante de ce triple point de vue, économique, social et écologique.



Label écologique de l'Union Européenne



Accordé aux produits ou services qui satisfont aux exigences environnementales du système de label écologique de l'Union Européenne



Comment consommer responsable ?

QUAND on consomme, il faut tenir compte de plusieurs choses pour faire un choix le plus responsable possible : la façon dont on va utiliser un produit ou un service et la prolongation de vie de ce produit en particulier. Il faut également réfléchir à l'impact que ce produit a sur l'environnement. Il a en effet besoin de matières et d'énergie pour être fabriqué, il doit être emballé et transporté sur une distance plus ou moins longue, il deviendra un jour un déchet plus ou moins recyclable.

D'où l'importance de se tourner le plus possible vers des produits qui entraînent moins d'impacts sur l'environnement et conservent leurs performances lors de leur utilisation. On les appelle les éco-produits. Pour les reconnaître plus facilement, ils bénéficient de logos spécifiques signifiant qu'ils ont été vérifiés par des organismes indépendants quant à leur conformité à des critères écologiques et de performances très précis. Suivez le guide.

Deux logos sont délivrés par AFNOR certification : l'écolabel français (marque NF Environnement) et l'écolabel européen. Pour obtenir un écolabel, les produits doivent être conformes aux

critères d'écolabellisation, spécifiques à chaque catégorie de produits. Ils prennent en compte le cycle de vie du produit et différents types d'impacts environnementaux. Le respect des critères est certifié par un contrôle indépendant.

En ce qui concerne l'agriculture biologique, c'est-à-dire sans pesticides, sans engrais chimiques, sans OGM, limitation des intrants... comme la réglementation européenne la définit, il y a deux logos, un français et un européen. La mention d'un organisme certificateur agréé par les Pouvoirs publics garantit qu'un produit est "issu de l'agriculture biologique" et composé d'au moins 95 % d'ingrédients issus de ce mode de production. Il existe un logo européen pour les produits biologiques. En France, la marque AB est plus exigeante que la seule réglementation européenne.

Les produits recyclables sont frappés de l'anneau de Möbius (norme ISO 14 021). Mais encore faut-il que pour cela vous respectiez les consignes de tri pour qu'ils soient effectivement recyclés...

Si l'anneau de Möbius contient un pourcentage, cela signifie que le produit ou emballage concerné contient x % de matières recyclées (ici 65 %).



“On sort 15 à 20 produits bio par an”

Géraldine Séjourné responsable marketing et communication de L'arbre vert.

COMMENT est née la marque l'arbre vert ?

C'est une société que nous avons reprise en l'an 2000, au sein de laquelle existait la marque L'arbre vert créée dans les années 1980, avec un produit sans phosphate, et qui avait disparu des linéaires. Il a été décidé de la relancer sur le créneau du vert mais avec une certification. Nous avons choisi l'écocert européen. En 2003, il y avait une certification sur les liquides vaisselles, puis au fur et à mesure que les certifications ont concerné d'autres produits nous avons suivi (nettoyants ménagers, lessives) pour ajouter une gamme hygiène en 2007, où nous sommes la première société à avoir été certifiée au niveau européen.

Vous occupez un créneau très précis ?

La volonté, dès le départ, était d'être en grande distribution pour démocratiser les produits écologiques, les rendre accessibles à tout le monde à des prix abordables. Nous avons commencé chez Carrefour, sans moyens publicitaires, et nous avons trouvé notre place par la pertinence de notre produit et la satisfaction des consommateurs. Car l'écocert européen est le seul à avoir un critère d'efficacité. Et en deux ans, on a créé un véritable engouement, au point que des marques distributeurs sont venues sur le même créneau.

Le bio, c'est un vrai métier ?

On ne fait que ça. Nous avons une équipe recherche et développement de 7 à 10 personnes et 5 % de notre chiffre d'affaires dédiés à cela. On est toujours en veille sur les réglementations futures, on anticipe, on va même au-delà de ce que demande l'écocert. On sort 15 à 20 produits chaque année. Nous sommes l'entreprise française qui a le plus de références écolabellisées, pour une cinquantaine de produits référencés en grand public. On a ainsi doublé notre chiffre d'affaires en 5 ans. Notre credo est d'avoir toujours une ligne directrice unique qui fait qu'on a une vélocité aujourd'hui par rapport à d'autres marques qui arrivent.

