

Baromètre

de la consommation
responsable 2025



01

édition  lab'ess
GroupesOS

Ce baromètre est soutenu par le projet Savoirs éco,
financé par l'Union Européenne
et mis en œuvre par Expertise France.



TABLE DES MATIÈRES

05

EDITO
pourquoi
ce baromètre

06

**CONSOMMER
AUTREMENT,
UN ENJEU POUR
LA TUNISIE**

10

**DE QUOI
PARLE-T-ON ?**
Définition de la
consommation responsable

26

**ET SI ON PASSAIT À
L'ACTION ?**

Conseils et astuces pour
consommer autrement

34

**ENVIE DE
CONSOMMER MIEUX ?
COMMENCEZ ICI !**

Annuaire de la
consommation responsable

14

BAROMÈTRE 2025

de la consommation
responsable en Tunisie

56

**QUIZ : ÊTES-VOUS UN
CONSOM'ACTEUR ?**



«construisons
ensemble une
économie plus
respectueuse des
ressources et des personnes»



Nos choix de consommation façonnent le monde de demain. Derrière chaque achat se cache une multitude d'impacts : sur l'environnement, sur l'économie locale, sur les conditions de travail. Aujourd'hui, plus que jamais, nous avons le pouvoir et la responsabilité d'orienter nos décisions vers un modèle plus éthique et durable.

À travers ce baromètre, nous analysons les évolutions des comportements, les attentes des consommateurs et les leviers d'action permettant d'accélérer cette transition. Grâce à des données précises et des recommandations pratiques, cette synthèse offre un état des lieux objectif et des alternatives pour construire ensemble une économie plus respectueuse des ressources et des personnes.

Sonya Zaïem,
Directrice adjointe au Lab'ess



CONSOMMERM AUTREMENT, UN ENJEU POUR LA TUNISIE

Entre grandes surfaces, rabais alléchants et production de masse, notre société nous pousse à acheter toujours plus. Mais avons-nous réellement besoin de tout cela ? En Tunisie, les signes de surconsommation sont de plus en plus flagrants, avec des impacts directs sur notre environnement, nos ressources naturelles et notre qualité de vie. Repenser nos habitudes peut non seulement améliorer notre santé, mais aussi préserver notre planète pour les générations futures. Adopter une consommation plus responsable, c'est devenir acteur du changement.

4,2
MILLIARDS
DE SACS
PLASTIQUES
PAR AN

La Tunisie enregistre une consommation annuelle de 4,2 milliards de sacs plastiques, dont 1,2 milliard issus du secteur formel, selon Mehdi Abdelli, directeur général de l'Agence nationale de gestion des déchets (ANGED).

572
MILLIONS
DE DINARS
PAR AN

Chaque année, les familles tunisiennes gaspillent environ 572 millions de dinars en nourriture, soit près de 5 % de leurs dépenses alimentaires totales, selon les chiffres publiés par l'Institut national de la consommation (INC).

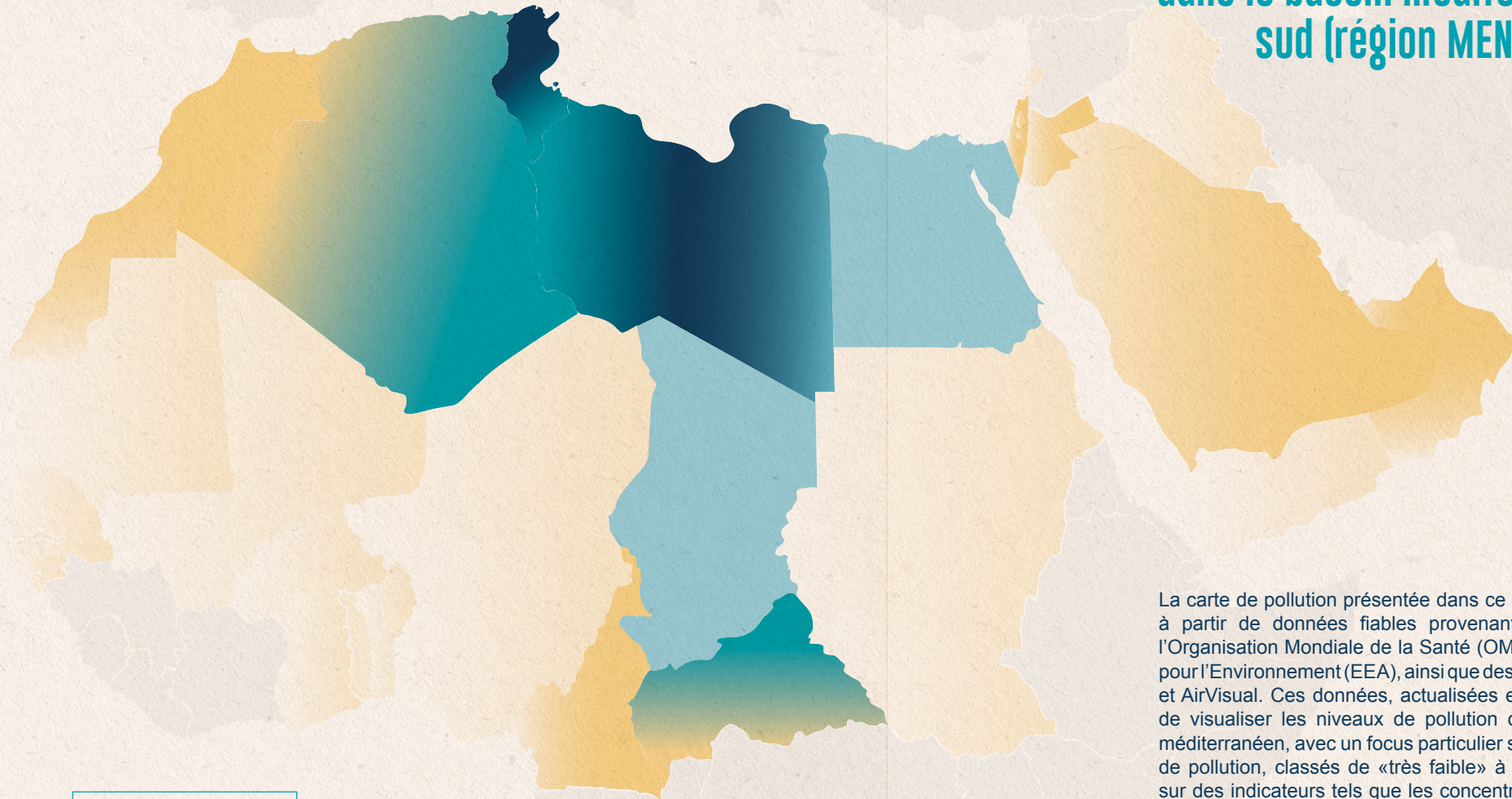
119%
D'EXPLOITATION
DES NAPPES
PHRÉATIQUES

En 2020, l'exploitation des nappes phréatiques en Tunisie a atteint 914 millions de m³/an, soit 119 % des ressources exploitables estimées à 770 millions de m³, selon l'Observatoire Tunisien de l'Environnement et du Développement Durable (OTEDD).

Moins de
3%
DE RECYCLAGE
DES DÉCHETS
MÉNAGERS

Sur les 2,6 millions de tonnes de déchets produits chaque année, seuls 2,8 % sont recyclés, selon l'ANGED. Le reste finit majoritairement en décharges non contrôlées, avec des effets néfastes sur la biodiversité et la santé publique.

Niveaux de pollution dans le bassin méditerranéen sud (région MENA)



La carte de pollution présentée dans ce baromètre a été élaborée à partir de données fiables provenant de sources telles que l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS), l'Agence Européenne pour l'Environnement (EEA), ainsi que des plateformes comme IQAir et AirVisual. Ces données, actualisées en temps réel, permettent de visualiser les niveaux de pollution dans les pays du bassin méditerranéen, avec un focus particulier sur la Tunisie. Les niveaux de pollution, classés de «très faible» à «très élevée», sont basés sur des indicateurs tels que les concentrations de particules fines (PM2.5), les gaz polluants et d'autres indices environnementaux. Cette carte met en évidence l'urgence de la situation, notamment en Tunisie et dans la région MENA, où les niveaux de pollution atteignent des seuils alarmants. Il est impératif d'agir maintenant pour protéger la santé publique et l'environnement. Le temps est compté, et des actions concrètes doivent être prises rapidement pour inverser cette tendance dangereuse.

