

## Société

# Le boom des produits verts

**Selon le rapport 2008 sur la consommation responsable, que nous révélons aujourd'hui, les Français adorent les produits bons pour la planète. Même s'ils les jugent chers...**

Les supermarchés Casino qui étendent leur gamme d'aliments avec l'étiquette « Indice carbone », le constructeur automobile Honda qui lance sa Insight dont les rejets en CO2 sont minimaux ou Gaz de France qui innove avec une offre d'électricité photovoltaïque sont autant de signes forts : les biens de grande consommation sont maintenant frappés par l'effet antigaspi. Alors que s'ouvre la Semaine du développement durable, les produits bons pour la planète et les hommes commencent à se faire une place au soleil si on juge le dernier rapport 2008 sur la consommation responsable, lequel dresse un état des lieux de l'avancée des achats sur ce marché. Pas moins de vingt incontournables, du vêtement bio au chauffe-eau écolo en passant par les détergents verts, voient leurs ventes monter en flèche (lire ci-dessus). « **Toute la famille est engagée dans cette prise de conscience** » « On est sur des progressions importantes, cela montre que nous faisons nos courses autrement »,

explique Elisabeth Laville, fondatrice du site de conseils [Mescoursespourlaplanete.com](http://Mescoursespourlaplanete.com), auteur du rapport. « Cette façon d'acheter n'est plus une affaire d'élite militante et informée, ni un truc de bobos mais une tendance qui intéresse le grand public. » Certes, trois quarts des Français jugent que les produits responsables sont plus chers mais ils y vont : selon un récent sondage de l'Ifop, 76 % d'entre eux disent privilégier les produits respectueux de l'environnement même s'ils sont plus coûteux.

La crise vient renforcer ce mouvement. « En ce moment, les gens se rabattent sur la location, le durable, le réparable, le low-cost ou les circuits courts pour acheter leurs légumes. On les voit cultiver leur potager, faire des cueillettes ou débusquer les coquillages. Ils vont vers du pas cher qui est aussi du responsable », poursuit la manageuse. A travers ses achats, chacun tente aussi de passer à l'acte : aller dans les restaurants Courtepaille qui se font écologiques ou s'équiper d'une chaudière à bois.

« Même si les grandes surfaces commencent à répondre à cette attente, les offres ne sont pas si faciles que ça à trouver. On se

propose d'aider cette quête », admet Ivan Lacroix, commissaire général du salon Planète qui se tient à partir d'aujourd'hui et jusqu'à dimanche porte de Versailles, une exposition où tous les produits verts sont mis en avant. « Aujourd'hui, toute la famille est engagée dans cette prise de conscience, adultes et enfants », ajoute-t-il. Le lieu attend cette année 35 000 visiteurs, soit 50 % de plus qu'en 2008.

Autant de consommateurs qui attendent que le marché mûrisse. Ce qui manque encore au secteur, ce sont des labels clairs et de l'information. En effet, qui sait que 50 % des fleurs que l'on achète proviennent d'Afrique du Sud et l'autre moitié de Hollande où elles poussent sous serre grâce à des soins et du chauffage intensif très néfastes pour notre globe ?

**Claire Chantry**