
Rapport d'activités 2023 d'écoconso



écoconso, c'est :

- ✓ une association reconnue comme association environnementale et en éducation permanente ;
- ✓ l'ambition d'une consommation respectueuse de l'environnement et de la santé ;
- ✓ un site www.ecoconso.be qui reçoit plus de 2.000.000 visites par an ;
- ✓ deux campagnes annuelles qui touchent aussi des publics précarisés ;
- ✓ des outils d'information et de sensibilisation accessibles à tous ;
- ✓ une équipe de permanents compétents et motivés.



1. Introduction

L'éco-consommation est un mode de consommation compatible avec le développement durable. L'éco-consommation implique des choix plus respectueux de l'environnement et de la santé lors du choix de mode de vie (lieu de vie, mobilité...); lors de l'achat des produits et le recours aux services; lors de l'utilisation des produits et des ressources et lors de l'élimination des produits.

Notre mission : Réduire les impacts de la consommation sur la santé et l'environnement.

Notre vision : Demain, écoconso est la référence en éco-consommation pour le consommateur.

Nos objectifs stratégiques:

1. Imposer écoconso comme référence en tant que service interactif d'informations indépendantes sur des produits et des services
2. Fournir des informations utiles, concrètes, crédibles accessibles répondant aux besoins des consommateurs
3. A titre complémentaire, sélectionner des opportunités venant de pouvoirs publics, d'associations ou d'entreprises en privilégiant des prestations pour leur caractère innovant ou démultiplicateur.

Nos métiers : sensibiliser, informer, former, communiquer, accompagner.

Nos thématiques de travail :



Le conseil d'administration

En 2023, le conseil d'administration se compose de Pierre Lemoine (Président), Christophe Dubois (Réseau IDée), Hugues Latteur, Arabelle Rasse, Nathalie Ricaille (Espace Environnement), Cécile Meyer et Vincent Truyens (Corporate ReGeneration).

La révision des comptes est confiée au bureau de réviseurs commissaires Maillard & Dethier.

2. Résumé et faits marquants

2023 a vu l'envol de notre campagne « Me raconte pas des salades ». Face à la vague du « greenwashing », nous avons voulu déployer une campagne pour explorer la face cachée des objets dits écolo. Voiture électrique, polaire en plastique recyclé, steak végétarien...sont-ils toujours vertueux ? Nous avons voulu démêler le vrai du faux afin de donner des repères aux consommateurs. La campagne s'est déclinée en 9 podcast qui nous ont permis de mettre ces objets à l'interrogatoire. Afin de structurer l'approche, nous avons développé la méthode ECO pour interroger ses choix avant, pendant et après tout achat. La méthode ECO est disponible dans un petit guide d'achat distribué sur demandes ou téléchargeable et qui est le nouveau support de nos animations à l'éco-consommation.

Nos activités récurrentes rencontrent toujours un grand succès, preuve de l'importance des préoccupations environnementales dans nos vies et de la nécessité d'obtenir une information indépendante et scientifique. Nous avons répondu à plus de 400 questions par téléphone ou par e-mail. Comme chaque année, les questions portaient principalement sur les thématiques de l'énergie, de l'habitat et des déchets. Ces questions émanent principalement de particuliers mais d'autres acteurs nous contactent (entreprises, collectivités, écoles...). Ce contact avec le public nous apporte de précieux éléments pour identifier les questions émergentes et pertinentes à analyser. Il nous permet également de définir les conseils intéressants à donner dans nos publications. Nous avons également reçu de nombreuses sollicitations d'animations. Nous avons rencontré une centaine de groupes pour des animations sur des sujets en lien avec l'éco-consommation dans différents formats. Enfin, la presse nous a à nouveau sollicité à de nombreuses reprises.

L'écoconstruction a comme chaque année pris une grande place dans nos activités d'automne. Les Portes Ouvertes Ecobâtitisseurs continuent à rencontrer un grand succès. L'impact du secteur de la construction sur notre environnement est une question qui prend de l'ampleur et qui mérite notre attention. De nombreuses alternatives se développent, des filières locales se créent. Nous ressentons toujours un grand engouement sur ce sujet.

L'année écoulée nous a également amené à développer un nouveau plan de communication pour rester en phase avec les évolutions des modes d'informations, et notamment la place toujours plus prépondérante des réseaux sociaux. Cela est notamment visible dans une certaine baisse de fréquentation de notre site internet alors que les visites sur nos médias sociaux continuent à progresser. Une refonte de notre site est d'ailleurs en cours pour s'adapter aux nouveaux usages et notamment à la consultation accrue d'internet via les smartphones.

Ces éléments complètent notre cadre de travail défini par la Convention Cadre avec la Wallonie (renouvelée pour l'année 2021-2025).

écosonso, c'est une équipe de travail compétente et motivée, organisée en deux pools principaux : le Pool Experts et le Pool Communication. Ces deux pools sont complétés par les fonctions de support (secrétariat et secrétariat général) et une équipe « accompagnement de projets ».

En 2023, la composition de notre équipe a évolué. Nous avons connu deux départs qui ont entraîné une réorganisation de l'équipe. Cette réorganisation répondait également à la difficulté d'intégrer dans notre budget l'inflation importante des salaires et de l'énergie de l'année 2022.

2.1 Quelques résultats 2023 significatifs :

Mission de base Mission de base



- 2.080.272 visiteurs (-10 %)
- 2.439.799 visites (-10 %)
- 2.953.876 pages vues (-14 %)



- 400 questions
- Principaux thèmes : Energie et climat (20%), Habitat (19%), Déchets (16%) et Eau (14%)



- 9 Newsletters
- 5.092 abonnés (+ 1,2 %)



- 110 animations en 2023
- 1.685 personnes participantes

Communication

- **Partenariats médias** : Tchak
- **Revue de presse** : 139 passages médias
- **Facebook** : 12 3574 fans (+ 2 % par rapport au 31/12/2022)
- **X** : 1758 followers (en baisse par rapport au 31/12/2022)
- **Instagram** : 1799 abonnés (+ 6,1 % par rapport au 31/12/2021)
- **YouTube** : 6170 abonnés (+4,5 % par rapport au 31/12/2022)
- **LinkedIn** : **473 abonnés** (+26 % par rapport au 31/12/2022)

Campagne « Me raconte pas de salades »

- Une page de notre internet spécifique et évolutive reprenant tous les outils de la campagne : plus de 3.330 consultations en 2023
- 11 articles publiés sur notre site
- Un carnet d'enquête détaillant la méthode ECO pour interroger ses choix avant, pendant et après tout achat, distribué à 500 exemplaires.
- 9 podcasts « écoconso et vous » consacrés à la campagne : 2755 écoutes
- 4 animations de terrain ayant touchés plus de 200 personnes
- Un webinaire vu plus de 200 fois.
- 17 passages dans les médias.

3. Activités réalisées à destination du public

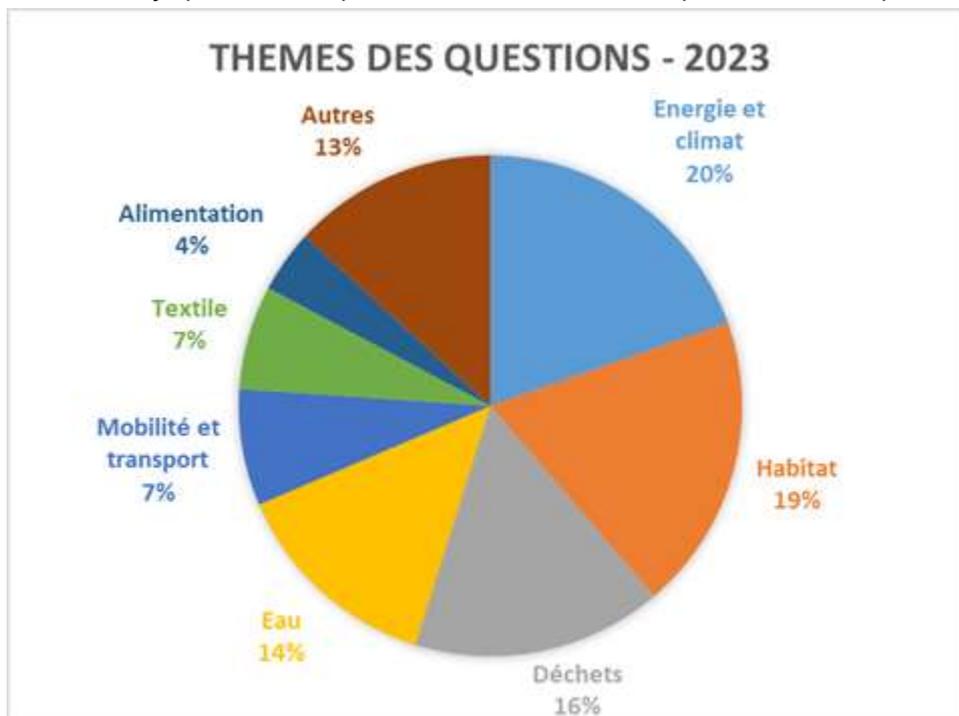
Mission de base : Information

- 3.1 Service d'information et centre de documentation
- 3.2 Newsletters/Sites Web – www.ecoconso.be /Réseaux sociaux
- 3.3 Publications

3.1 Service d'information et centre de documentation

Questions au service-conseil

Le service-conseil a reçu plus de 400 questions en 2023, avec la répartition thématique suivante :



L'habitat, l'énergie, les déchets et l'eau représentent 68% des questions.

Les questions liées à l'habitat sont souvent liées aux peintures naturelles, à l'utilisation de la chaux, aux matériaux d'isolation bio-sourcés, à habitat léger...

En matière de déchets, plusieurs questions sont liées aux textiles usagés, au Zéro Déchet (alternatives au jetable), au tri...

La plupart des questions concernent l'analyse de l'eau (du robinet, de source ou de puits) par des laboratoires et l'utilisation de l'eau de pluie.

La majorité des questions nous parviennent par email (72%) ou via le formulaire du site (12%); 15% des personnes nous contactent par téléphone. La manière dont les personnes ont pris connaissance du service conseil n'est généralement pas précisée. Lorsque l'information est disponible nous constatons qu'il s'agit souvent d'une recherche sur Internet qui amène sur ecoconso.be, une petite partie des demandeurs a déjà fait appel à écoconso ou nous a rencontré lors d'une animation.

Ce sont surtout des **particuliers** qui nous contactent (75%). Il y a également des entreprises (8%), des administrations (5%), des étudiants (5%) et des associations (4%). Les demandes d'interviews par des journalistes ne sont pas comptabilisées ici.

