

Titre du forum : L'affichage environnemental des produits alimentaires contribue-t- il à modifier notre consommation ?	
Mots-clés	<p>Sélection de 5 mots-clés pertinents qualifiant le forum</p> <p>Consommation, distribution, contenu carbone, affichage environnemental,</p>
3X20	<p>En quoi l'expérience que je présente se place sur la trajectoire des 3x20 ? (max. 60 mots)</p> <p>La consommation des produits alimentaires est responsable de 30% des émissions de gaz à effet de serre. L'affichage du contenu carbone des produits alimentaires (et à terme environnemental = multicritères) doit permettre d'orienter les consommateurs sur des produits générant moins de CO2, et/ou d'entraîner une modification de son mode de consommation. Le distributeur quant à lui s'adapte en permanence à la demande du marché en constante évolution (marché étant notamment de plus en plus sensible aux problématiques environnementales). Par conséquent, les distributeurs rechercheront rapidement à développer une offre de produits plus respectueuse de l'environnement. Ce développement de cette offre s'articule conjointement par une amélioration de l'impact environnemental des produits via les producteurs et des impacts liés à la distribution des produits (impacts magasin - logistique).</p>
Mon histoire	<p>Quoi ? Expérimentation de l'affichage du contenu carbone des produits alimentaires</p> <p>Qui ? Centre Leclerc/ GREENEXT/ ADEME/ Conseil Régional Nord-Pas de Calais</p> <p>Avec qui ? Les centres Leclerc de Templeuve et Wattlelos</p> <p>Contexte ? Affichage environnemental des produits en prévision pour janvier 2011</p> <p>Objectifs fixés ? Sensibiliser le consommateur à l'impact de la consommation alimentaire sur les émissions de CO2 et guider les consommateurs sur les gestes limitant ses émissions.</p> <p>Comment ? affichage généralisé sur le balisage rayon, ticket de caisse. Campagne d'information, sensibilisation, campagne de presse. Mise en place de groupe consommateurs. Participation d'association de protection de l'environnement dans les galeries marchandes ...</p>

<p>Résultats dont je témoigne</p>	<p>Résultats spécifiques étayés de chiffres concrets, par ex. émissions de CO₂ évitées, économies d'énergie réalisées, économies financières, énergie produite, nombre d'emplois créés, etc.</p> <p>Facteurs de succès et d'échec (max. 150 mots)</p> <p>- Distributeur sensible aux problématiques environnementales. Celui-ci avait par le passé travaillé avec l'ADEME et la CUD Lille sur une campagne de sensibilisation des consommateurs sur les produits générant moins de déchets.</p> <p>- Difficulté de mesure la réduction des émissions de CO₂. Par contre, des modifications de comportement d'achats des consommateurs ont été constatées (achat de produits locaux).</p> <p>Facteur d'échec : Le critère prix est un élément important dans le choix du consommateur malgré leur sensibilité croissante à la protection de l'environnement. (=> travailler sur une économie du carbone ...)</p>
<p>Mes conseils pour reproduire l'action ailleurs</p>	<p>Recommandations (max. 200 mots)</p> <p>Attendre les orientations de la plate-forme ADEME/ AFNOR sur l'affichage environnemental pour mettre en place un affichage généralisé. Développer des actions de sensibilisation à l'échelle des territoires de projets (Plan Climat)</p>
<p>Web (pour aller plus loin)</p>	<p>Publications en ligne, sites Internet, documents à télécharger, etc.</p> <p>http://www.jeconomisemaplanete.fr/</p>
<p>Contact</p>	<p>Présentation en SOLO ou DUO complice devant un poster (soit 2 personnes MAXI)</p> <p>Nom / Fonction / Organisme BOGAERT Christophe / Responsable du Pôle Production et Consommation responsable / ADEME Nord-Pas de Calais</p> <p>POCHER Thomas / Directeur des Centres Leclerc de TEMPLEUVE et WATTRELOS (en attente de confirmation)</p> <p>Tél / E-mail / Site Internet</p>