Est-ce que le consommateur suit ?

La conscience verte du consommateur progresse. Et ce sont beaucoup les médias qui créent cet engouement autour des craintes sur l'environne-

ment. Notre marque, par rapport à son positionnement, a fait comprendre que le bio était accessible à tout le monde et que ce n'était pas difficile de s'y mettre. Même s'il y a encore des idées reçues profondément ancrées, comme par exemple "vous n'êtes pas cher donc vous n'êtes pas écologiques". Non, nous ne sommes pas cher car c'est un choix d'entreprise : les matières premières sont les mêmes mais nous jouons sur la production en masse et la réduction des marges.

Il est aussi parfois assez difficile de s'y retrouver dans tous ces produits qui mettent leurs valeurs « vertes » en avant ?

En ce qui concerne l'alimentaire, les choses sont assez bien connues et le consommateur sait s'y retrouver. Pour ce qui concerne l'hygiène et l'entretien, il est plus perdu. Avant il n'y avait pas beaucoup de produits et il ne nous voyait pas. Aujourd'hui, l'offre est tellement importante que cela suscite la méfiance, il y a beaucoup de labels, certains ne veulent rien dire, et le consommateur refuse de se laisser avoir par ce "green-washing".

Alors justement, comment s'y retrouver ?

Se laisser guider par les labels. L'écocert européen pour les produits d'entretien. La seule chose qu'on peut lui reprocher est qu'il n'est revu que tous les deux ou trois ans et que certains sont juste au ras des exigences du label tandis que d'autres vont au-delà. Il faut aller voir sur l'étiquette pour faire la différence mais le consommateur n'en est pas encore là.

Pour l'hygiène il y a les labels ecocert et cosmebio, mais qui garantissent surtout l'origine des matières premières. Avec la limite qu'il suffit de 10 % de produits issus de l'agriculture bio pour être "bio". Mais cela reste toujours plus sûr que toutes les autres argumentations. ■



La lessive liquide

L'arbre Vert est un classique, elle se décline maintenant avec une recharge souple de 2,5 litres pour minimiser les déchets.

■ Le bidon de 3 litres: 7,90 €, la recharge: 5,95 €.



Liquide vaisselle

Autre best-seller de la marque, son liquide-vaisselle, et en particulier celui au parfum d'amande, (existe aussi en parfum fruits exotiques et peaux sensibles).

■ 1,90 €.



Lafuma : inscrire le durable dans la durée



Recharge solaire

Pour partir en randonnée sans tomber en panne d'énergie, Millet propose une protection de pluie intégrant un panneau solaire Flexcell souple. Rangement par enroulement. Power Pocket pour stocker l'appareil en charge. Permet de recharger GPS, MP3, appareil photo, caméra (ordinateur avec 2 panneaux mis en parallèle).

Puissance :
6,2 watts.

Estimation de temps de charge :

GPS (2 h 30),
MP3 (3 h),
téléphone (1 h 30).

Solar cover, Millet : 299 €.

Renseignements sur www.millet.fr



LE groupe Lafuma (Millet, Oxbow, Le chameau et la marque éponyme) s'est lancé dans l'aventure du développement durable dès les années 1990 avec la marque Lafuma. D'abord par des opérations de partenariat avec France nature environnement, puis en 1993 avec le lancement du Greenback, un sac à dos en coton recyclé. Depuis 1999 elle travaille en partenariat avec le WWF pour des produits partagés et continuer, à l'aide de leur œil aiguisé, à progresser sur leurs engagements développement durable.