Demandes de publications

670 brochures ont été diffusées :

Les plus demandées sont :

1. 320 Less is More (jeu de cartes)
2. 170 fiches Zéro déchet
3. 86 Toises générations écoconso
4. 50 Pesticides
5. 20 Labels

3.2 Newsletters/Sites Web – www.ecoconso.be /Réseaux sociaux

Newsletter

Nous avons réalisé 9 newsletters en 2023. Les statistiques sont assez stables, avec une petite augmentation du taux d'ouverture et du taux de clic. Elles sont toujours très bonnes par rapport à la moyenne du secteur non-marchand (utilisant Mailchimp comme plateforme d'emailing) :

	Moyenne du secteur non-marchand (sur mailchimp)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Abonnés	/	4273	4424	4756	4945	5029	5092
Taux d'ouverture	32 %	42 %	45 %	42 %	42 %	41 %	44,4 %
Taux de clic	4 %	17 %	19 %	18 %	15 %	12 %	14,7 %

Chaque numéro est l'occasion d'un focus thématique. En 2023, les focus ont été :

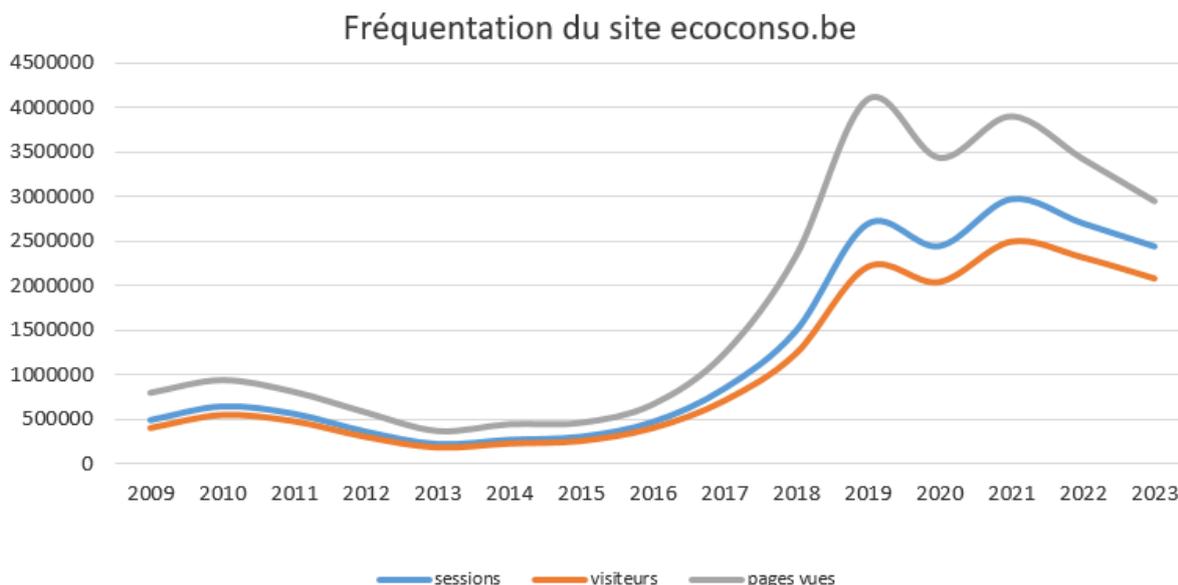
Date de la newsletter	Sujet du focus	Taux d'ouverture	Taux de clic
20/01/23	Comment alléger son budget grâce à l'éco-consommation ?	45,2 %	15,6 %
10/03/23	Comment vivre sereinement avec son éco-anxiété ?	46,1 %	16,2 %
14/04/23	Zéro déchet : le réutilisable est-il toujours plus écologique ?	45,8 %	15,3 %
31/05/23	En quoi la transition écologique dépend-elle des métaux ?	44,1 %	13 %
4/07/23	Comment rendre son quotidien et sa maison plus low-tech ?	46,9 %	14,5 %
25/08/23	Comment consommer durable à petit prix quand on est étudiant ?	46,2 %	14 %
06/10/23	7 conseils pour un déménagement efficace et écolo	33,9 %	13,3 %
08/11/23	Moins c'est mieux ! Pourquoi et comment pratiquer la sobriété ?	45,1 %	14,6 %
15/12/23	Quels textiles écologiques choisir pour ses vêtements ?	46,7 %	15,4 %

Site Internet www.ecoconso.be

Analyse de la fréquentation du site

Notre site est un outil central dans la diffusion de conseils en éco-consommation au grand public.

En 2023, il y a reçu plus de 2 millions de visiteurs, pour près de **2,4 millions de visites**.



Même si ce sont les Français qui visitent le plus le site d'écoconso, les Belges ont un taux d'engagement plus élevé et restent plus longtemps. Si on considère uniquement les visiteurs belges, on constate qu'un peu plus de **3 % de la population belge a visité notre site en 2023**. Si on regarde uniquement les visiteurs belges francophones, **6,7 % de la population de Wallonie et Bruxelles a visité notre site en 2023**.

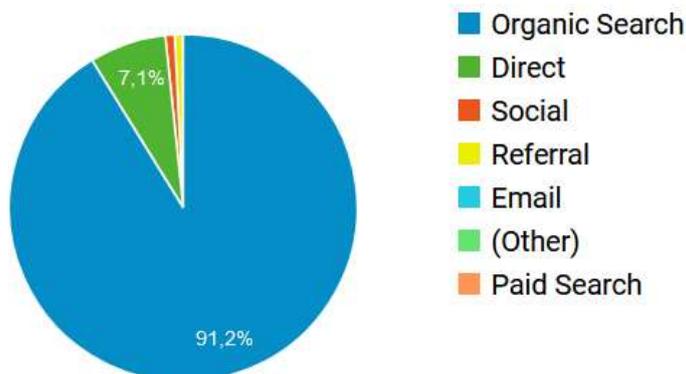
Le site est en constante évolution :

- Depuis 2016, le site a connu une forte croissance, résultat d'une stratégie web ambitieuse où nous avons à la fois revu notre façon de proposer les contenus (rédaction adaptée SEO, plus de visuel, etc.) et fait des adaptations techniques (accès optimisé pour les mobiles, notamment). Cela nous a permis de passer de 470 000 visiteurs/an en 2016 à 2 700 000 visiteurs par an en 2019
- Entre 2019 et 2021, nous avons atteint un palier où les visites sur le site se sont stabilisées autour de 2,5 à 3 millions par an. (sauf en 2020, une année difficile où nous avons eu un problème récurrent de piratage, résolu depuis).
- Même si les chiffres restent très bons, nous constatons depuis 2022 une baisse progressive sur tous les indicateurs. Nous avons initié un travail de modernisation du site afin de l'adapter encore mieux aux évolutions techniques et aux nouveaux usages. Ces changements seront implémentés en 2024. Nous restons aussi attentifs aux évolutions des usages qui peuvent expliquer ou influencer ces baisses (par exemple les réponses courtes apportées par Google sans avoir besoin de cliquer sur le lien et de visiter le site, l'influence des Intelligences Artificielles, etc.).

	2022	2023	Évolution
Sessions	2699505	2439799	- 10 %
Visiteurs	2315871	2080272	- 10 %
Pages vues	3429233	2953876	- 14 %
Pages/visite	1,27	1,32	+ 4 %

Comment les visiteurs arrivent-ils sur notre site ?

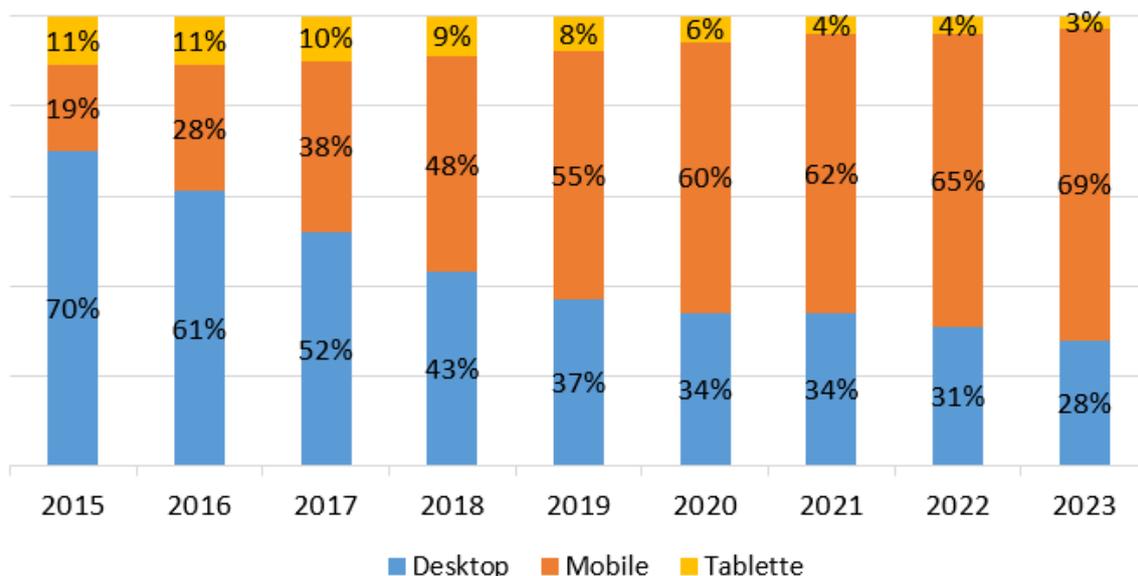
- 91% par une recherche (« Organic Search »), en écrasante majorité via Google.
- 8% en tapant ecoconso.be dans leur navigateur (« Direct »).
- Puis viennent les réseaux sociaux (« Social ») et les sites qui nous réfèrent (« Referral »), qui amènent chacun un peu plus de 1% des visites.



	2020		2021		2022		2023	
Organic Search	1 795 959	88%	2 286 447	92%	2 104 047	91%	1902817	91%
Direct	199 866	10%	178 108	7%	164 815	7%	157560	8%
Social	22 506	1%	26 613	1%	19 873	1%	14277	1%
Referral	30 814	1%	20 609	1%	17 798	1%	12567	1%
Email	912	0%	275	0%	497	0%	220	0%
Autres	111	0%	31	0%	29	0%	1120	0%

En 2023, le système de statistiques a changé, notamment pour mieux protéger les données personnelles des utilisateurs. Il ne nous est plus possible de disposer de données sur le genre et l'âge des personnes qui visitent notre site.

69 % des visiteurs consultent notre site à partir d'un smartphone. La part du mobile ne cesse de croître. Nous avons déjà conçu notre site de façon « responsive », nous vérifions aussi toujours que les adaptations que nous y faisons s'affichent bien, quel que soit le type d'appareil. Dans les contenus écrits, nous facilitons aussi une consultation « transversale » avec des aides à la lecture régulières (gras, images, légendes, intertitres...).



Contenu du site

Les 40 articles les plus consultés en 2023 :

	Article	Vues en 2023
1	7 astuces naturelles pour se débarrasser des pucerons	184865
2	Comment se débarrasser des poux naturellement ?	151862
3	10 usages du bicarbonate de soude pour nettoyer	96669
4	Recette pour faire son nettoyant multi-usage naturel	79358
5	Chauffage : comment régler le thermostat et les radiateurs ?	75860
6	Les 7 produits d'entretien naturels indispensables à la maison	69358
7	Que peut-on mettre dans le compost ?	64833
8	Une nouvelle étiquette énergie pour les électroménagers	62634
9	Tout ce qu'on peut nettoyer avec du vinaigre à la maison	56980
10	Les astuces naturelles pour lutter contre les limaces au jardin	47933
11	Recette : fabriquer son produit WC maison et naturel (DIY)	43024
12	9 conseils pour économiser l'eau à la maison	40883
13	Conservation : comment stériliser / pasteuriser les fruits et légumes ?	40066
14	Peut-on congeler un produit presque périmé ?	35242
15	Voiture électrique : ses avantages et inconvénients	33683
16	Tri des déchets : où peut-on jeter quoi ?	32964
17	10 choses à faire pour économiser l'énergie chez soi	26750
18	Comment fabriquer une éponge tawashi ? [DIY]	25557
19	Comment se débarrasser de l'amiante sans danger ?	24604
20	Le matériel nécessaire pour la récupération de l'eau de pluie	24339
21	Où jeter les emballages de cosmétiques et de produits d'entretien ?	24339
22	Insecticides utilisés dans la maison : attention danger	24121
23	Comment lutter contre les mauvaises herbes ?	24121
24	Recette : faire son yaourt maison avec ou sans yaourtière (DIY)	23641
25	Quel type de chaux choisir pour ses travaux ?	23641
26	Comment faire une peinture à la chaux ?	22146

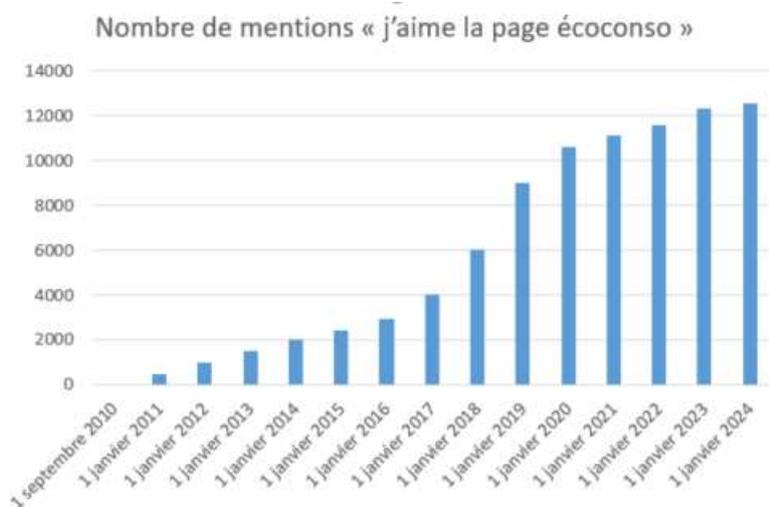
27	Signification de quelques pictogrammes	21436
28	9 raisons d'utiliser de la chaux sur ses murs	20779
29	Est-ce rentable d'installer des panneaux photovoltaïques en 2023 ?	20428
30	Recette : faire de la lessive au lierre [DIY]	20087
31	Comment calculer la consommation en eau d'une douche ?	18375
32	Préparer le sol pour un potager en pleine terre ou sur balcon	17765
33	Comment faire sécher ses fruits et légumes pour les conserver ?	17765
34	Où faire analyser de l'eau de source, de puits ou du robinet ?	16831
35	Comment conserver ses légumes avec la lacto-fermentation ?	13658
36	Que faire si un essaim d'abeilles s'installe au jardin ?	12303
37	Recette : faire son ice tea maison (DIY)	8945
38	Comment bien doser son produit de lessive	8785
39	14 aliments à ne pas conserver au frigo	8434
40	Utiliser les cristaux de soude pour nettoyer et dégraisser	6551

Réseaux sociaux

En 2023, les réseaux sociaux ont continué à assurer une bonne visibilité à écoconso et à jouer un rôle central dans la diffusion de nos contenus. Les voyants sont presque tous au vert puisque nos communautés sur les différents réseaux ont continué à croître : + 2 % sur Facebook, + 6,1 % sur Instagram et + 26 % sur LinkedIn. Seul X (ex-Twitter) montre une légère baisse. Nous avons pris la décision de quitter ce réseau social début 2024 vu le changement dans sa politique de modération.