DE QUOI PARLE -T-ON ?

La consommation responsable, une notion récemment introduite

Selon le Symposium international d'experts organisé à Oslo en 1994, la consommation responsable peut être définie comme « l'utilisation de services et de produits qui répondent à des besoins essentiels et contribuent à améliorer la qualité de la vie tout en réduisant au minimum les quantités de ressources naturelles et de matières toxiques utilisées, ainsi que les quantités de déchets et de polluants tout au long du cycle de vie du service ou du produit, de sorte que les besoins des générations futures puissent être satisfaits ».

Introduite dans les années 1990, la notion de « consommation responsable » est une nouvelle notion qui s'est frayé un chemin dans notre société de surconsommation. Une prise de conscience collective qui se manifeste par l'adoption d'un nouveau mode de consommation avec l'objectif de créer un changement durable. Avoir une consommation durable veut donc dire « consommer d'une façon qui permette de préserver au maximum nos ressources et l'environnement ».

Ne pas confondre « consommation responsable » et « consommation durable »

Nous entendons souvent les termes « consommation durable » et « consommation responsable » utilisés en tant que synonymes alors que ces deux termes sont certes semblables mais ne sont pas les mêmes.

La définition de la « consommation responsable » est plus large que celle de la « consommation durable ». La « consommation durable », comme son nom l'indique, est axée sur la durabilité des choix du consommateur. Cela veut donc dire « consommer d'une façon qui permette de préserver au maximum nos ressources et l'environnement ».

La consommation responsable renvoie quant à elle à une définition plus large, puisqu'elle implique le concept de la responsabilité du consommateur, responsabilité qui peut concerner de nombreux domaines : impact écologique de la consommation, mais aussi impact social, économique, sanitaire, impact sur la qualité de vie... Avoir une consommation responsable veut plutôt dire « avoir une consommation qui soit plus respectueuse de l'environnement, mais aussi de l'équité sociale et économique ».

Comment rendre nos achats responsables ?

Les achats responsables regroupent trois catégories d'achats :



Achats responsables

L'achat vert

concerne un produit

- Recyclé ▪ Recyclable
- Biodégradable ▪ Biologique
- Conçu avec un emballage minimal
 - Produit localement
- Qui consomme moins d'énergie
 - Qui est labellisé

L'achat solidaire

concerne un produit

- Fabriqué par les associations d'insertion professionnelle
- Fabriqué par des personnes en situation de handicap
- Fabriqué par des artisan.e.s et agriculteurs locaux

L'achat équitable

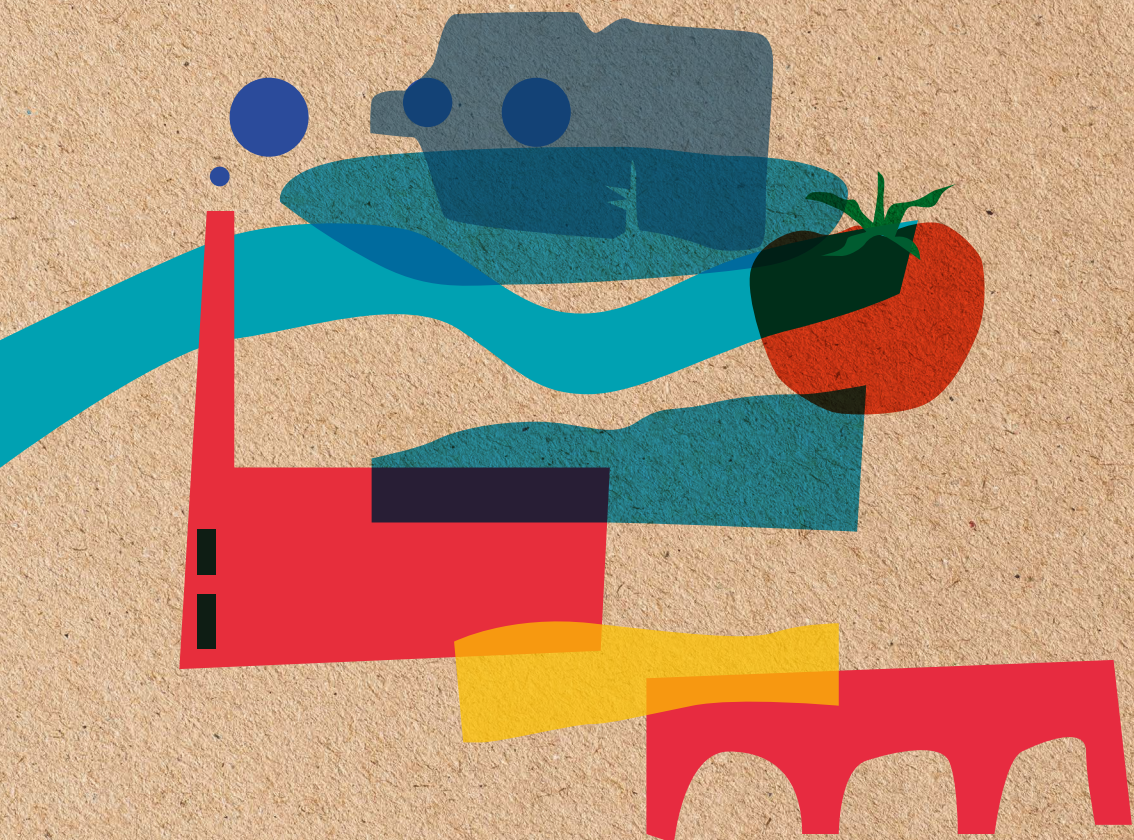
concerne un produit

- Issu du commerce équitable
- Issu de l'agriculture raisonnée

La consommation responsable suppose une prise de conscience de l'impact que nos achats peuvent engendrer.

BARO MÈTRE

DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE EN TUNISIE



Méthodologie

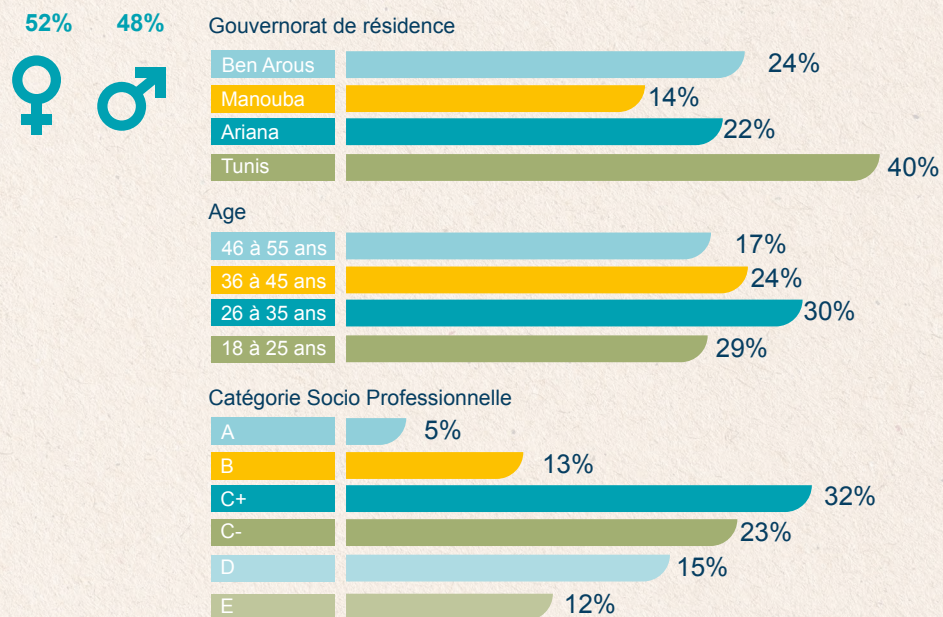
Etude quantitative réalisée, du 17 au 21 janvier 2025, via un sondage empirique en se basant sur la méthode des quotas. Les variables de contrôle sont : le genre, l'âge, la catégorie sociale et professionnelle du chef de famille et le gouvernorat de résidence.