"C'est une démarche qui s'est mise en place de manière simple par la volonté assez intuitive du PDG, Philippe Joffard-Lafuma, explique Diane Maniouloux, responsable du développement durable du groupe Lafuma. Il a senti très tôt qu'il fallait réfléchir aux façons de produire de demain, une nouvelle économie. En plus, nous intervenons dans le domaine de l'outdoor, donc c'est quelque-chose qui paraît assez logique, même si la mise en place se fait petit à petit, car on ne peut pas tout changer du jour au lendemain."

Un coup d'accélérateur a été donné dès le début des années 2000 avec la mise en place du développement durable et de la réflexion sur les process en interne avec l'analyse d'Ethicity. Puis à partir de 2004 ont été développés le nombre de produits éco-conçus : cartables, sacs à dos, chaussures... « Chaque famille a ses produits éco-conçus, poursuit Diane Maniouloux. Il y a une progression croissante de ces références et une reconnaissance de notre travail récompensé par plusieurs prix. »

Et le groupe Lafuma ne fait pas les choses à moitié, cherchant à appliquer la « durabilité » à toutes les étapes de la fabrication et à tous les niveaux de l'entreprise. "Notre engagement s'est fait autour de trois axes, développe Diane Maniouloux. Un engagement philosophique et non pas militantiste ou opportuniste et une vraie volonté de minimiser les impacts.

Ensuite la volonté de conserver une vision technologique avec l'aide de l'écoconception : agir là où on le peut. Enfin un axe économique : que cette réflexion s'applique à une nouvelle façon de produire et soit dans les gènes de tous les produits de demain."

Le tout sans rien céder à la technicité des produits qui sont reconnus dans le monde de la montagne et de la randonnée en particulier. « Ce qui fait qu'on avance à petits pas. Dès qu'on peut mettre de l'écoconception sur quelque-chose on le fait, même si ce n'est que sur une partie du produit. Rien n'est tout blanc ou tout noir. On fait la balance entre technicité et durabilité. Et tout ce qui est production et logistique est logé à la même enseigne. L'idée de développement durable est une chose qui doit être intégrée à tous les niveaux de l'entreprise et que les gens s'approprient, même si ce n'est pas toujours facile. Chaque équipe doit changer sa manière de faire de façon durable. Là on a fait un bilan carbone sur nos achats de matières premières et produits finis. »

Et chacune des marques évolue ainsi à son rythme. Lafuma a ainsi sa gamme identifiée "Pure Leaf", où tout est pensé de façon à limiter les impacts sur l'environnement tout au long du cycle de vie des produits, depuis les matières premières et leur transport jusqu'à leur durée de vie, en passant par leur fabrication et leur éventuel recyclage. Millet a lancé une opération recyclage des cordes d'escalade, Oxbow est plus sur le mécénat mais devrait proposer pour sa prochaine collection la moitié de ses tee-shirts en coton bio...

Et le consommateur dans tout cela, est-il sensible à tous ces efforts ? "Aujourd'hui, ses critères d'achat sont le look et le prix, pas l'impact sur l'environnement, reconnaît Diane Maniouloux. Si ce dernier est présent aussi c'est un plus, mais ce n'est pas un appel d'achat au départ. C'est plus pour l'image de l'entreprise qu'en terme d'acte d'achat. Mais peut-être qu'avec ce qui se passe en ce moment les gens vont réfléchir à leur façon de consommer, ce qui ne peut être que bénéfique pour nous. C'est en achetant moins mais mieux qu'on consommera mieux." ■

Deux exemples de la collection pure leaf

Un sac de couchage garni de polyester 100 % recyclé.

En chanvre et coton, doublure en soja et coton.

■ 100 €

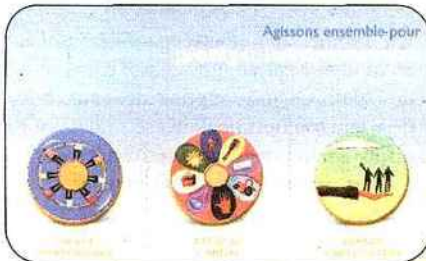
Une saharienne 78 % coton biologique et 22 % chanvre.