Facebook

La page Facebook d'écoconso comptait, fin de l'année, 12 574 mentions « j'aime », soit une augmentation



	Nombre de mentions « j'aime la page écoconso »	Évolution
Janvier 2011	450	Création de la page : sept. 2010
Janvier 2012	1000	+550
Janvier 2013	1500	+500
Janvier 2014	2050	+550
Janvier 2015	2450	+400

Janvier 2016	2956	+506
Janvier 2017	4042	+1086
Janvier 2018	6057	+2015
Janvier 2019	9003	+2946
Janvier 2020	10629	+1626
Janvier 2021	11151	+522
Janvier 2022	11579	+428
Janvier 2023	12352	+773
Janvier 2024	12574	+222

Notre public sur Facebook est composé à 77 % de femmes. Le groupe d'âge principal sont les personnes ayant entre 35 et 44 ans (35 %) suivi de celles ayant entre 45 et 56 ans (24 %) et celles ayant entre 25 et 34 ans (19,1 %). Les jeunes (18 à 24 ans) représentent 13 % de notre public et les seniors (65 ans et +) 8%. On remarque que cette année pour la première fois, les 45-54 ans sont davantage touchés que les 25-34 ans, ce qui s'explique par un relatif « vieillissement du public Facebook ».

La grande majorité des personnes qui nous suivent sont en Belgique (77,2 %). Notre public wallon provient principalement, dans l'ordre, de Liège, de Namur, de Charleroi, de Mons, Tournai et de Gembloux.

Notre page Facebook gère et anime également 4 groupes.

- « Objectif zéro déchet – écoconso », qui comptait 3755 membres fin décembre ;
- « Construire et rénover durable et écologique – écoconso », qui comptait 521 membres fin décembre, contre 468 membres fin décembre 2022 (+1 %). Il a été créé pour rassembler les « écobâtisseurs » dans le cadre de notre événement annuel, les Portes Ouvertes Écobâtisseurs : « Je construis / rénove durable et écologique » ;
- « Green For Life - Éco-consommer pour économiser », qui comptait 350 membres fin décembre ;
- « Climat - Arrête d'en faire des tonnes - Infos et actions à mettre en place », qui compte 158 membres.

Ces deux derniers groupes portent le nom de nos campagnes annuelles de 2018 et 2019 et rassemblent les consommateurs qui désirent échanger leurs astuces et bons plans dans ces domaines respectifs.

En 2023, la couverture de nos publications est de 99 849 utilisateurs, contre 82 962 en 2022 (+20 %).



Voici nos meilleures publications de l'année sur Facebook :

<p># 1</p>	<p>24 janvier 2023</p> <p>11 294 impressions¹</p> <p>9851 de couverture²</p> <p>124 interactions</p> <p>79 partages</p>	 <p>écoconso Publié par Alice Shd · 24 janvier 2023 ·</p> <p>Février sans supermarché : CAP ou PAS CAP ? On se prépare ! Nos conseils</p> <p>https://www.ecoconso.be/.../fevrier-sans-supermarche...</p> <p>FÉVRIER SANS SUPERMARCHÉ * 8 conseils pour que ce challenge soit un succès !</p> <ul style="list-style-type: none"> Repérer à l'avance les producteurs et commerces locaux On liste les endroits à visiter : boulangerie, ferme, petite épicerie... Réfléchir à ses déplacements Peut-on combiner les courses avec d'autres trajets ? Faire la part belle aux produits locaux, de saison et bio Acheter local c'est un geste pour la planète et pour les petits commerçants. Adapter ses menus On s'adapte à l'offre locale et on apprend à cuisiner de nouveaux aliments ! Favoriser le vrac et le zéro déchet On chasse les emballages ! On s'équipe de sacs et bocaux réutilisables. Se mettre au fait maison On fabrique nos produits d'entretien maison. Économique et écologique ! Éviter le gaspillage On cuisine toutes les parties d'un aliment. Ne pas se mettre la pression Le mot d'ordre : faire de son mieux ! <p>Plus d'infos : www.ecoconso.be</p> <p>*Un initiative suisse du collectif "En vert et contre tout!"</p>
<p># 2</p>	<p>8520 impressions³</p> <p>7255 de couverture⁴</p> <p>104 interactions</p> <p>88 partages</p>	

¹ Le nombre de fois où votre contenu est apparu à l'écran.

² Cet indicateur comptabilise la couverture de la diffusion organique ou payante de votre publicatio

³ Le nombre de fois où votre contenu est apparu à l'écran.

⁴ Cet indicateur comptabilise la couverture de la diffusion organique ou payante de votre publicatio



écoconso 🤖 recherche de l'aide.

Publié par Alice Shd · 24 août 2023 · 🌐



[À partager] #Sondage **Quelles sont vos habitudes alimentaires ?**

🍏 >> <https://fr.surveymonkey.com/r/PNC3W6D> << 🍎

Vrac, aliments locaux, bio, potager, plats maison... 🥕🥦

La thématique nous occupera largement en 2024...

Alors d'ici-là, on veut mieux vous connaître ! 🤖

À partager sans modération ! 🙌

L'enquête... [En voir plus](#)

ÉCOCONSO A BESOIN DE VOUS

ENQUÊTE 



**" Quelles sont vos
habitudes alimentaires ? "**



ECOCONSO.BE/ENQUETE
JUSQU'AU 30 SEPTEMBRE 2023

<p># 3</p>	<p>6337 impressions⁵ 6097 de couverture⁶ 23 interactions 1 partage</p>	
----------------	--	---

X (ex-Twitter)

Sur X, notre public est en légère diminution : fin 2023, nous comptons 1758 « followers », contre 1799 un an plus tôt.

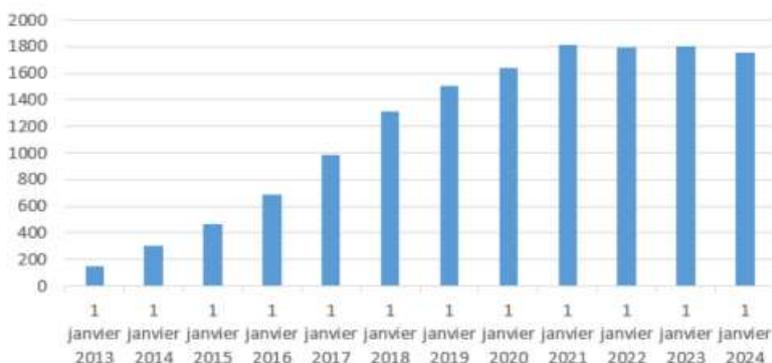
En 2023, nos publications sur Twitter ont totalisé 1971 « impressions », c'est-à-dire qu'elles ont été vues autant de fois par les utilisateurs du réseau social.

Notons au passage que nous avons fait le choix de quitter ce réseau social début 2024.

⁵ Le nombre de fois où votre contenu est apparu à l'écran.

⁶ Cet indicateur comptabilise la couverture de la diffusion organique ou payante de votre publicatio

Nombre de followers



	Nombre de followers	Évolution
Janvier 2013	146	Ouverture du compte mars 2013
Janvier 2014	299	+153
Janvier 2015	470	+171
Janvier 2016	685	+215
Janvier 2017	985	+300
Janvier 2018	1313	+328
Janvier 2019	1509	+196
Janvier 2020	1640	+131
Janvier 2021	1810	+170
Janvier 2022	1797	-13
Janvier 2023	1799	+2
Janvier 2024	1758	-41

Voici nos trois meilleures publications sur X en 2023 :

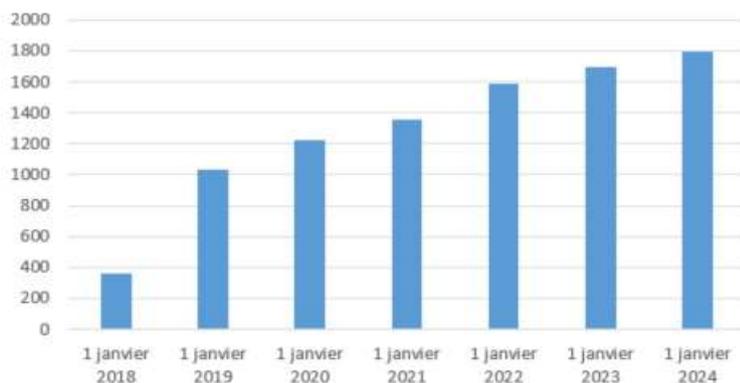
# 1	28 août 2023 405 impressions 14 engagements	<p>écoconso @ecoconso #Help #Enquete Quelles sont vos habitudes alimentaires ? 🍌🍌 https://fr.surveymonkey.com/r/PNC3W6D Répondez à ces quelques questions, ça ne vous prendra que 5 à 10 min. Merci ! #survey #sondage #questionnaire #pool #alimentation #transitionalimentaire #bio #agriculture #agriculturebiologique pic.twitter.com/L9FlgiSdbN</p>
# 2	6 janvier 2022 279 impressions 5 engagements	<p>écoconso @ecoconso Depuis le 2 août, la planète vit à crédit #overshoot https://www.ecoconso.be/fr/content/ce-2-aout-aura-consomme-toutes-les-ressources-de-la-planete...</p>

	engagements	
# 3	3 avril 2023 224 impressions, 14 engagements	

Instagram

Le nombre d'abonnés du compte Instagram d'écoconso, créé dans le courant de l'année 2017, a continué à croître en 2023 pour atteindre 1799, soit une augmentation de 6,1 % en un an.

Nombre de followers



	Nombre de followers	Évolution
Janvier 2018	358	Création du compte en février 2017
Janvier 2019	1032	+674
Janvier 2020	1224	+192
Janvier 2021	1355	+131
Janvier 2022	1586	+231
Janvier 2023	1695	+109
Janvier 2024	1799	+104

Voici nos trois meilleures publications sur Instagram en 2023 :

1
28 avril 2023
838 personnes atteintes
25 mentions « j'aime »

ÉNERGIE : 9 ACTIONS POUR ÉCONOMISER PLUS DE 1000 € / AN & 1,5 TONNES DE CO₂
Montants par ménage, calculés sur base du coût de l'énergie en Belgique en janvier 2023.