L'échantillon est constitué de 907 personnes interrogées ce qui correspond à une marge d'erreur de $\pm 3,3\%$, pour un seuil de confiance de 95 %, lorsque l'analyse porte sur l'ensemble de l'échantillon.

La collecte des données a été réalisée en face à face via l'administration d'un questionnaire en arabe dialectal grâce à un outil CAPI.

Terrain réalisé par PRODATA | Analyse réalisée par le Lab'ess

Description de l'échantillon



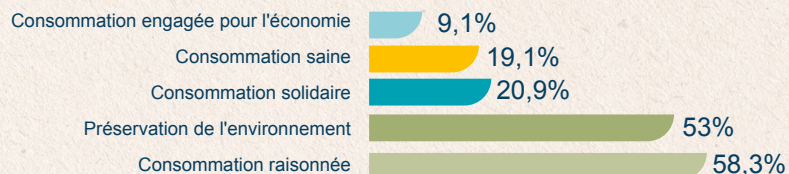
Les Tunisien.ne.s sont poussé.e.s par **une prise de conscience individuelle grandissante**, avec une définition propre à chacun.e.

25.4%

Des Tunisien.ne.s affirment connaître la définition de la consommation responsable

«Selon moi, la consommation responsable c'est...»

Plusieurs réponses possibles



L'engagement personnel en faveur d'une réduction de l'impact de la consommation se renforce



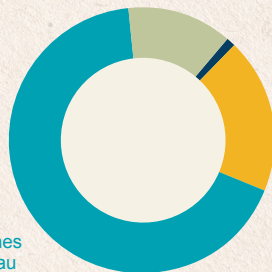
Comment décririez-vous votre état d'esprit actuel par rapport à la consommation responsable ?

81%

Des Tunisien.ne.s interrogé.e.s se mobilisent en faveur de la consommation responsable

13%
Engagé(e) :
Je fais tout mon possible pour réduire l'impact de ma consommation

68%
Concerné(e) :
J'ai changé certaines de mes pratiques au quotidien pour réduire l'impact de ma consommation



1%
Agacé(e) :
Je n'ai pas envie de changer ma façon de consommer

19%
Indifférent(e) :
Je n'ai pas spécialement changé mes habitudes de consommation

Et se disent même inquiet.e.s de l'impact de leur environnement sur leur santé, les écosystèmes naturels et l'agriculture



Pour chacun des éléments suivants, dans quelle mesure diriez-vous qu'ils vous inquiètent ?

Plus d'un.e Tunisien.ne sur deux se dit même **très inquiet.e** au sujet de l'impact de l'environnement sur sa santé (pollution, climat, pesticides, etc.)



Très inquiet



Inquiet

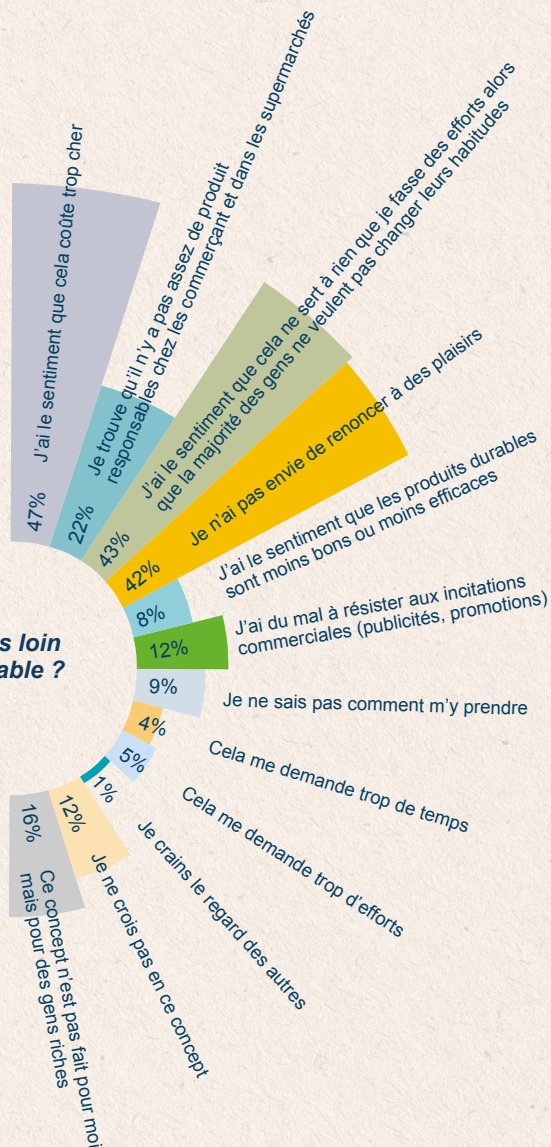


Bien que la conscience collective progresse et que les comportements évoluent peu à peu, **les freins à cette transformation sociétale demeurent bien réels**



Qu'est ce qui vous empêche d'adopter ou de pousser plus loin une consommation responsable ?

Plusieurs réponses possibles



LA PERCEPTION DU PRIX

«J'ai le sentiment que cela coûte plus cher»

MANQUE DE MOTIVATION

«J'ai le sentiment que cela ne sert à rien que je fasse des efforts alors que la majorité des gens ne veulent pas changer leurs habitudes»

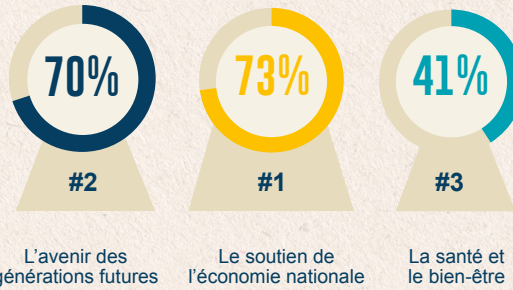
LE PLAISIR

«Je n'ai pas envie de renoncer à des plaisirs»

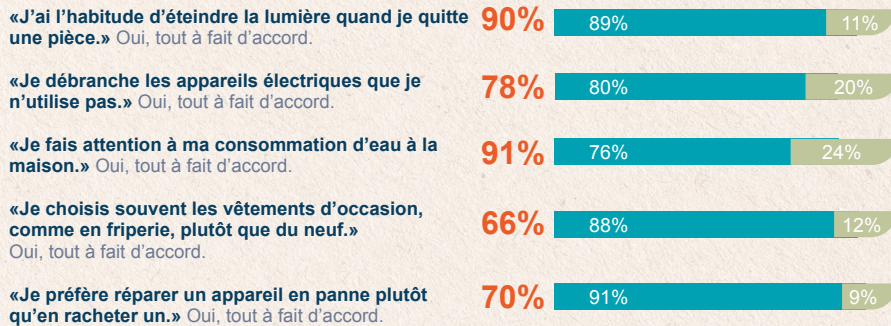
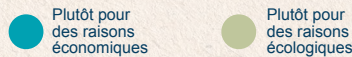
Adopter ou pousser plus loin une consommation responsable est la meilleure manière pour conserver notre terre, assurer une alimentation saine et une bonne santé.

Une consommation engagée et solidaire : Les Tunisien.ne.s associent leurs choix d'achat à des valeurs collectives, comme la relance de l'économie et la préservation du futur

Classement TOP 3 des préoccupations en 2025



Motivé.e.s par des raisons économiques, certain.e.s Tunisien.ne.s choisissent des actions qui s'avèrent également bénéfiques pour l'environnement

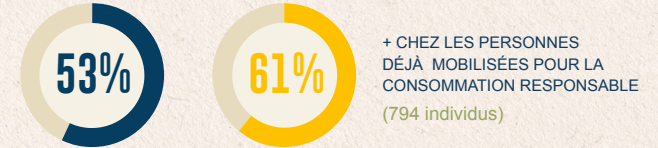


Une offre jugée insuffisante par plus d'un consommateur.rice sur deux

«Quand je fais mes courses, je trouve qu'il n'y a pas assez de produits durables disponibles.»

Oui, tout à fait d'accord.