■ 75 €

Des sites pour agir



➤ www.mescoursespourlaplanete.com
Lancé par Graines de Changement, un site qui se veut un guide pratique en ligne de la consommation responsable, "à l'attention de tous ceux qui veulent porter un autre regard, plus informé, sur leurs choix quotidiens et cherchent des produits ou pratiques plus responsables".



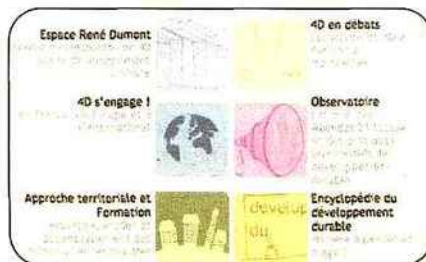
➤ www.ademe.fr
Site de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe). Plein de conseils, d'adresses et de petits guides très pratiques à télécharger.



➤ www.fne.asso.fr
France nature environnement, fédère les associations de protection de la nature et de l'environnement. Un réseau d'associations "qui fait du lobbying pour que le droit français, européen et international évolue dans le sens d'une plus grande protection de l'environnement".



➤ www.terrevivante.org
Des journalistes, des jardiniers, des gestionnaires, des techniciens... qui mettent leurs créativité et leurs compétences à la disposition de tous pour les aider à vivre de manière plus respectueuse de l'environnement tous les jours.



➤ www.association4d.org
4D a été créée en 1993, après le sommet de Rio, afin de constituer un réseau citoyen pour la promotion du développement durable et le suivi des engagements pris par la France.

- www.ethique-sur-etiquette.com Site du collectif "De l'éthique sur l'étiquette".
- www.commerceequitable.org Le site de la plate-forme pour le commerce équitable.
- http://ec.europa.eu/sustainable/welcome/index_fr.htm Portail européen du développement durable.
- www.developpement-durable.gouv.fr Site du ministère de l'Ecologie, de l'Energie, du développement durable et de l'Aménagement du territoire.

Interview LE SOLEIL DONNE...



Frédéric Errera est le PDG de CPC-Invest une société qui propose entre autre de louer votre toiture afin d'y installer des panneaux solaires pour revendre l'électricité ainsi produite à EDF. Et vous dans l'histoire

vous ne faites rien, n'avez rien à gérer et vous touchez de l'argent. Une très bonne idée pour les agriculteurs, les entreprises et les zones rurales et ceux qui n'ont pas les moyens de s'équiper.

Qu'est ce vous proposez ?

Nous louons des toitures en Paca, Languedoc-Roussillon et Midi Pyrénées pour y installer des tuiles photovoltaïques. Ensuite, nous revendons l'électricité à EDF.

Quelles sont les conditions ?

Il faut une toiture de minimum 500 m² avec impérativement une orientation sud, voire sud ouest pour obtenir une exposition maximale. La pente doit être supérieure à 16° mais nous avons une nouvelle technologie qui nous permettra d'installer des panneaux sur une pente avoisinant 10°. Pour les toitures inférieures à 1 000 m², il faut un transformateur électrique pas loin car sinon cela engendre trop de coûts.

En moyenne combien cela rapporte à une personne qui loue sa toiture ?

La personne reçoit dès la fin de l'installation une prime de 20 € par mètre carré. Ensuite, elle percevra environ 2,50 €/m² loué par an.

Y-a-t-il des contraintes pour le particulier ou en cas de problème ?

Il n'y a aucune contrainte car l'installation et l'entretien sont entièrement à notre charge.

Quel est la durée du bail et que se passe-t-il à la fin ?

La durée du bail est de 20 ans. A la fin de celui-ci, le locataire devient propriétaire des panneaux et peut à son tour revendre l'électricité à EDF.

➤ Renseignements sur www.cpc-invest.com/6.aspx ou au 01 73 02 34 13 ou 08 92 55 14 34.

Recueillis par Cédric Nithard

Des gestes simples

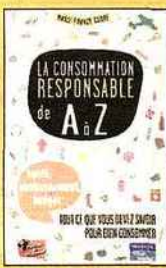
Derrière le concept, il y a la vie quotidienne. Le développement durable et une consommation responsable et raisonnée ce sont aussi des petits gestes qu'on peut réaliser tous les jours. A force de persévérance et additionné aux mêmes petits gestes des membres de votre famille, de vos amis, de vos voisins, les effets peuvent rapidement se faire sentir au bout de la chaîne.