Couper le chauffage la nuit & quand on s'absente - 300 € - 790 kg CO ₂	Utiliser un pommeau de douche économique - 265 € - 140 kg CO ₂	Éviter le sèche-linge une fois sur deux - 125 € - 65 kg CO ₂
Couper les appareils en veille - 115 € - 60 kg CO ₂	Baisser le chauffage de 1°C - 105 € - 275 kg CO ₂	Entretenir la chaudière - 55 € - 145 kg CO ₂
Prendre une douche (5') plutôt qu'un bain 1x/sem. - 50 € - 25 kg CO ₂	Étanchéifier une porte - 40 € - 105 kg CO ₂	Mettre un couvercle & ajuster la quantité d'eau - 15 € - 20 kg CO ₂

Plus d'infos : www.ecoconso.be

ecoconso
 ecoconso #Énergie #Alléger son budget en consommant moins c'est possible !
 Voici 9 actions qui permettent de faire des économies d'argent et d'énergie !
 Retrouvez ces liens en bio :
 Comment alléger son budget grâce à l'écoconsommation ?
 10 choses à faire pour économiser l'énergie chez soi
 #économies #écologie #budget #chauffage #eau #chaudière #haut #chaud #prise #prise #consommation #écoconso #greenlife #écoconso #CO2 #écologie #écologie #écologie #écologie
 47 likes
 Voir les statistiques
 Partager la publication
 Aimé par jralocodell et 24 autres personnes
 28 avril 2023
 Ajouter un commentaire...

2
3 avril 2023
703 personnes atteintes
34 mentions « j'aime »

QUE SEMER EN AVRIL ?
Source : Cycle en Terre

SOUS ABRI	EN PLEINE TERRE	
Basilic	Bette	Oignon
Brocoli	Betterave	Panais
Céleri	Cerfeuil	Persil
Chou-fleur	Carotte	Pois
Concombre	Chou cabus	Pourpier
Cornichon	Chou de Bruxelles	Radis
Courgette	Chou de Milan	Roquette
Courge	Chou rave	Salade asiatique
Fenouil	Ciboulette	
Mais doux	Coriandre	
Melon	Cresson d'hiver	
Poireau	Épinard	
Poivron	Fève	
Piment	Laitue	
Thym	Navet	

Plus d'infos : www.ecoconso.be

ecoconso
 ecoconso En avril, une foule de semis au potager !
 Allez, hop, tout au jardin !
 #semis #jardin #potager #avril #planter #vég #culture #semences #permaculture #printemps #food
 Source : @cycleenterte
 Lire aussi : Faire des semis pour le potager :
 > Lien en bio
 30 likes
 cycleenterte Merci pour cette belle affiche !
 30 likes · 17 likes · Répondre
 Voir les statistiques
 Partager la publication
 Aimé par cycleenterte et 33 autres personnes
 3 avril 2023
 Ajouter un commentaire...

<p># 3</p> <p>619 personnes atteintes</p> <p>29 mention s « j'aime »</p>	<p>11 janvier 2023</p>	<p>MANGER MOINS DE VIANDE : PAR OÙ COMMENCER ?</p> <p>Tenir compte de ses habitudes On avance progressivement, on ne change pas son régime du tout au tout.</p> <p>Réduire les quantités La quantité de viande recommandée pour la santé est de 75 à 100 g/jour.</p> <p>Instaurer un jour sans viande On adopte le "jeudi veggie" (ou un autre jour) pour créer une habitude.</p> <p>Préparer plus souvent les plats végé qu'on connaît déjà On pense aux pâtes, 4 fromages, aux quiches aux légumes, aux omelettes...</p> <p>Végétaliser ce qu'on aime bien manger On prépare une pizza sans viande, on met du houmous dans son sandwich...</p> <p>Éviter les plats où la viande ne sert pas à grand-chose On évite le sandwich au thon ou poulet curry qui goûte surtout la sauce.</p> <p>Remplacer la viande par un substitut On opte pour des alternatives en veillant à la qualité : falafels, burgers végé...</p> <p>Découvrir de nouveaux aliments Vive la variété ! Légumes oubliés, plantes sauvages, légumineuses, herbes...</p> <p>Tester un resto végé On y découvre des saveurs originales dans des plats bien cuisinés !</p> <p>Plus d'infos : www.ecoconso.be</p>	<p>ecoconso</p> <p>ecoconso #Alimentation Vous souhaitez manger moins ? Bonne idée ! Par où commencer ? Des astuces simples existent. On y va pas à pas. Suivez le guide ! Lien en bio <</p> <p>#veganuary #january #vegan #veggie #vegan #alimentation #food #viande #vegan #vegetarien #planète #environnement #consommation #ecoconso #alimentation #durable</p> <p>12 likes</p> <p>Voir les statistiques</p> <p>Aimé par mundolab, et 28 autres personnes</p> <p>11 janvier 2023</p> <p>Ajouter un commentaire</p>
--	----------------------------	---	---

Et les meilleures stories :

<p>#1</p> <p>25 décembre 2023</p> <p>344 vues</p>	<p>25 décembre 2023 12:27 Bobby Helms • Jingle Bell Rock</p> <p>L'équipe écoconso vous souhaite de belles fêtes 🌞🌲🌞</p>
---	---

#2
31 juillet
2023
337 vues



#3
5 décembre
2023
304 vues



Notre public sur Instagram est composé à 80 % de femmes. Le groupe d'âge principal sont les personnes ayant entre 35-44 ans, suivi de près par les 25-34 ans. Les jeunes (18 à 24 ans) représentent 3,8 % de notre public et les seniors (65 ans et +) 2,3 %.

La plupart des personnes qui nous suivent sont en Belgique (77,2 %). Notre public wallon provient principalement, dans l'ordre, de Liège, Namur et Charleroi.

LinkedIn

La page d'entreprise d'écoconso, créée en 2018, compte désormais 473 abonnés, soit une augmentation de 26 % en un an.

Cette page sert avant tout à asseoir la réputation en ligne et la fiabilité d'écoconso, ainsi qu'à réseauter. Nous y publions également certains de nos nouveaux contenus, des articles de presse où écoconso intervient ainsi que les offres d'emploi.

YouTube

Nous hébergeons toutes nos productions vidéos sur la chaîne Youtube d'écoconso, créée en juillet 2017. Elle s'est enrichie de 262 abonnés en 2023, pour un total de 6170 abonnés en fin d'année, soit une augmentation de 4,5 % en un an.

Contenus		Durée moyenne d'une vue	Vues
1	 Comment fabriquer une éponge tawashi ? [DIY] 3 août 2018	1:56 (55,0 %)	56 794
2	 Le furoshiki : emballage cadeau zéro déchet - Le tuto d'écoconso 30 nov. 2017	1:50 (67,6 %)	25 659
3	 Recette : fabriquer son nettoyant multi-usage naturel (DIY) 29 juin 2018	1:27 (71,2 %)	13 304

Nos vidéos ont totalisé 112 154 vues en 2023. Les plus populaires cette année ont été les suivantes :

- Comment fabriquer une éponge tawashi ? [DIY] : 56 794 vues en 2023
- Le furoshiki : emballage cadeau zéro déchet - Le tuto d'écoconso : 25 659 vues en 2023
- Recette : fabriquer son nettoyant multi-usage naturel (DIY) : 13 304 vues en 2023

3.3 Publications

En 2023, nous avons publié **68 articles** dans le cadre de notre missions d'information, dont 54 nouveaux et 9 mises à jour.

Ils sont diffusés principalement via notre site Internet.

Parmi ces publications en 2023 :

- 26 articles
- 24 actualités
- 9 coins satiriques
- 9 focus (ou dossiers)

Mission de base : Sensibilisation

3.4 Campagne annuelle

3.5 Les achats verts

3.6 Evénements

3.4 Campagne annuelle

Campagne « Me raconte pas des salades »

Enjeux

De plus en plus de citoyens et citoyennes ont envie de mieux consommer mais ne savent pas toujours comment bien choisir. Souvent, ils se laissent guider par les argumentaires écologiques des marques ou produits, l'attrait de la nouveauté (« la technologie va nous sauver ») ou, tout simplement, par les habitudes d'achat qu'on ne pense pas à remettre en question.

Objectif

Peut-on vraiment se fier au discours « vert » des marques ? Et acheter un produit écologique, est-ce que ça suffit ?

Cette campagne propose de :

- Susciter le sens critique lors de l'acte d'achat. Décryptage
De nombreux achats se font soit par habitude, soit sur base de la communication autour du produit. Nous voulons inviter les consommateurs à développer le réflexe de se poser des questions avant tout achat. Ainsi il est plus en capacité de faire des choix bien informés, de remettre en question les habitudes d'achat et d'utilisation, de ne pas se laisser avoir par l'éventuel greenwashing.
- Montrer la face cachée de la consommation.
Il y a des impacts environnementaux, sociaux et sur la santé lors des différentes étapes du cycle de vie d'un produit. Le consommateur a rarement conscience de ce qui se cache derrière les produits qu'il achète au quotidien. Nous voulons rendre visibles les impacts cachés de la consommation, montrer que l'aspect durable d'un produit peut dépendre de la façon dont il est fabriqué mais aussi de la façon dont on l'utilise.
- faire la lumière sur la face cachée de la consommation ;
- décrypter l'image écolo de certains produits ;
- lister les questions à (se) poser pour faire les bons choix.

Message et public

Pour ce faire nous avons décidé de décrypter 9 produits qui ont une image verte (même si celle-ci fait parfois débat). Au-delà de ces exemples, nous avons conçu « la méthode ÉCO » avec des questions à se poser, quel que soit le type de produit.

L'univers de la campagne est celui de l'enquête, pour inviter chacun-e à investiguer et questionner sa consommation.

3 publics ont été définis, avec chacun 3 objets qui lui ont été associés :

Produit	Cible
<ul style="list-style-type: none">● Totebag● Vélo électrique● Polaire en plastique recyclé	Femmes 20-40 ans, urbaines, un peu bobo. Elles ont des convictions environnementales mais celles-ci ne sont pas toujours bien appliquées dans les actes. Elles sont intéressées par les solutions alternatives qui sont à la mode et qui sont visibles, pour leur

	permettre d'afficher leur engagement. Elles sont prêtes à dépenser un peu plus pour ce qui respecte leurs valeurs.
<ul style="list-style-type: none"> ● Panneau photovoltaïque ● Panneau en liège ● Voiture électrique 	Couples / familles, de classe moyenne et supérieure, propriétaires de leur logement, vivant en zone périurbaine. Ils sont souvent navetteurs et combinent cela à du télétravail. Ils sont prêt à faire des choix écologiques mais ils voient cela comme un investissement et cherchent à ce que ça leur apporte quelque chose (au niveau financier, confort, etc.).
<ul style="list-style-type: none"> ● Bouteille en plastique recyclé (rPET) ● Smartphone reconditionné ● Burger végétarien 	Familles de classe moyenne à inférieure. Elles pratiquent un écologisme « réaliste », cela signifie qu'ils veulent bien faire mais ne sont pas prêts à dépenser plus pour ça.

Site Internet

Une page spéciale (www.ecoconso.be/salades) a été développée sur notre site. Elle proposait l'accès à tous les outils de la campagne et changeait chaque mois pour mettre en avant un objet différent (le « suspect » du mois).

Entre son lancement et avril 2024, la page de campagne a été visitée 4647 fois, par 3333 personnes.

Publications

Carnet « Méthode ÉCO »

Nous avons créé comme publication de campagne un carnet d'enquête. La méthode ÉCO y est développée. Il s'agit d'un pense-bête en 3 étapes que nous avons imaginé : on interroge ses choix avant, pendant et après tout achat.

Le carnet d'enquête regroupe les questions essentielles à (se) poser pour moins consommer, choisir des produits durables et bien les utiliser. La méthode ÉCO y est illustrée avec des exemples variés, inspirés de la campagne « Me raconte pas de salades. 9 objets écolos à l'interrogatoire ». Bien sûr, ils sont à compléter par l'expérience du destinataire, au fur et à mesure qu'il ou elle mène l'enquête sur sa consommation.

L'outil est pratique à utiliser au quotidien mais est conçue aussi pour que les pages puissent être détachées et servir en animation.

Nous en avons imprimée un nombre limité **et ils ont tous été diffusés, soit 500 exemplaires**. Nous allons probablement en réimprimer en 2024 car nous recevons régulièrement des demandes. Ils ont été distribués via les événements auxquels nous avons participé, nos animations et les commandes au service-conseil. Sur notre site, la page où le carnet est présenté et où il est téléchargeable a aussi eu près de 500 vues.