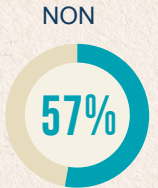
ECHANTILLON GLOBAL (907 individus)



Et attendent davantage d'efforts concrets de la part des grandes marques pour favoriser des pratiques d'achat responsables

Q Selon vous, les marques et grandes entreprises font-elles des efforts pour encourager une consommation plus responsable ?

Non, je ne suis pas d'accord.



Ils attendent plus que jamais **des preuves de l'engagement** des marques

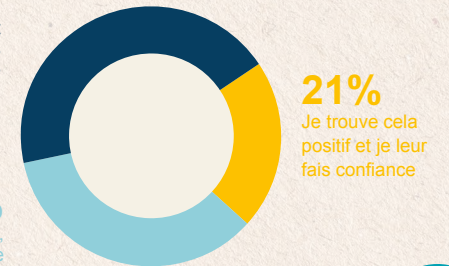
Q Que pensez vous des marques qui communiquent sur leurs engagements pour la planète et la société ?

79%

Des Tunisien.ne.s interrogé.e.s ont besoin de preuves pour croire aux engagements des marques.

44% Je trouve que c'est un premier pas mais j'ai besoin de preuves (chiffres, labels, etc.)

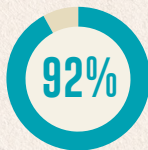
35% Je n'y crois pas, c'est une technique pour vendre plus



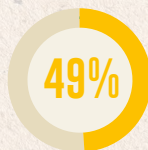
Bien que le prix soit un frein, l'envie de consommer de manière responsable reste forte

«J'attends des marques qu'elles me proposent des produits équivalents à ceux que j'aime (en goût, texture, efficacité, prix ...) mais plus responsables»

Oui, tout à fait d'accord.



Q Etes-vous prêt à payer un peu plus cher des produits qui respectent l'environnement ?

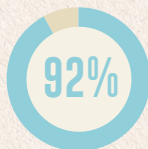
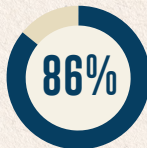


oui

Le collectif peut avoir un effet d'entraînement positif à l'installation de nouveaux comportements

«Le fait de voir quelqu'un de mon entourage faire des efforts en faveur d'une consommation responsable me motive à en faire» Oui, tout à fait d'accord.

ECHANTILLON GLOBAL
(907 individus)

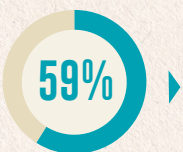
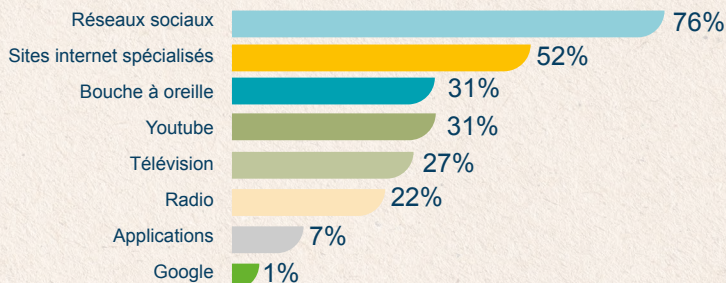


+ CHEZ LES PERSONNES DÉJÀ MOBILISÉES POUR LA CONSOMMATION RESPONSABLE
(794 individus)

La publicité a un rôle à jouer en représentant des alternatives plus responsables

Q Vous arrive-t-il de vous informer sur la consommation responsable et sur les façons d'adopter des habitudes plus durables au quotidien ?

+ CHEZ LES PERSONNES QUI S'INFORMENT (135 individus)



La circularité : réutiliser, recycler, réparer et régénérer un produit pour la réduction des déchets.

LEVER LES FREINS POUR ENCOURAGER LE CHANGEMENT DES COMPORTEMENTS

#1

Montrer des preuves concrètes d'engagement

Les consommateur.rice.s attendent des marques qu'elles montrent des résultats tangibles : impact environnemental réduit, pratiques éthiques, soutien à l'économie locale. L'engagement ne suffit plus, il faut le démontrer de manière transparente.

#2

Rendre l'offre responsable visible et accessible

Plus d'un.e consommateur.rice sur deux estime que l'offre de produits durables est insuffisante. Trop souvent invisibles ou inaccessibles, ces produits peinent à s'imposer. Mieux les signaler, valoriser les alternatives locales et proposer des formats abordables est essentiel pour lever les freins.

#3

S'appuyer sur la dynamique collective

L'exemplarité inspire. Voir un.e proche ou une communauté adopter des gestes responsables peut déclencher une prise d'initiative. Les marques peuvent encourager cette dynamique en valorisant les témoignages et les actions du quotidien.

#4

Créer un dialogue avec les consommateur.rice.s

Près de 7 répondant.e.s sur 10 estiment que les marques ne font pas assez d'efforts pour encourager une consommation responsable. Face à cette défiance, il est temps de rétablir la confiance.

En impliquant les consommateur.rice.s dans la conception des offres, en valorisant leurs retours et en les écoutant, les entreprises peuvent construire une relation plus juste et durable.

#5

Reconnecter l'engagement aux préoccupations du quotidien

Les Tunisien.ne.s s'inquiètent de l'impact de la consommation sur leur santé, l'environnement ou l'agriculture. Les marques peuvent renforcer leur lien avec le public en montrant concrètement comment leurs actions répondent à ces préoccupations locales.

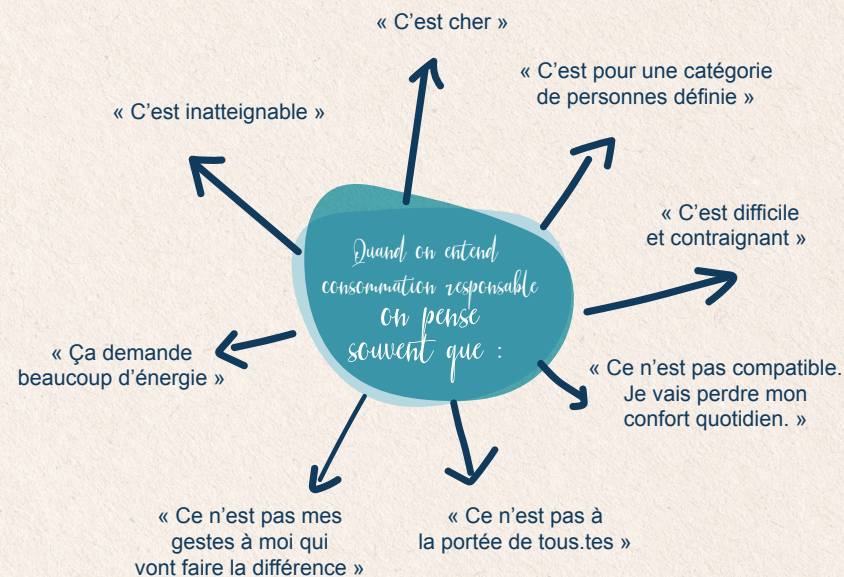
ET SI ON PASSAIT À L'ACTION ?

Les consommateurs tunisiens ont besoin de repères concrets pour agir. Plus de 80 % disent être influencés par l'exemple de leur entourage pour adopter des comportements plus responsables. Mettre en lumière des gestes simples, des idées adaptées au quotidien en Tunisie, et des initiatives proches de chez soi peut vraiment faire la différence.

Pour continuer, on vous partage **des conseils faciles à mettre en place** et **des exemples inspirants d'entrepreneurs à impact** à découvrir, pour passer à l'action à son rythme, sans pression.

La consommation responsable renvoie quant à elle à une définition plus large, puisqu'elle implique le concept de la responsabilité du consommateur, responsabilité qui peut concerner de nombreux domaines : impact écologique de la consommation, mais aussi impact social, économique, sanitaire, impact sur la qualité de vie... Avoir une consommation responsable veut plutôt dire « avoir une consommation qui soit plus respectueuse de l'environnement, mais aussi de l'équité sociale et économique ».

Mais en réalité la consommation responsable c'est quoi ?



✗ Mais c'est faux !