A lire

Guides

L'Ademe a édité deux petits guides très pratiques et très intéressants pour consommer plus intelligemment : « Acheter et consommer mieux » et « Le développement durable ».

■ Ils sont aussi téléchargeables sur www.ademe.fr



Bien consommer

Produits alimentaires, produits d'entretien, équipement de la maison, électronique, produits pour enfants, services... Dans tous les domaines, notre consommation agit sur notre santé et sur l'environnement. Il faut donc apprendre à consommer de façon plus responsable.

C'est là que le livre intervient, en nous informant

sur les produits (chiffres, réglementation...) ; en expliquant les conséquences de nos choix de consommation quotidien sur notre santé et notre bien-être ; en donnant des astuces pour consommer malin et sain. De nombreux conseils sont aussi livrés pour consommer de façon plus responsable. Enfin on nous dresse un état des lieux des conséquences écologiques de la consommation de tel ou tel produit.

■ La Consommation responsable de A à Z, Marie-France Corre : 19 €.

ELECTRICITE ET CHAUFFAGE

1°C de moins à la maison, ce sont 7 % de moins sur la facture de chauffage. Ce n'est pas la fin du monde de garder un pull à la maison.

Eteindre télévision, lecteur dvd, ordinateur, consoles de jeu, « boîtiers ADSL... plutôt que de les laisser en veille, c'est 10 % de consommation électrique en moins.

Installer des ampoules basse consommation, choisir ses appareils électro-ménagers en fonction de leur étiquette énergie et aller vers les plus économes. Pour vous aider dans votre choix, un site mis en place par WWF France avec l'association de consommateurs CLCV qui permet de comparer les appareils (ainsi que les ampoules et même les voitures) et de voir ceux qui sont les plus économes en énergie et les moins nuisibles pour l'environnement : www.guide-topten.com

Et si vous passiez au solaire pour recharger vos appareils photos, téléphones mobiles, lecteurs MP3, GPS, ordinateurs portables : il suffit d'acheter un chargeur avec cellules photovoltaïques adéquat et à vous la liberté. Et les économies.

EAU

Ne pas laisser couler l'eau quand on se lave les dents, qu'on se rase ou qu'on fait la vaisselle à la main. En une minute, un robinet débite environ 15 litres ! Equipez votre douche d'un pommeau à économie d'eau. Sur vos robinets mettez des aérateurs qui freinent le débit (jusqu'à 50 %) sans perte de pression.

Un robinet qui goutte gaspille jusqu'à 50 m³ d'eau par an, une chasse d'eau plus de 220 m³. Quand vous tirez de l'eau chaude, il faut toujours quelques secondes pour qu'elle arrive, mettez un récipient sous le robinet en attendant et vous pourrez utiliser cette eau pour arroser ou autre.

Utiliser une chasse d'eau à double réservoir, ce sont 10 000 litres d'eau économisés chaque année. Penser aussi à récupérer l'eau de pluie pour son jardin, ou à utiliser l'eau qui a servi à laver les légumes pour l'arroser. On peut aussi utiliser l'eau de pluie pour alimenter la chasse d'eau voire son lave-linge.

Jetez un regard sur le bilan en pesticides de l'eau de votre robinet pour vérifier que les taux ne sont pas trop élevés mais dans la plupart des cas vous pouvez oublier l'eau en bouteille (chère en transport et en recyclage des bouteilles) pour l'eau du robinet.