Articles

Nous avons publié 11 articles dans le cadre de la campagne « Me raconte pas de salades » : 9 décodages de produits publiés progressivement (un par mois entre avril et décembre), ainsi qu'un article plus général sur la méthode ÉCO et un autre sur le greenwashing. Ils sont ici triés par nombre de vues.

Certains focus (voir point « 3.3. Publications ») étaient aussi liés à la campagne, comme celui répondant à la question « Le réutilisable est-il toujours écologique ? ».

Titre	Nombre de vues (01/23 à 04/24)
La voiture électrique est-elle écologique ?	4375
Le tote bag en coton est-il écologique ?	2118
Les panneaux solaires photovoltaïques sont-ils écologiques ?	1733
Le vélo électrique est-il écologique ?	1433
Le burger végétarien est-il écologique ?	927
La bouteille en plastique recyclé est-elle écologique ?	872
La méthode ÉCO : 3 étapes pour moins et mieux consommer	865
Les panneaux isolants en liège sont-ils écologiques ?	680
Comment repérer le greenwashing ?	535
Le smartphone reconditionné est-il écologique ?	533
La polaire en plastique recyclé est-elle écologique ?	463

Chaque article était aussi résumé en un visuel, une sorte de carte d'identité du produit, présente en introduction d'article (pour les personnes qui ne liront pas tout) et diffusée aussi sur les réseaux sociaux.

Quelques exemples :





Podcasts

Pour la deuxième année, écoconso a produit une saison de podcast (nommé « écoconso & vous »). Chaque objet de la campagne « Me raconte pas de salades » a été passé au crible par nos experts. Nous avons produits 9 épisodes + 1 trailer.

Les objectifs de cette saison étaient

- de susciter le sens critique et la réflexion de notre public
- de montrer la face cachée de la consommation.

Chaque épisode prenait la forme d'une enquête. Au terme de l'épisode, l'objet était qualifié de coupable ou non coupable. Il s'agissait bien sûr d'une bonne occasion pour amener la réflexion chez les consommateurs et leur présenter notre méthode ECO.

Les épisodes ont été réalisés de A à Z par écoconso.

Nous avons diffusé un trailer, puis un épisode par objet de mai à décembre. Les podcasts sont hébergés sur PodCloud et sont sortis sur toutes les plateformes d'écoute (Spotify, Apple Podcast, Deezer, etc. ainsi que sur Youtube). Les épisodes étaient aussi écoutables directement sur le site d'écoconso via un lecteur intégré : <https://www.ecoconso.be/fr/podcast-salades>.

En 2023 nos podcasts ont bénéficié de 2775 écoutes (contre 1878 en 2022), soit une **augmentation de l'audimat de 67 %**.

- 1662 écoutes grâce aux plateformes de streaming
- 1093 écoutes sur Youtube

Le top 3 des épisodes les plus écoutés :

1. #6 - Le vélo électrique, écolo ou pas ? (392 écoutes)
2. #2 – La voiture électrique, écolo ou pas ? (343 écoutes)
3. #7 – Le panneau isolant en liège, écolo ou pas ? (329 écoutes)

Voici les résultats statistiques de chaque épisode :

Publication	Apps et plateformes	Mini-site lepodcast.fr	Lecteur exportable	Catalogue podCloud	Autre	Total (Hors Youtube)	Écoutes Youtube	Total général
Trailer - Saison 2 : Me raconte pas de 14/04/2023 à 00:00 - écoconso	52	0	57	1	0	110	181	291
#1 - Le tote bag en coton, écolo ou pas ? 14/04/2023 à 14:53 - écoconso	87	1	50	0	0	138	91	229
#2 - La voiture électrique, écolo ou pas ? 11/06/2023 à 15:00 - écoconso asbl	132	1	104	1	0	238	105	343
#3 - Le burger végétarien, écolo ou pas ? 12/06/2023 à 07:00 - écoconso asbl	104	1	59	0	0	164	97	261
#4 - Le panneau photovoltaïque, écolo ou 13/07/2023 à 07:00 - écoconso asbl	138	1	68	1	0	208	58	266
#5 - La bouteille en plastique recyclé, écolo 17/08/2023 à 07:00 - écoconso asbl	102	2	28	0	0	132	109	241
#6 - Le vélo électrique, écolo ou pas ? 11/09/2023 à 09:00 - écoconso asbl	118	2	116	0	0	236	156	392
#7 - Le panneau isolant en liège, écolo ou 19/10/2023 à 07:00 - écoconso asbl	93	1	54	1	0	149	180	329
#8 - Le smartphone reconditionné, écolo 16/11/2023 à 13:56 - écoconso asbl	89	2	53	0	0	144	50	194
#9 - La polaire en plastique recyclé, écolo 12/12/2023 à 07:00 - écoconso asbl	97	2	43	1	0	143	66	209
						1662	1093	2755

Salons et évènements

écoconso a participé à 4 événements, sélectionnés expressément pour relayer la campagne. Au total, 201 personnes ont ainsi pu être touchées. Ces événements ont aussi permis de distribuer 178 carnets de campagne « La méthode éco » (la publication conçue à l'occasion de la campagne de cette année).

14/05/2023	Réveil du lac de Bambois	Fosse-la-Ville	77 personnes
24/05/2023	Marché Bio Place Sainte Catherine	Bruxelles	0 (stands annulés)
15/10/2023	Namur Demain	Namur	41 personnes
28-29/10/2023	Salon Planète Zen	Liège	83 personnes

Animations

écoconso a organisé en mai 2023 un webinaire sur la voiture électrique.

Il y avait 39 inscrits au webinaire et le replay disponible sur Youtube a eu 184 vues.

L'évaluation révèle un taux de satisfaction élevé :



Communication

Médias

En 2023, la campagne a fait l'objet de 17 passages dans la presse :

- 11 articles de presse écrite et en ligne ;
- 4 passages en radio ;
- 2 passages en télévision ;

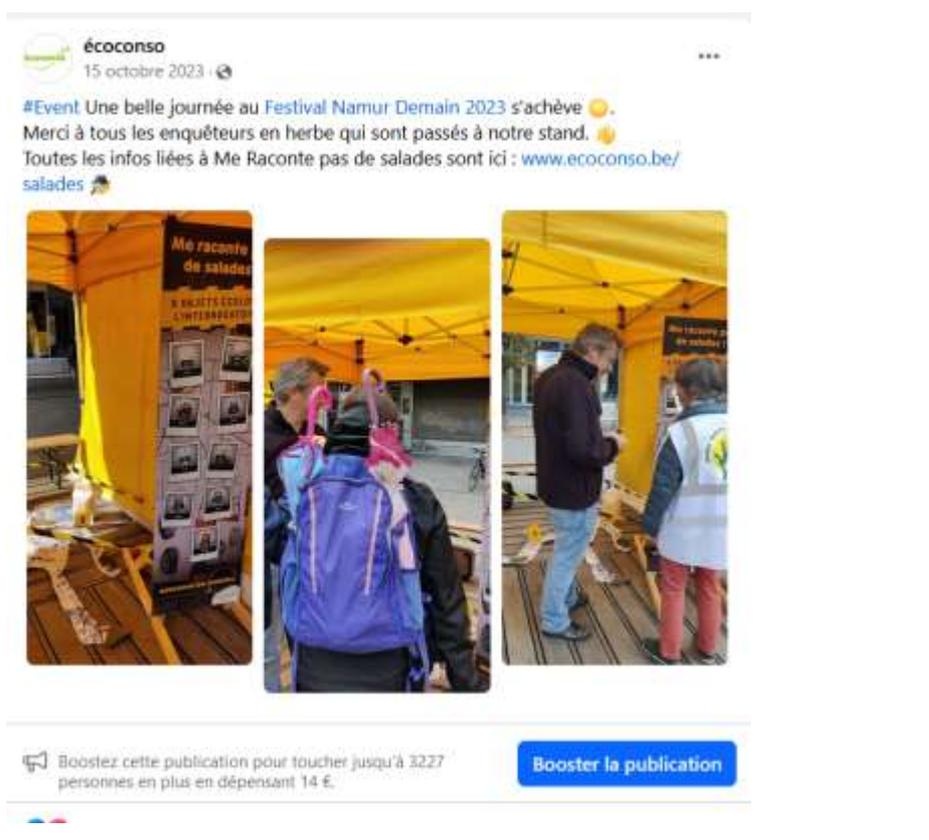
La liste des articles et émissions recensés est reprise dans la revue de presse globale d'écoconso en annexe. Comme pour les missions de base d'écoconso, cette revue de presse n'est pas exhaustive.

Réseaux sociaux

La campagne « Me raconte pas des salades » a fait l'objet de plusieurs communications sur les réseaux sociaux, en particulier pour promouvoir le podcast écoconso & vous.

Facebook

Voici les publications liées à la campagne les plus consultées en 2023 :

#1	15 octobre 2023 Animation sur stand au sujet de la campagne 24080 personnes atteintes 10 réactions (« j'aime », etc.)	
----	--	---

#2

6 juin 2023
Annonce des différents canaux d'info au sujet de la voiture électrique, un des objets de la campagne "Me raconte pas de salades"
1526 personnes atteintes
12 réactions (« j'aime », etc.)

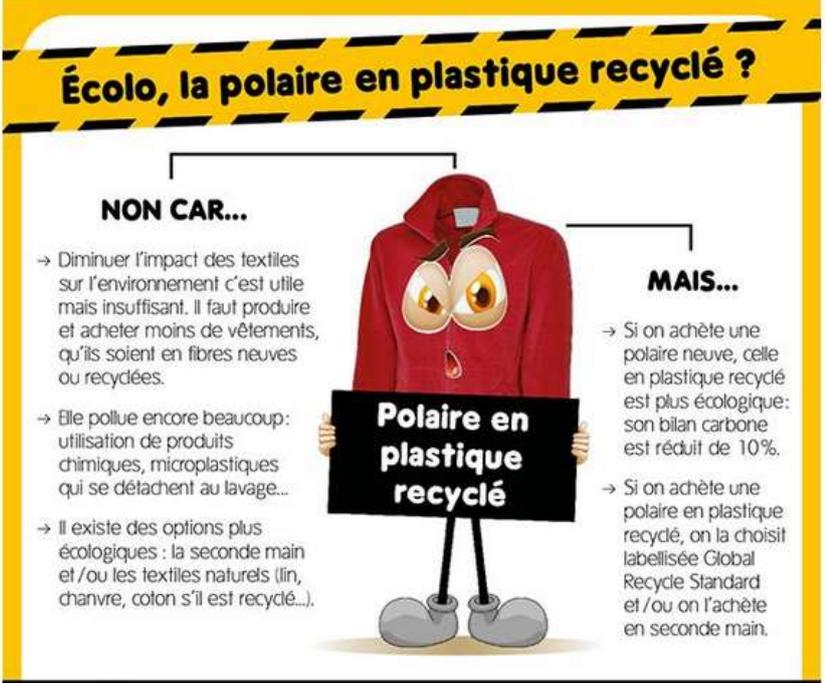
 écoconso
6 juin 2023 · 🌐

#VoitureÉlectrique Quel sujet complexe ! Entre le modèle, la batterie, l'autonomie, la production, les versions hybrides... Voici 3 ressources pour tout savoir sur le sujet !

