

Annexe B : Étude de marché

Aperçu de l'étude de l'UE 2014

L'étude 2014 de la Commission européenne fournit une analyse complète des allégations environnementales dans le secteur non alimentaire dans l'ensemble de l'UE. Cette étude vise à évaluer la prévalence et l'impact des allégations écologiques, en veillant à ce que les entreprises et les consommateurs soient informés, soutenus et motivés à prendre des décisions d'achat durables. Il cherche à identifier les problèmes liés aux éco-allégations qui pourraient induire les consommateurs en erreur en analysant le respect des exigences légales de l'UE et la perception qu'ils ont de ces allégations.

Principales constatations

- Prévalence des allégations environnementales : environ 70 % des produits évalués comportaient une ou plusieurs allégations environnementales. Notamment, 51 % de ces déclarations étaient volontaires, ce qui souligne une tendance significative du marché vers la sensibilisation à l'environnement dans l'étiquetage et le marketing des produits.
- Types d'allégations environnementales : Les logos environnementaux étaient la forme la plus courante de déclaration écologique, présente dans 45 % des cas. Les logos Green Dot et Mobius Loop ont été parmi les plus fréquemment observés. L'étude a également mis en évidence une utilisation considérable de couleurs ambiantes (vert et bleu) et d'images (arbres, eau, etc.) dans les sites Web de produits, suggérant un effort pour transmettre implicitement le respect de l'environnement.
- Perception et comportement des consommateurs : une partie importante de la population européenne reconnaît que le changement environnemental est un problème urgent, avec une volonté de payer plus cher pour des produits respectueux de l'environnement. Cependant, la confiance dans les allégations environnementales est en baisse, moins d'un tiers des consommateurs déclarant que ces allégations ont influencé leurs décisions d'achat en 2011.
- Conformité et application de la loi : L'étude souligne la nécessité d'obtenir des déclarations environnementales claires, précises et fiables pour promouvoir le bon fonctionnement du marché des produits écologiques. Les allégations trompeuses ou non fondées, connues sous le nom d'« écoblanchiment », sapent la confiance des consommateurs et leur capacité à faire des choix éclairés et durables.
- Recommandations : Les résultats appuient l'amélioration des lignes directrices et des mécanismes d'application de la loi afin de s'assurer que les allégations environnementales sont étayées et non trompeuses. L'amélioration de l'éducation et de la sensibilisation des consommateurs est également cruciale pour prendre des décisions d'achat durables.

Sélection du site Web 2021

La Commission européenne et les autorités nationales de protection des consommateurs ont procédé à un filtrage des sites web afin de détecter les infractions au droit de la consommation de l'UE sur les places de marché en ligne. L'enquête s'est concentrée sur le « greenwashing » et a révélé que dans 42 % des cas, les allégations écologiques étaient exagérées, fausses ou trompeuses. Cela souligne l'importance d'avoir des déclarations environnementales vérifiables et transparentes, telles que celles promues par Reeco™.

Implications pour Reeco™

L'engagement de Reeco™ en faveur de la durabilité est renforcé par les résultats de l'étude, qui soulignent l'importance d'allégations environnementales vérifiables et transparentes dans l'industrie de la mode. En s'appuyant sur des certifications tierces et en fournissant des affirmations claires et prouvées sur la durabilité de ses produits, Reeco™ se positionne comme un acteur fiable et innovant sur le marché. Cette approche est non seulement conforme aux attentes des consommateurs, mais établit également une norme de transparence et de fiabilité en matière d'allégations environnementales dans l'industrie de la mode.

L'étude de marché 2014 sur les allégations environnementales des produits non alimentaires et la sélection de sites Web 2021 soulignent le rôle essentiel d'allégations écologiques précises et fiables pour faciliter les choix durables des consommateurs et promouvoir l'intégrité du marché. L'engagement de Reeco™ envers ces principes renforce son avantage concurrentiel et contribue à une industrie de la mode plus durable.