La consommation responsable est un mode de consommation axé sur la responsabilité du consommateur.ice. En d'autres termes, la consommation responsable consiste à faire des choix éthiques, respectant les principes du développement durable. Par exemple, le consommateur.ice écoresponsable s'oriente vers des produits ou services en considérant ses différents impacts (environnementaux, économiques et sociaux). En conclusion, ce mode de consommation offre des dimensions très larges.

La consommation responsable est donc un large spectre d'actions qui permettent d'avoir un impact en tant que consommateur.ice. Par exemple, un consommateur.ice « responsable » peut choisir d'être plus axé.e sur l'aspect écologique de sa consommation en choisissant des produits de saison qui sont issus de plantations certifiées biologiques. D'autres choisiront de concentrer leurs efforts sur l'impact social de la consommation responsable en favorisant l'achat de produits dont la fabrication respecte les droits de l'Homme et les droits des travailleur.euse.s.

La consommation responsable c'est donc des petits gestes du quotidien qui font du bien à la planète, à la population et parfois, aussi, du bien au porte-monnaie. D'ailleurs, beaucoup d'entre nous ont des pratiques quotidiennes écoresponsables, des petits gestes que nous effectuons consciemment ou inconsciemment, qui font de nous un consommateur.ice tunisien.ne responsable.

Par où commencer ?

Qu'est-ce que vous pouvez faire concrètement pour être un consommateur.ice responsable ?

Tout d'abord, vous pouvez commencer par vous poser quelques questions avant d'effectuer n'importe quel achat :



À QUEL BESOIN RÉPOND CET ACHAT ?

Est-ce que je vais m'en servir tout de suite ?

Oui Non

Est-ce que j'ai un objet similaire chez moi ?

Oui Non

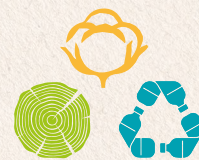
Quelle est l'origine de ce produit ?

Oui Non

Ces simples questions, qu'on ne pense pas souvent à se poser, peuvent faire la différence et vous faire réfléchir sur l'importance d'un achat.

Vous pouvez également choisir de consommer d'occasion. Acheter de seconde main (friperie plateformes de revente en ligne) ou reconditionné (téléphone, ordinateur...) vous permet non seulement d'économiser mais aussi de préserver les ressources naturelles et limiter les déchets. Comme quoi, consommer autrement, c'est possible et ça fait du bien à tout le monde !

Optez pour des produits durables et éco-conçus dont l'impact environnemental et énergétique de production est réduit. Quelques astuces pour identifier ces produits sont :



Les matériaux utilisés : bois, plastique recyclé, coton biologique... ;



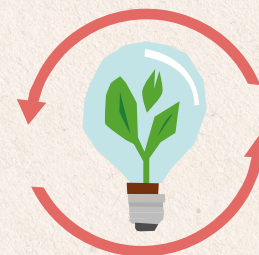
Les produits éco-labélisés ;



Éviter les produits sur-emballés ;



Soutenir les fabricant.e.s et artisan.e.s locaux.ales ;



Privilégiez les appareils économes, en pensant à l'avance aux dépenses d'énergie ou d'eau qu'ils vont engendrer. Les étiquettes énergie, qui précisent la consommation des appareils électroménagers, sont obligatoires pour de nombreux équipements (lave-linge, fours électriques ou au gaz, réfrigérateurs, téléviseurs, etc.) et peuvent vous aider à choisir de manière éclairée et responsable vos produits.

Les bons gestes à la maison

Pour devenir acteur.rice du changement, à notre échelle, il faut d'abord adopter des éco-gestes quotidiens.

1 - Dans un premier, il faut prendre soin de son électroménager et pour garantir sa durabilité on peut :

- Nettoyer et entretenir les équipements ;
- Respecter les consignes d'utilisation ;
- Envisager la réparation plutôt que le remplacement.

Vous pouvez aussi opter pour l'emprunt de certains appareils de cuisine (ou d'entretien) surtout ceux que vous allez utiliser une fois à l'occasion. Un petit toc-toc et vous avez fait un geste de plus pour la planète !

2 - Passons du côté de la consommation d'énergie.

Une consommation raisonnée de l'énergie nous permet de réduire notre facture énergétique et de lutter contre le dérèglement climatique. Elle passe par la réalisation de petits gestes, très simples à appliquer :

- Ne pas surchauffer le logement l'hiver et inversement ne pas utiliser la climatisation à excès en été ;
- Éteindre les appareils en veille ;
- Utiliser le mode Éco de la machine à laver ou du lave-vaisselle ;

Quelques gestes simples qui peuvent faire une grande différence au quotidien.

Et du côté de l'alimentation ?

La consommation responsable passe aussi par nos assiettes. Concrètement, de nombreuses petites actions peuvent avoir un impact positif sur la planète et nos économies.

Par exemple, au rayon alimentation, privilégiez les fruits et légumes de saison, moins chers, plus goûteux et dont la production est moins énergivore. Pensez également à préférer les produits locaux et aux circuits courts (ventes directes, producteurs locaux...).

FRUITS & LÉGUMES DE SAISON : LE CALENDRIER POUR MANGER LOCAL ET FRAIS !

SAISON	LÉGUMES	FRUITS	HERBES ET AROMATIQUES
Printemps (mars à mai)	Artichaut, petit pois, fèves, laitue, épinard, carotte	Fraise, cerise, nêfle	Menthe, coriandre, persil, basilic, romarin, thym, marjolaine
Été (juin à août)	Tomate, poivron, concombre, courgette, aubergine	Pastèque, melon, pêche, abricot, figue, raisin	Menthe, coriandre, persil, basilic, romarin, thym, marjolaine
Automne (septembre à novembre)	Citrouille, betterave, navet, blette	Pomme, poire, grenade, coing, raisin tardif	Menthe, coriandre, persil, basilic
Hiver (décembre à février)	Chou, brocoli, épinard, carotte, navet	Orange, mandarine, citron, pamplemousse	Menthe, coriandre, persil, basilic

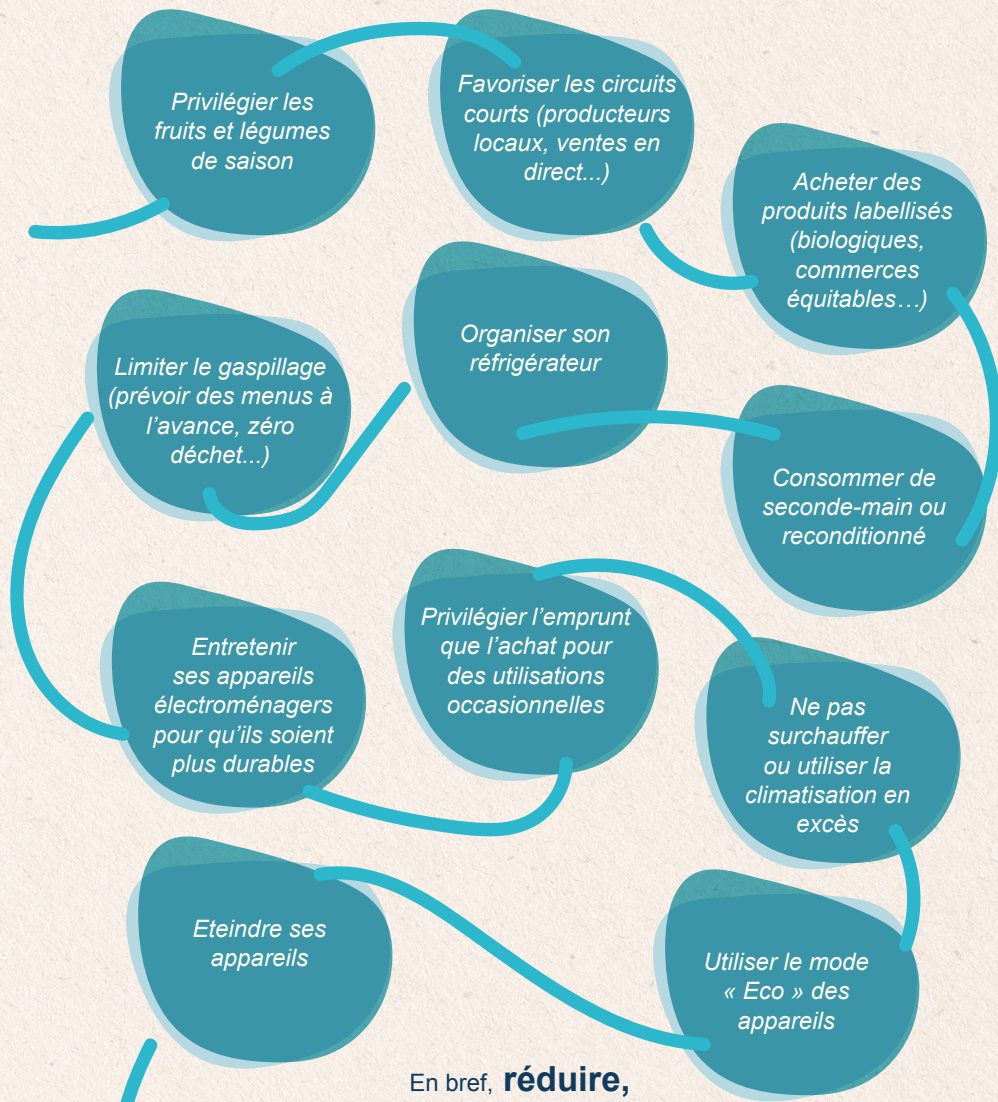
Après les courses, pensez à les organiser.