- 🟢 Un **podcast** : la voiture électrique, écolo ou pas ? 🎧 <https://www.ecoconso.be/fr/podcast-salades#objet2>
- 🟢 Un **article** détaillé qui applique la méthode ÉCO à la voiture électrique : <https://cutt.ly/SwwM25L5> ↗
- 🟢 Le replay de notre **webinaire** "La voiture électrique, un investissement écologique ?" <https://cutt.ly/SwwM2CIT> 📺

C'est parti pour l'enquête ! 🕵️



<p>#3</p> <p>27 décembre 2023</p> <p>Annnonce des différents canaux d'info au sujet de la polaire en plastique recyclé, un des objets de la campagne "Me raconte pas de salades"</p> <p>1332 personnes atteintes 8 interactions</p>		<p> écoconso 27 décembre 2023 · 🌐</p> <p>#Podcast Écolo, la polaire en plastique recyclé ? 🧥</p> <p>🔊 La réponse en podcast : https://urlz.fr/p1Ii</p> <p>📄 Ou dans cet article : https://cutt.ly/RwDKiQga</p> <p>🗣️ On parlera des problèmes liés à l'industrie de la mode, des textiles recyclés, des rejets de microplastiques, de la surconsommation et des fibres textiles qui ont un moindre impact sur l'environnement. 🌱</p> <p>#podcast #podcasting #ecologie #textile #mode #ecologie #coton #greenwashing #plastique #polaire #recycle #consommation</p>  <p>Écolo, la polaire en plastique recyclé ?</p> <p>NON CAR...</p> <ul style="list-style-type: none"> → Diminuer l'impact des textiles sur l'environnement c'est utile mais insuffisant. Il faut produire et acheter moins de vêtements, qu'ils soient en fibres neuves ou recyclées. → Elle pollue encore beaucoup : utilisation de produits chimiques, microplastiques qui se détachent au lavage... → Il existe des options plus écologiques : la seconde main et /ou les textiles naturels (lin, chanvre, coton s'il est recyclé...). <p>MAIS...</p> <ul style="list-style-type: none"> → Si on achète une polaire neuve, celle en plastique recyclé est plus écologique : son bilan carbone est réduit de 10%. → Si on achète une polaire en plastique recyclé, on la choisit labellisée Global Recycle Standard et /ou on l'achète en seconde main.
---	--	--

X

<p>#1</p> <p>17 août 2023</p> <p>223 personnes touchées 2 engagements</p>		<p>écoconso @ecoconso</p> <p>#Podcast - La bouteille en plastique recyclé (ou "rPET") : écolo ou pas ? > https://cutt.ly/Rwg8tEwz <</p> <p>🧑🏻 Entre bonnes intentions et greenwashing...</p> <p>#ecologie #podcasting #greenwashing #ecopodcast #rpet #eau #eaupotable #recyclage #consignes #plastique #verre</p>
---	--	--

<p>#2</p> <p>13 juillet 2023 145 personnes touchées 9 engagements</p>	 <p>écoconso @ecoconso #PODCAT Le panneau #solaire #photovoltaïque, écolo ou pas ? ☀️ ⚡ On parlera du succès de la rentabilité de l'installation, de l'orientation idéale, de la fabrication des panneaux, des métaux critiques, des batteries... https://www.ecoconso.be/fr/podcast-salades/objet4 ... pic.twitter.com/zBwT7VcQRV</p>
<p>#3</p> <p>23 juin 2023 109 personnes touchées 1 engagement</p>	 <p>écoconso @ecoconso #Podcast Le burger végé, écolo ou non ? Écoutez le podcast 🎧 Sur notre site : https://www.ecoconso.be/fr/podcast-salades ... #ecologie #consommation #greenwashing #enquête #ecopodcast #food #vege #vegetarien #vegetarianfood #cuisiner #burger #burgers #environnement #rveggie #burgervegetarien pic.twitter.com/DwZQs2bkjr</p>

Instagram

Nos 3 meilleurs publications de campagne :

<p>#1</p> <p>11 juillet 2023</p> <p>551 personnes atteintes</p>	 <p>écoconso</p> <p>écoconso · 36 likes #Podcast Le burger végé, écolo ou non ?</p> <p>> Lire notre enquête : https://www.ecoconso.be/fr/content/le-burger-vegetarien-est-il-ecologique > Écouter le podcast : https://www.ecoconso.be/fr/podcast-salades/#obj4</p> <p>(Liens en bio)</p> <p>Le succès des "fausses viandes", leur avantage écologique, leur composition (qui inclut souvent des additifs et de...)</p> <p>8 J'aime 11 juillet 2023</p> <p>Plus d'infos : ecoconso.be/salades</p>
---	---

<p>#2</p> <p>24 juillet 2023</p> <p>509 personnes atteintes</p>	 <p>Écolo, le panneau photovoltaïque ?</p> <p>OUI CAR...</p> <ul style="list-style-type: none"> → C'est une électricité bas carbone → Après seulement 2 à 3 ans, ils produisent plus d'énergie qu'il en a fallu pour les fabriquer. → Il sont rentables financièrement en 7 ans environ. <p>MAIS ATTENTION À...</p> <ul style="list-style-type: none"> → Prêter des panneaux fabriqués en Europe avec une énergie bas carbone. → Éviter d'utiliser des batteries. → Continuer à économiser l'énergie. → Envisager le partage d'énergie (autoconsommation collective, communautés d'énergie...) <p>ME RACONTE PAS DE SALADES ! 9 OBJETS ÉCOLOS À L'INTERROGATOIRE</p>	<p>ecoconso</p> <p>ecoconso #Enquête Les panneaux solaires photovoltaïques sont-ils écologiques ? 🌞 OUI, les panneaux solaires photovoltaïques sont une façon écologique de produire de l'électricité. 🌱</p> <p>> On fait le tour des enjeux et conseils pour l'achat et l'utilisation. 📌</p> <p>> Liens de l'enquête écrite et du podcast en bio</p> <p>#écologie #podcasting #podcast #consommation #greenwashing #enquête #detective #ecopodcast #soleil #photovoltaïque #énergie #autonomie #batterie #renouvelable</p> <p>25 ans</p> <p>Voir les statistiques</p> <p>Booster la publication</p> <p>📍 Aimé par ecologroen.bruxville et 13 autres personnes</p> <p>24 juillet 2023</p>
<p>#3</p> <p>1er août 2023</p> <p>425 personnes atteintes</p>	 <p>Épisode 3 - Le burger végétarien, écolo ?</p> <p>« Les études sont formelles. Quand on compare une viande et une alternative végétarienne, cette dernière gagne toujours. »</p> <p>Burger végétarien</p> <p>ecoconso & vous</p>	<p>ecoconso</p> <p>ecoconso #Podcast Le burger végét., écolo ou non ? 🌱</p> <p>> Lire notre enquête : https://www.ecoconso.be/fr/content/le-burger-vegetarien-est-il-ecologique</p> <p>> Écouter le podcast : https://www.ecoconso.be/fr/podcast-salades/objet3</p> <p>(Liens en bio)</p> <p>📌 Le succès des "fausses viandes", leur avantage écologique, leur composition (qui inclut souvent des additifs et de l'hexane), des emballages, du bio... 🌱</p> <p>C'est parti pour l'enquête...</p> <p>https://www.ecoconso.be/salades</p> <p>#écologie #podcasting #podcast #consommation #www.ecoconso.be #enquête #detective #ecopodcast</p> <p>Voir les statistiques</p> <p>Booster la publication</p> <p>6 J'aime</p> <p>1 août 2023</p> <p>Ajouter un commentaire...</p>

3.5 Les achats verts

L'action thématique « Achats Verts » s'est développée dans la continuité des années précédentes. Achats Verts a pour objectif d'accompagner les collectivités publiques dans la mise en œuvre de l'éco-consommation dans leurs politiques locales et de les aider à améliorer leurs pratiques d'achat. Elle s'adresse tant aux responsables politiques (collèges et conseils), au personnel administratif et technique (responsables achats, éco-conseillers, etc.), qu'aux employés des collectivités publiques utilisateurs des biens et équipements.

Achats Verts est complémentaire aux missions de gestion du helpdesk et du réseau des acheteurs publics que nous développons avec CODUCO pour Bruxelles Environnement en Région Bruxelloise (hors convention cadre).

Formations à l'éco-consommation et aux achats durables

écoconso propose aux communes, collectivités locales et administrations publiques passant des marchés publics, un soutien concret et fonctionnel : des formations « à la carte » pour contribuer à la mise en place de l'éco-consommation et des « achats verts » (intégration des critères environnementaux dans les achats).

En fonction de l'état d'avancement de chaque collectivité dans la démarche, nous pouvons accompagner l'entièreté du processus, et laisser les relais locaux assurer le reste, ou intervenir seulement ponctuellement en formant les acheteurs et les décideurs sur pourquoi et comment intégrer des critères environnementaux dans ses marchés. La souplesse est de mise, l'important étant la progression.

L'objectif de la formation est d'organiser et soutenir des initiatives de sensibilisation des collectivités et de leur personnel pour une approche globale et transversale de la consommation responsable. La campagne s'adresse aux agents communaux et/ou personnes travaillant au sein d'une collectivité territoriale ou d'organismes publics.

La méthode propose quatre étapes :

- Une première rencontre avec les responsables des collectivités concernées pour définir les besoins et les attentes ;
- Une phase de diagnostic de l'usage et de la consommation, établie de manière participative avec les personnes concernées par les changements attendus ;
- Une / des séance(s) de formation ; Ces séances abordent à la fois:
 - o La qualité écologique des produits;
 - o Les achats publics éco-responsables ;
 - o Les (in)formations spécifiques aux thèmes demandés.
- Mise en place d'un suivi.

En 2023 nous avons finalisé l'accompagnement de la commune de La Hulpe au passage à l'entretien écologique selon une méthode participative. Celui visait cinq bâtiments communaux (maison communale, bibliothèque communale et espace Toots + Dépôt communal + une crèche + deux écoles).

- La première étape de cet accompagnement a consisté à faire un état des lieux (produits, pratiques, besoins).
- La seconde étape a consisté à impliquer les parties prenantes, à mettre en capacité les acteurs, informer et former le personnel à l'entretien écologique.
- écoconso a ensuite mis la commune en contact avec des fournisseurs de produits d'entretien écologiques pour une phase de tests de leurs produits (1 fournisseur par mois en septembre, octobre et novembre 2022).
- La dernière étape a porté sur une séance participative avec le personnel de nettoyage et un travail sur les clauses des marchés publics.

Conseils à la rédaction de critères environnementaux dans les marchés publics

Pour les collectivités publiques qui souhaitent introduire des critères environnementaux dans leurs marchés publics mais ne savent pas comment s'y prendre dans la rédaction de leur cahier des charges et dans les critères à exiger ou à pondérer, Achats Verts se positionne comme un acteur fiable.

Achats Verts aide les collectivités publiques dans la préparation et la rédaction de leurs cahiers des charges en proposant des critères durables qui soient faciles à intégrer, vérifiables et en lien avec l'offre du marché. Achats Verts peut également apporter un soutien à l'identification de fournisseurs durables en lien avec le marché.

Notons qu'il existe d'autres intervenants régionaux qui peuvent également renseigner les collectivités sur ces questions. Notre action est donc complémentaire. En 2023, nous avons reçu quelques demandes ponctuelles via notre service conseil de collectivités sans qu'elles mènent à un travail approfondi. Dans certains cas, nous renvoyons également les demandeurs vers les services de facilitation en place au niveau régional.

Analyse de la démarche achats et des achats effectués

Achats Verts aide les collectivités dans le diagnostic de leur démarche achats ainsi que dans l'analyse de leurs achats. En identifiant les marchés sur lesquels agir en priorité et en proposant des actions concrètes à implémenter, Achats Verts aide les collectivités à intégrer une démarche achats durable.

Les thématiques

Les thématiques proposées, en lien avec l'activité administrative, sont le plus souvent: la gestion du papier et des déchets, les équipements et fournitures de bureau, l'entretien des locaux, les repas et boissons, la consommation d'énergie dans les bureaux.

écoconso intervient sur certains thèmes prioritaires en fonction des besoins identifiés en concertation avec les relais internes à la collectivité.

En 2023, 11 formations ont été données et 1 rencontre entre administrations et fournisseurs organisée dans le cadre d'«Achats Verts».

Date	Demandeur	Sujet	Nbre personnes
17/01/2023	Bruxelles Environnement	Comment passer un marché de catering Good Food ? »	32
21/02/2023	Bruxelles Environnement	Introduction théorique aux marchés publics durables	14
09/03/2023	Bruxelles Environnement	« Le mobilier de bureau durable »	37
28/03/2023	Bruxelles Environnement	« Les centrales de marchés durables »	46
13/04/2023	Bruxelles Environnement	Introduction théorique aux marchés publics durables	63
16/05/2023	Bruxelles Environnement	Meet your buyer - "Zéro déchet"	73
08/06/2023	Bruxelles Environnement	« L'utilisation de bons outils en marchés publics durables »	24
10/10/2023	Bruxelles Environnement	Introduction théorique aux marchés publics durables	20
07/09/2023	Bruxelles Environnement	« Comment passer un marché d'équipements électroménagers durables ? »	21
07/11/2023	Bruxelles Environnement	« Matériel scolaire, IT et fournisseurs d'énergie: quels choix pour rendre mon école plus durable ? »	12
06/12/2023	Bruxelles Environnement	« Economie circulaire et innovation dans les marchés de construction et déconstruction »	40

Ces animations abordaient aussi bien les aspects « achats durables » et « critères » que les aspects « éco-consommation » et « éco-comportements » qui sont deux axes sur lesquels la campagne Achats Verts travaille en parallèle.

