



Après les pages jaunes et les pages blanches, voici les pages vertes

Mettre à disposition du public les contacts d'entreprises, d'associations, etc. travaillant autour du thème de l'environnement pour leur permettre d'acheter « responsable »

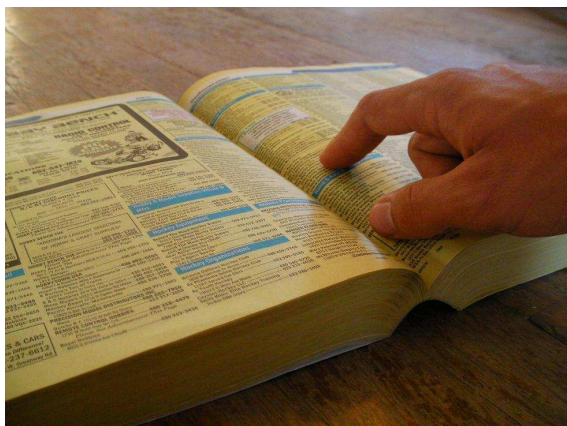
Etat des lieux – Enjeux

Face aux problèmes environnementaux de ce siècle (pollution, surexploitation des ressources non renouvelables, attaque de la biodiversité et changement climatique), les consommateurs doivent changer leurs habitudes de consommation.

Si certaines habitudes sont faciles à prendre, (éviter les suremballages, surveiller les dates de péremption pour éviter le gaspillage, etc.), parfois, les produits et services permettant une consommation responsable et peu impactante, sont difficiles à trouver.

Les échanges commerciaux actuels se caractérisent par une surabondance de l'offre devant la demande. Le secteur des produits et services respectueux de l'environnement n'échappent pas à ce constat.

Ainsi, le consommateur est perdu dans une jungle d'offres publicitaires, de laquelle ne ressortent pas forcément les produits responsables. Il y a un manque de communication et de visibilité autour de ces nouveaux créneaux commerciaux.



Aucune différence n'est encore faite entre les produits éco-responsables et les autres – Photo EA

Solution

Au Costa Rica, comme dans de nombreux autres pays, une initiative a donné le jour à un outil qui oriente les consommateurs vers des produits et services éco-responsables. Il s'agit d'un annuaire des commerçants, revendeurs, fabricants, prestataires de services de tous types, environnementalement responsables. C'est l'association Gaiana Tierra Viva (AGTV), aidée du centre scientifique tropical (CCT), de l'Institut Costaricain de Electricité (ICE), et de la banque HSBC, qui a réalisé le premier annuaire de ce type au Costa Rica. Un annuaire intitulé « Les pages vertes ».

Depuis février 2008, deux membres de l'association ont investigué auprès de 550 entreprises, coopératives, associations de producteurs etc. pour vérifier grossièrement si leurs produits ou services sont plus responsables que les produits courants. Finalement 479 seront satisfaisantes et en cohérence avec les principes des pages vertes.



Tout type de structure peut s'inscrire, à condition de présenter des produits ou services responsables – Photo PV

Pour s'inscrire, le processus est rapide, simple et gratuit. Il suffit de remplir un formulaire sur le site internet des pages vertes. Un des membres de l'association vérifie le produit ou

le service, les coordonnées de la société, puis enregistre le demandeur dans les pages vertes. L'idée est de laisser le consommateur maître de son choix, tout en le guidant dans son achat (Avez-vous vraiment besoin de ce produit, Vérifiez les étiquettes du produit, les composants, etc.).



En mars 2009, les pages vertes regroupent 527 sociétés présentant produits ou services responsables - Photo PV



La vente des 14 espaces publicitaires disponibles sur le site devraient permettre l'autofinancement - Photo PV

En attendant l'autofinancement par la vente d'espace publicitaire, les pages vertes sont financées par les donations et le sponsoring. Au début, les publicités pourront vendre les produits de marque quelconque, puis les pages vertes se réserveront le droit de sélectionner les clients de ces espaces sur leur caractère responsable, pour tirer encore l'offre de produits responsables vers le haut.

Pour aller plus loin : Diffuser l'information sur papier

Comme de nombreuses personnes n'ont pas accès à internet, ou ne savent pas s'en servir, la version papier de cet annuaire s'impose comme une nécessité, pour rendre service au plus grand nombre.

Ils seront distribués par des entreprises déjà enregistrées dans les pages vertes et par les partenaires financiers de l'association AGTV.



5000 exemplaires papiers seront diffusés en Janvier 2010, imprimés par ICE - Photo PV

Freins

Il n'existe pas de système de vérification stricte des produits/services souhaitant s'inscrire dans les pages vertes. Encore moins un système de vérification pour ceux déjà inscrits. Le risque est de voir s'inscrire des entreprises vendant un seul produit vert, espérant s'attirer ainsi une clientèle non méritée pour les autres produits. Le consommateur devra rester objectif pour ses achats. Le rassemblement des produits et services responsables dans un annuaire ne dispense pas de réfléchir.

Perspectives

Plusieurs pays dans le monde ont déjà développé des pages vertes (Australie, Canada, Etats-Unis, France, Irlande, Mexique, Nouvelle Zélande, Suisse, etc.). La démocratisation de ce type de communication démontre qu'elle répond à un besoin existant de la part des consommateurs. Ces pages vertes ou annuaires verts permettent la vulgarisation de produits et services responsables, qui auparavant étaient mal connus. Plus les consommateurs, vont demander ce type de produits et services, plus le marché va grandir et attirer des entreprises sur cette pente.

Contact :

Páginas verdes : www.paginasverdescr.com

Guillaume Mouton
Projet EcoAmerica - Mars 2009
www.nature-propre.org

