

Mais que veulent bien dire tous ces sigles et logos ?

Quotidiennement, nous voyons des sigles et des logos sur les produits que nous consommons.
Cependant, savons-nous exactement ce qu'ils veulent dire ?



Point Vert

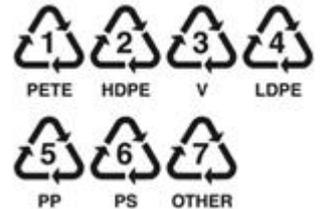
Le Point Vert sur les emballages, contrairement à ce que l'on pourrait penser, **ne veut pas dire que le produit est valorisable ou recyclé**. Il indique seulement que le fabricant a payé une contribution à Eco-emballage.



Le cercle de Moebius

Il s'agit du symbole du recyclage. Il indique que le produit est valorisable, c'est-à-dire qu'il existe une filière de collecte et de recyclage des matériaux qui le composent. Accompagné d'un pourcentage au centre, il signifie que le produit a été fabriqué avec un certain taux de matières recyclées.

Pour les produits en plastique, on trouve un logo légèrement différent : il permet d'identifier le matériau et la possibilité (ou non) de le valoriser. Ces sigles n'assurent pas forcément l'existence d'un dispositif de récupération pour recyclage :



Contrairement à ce que l'on a longtemps cru, les plastiques ne sont pas des matériaux « inertes » : les études scientifiques tendent à montrer que les substances qui composent ces matériaux peuvent passer dans l'air ou l'alimentation (cuisson au micro-onde par exemple). **Si vous le pouvez, portez votre choix vers des contenants en verre ou des ustensiles en inox ou fonte pour la conservation et la cuisson de vos aliments.**



NF et CE

Ces deux logos assurent que les produits sont conformes à la réglementation européenne et française en termes de sécurité. En revanche, **ils ne certifient rien concernant l'environnement et le développement durable.**



Les labels de qualité

AOC, AOP, Label Rouge... Ces labels certifient la qualité des produits qui les portent : très présents dans l'alimentation, ils garantissent un savoir-faire particulier, voire une aire géographique de production (terroir). Dans une certaine mesure, **ces filières utilisent logiquement moins de produits chimiques.**





Les labels commerce équitable et développement durable

Ces labels garantissent que les produits sont fabriqués selon une charte respectant les principes du commerce équitable et/ou du développement durable : équité, juste rémunération des producteurs, respect des équilibres sociaux, meilleure gestion des ressources (pêche, forêt), etc. Bien que souvent associés, il ne faut pas les confondre avec les labels biologiques et les éco-labels car **ils ne garantissent pas obligatoirement des conditions de fabrication et des filières respectant l'environnement, voire la santé des consommateurs** (pesticide, OGM, transports, etc.)



Les Eco-labels



En France, deux éco-labels sont principalement présents sur les produits de consommation : l'éco-label européen et le label écologique français. **Ils garantissent tous les deux un impact environnemental réduit du produit et sa conformité par rapport à la réglementation.**

Les labels naturels et/ou biologiques

On en trouve de toutes sortes et de toutes les couleurs ! Ces labels ont eu tendance à se multiplier depuis quelques années, du fait notamment de la création de plusieurs organismes de certification (Eco-Cert, COSMOS) avec des cahiers des charges différents. En France, les plus connus sont les suivants :



On les retrouve dans l'alimentation, mais aussi le textile, les produits d'entretien et les cosmétiques.

Qui dit naturel ne dit pas forcément bio ! Les organismes de certification délivrent plusieurs labels : certains garantissent que le produit est fabriqué avec un pourcentage (généralement, plus de 95%) de produit naturel (par exemple : arômes naturels, huiles essentielles, huiles végétales, etc) plutôt que synthétique. D'autres intègrent en plus la dimension biologique en imposant, par exemple, au minimum 10% des ingrédients issus de l'agriculture biologique. Ainsi, la marque Nature et Progrès impose que tous les ingrédients soient certifiés « Agriculture biologique » et garantit également que l'entreprise est inscrite dans une démarche de développement durable.



Sources : WECF France/ La Vérité sur les cosmétiques – Ed. Leducs / Consoglobe /60 Millions de Consommateurs