Nous avons pu décliner la thématique des achats éco-responsables sous différents thèmes mais aussi auprès de différents publics (mandataires locaux bien sûr mais aussi éco-conseillers, enseignants, responsables des achats, etc.).

Ces formations sont l'occasion également de partager les difficultés rencontrées, les projets réussis, etc. et de mettre ces différents acteurs en réseau. Ce contact est également l'occasion de promouvoir les différents outils et services disponibles auprès des collectivités.

Organisation et animation de formations dans le cadre de la mise en œuvre d'une politique d'achats publics intégrant des clauses environnementales

Sur Bruxelles (hors Convention Cadre)

Réseau d'acheteurs

Ce projet a été mené en collaboration avec la sprl CODUCO. Il fait suite à un marché public lancé par Bruxelles Environnement. Le projet a pour objectif de former les acheteurs publics bruxellois à l'insertion de critères environnementaux dans les marchés publics, de les assister dans cette

démarche et de répondre à leurs questions spécifiques. L'animation du « réseau des acheteurs publics durables », mis en place par Bruxelles Environnement depuis 2010, fait également partie de ce projet.

Ce projet a consisté, en 2023, à :

- organiser et animer des formations générales et pratiques sur les achats publics écologiques en s'entourant d'experts
- animer des demi-journées de formation sur des thématiques des achats publics durables en s'entourant d'experts
- accompagner deux administrations (Visit Brussels et commune de Forest) dans l'adoption et la mise en place d'une stratégie interne marchés publics durables
- évaluer l'impact des formations proposées

Achats Verts a, dans le cadre de ce projet, organisé :

- 7 formations thématiques pour le Réseau bruxellois des acheteurs publics durables
- 3 formations générales sur les achats durables. Ces formations générales portaient sur le cadre juridique des marchés publics et les possibilités d'y inclure des exigences environnementales, la manière de mener à bien un achat durable, les labels et les garanties qu'ils apportent, etc.
- 1 « Meet Your Buyer » permettant aux administrations et aux fournisseurs proposant une service Zéro déchets de se rencontrer
- Plusieurs rencontres avec les deux administrations suivies en vue de la mise en place d'une stratégie marchés publics durables
- Une évaluation auprès de tous les participants aux formations proposées de janvier 2021 à juin 2022
- Une évaluation de l'évolution de la participation aux formations entre juin 2013 et juin 2023

382 personnes (acheteurs, éco-conseillers, etc.) ont participé à ces formations.

Publications

Les trois modes d'emploi édités par Achats Verts (« Vêtements de travail et promotionnels », « Gestion des espaces zéro pesticides » et « Mode d'emploi de l'achat public écologique »), sont référencés sur le « Portail des marchés publics en Région wallonne et en Fédération Wallonie-Bruxelles ».

Commentaires et conclusions

En 2023, l'action thématique « Achats Verts » s'est poursuivie au travers de :

- la sensibilisation du personnel de plusieurs collectivités publiques passant des marchés sur les thèmes des achats verts, de l'éco-consommation, de l'alimentation durable, de l'entretien, etc;
- la participation à des séminaires, plate-formes, conférences, workshops,... ;
- l'animation du réseau d'acheteurs durables à Bruxelles et les conseils sur les achats durables via le service Helpdesk
- les réponses données aux acheteurs publics souhaitant intégrer des clauses environnementales dans leurs marchés

Partenariats bilatéraux et autres projets

Plusieurs rencontres ont eu lieu avec des partenaires identifiés afin d'établir des réseaux de compétences sur l'appui aux communes en matière de marchés publics, à savoir l'Institut Eco-Conseil dans le cadre de leur projet de formations et d'accompagnements ACADEMIA, COREN (pour les écoles), la Saw-B, Ressources, Centexbel, Coduco, etc.

3.6 Événements

En marge des événements liés à la campagne annuelle, écoconso participe aussi à des événements pour sensibiliser sur ses missions de base. En 2023, ce sont les thèmes de l'**eau**, des **déchets** et de

l'énergie qui ont été mis en avant.

19/03/2023	Journées bruxelloises de l'eau (thématique eau)	Bruxelles	48 personnes
26/03/2023	Festival en vrac (thématique déchets)	Court-Saint- Etienne	166 personnes
19/04/2023	Être jeune en Brabant Wallon (thématique énergie)	Louvain-la- Neuve	19 personnes

Mission de base : Initiation et éducation

3.7 Animations

3.7 Animations

écoconso est régulièrement sollicité par d'autres acteurs pour sensibiliser le grand public, ou des publics spécialisés, à l'éco-consommation. Cela se fait via des animations, des colloques ou encore des salons.

L'équipe permanente d'écoconso, dans la mesure de ses disponibilités, répond elle-même à ces demandes ou renvoie vers d'autres partenaires le cas échéant (pour des raisons de disponibilité, d'éloignement du lieu d'animation, de pertinence sur le sujet demandé...)

écoconso a réalisé, de janvier à décembre 2023, 110 interventions (contre 127 en 2022). Nous avons encore dépassé notre moyenne habituelle avec des demandes importantes concernant l'énergie.

Au total, ce sont 1682 personnes qui ont assisté à ces 110 interventions (2130 en 2022, 1350 en 2021). Il y a donc une légère baisse par rapport à 2022 mais cela reste supérieur à la centaine d'animations prestées habituellement. L'année 2024 semble partie sur des chiffres similaires, voire un peu plus élevés.

Ces animations sont demandées par des groupes locaux (asbl, associations de fait...), des institutions publiques (écoles, CPAS, communes...) ou des entreprises.

La liste complète des 110 interventions est disponible en annexe.

Thèmes des animations prestées (missions de base : hors Achats Verts et campagne grand public)

Les principaux thèmes demandés ont été, sur 109 prestations en mission de base (pour une en campagne) :

- La thématique « énergie , climat et mobilité » : 26%
- La thématique « Eco-consommation » : 24%
- La thématique « étiquettes et alimentation » : 11%
- La thématique « déchets » (dont plastique) : 9%
- La thématique « Pollution numérique » (dont obsolescence programmée) : 5%
- La thématique « eau » (qualité eau de distribution et économies) : 4%

D'autres thèmes sont également demandés : textiles, perturbateurs endocriniens, pollutions intérieures, produits d'entretien... (moins de 4 demandes par thème en 2023).

Le public qui a assisté était essentiellement (calculé par animation, pas par présence) :

- Un public non spécifique (grand public) : 31% ;
- Des employés via leur lieu de travail : 22%
- Un public pensionné : 20%.
- Un public précarisé : 15%.
- Jeunes et étudiants 12%

La proportion de public jeune (18-25 ans) touchée reste importante (comme en 2022), grâce à un partenariat renouvelé avec la Plateforme Service Citoyen.

22 thèmes différents sont proposés :

1. Comment éco-consommer ? Une méthode en 3 étapes
2. Me raconte pas des salades ! Des objets « écolos » décryptés (café-rencontre)
3. Éco-consommer pour économiser de l'argent
4. Le plastique, c'est pas automatique !
5. Perturbateurs endocriniens : qui sont-ils et comment les éviter ?
6. L'alimentation durable et le décryptage des étiquettes
7. Visite de supermarché : comment y faire des achats écologiques ?
8. Climat : comment réduire les émissions de gaz à effet de serre de 50% ?
9. Objectif zéro déchet
10. Comment économiser et préserver l'eau ?
11. Économiser l'énergie au quotidien
12. Langes lavables : comment bien démarrer ?
13. Café-rencontre « Générations écoconso » pour les parents
14. Produits d'entretien : bons réflexes et produits pour un ménage sain et écologique (possibilité d'atelier de fabrication)
15. Pourquoi et comment faire une lessive écologique ? (possibilité d'atelier de fabrication)
16. Les pollutions intérieures
17. Se passer des pesticides dans la maison et au jardin
18. Les cosmétiques écologiques (possibilité d'atelier de fabrication)
19. Découverte des protections hygiéniques menstruelles saines et écologiques
20. Mobilité : comment se déplacer de façon durable
21. Pourquoi et comment réduire les impacts écologiques du numérique ?
22. La face cachée des textiles et la garde-robe écolo

Animations spécifiques, quelques exemples

écoconso développe également des animations sortant des thèmes abordés classiquement, notamment dans le cadre de demandes spécifiques. A titre d'exemple, écoconso participe depuis 2019 (avec une pause en 2020) à un cycle de formation à destination des PEP'S (partenaires enfants-parents) de l'ONE. Ces formations baptisées « éco-attitude en famille » visent à outiller les PEP'S sur divers aspects de l'éco-consommation. Ces questions reviennent en effet régulièrement lors de leurs rencontres avec les familles. La formation est une co-construction (et une co-animation) entre le service éco-conseil de l'ONE et écoconso.

Des structures s'engagent également dans un cycle d'animations avec écoconso, deux exemples :

- L'entreprise Corman a sollicité écoconso pour animer un moment de rencontre sur les questions de mobilité pour son personnel.
- Le Service Citoyen collabore avec écoconso pour dispenser des formations sur les 3 étapes de l'éco-consommation adaptées à leur public de jeunes adultes.

3.8 Jurys

écoconso est aussi régulièrement sollicité pour participer à différents jurys ou accompagner des travaux d'étudiants. L'équipe d'écoconso a ainsi participé à 7 jurys en 2023 : Fondation Roi Baudouin (Fonds ING pour une économie circulaire), différents TFE (HEPN et ICHEC), IEC...

Mission de base : Formation

écoconso réalise en général un certain nombre de formations chaque année à la demande de collectivités locales, de CPAS, d'associations, ... Elles sont incluses dans le volet « Animations ». Selon l'intensité, le cadre et les objectifs de l'activité, nous la considérons soit comme une animation ou comme une formation.

Mission de base : Conception d'outils (animation/formation/document)

écoconso conçoit chaque année un certain nombre de :

- supports d'animation (repris dans le volet « animation »)
- supports nécessaires au développement des campagnes (repris dans le volet « campagnes »)
- articles/comparatifs/visuels/infographies/vidéos nécessaire au développement du site (repris dans le volet « site Internet »)

4. Activités de promotion

4.1 Communication médias

Dans le cadre de nos missions de base, nous avons recensé 139 passages ou mentions d'écoconso dans les médias en 2023, dont 121 hors campagne.

Voici la répartition par type de média :

- 99 articles de presse écrite et en ligne ;
- 13 passages à la télévision ;
- 9 passages à la radio.

En 2023, nous avons poursuivi nos partenariats avec le trimestriel Tchak (rédaction d'un article par numéro).

Sans que cela ne soit un partenariat formel, nous avons aussi collaboré régulièrement avec Femmes d'Aujourd'hui pour leur rubrique « Questions aux experts ». Nous participons aussi souvent à l'émission grand public « On n'est pas des pigeons ».

La liste des articles recensés et des émissions de radio et de télévision est reprise en annexe.

Les articles que nous avons recensés ne représentent qu'une partie de ceux qui ont cité écoconso. En effet, nous ne dépouillons pas toute la presse francophone belge et encore moins la totalité des articles paraissant sur le web.

Par ailleurs, de nombreux articles citent écoconso sans que notre équipe n'ait été sollicitée. Les journalistes se nourrissent bien souvent du contenu présent sur notre site sans que nous ne les ayons interpellés, au moyen d'un communiqué de presse, par exemple. Cela confirme la reconnaissance d'écoconso comme outil d'information et comme référence d'expertise auprès des journalistes, qui y font appel spontanément.