On vous reparle de la douche à préférer au bain ?

au quotidien

DIVERS

- ✚ Trier et recycler ses déchets, faire du compost pour son jardin si on en a un, ce sont des matières premières économisées.
- ✚ Bien doser les produits ménagers (pour le lave-linge comme pour le carrelage ou les sanitaires) et privilégier des produits bio, qui laisseront moins de résidus polluants et nécessiteront moins de retraitement des eaux usées.
- ✚ Ne plus prendre systématiquement sa voiture pour ses déplacements mais penser à marcher, faire du vélo ou utiliser les transports en commun. Conduire de manière plus souple pour consommer moins. Choisir sa voiture en tenant compte de sa consommation et/ou de ses rejets de gaz à effet de serre.
- ✚ Lors des travaux dans son logement, penser à la possibilité d'opter pour des énergies renouvelables, être attentif à l'isolation...
- ✚ L'autocollant stop pub est très efficace contre l'invasion de prospectus.
- ✚ Prenez un verre réutilisable pour vous servir à la fontaine du bureau plutôt que d'utiliser des gobelets en plastique que vous jetez à chaque fois. Et un mug ou une tasse pour boire votre thé ou votre café si vous n'utilisez pas une machine industrielle.
- ✚ Tournez sept fois votre doigt au-dessus du clavier avant d'imprimer vos mails, vos textes, des dossiers... Et mettez-vous au papier recyclé. Pensez aussi à faire remplir vos cartouches d'encre d'imprimantes.

SHOPPING

- ✚ Quand on fait ses courses, penser à apporter son panier ou ses sacs, préférer les produits en vrac, à l'emballage minimum ou rechargeables. Sachez que chaque année en France on vend, et donc on jette, 90 milliards d'emballages ménagers et 15 milliards de sacs plastiques.
- ✚ Choisir des produits de saison, qui ne viennent pas du bout du monde par avion ou d'un pays voisin par camion (même si alors peut se poser le problème des débouchés agricoles pour les pays du Sud qui sont une question de survie...). Opter pour le bio dans la mesure du possible.
- ✚ Préférer les produits issus de matières renouvelables, recyclables, les produits rechargeables. En particulier pour les piles qui sont très polluantes et dont le recyclage demande dix fois plus d'énergie que sa fabrication !
- ✚ Préférez le thé en vrac aux sachets (sauf s'ils sont biodégradables et sans agrafes). Désolé pour l'ami George mais il y a "something else" que le café en capsules quelle que soit la marque. Et optez pour des filtres en coton non blanchi.

CONSOLES ENERGIVORES

Peut-on être fan de jeu vidéo et « développement durable » compatible ? Ce n'est pas gagné. Aux Etats-Unis, les consoles de jeux consomment autant d'électricité en un an que la ville de San Diego (1,3 million d'habitants). Le problème tient surtout au fait que les utilisateurs n'éteignent pas leur console après leur partie. Que ce soit la PlayStation, la Xbox 360 ou la Wii, ces consoles consomment à peu près autant quand elles sont en marche ou en attente. En moyenne, la PlayStation 3 et la Xbox 360 consomment respectivement 150 et 119 watts, plus que des ordinateurs. Et chacune peut grimper à 1 000 kWh par an si elle reste allumée tout le temps. Soit la consommation annuelle de deux réfrigérateurs neufs ! La Wii est une consommation en dessous avec une centaine de watts de consommation. Alors comme pour les autres appareils électrovivores, pensez à les éteindre.



Prochain dossier
**ATTENTION LES YEUX,
LES LUNETTES DE L'ÉTÉ
SONT LÀ !**

Vert



Un guide pratique pour tous ceux qui veulent porter un regard plus responsable, sur la façon dont ils consomment. Tous les thèmes de la vie quotidienne sont traités sous l'angle écologique. Informations, conseils pour agir au quotidien, bonnes adresses, vous n'aurez plus aucune excuse pour ne pas faire d'efforts dans votre façon de consommer.

■ La vie en vert (enfants, mode, maison, bureau, loisirs : guide des choix écologiques au quotidien), sous la direction d'Elisabeth Laville : 15 €.



Responsable

Un guide qui dissèque une vingtaine de catégories de produits pour connaître les impacts sociaux et environnementaux des achats, s'informer sur les initiatives qui existent pour les réduire, agir à notre niveau... Pour apprendre à devenir consomm'acteur.

■ Acheteons responsable ! Elisabeth Laville et Marie Balmain, éditions du Seuil : 19 €.