- Placez les aliments dont la date de péremption approche en avant.
- Indiquez les dates d'ouverture des produits sur les emballages.
- Rangez la nourriture dans des placards secs et ventilés.

Petit rappel concernant les dates de conservation et de péremption :

- Seule la date limite de consommation (DLC) concerne les denrées périssables. Elle est indiquée par la mention « À consommer jusqu'au... ». Au-delà, les aliments peuvent présenter un risque pour la santé.
- Pour les conserves, l'épicerie ou encore les surgelés, la mention « À consommer de préférence avant... » signale une date de durabilité minimale (DDM). Ces denrées peuvent être consommées après la DDM, si elles n'ont pas été ouvertes et qu'elles ne sont pas altérées.

Récapitulatif des éco-gestes quotidiens :



En bref, **réduire, réutiliser et recycler**

sont les 3 piliers d'une consommation plus responsable.
«Ensemble agissons pour un avenir plus durable !»

Apprenez à économiser et à partager de manière équitable les ressources de l'environnement et à tenir compte des facultés limitées de la Terre «Ensemble agissons pour un avenir plus durable !»



ENVIE DE CONSOMMER MIEUX ? COMMENCEZ ICI !

Changer ses habitudes,
oui, mais
par où commencer ?

Voici une sélection
d'initiatives locales
(entrepreneur.e.s et associations)
qui facilitent une consommation
plus saine, responsable
et durable.



**Avec Roots,
chaque lavage
devient un
petit acte de
changement
simple, engagé,
et durable.**

Moins de gaspillage...

Fabriques à partir d'ingrédients naturels locaux... Moins de gaspillage...
Fabriques à partir d'ingrédients naturels locaux... Moins de gaspillage...

Moins d'eau... Moins d'énergie... Plus de sens... Plus d'impact... Plus de douceur, Naturel



Formats solides unidose... Sans emballage plastique... Sans emballage plastique...

ROOTS

Care cubes

ASMA OMRI

Et si chaque douche devenait un geste pour la planète ?

C'est la question qu'Asma s'est posée un jour, en réalisant à quel point nos gestes quotidiens, aussi simples soient-ils, pouvaient avoir un impact. Longtemps passionnée par la cosmétique naturelle, elle s'est aussi heurtée, comme beaucoup, à la montagne de plastique dans sa salle de bain... et à la composition douteuse des produits qu'elle utilisait.

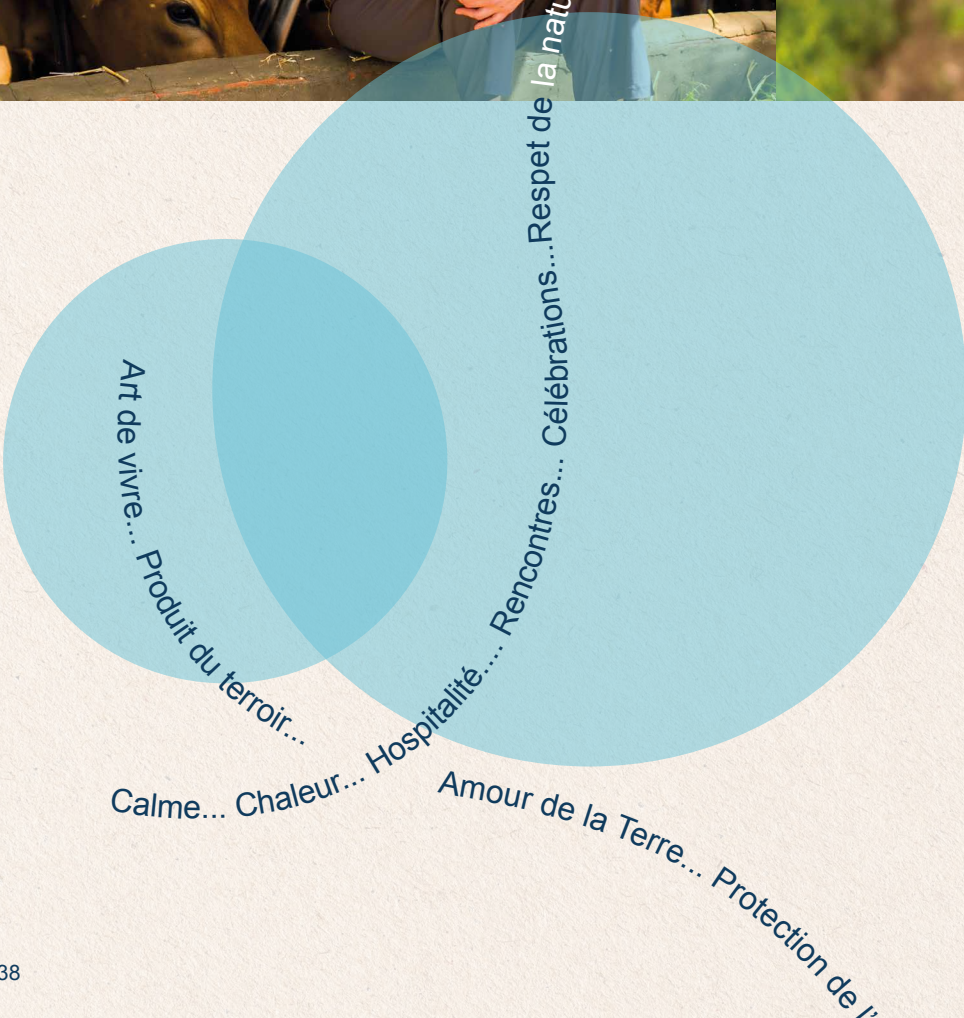
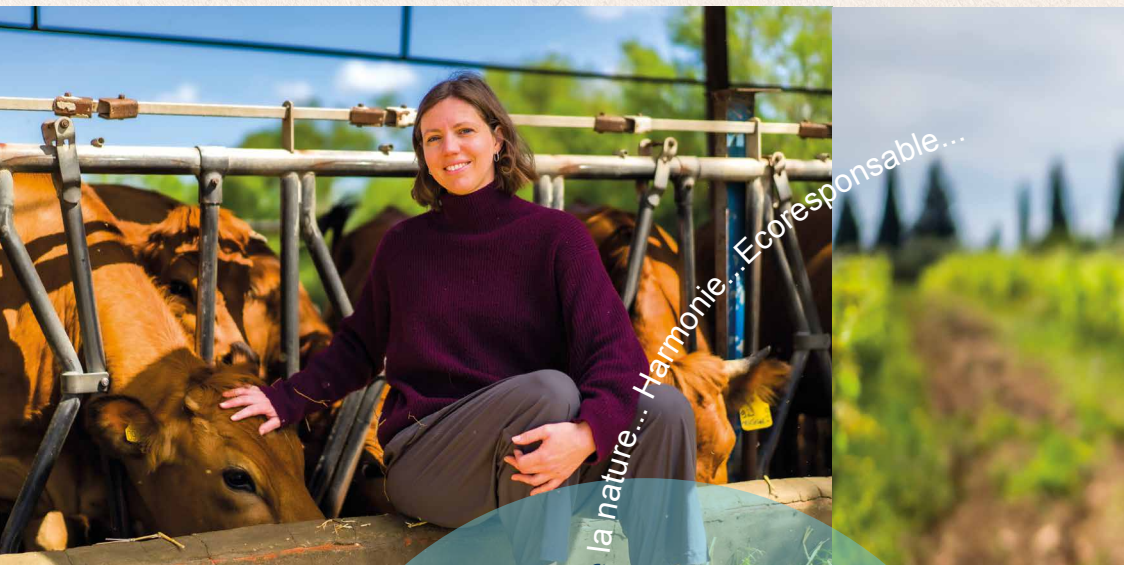
Convaincue qu'un autre modèle est possible, Asma décide de créer **Roots**, une marque tunisienne qui bouscule les codes des soins capillaires.