5. Les projets

A côté de nos missions de base, écoconso mène différents projets qui nous permettent d'étendre notre domaine d'action et/ou d'aborder de nouvelles thématiques ou de nouveaux publics. Ces projets nous permettent également de répondre à notre objet social.

5.1 Les portes ouvertes Ecobâtitisseurs

Les Portes Ouvertes Écobâtitisseurs proposent de découvrir gratuitement des exemples de constructions et de rénovations durables en Wallonie et à Bruxelles. Pendant environ une heure et demi, des maîtres d'ouvrage (constructeurs ou rénovateurs) accueillent les visiteurs en petits groupes et répondent à leurs questions, expliquant ce qui les a menés à leurs choix en matière d'énergie, d'isolation, de chauffage, de matériaux...

L'édition 2023 s'est déroulée les 4-5-11-12 novembre 2023. Elle a nouveau rencontré un grand succès.



1063 inscriptions ont été enregistrées pour visiter l'un des 71 bâtiments durables qui étaient à découvrir partout en Wallonie et à Bruxelles, soit une moyenne de 15 visiteurs par bâtiment. En marge de ces visites, 15 personnes se sont inscrites au tour thématique francophones consacré aux matériaux de réemploi et 810 personnes se sont inscrites aux deux webinaires en français :

- « un chantier de rénovation serein » : 86 inscrits
- « l'habitat léger en Wallonie » : 724 inscrits

A Bruxelles, la partie néerlandophone du programme (organisée par nos partenaires du Bond Beter Leefmilieu) a permis de toucher 579 personnes supplémentaires (108 visiteurs, 463 inscrits au webinaire, 8 inscrits au tour thématique).

L'événement a ainsi pu toucher un total de 2452 personnes.

5.2 Inspirons le Quartier

L'appel à projet « Inspirons le Quartier » de Bruxelles Environnement a pour objectif de soutenir et d'informer les citoyens qui veulent s'engager dans des projets collectifs en faveur de l'environnement et du développement durable, dans leur quartier, avec des amis, des connaissances ou des voisins, en créant du lien social, de la convivialité et du bien-être.

écoconso est associé avec 21 Solutions, Périféria et Espace Environnement au sein d'un consortium qui a pour mission principale d'accompagner et d'outiller les collectifs bruxellois intéressés par l'appel à projet. Nous les pré-accompagnons afin de leur permettre de rentrer leurs candidatures dans les meilleures conditions possibles. S'ils sont retenus, nous leur offrons un coaching afin de les aider à mener à bien leurs projets, en collaboration avec les équipes d'accompagnement thématiques.

Le consortium a également pour mission de développer une dynamique régionale autour de l'appel à projet afin de mettre les collectifs en relations et d'assurer une certaine promotion du dispositif.

En 2023, le consortium a presté les missions suivantes dans le cadre de la mission confiée par Bruxelles Environnement :

- Organisation et structuration d'une coordination des coachings
- Pré-accompagnement des collectifs en vue de la remise de leurs candidatures
- Accompagnement méthodologique des collectifs lauréats de l'appel à projet de mai 2023
- Organisation de deux promenades découvertes des projets « Inspirons le Quartier » (Quartier Durable Les Marelles en septembre et Helmet en transition en novembre)
- Gestion des expertises thématiques à destination des collectifs
- Organisation de la soirée de lancement à destination des collectifs (septembre 2023)
- Création d'un kit d'outils ressources à destination des collectifs
- Organisation de deux webinaires pour présenter le kit d'outils

5.2 Création d'une feuille de route « zéro déchets » pour la Wallonie

En 2023, le Service Public de Wallonie souhaitait s'adjoindre les services d'acteurs spécialisés pour définir les contours d'une Wallonie « zéro déchets ». Nous avons remporté le marché public au sein d'un consortium comprenant Espace Environnement, Zéro Waste Belgium et RDC Environnement. Notre mission spécifique consistait à élaborer un plan de communication impactant afin de faire connaître et d'appuyer les différentes actions définies dans la feuille de route.

6. Partenaires et collaborations extérieures

Travailler en partenariat et collaborer avec d'autres associations/institutions fait partie intégrante de notre culture de travail. A ce titre :

écoconso est membre de :

- Canopéa (ex - Inter Environnement Wallonie)
- Le Réseau IDée
- Association 21
- La Fesefa
- AchACT
- Negawatt

écoconso collabore avec des partenaires ad hoc dans le cadre d'activités spécifiques.

A titre d'exemple :

- Pour la préparation et la mise en œuvre des campagnes : les CPAS, des associations thématiques, des associations qui travaillent avec publics particuliers (La Ligue des familles, l'ONE, les associations d'ainés, les syndicats, etc.)
- Pour la campagne Achats Verts : les communes, la Wallonie, les Provinces, l'UVCW, Adalia, AchACT, Bio Wallonie, etc.

écoconso exerce son rôle d'expert dans des comités spécifiques :

- Le comité Belge de l'Ecolabel Européen
- Les comités wallons et bruxellois du label Clé Verte

écoconso relaye activement et participe également au Printemps sans pesticides, à la Semaine de la Mobilité, à la Semaine Européenne de la réduction des Déchets, etc.

7. Vie de l'équipe

7.1 Occupation du personnel pour 2023

L'équipe d'écoconso mise à disposition de la Convention Cadre avec la Wallonne se compose de 11 personnes. Les personnes et leurs fonctions :

Secrétaire général

- **Dimitri Phukan** : Secrétaire général – Licencié en journalisme, éco-conseiller – 1 ETP

Secrétariat – Comptabilité

- **Olivier Maréchal** : Secrétariat - Comptabilité – Bachelier en comptabilité – 0,6 ETP

Pool Experts

- **Renaud De Bruyn** : expert en prévention des déchets, alimentation durable, mobilité douce et gestion durable de l'eau - Ingénieur agronome, éco-conseiller – 0,8 ETP
- **Jonas Moerman** : expert en énergie, climat, mobilité - Ingénieur agronome, éco-conseiller – 1 ETP
- **Elsa Derenne** : experte en alimentation, produits d'entretien, cosmétiques, pesticides et jardin Master en santé publique – 1 ETP
- **Emma Wautier** : experte habitat - Master en biologie et écologie – 0,5 ETP (jusqu'au 15/03/23)

Pool Communication

- **Ann Wulf** : chargée de communication - Graduada en communication, licence en science du travail – 0,8 ETP

- **Alice Dehaeseleer** : chargée de communication – Master en information et communication - 0,8 ETP (en remplacement de François Paquay)
- **Benoit Cremer** : chargé de communication et de promotion, responsable des événements - Licencié en communication appliquée (publicité/marketing) – 0,8 ETP

Pool Accompagnement de projet

- **Catherine Marechal** : chargée de mission Achats Verts et Inspirons le quartier - Graduada en horticulture, éco-conseillère – 0,65 ETP
- **Carol Kuza** : chargée de mission Inspirons le quartier et zéro déchets - Bachelière en Relations Publiques – 0,6 ETP (jusqu'au 15/09/23)

Formation du personnel

Nous prévoyons en général une formation collective annuelle du personnel en plus de formations suivies individuellement par le personnel à la demande. En 2023, le choix de l'équipe s'est porté sur le media training.

Ces dernières années, ces formations collectives ont portés sur :

- la veille technique et scientifique sur le web
- la créativité
- l'optimisation de l'écriture pour le web et du référencement naturel
- le storytelling comme outils de communication

8. Conclusions

Les questions du coût de l'énergie et des polluants éternels, ou PFAS, ont marqué l'année 2023. Cela a également résonné chez écoconso puisque nous avons été abondamment sollicité sur ces deux thématiques. Les demandes d'interventions dans les médias et d'animations concernant l'énergie ont occupé une grande partie du temps de l'équipe. L'inquiétude concernant la présence de PFAS dans l'eau de distribution et dans l'environnement a amené un grand nombre de questions au service conseil ainsi que des demandes d'interviews de journalistes. Cela démontre la pertinence des services fournis par écoconso dans le cadre de ses missions de base.

Avec « Me raconte pas des salades », nous avons poursuivi le développement de nos podcasts afin de proposer une nouvelle approche. Si ce média demande un grand travail de production important en interne, il permet de toucher autrement notre public et de l'élargir. Il nous semble dès lors intéressant de poursuivre l'aventure. Une nouvelle saison, sous un format revu, est d'ores et déjà programmée en 2024.

Comme pour les années précédentes, nous avons pu engranger des résultats significatifs avec des indicateurs relativement stables.

Des résultats significatifs :

La tendance à l'augmentation de l'impact des dernières années se maintient principalement à travers la consolidation du nombre d'animations données et de la croissance du nombre d'abonnés à nos médias sociaux :

- en ligne : plus de 2.080.000 visiteurs et 2.950.000 millions de pages vues. L'audience du site internet est en baisse. Il est possible que l'on assiste à un changement dans les modes de consultation de l'information en ligne avec une montée en puissance des réseaux sociaux au détriment des sites « classiques » et une consultation accrue depuis les smartphones. Des changements dans les algorithmes des moteurs de recherche sont également probables. Ces points sont à monitorer.
Par contre nos différents réseaux sociaux continuent leurs hausses constantes. En 2023 nous avons entamé un travail de collecte et d'analyse de ces chiffres en profondeur qui nous a permis développer un nouveau plan de communication. Le site est en cours de refonte partielle.
- sur le terrain : 110 interventions réalisées (en présentiel et à distance), sous la forme d'animation de conférence ou d'atelier avec plus de 1.600 personnes participantes. Nous avons consolidons le nombre de personnes touchés à travers les animations.
- dans la presse : 103 passages dans les médias recensés sur des thèmes de l'éco-consommation.

Comme pour les autres années, ces résultats illustrent la combinaison de l'expertise pointue d'écoconso avec des méthodes et des stratégies de communication efficaces (chaîne éditoriale, SEO, diversification des formats, renforcement positif entre les canaux de diffusion et les médias).

Pour garder l'efficacité de stratégie, nous serons attentifs à la question de l'émergence et de l'utilisation de l'intelligence artificielle (IA). D'aucuns prédisent qu'il s'agit d'une troisième révolution informatique après l'apparition des ordinateurs et d'internet. Comment le public recherchera-t-il ses informations à l'avenir ? Comment seront produits les contenus ? Avec quels garanties d'indépendance et de fiabilité ? Quels seront les incidences environnementales de l'IA ? Ces questions traverseront le travail d'écoconso. Nous souhaitons les adresser des 2024 afin de nous positionner et de pouvoir continuer à offrir un service de qualité pour un accès à tous à une consommation responsable compatible avec une préservation de l'environnement et la santé.

Ces résultats significatifs ont été possibles grâce à :

Un cadre de travail clair :

Ce cadre de travail est défini par :

- Notre finalité : L'éco-consommation : une consommation respectueuse de la santé et de l'environnement
- Des missions stratégiques définies par la Convention Cadre avec la Wallonie renouvelée pour les années 2021-2025.
- Un plan stratégique renouvelé pour 2022-2025

Des moyens adaptés à nos ambitions :

- Une équipe de travail compétente, motivée et adaptable, organisée en deux pool : un pool « Experts » et un pool « Communication »
- Une organisation interne souple, responsabilisante et participative, structurée par des réunions régulières (Equipe, Pool Expert, Pool Com, Comité éditorial)
- Un conseil d'administration soutenant
- Des outils de travail nécessaires et adaptés :
 - o Une charte éditoriale/ Une chaîne éditoriale / Une programmation éditoriale
 - o Des outils informatiques simples mais fonctionnels
 - o Un espace de travail adapté à nos besoins
 - o Une gestion administrative et financière efficace et rigoureuse

La stratégie actuelle fonctionne. Nous souhaitons poursuivre l'effort dans ce sens avec des moyens similaires.

Au niveau financier, l'année 2023 a démarré avec beaucoup d'incertitudes. Nous avons pu nous réorganiser pour tenir le cap budgétaire. Comme pour de nombreux ménages, il a fallu faire des choix pour tenter de garder ses dépenses sous contrôle. A titre, nous tenons à saluer les efforts consentis par la Région pour nous soutenir.

2023 sera la dernière année organisée par la convention cadre. En 2024, nous basculerons sous le nouveau régime du décret des associations de sensibilisation à l'environnement avec lequel il faut