Son idée ? Des soins solides en format unidose, sans emballage plastique, fabriqués à partir d'ingrédients naturels locaux. Moins de gaspillage, moins d'eau, moins d'énergie... mais plus de sens, plus d'impact, et plus de douceur pour les cheveux comme pour la planète.



Moyenne de prix : ●●●●●
Qualité de produit : ★★★★★





LE DOMAINE TARENTI

JESSICA LANDRY

Le Domaine Tarenti, là où le calme des champs rencontre la chaleur de l'hospitalité. Leur idée ? Transformer une exploitation agricole en un lieu de rencontres, de célébrations et de gastronomie responsable. Mariages, team building, anniversaires ou simples retrouvailles prennent ici une toute autre dimension : chaque événement est pensé en harmonie avec l'environnement.




Décoration naturelle, produits frais issus du domaine ou de producteurs locaux, gestion écoresponsable des déchets... Jessica et Elyes ont fait du respect de la terre un fil conducteur de leur projet.

Avec Le Domaine Tarenti, ils invitent à ralentir, à célébrer autrement, et à goûter à un art de vivre où l'humain et la nature sont au centre de chaque moment.

Jessica nous invite à ralentir, à célébrer autrement, et à goûter à un art de vivre où l'humain et la nature sont au centre de chaque moment.

Moyenne de prix : ● ● ● ● ●

Qualité de produit : ★ ★ ★ ★ ★




www.domainetarenti.com

Sourires aux anges, produit une gamme douce et engagée, pensée pour les peaux les plus fragiles et les parents les plus exigeants

Sans parfum... Sans parabènes... Base d'ingrédients biologiques certifiés...

Douceur... Bien-être...



SOURIRES AUX ANGES

HEND KSIAA

À 26 ans, Hend découvre par hasard qu'elle est atteinte d'un adénome rare de la glande parathyroïde. Après plusieurs opérations, elle pense avoir tourné la page... jusqu'à sa grossesse, où la maladie ressurgit, plus agressive encore.

Déterminée à comprendre l'origine de ses problèmes de santé, Hend découvre l'ampleur des perturbateurs endocriniens

dans notre quotidien, y compris dans les produits pour enfants.

C'est le déclic. Pour protéger les tout-petits, elle crée Sourires aux Anges, une marque tunisienne de soins et d'hygiène corporelle pour bébés, formulée sans parfum, sans parabènes, et à base d'ingrédients biologiques certifiés.



Moyenne de prix : ●●●●●●●●

Qualité de produit : ★★★★★

www.souriresauxanges.tn





Nutritif... Local... Ecologique... Vertus... Alimentation saine... Courage... Sensibilité...

Sains... Frais... Produit local... Créativité... Couleurs...

Fraicheurs... Saveurs... Délicatesse... Organique... Comestible



MIMI GREENS

MARIEM SALHI

Tout a commencé lorsque Meriem, passionnée par l'alimentation saine et le pouvoir des plantes, a voulu concilier bien-être personnel et engagement écologique. En découvrant les incroyables vertus des micro-pousses, ces jeunes pousses ultra-nutritives et savoureuses, elle réalise qu'elles sont encore peu connues et rarement cultivées en Tunisie.

C'est ainsi qu'est née Mimi Greens, une entreprise tunisienne qui cultive des micro-pousses et des fleurs comestibles en agriculture organique. Sa production, distribuée en circuit court, s'adresse aussi bien aux chef.fe.s créatif.ve.s qu'aux consommateurs.rice.s Tunisien.ne.s en quête d'aliments sains, frais et locaux.

**Mimi Greens
fait germer
une nouvelle
façon de
consommer
plus locale,
plus saine et
pleine de vie.**

Moyenne de prix : ● ● ● ● ●
Qualité de produit : ★ ★ ★ ★ ★

📍 🌐 www.mimigreens.com

**Avec WeFix,
réparer devient
un réflexe, et non
une exception.
Une solution
locale, pratique
et durable pour
donner une
seconde vie à nos
appareils... et à
nos habitudes de
consommation.**

Reconditionnement... Consommation responsable... Durabilité... Environnement...
Invention... Longivité... Modèle circulaire... Economie...
Régénération... Récupération... Recyclage

WEFIX

SABRI CHERIHA

En Tunisie, combien d'appareils électroménagers finissent abandonnés pour une simple panne ou une pièce défectueuse ? C'est ce constat qui a poussé Sabri à passer à l'action.

Il crée WeFix, une plateforme pensée pour prolonger la vie des équipements électroménagers et climatisés.

Elle connecte les particuliers avec des techniciens qualifiés, pour une réparation

rapide, fiable et à domicile, évitant ainsi des remplacements coûteux et du gaspillage inutile.

Mais Sabri ne s'arrête pas là : WeFix propose aussi la vente d'appareils reconditionnés et de pièces détachées, offrant aux consommateurs une alternative économique et responsable, tout en soutenant un modèle circulaire.



Moyenne de prix : ● ● ● ● ● ● ● ●
Qualité de produit : ★ ★ ★ ★ ★ ★

www.wefix.tn @ f in



PURALIA

HICHEM HAOUARI

Imaginez une peau choyée, protégée et respectée... C'est cette envie qui a poussé Hichem et Imen à créer Puralia.

Derrière chaque formule, il y a une conviction : que l'efficacité ne doit jamais se faire au détriment de la santé ou de la planète. Puralia, c'est une ligne de soins dermo-cosmétiques bio pensée pour les peaux exigeantes et les esprits engagés.

Ingrédients naturels triés sur le volet, formulations sûres, textures agréables et emballages écoresponsables : ici, chaque détail compte.

Puralia ne se contente pas de prendre soin de votre peau. Elle défend un nouveau rapport à la beauté : plus sain, plus transparent, plus durable.



Cosmétique naturelle... santé

Bien-être... Douceur... Beauté... Sain... Bio... Proche de la nature...

Esprits engagés... formulations sûres... Qualité...

Parce qu'être bien dans sa peau, c'est aussi être aligné avec ses valeurs.

Moyenne de prix : ●●●●●

Qualité de produit : ★★★★★

📷 📱 🌐 www.puralia-lab.com

The Denim Dilemma,
ce n'est pas
juste une marque.
C'est un geste pour
la planète, un cri
contre le gaspillage,
un clin d'œil aux
amoureux.ses
du style
responsable

Slow fashion... Pièces uniques... Ecoresponsabilité...
Upcycling... Durabilité... Consommation responsable

Design... Créativité... Réutilisation... Faits main... Reflexion



THE DENIM DILEMMA

FAHD HANACHI ET ASMA LAJIMI

The Denim Dilemma, c'est l'histoire de Fahd et Asma, deux esprits créatifs face à un constat révoltant : chaque année, des tonnes de jeans usés et de tissus invendus finissent à la poubelle. Plutôt que de détourner le regard, ils ont décidé d'agir.

Leur réponse ? Transformer ces déchets textiles en sacs uniques, pratiques et

stylés. Des pièces fortes, pensées pour le quotidien, fabriquées à la main à partir de denim récupéré et de chutes de tissus.

Derrière chaque sac, une idée simple mais puissante : on peut faire du beau avec du déjà-là. On peut consommer autrement, sans sacrifier ni l'esthétique ni ses valeurs.



Moyenne de prix : ●●●●●
Qualité de produit : ★★★★★

www.thedenimdilemma.com



Transmission intergénérationnelle... Alimentation durable...



Expérience immersive... Partage...

Odeur d'antan...

Cuisine locale... Anti-gaspillage...

Ateliers culinaires... Alternatives végétales... Immersion...

ECOJINA

KAOUTHER MEJDI

Tout a commencé dans une cuisine... celle de Kaouther. Un lieu de vie, d'échange, d'odeurs familières et de gestes transmis. Mais très vite, elle a voulu aller plus loin : et si la cuisine devenait aussi un terrain d'engagement écologique ?

C'est ainsi qu'est née Ecojina, une cuisine partagée pas comme les autres. Un espace vivant, où mijotent des plats savoureux, des idées durables et des rencontres inspirantes.

Chez Ecojina, on cuisine local, on valorise les restes, on explore des alternatives végétales, on composte, on apprend. Chaque atelier, chaque expérience immersive est une invitation à repenser notre rapport à l'alimentation et à la planète.

Avec Ecojina, Kaouther a créé bien plus qu'un lieu : elle a lancé une dynamique. Celui d'une cuisine responsable, joyeuse, engagée, où l'on se régale autant qu'on agit.

Moyenne de prix : ● ● ● ● ●

Qualité de produit : ★ ★ ★ ★ ★

📷 📺 📧 www.ecojina.tn

Avec Rigoula, Mouna cultive bien plus que des légumes. Elle fait pousser une vision : celle d'une alimentation qui a du sens, enracinée dans la terre, ancrée dans la tradition, tournée vers l'avenir.

Savoir-faire... Engagement
 Culture sans artifices...
 Terroir tunisien...
 Saveurs vraies...



Ferme biologique... Variétés locales... Transm

RIGOULA

MOUNA TRIKI

Tout a commencé avec un petit jardin à Sfax et une passion : celle de Mouna pour la nature et les saveurs vraies. Elle rêvait d'un lieu où chaque fruit, chaque légume raconterait une histoire : celle du sol, du climat, du savoir-faire transmis.

Et ce jardin de départ ? Il a laissé place à deux hectares de culture et Rigoula est née. Une ferme biologique certifiée, où l'on cultive sans artifices, avec respect et patience. Ici, rien ne se perd : les produits

de saison sont proposés frais, séchés ou mis en conserve, pour prolonger leur vie et leur goût, tout en respectant les rythmes de la nature.

Mais Rigoula, ce n'est pas seulement une production bio. C'est une façon de remettre à l'honneur les trésors du terroir tunisien, de valoriser les variétés locales, et de renouer avec une cuisine authentique, saine et engagée.



Moyenne de prix : ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
 Qualité de produit : ★ ★ ★ ★ ★ ★





Formation inclusive... Geste solidaire... Économie sociale

Production locale et éthique... Circuit court...

Projet solidaire



LA FERME GAÏA

GHADA LOUIL

Il était une fois, nichée au cœur de la nature à Sidi Thabet, une ferme pas comme les autres : la Ferme Thérapeutique Gaïa. Plus qu'un espace agricole, c'est un lieu d'accueil, d'apprentissage et de renaissance pour des jeunes en situation de handicap (PSH), majoritairement issus de familles nécessiteuses. À Gaïa, chaque graine plantée est aussi une graine d'espoir semée. De ce projet profondément humain est née la plateforme Gaïa Shop. Une boutique engagée à 100 % au service de la ferme, pensée pour soutenir la formation et l'insertion professionnelle de ces jeunes. Chaque achat devient un geste solidaire, un pas vers une société plus inclusive.




Les fruits et légumes, cueillis à pleine maturité, sont cultivés sans produits chimiques, dans le respect des saisons

et de la santé. L'huile d'olive bio, extraite directement de l'oliveraie de la ferme, incarne ce même engagement : une agriculture biologique maîtrisée, de l'arbre jusqu'à la mise en bouteille.

À la croisée de l'écologie, de la solidarité et du goût, Gaïa ne se contente pas de nourrir les corps. Elle cultive aussi la dignité, l'autonomie et la joie de vivre.

Moyenne de prix : ●●●●●

Qualité de produit : ★★★★★




www.fth-gaia.org

Êtes-vous un consommateur acteur ?

Ce test porte sur vos habitudes de consommation

Pour connaître votre profil, il vous suffit de répondre aux questions ci-dessous en encerclant la réponse qui correspond le mieux à vos habitudes :

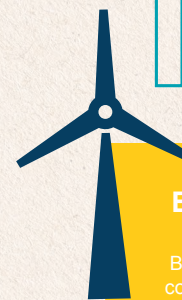
- 0 « Jamais »,
- 1 « Rarement »,
- 2 « A l'occasion »,
- 3 « Habituellement ».

Faites ensuite le total de vos points (somme des quatre colonnes), puis consultez l'interprétation proposée dans la page suivante.



	Jamais	Rarement	À l'occasion	Habituellement
Je m'informe sur le pays d'origine et les conditions de production des produits que j'achète.	0	1	2	3
J'essaie de faire mes achats dans les commerces de mon quartier.	0	1	2	3
Je privilégie les légumes et les fruits de saison.	0	1	2	3
Je ne mange pas de viande plus de 3 fois par semaine.	0	1	2	3
Je choisis des produits peu emballés ou en vrac.	0	1	2	3
Je privilégie les produits de seconde-main ou reconditionnés.	0	1	2	3
J'utilise des ampoules à économie d'énergie.	0	1	2	3
Je choisis des appareils électroménagers économes en énergie.	0	1	2	3
J'utilise un couffin/Tote bag pour faire mes courses	0	1	2	3
J'achète des produits labellisés (Biologique, commerce équitable...)	0	1	2	3
J'éteins les lumières quand je quitte une pièce	0	1	2	3
Mon logement est chauffé à max 20°C, avec température saine.	0	1	2	3
Je trie mes déchets.	0	1	2	3
Je privilégie l'emprunt à l'achat pour des utilisations occasionnelles.	0	1	2	3
J'envisage de réparer avant d'acheter un nouvel appareil.	0	1	2	3
Je renouvelle rarement mes appareils multimédias.	0	1	2	3
J'adapte la fréquence de mes voyages en avion.	0	1	2	3
Total des points par colonne
Total des colonnes			

RÉ SUL TATS



Entre 49 et 72 points

Bravo, vous avez pris conscience de l'impact positif de vos achats sur l'environnement et la société ! Continuez sur cette voie et faites-en profiter votre entourage.

Entre 25 et 48 points

Vous êtes sans aucun doute sur le chemin qui conduit à une consommation plus « responsable ».

Que diriez-vous de choisir trois gestes ou actions à réaliser au cours du mois prochain ?

Entre 0 et 24 points

Hum ! La consommation « responsable » est un monde qu'il vous reste à découvrir ! Pourquoi ne pas décider d'un premier geste concret ?



Notre travail et notre secteur nous passionnent. Nous espérons que vous aurez pris le même plaisir à lire ce Baromètre. Si c'est le cas, nous vous demandons d'applaudir avec enthousiasme chaque membre de l'équipe qui a aidé à l'élaborer.

Rédaction | Sonya Zaïem et Meriem Choukaïr
Photographie | Montassar Lassoued
Conception graphique | Enoya Design&Com

Si vous souhaitez en savoir plus sur nous, et connaître nos dernières actualités, rendez-vous sur : www.labess.tn ou écrivez-nous sur : contact@labess.tn

lab'ess
GroupeSOS

www.labess.tn
5 rue de Touraine, Belvédère
1002, Tunis – Tunisie



Ce baromètre est soutenu par le projet Savoirs éco,
financé par l'Union Européenne
et mis en oeuvre par Expertise France.



www.labess.tn
5 rue de Touraine, Belvédère
1002, Tunis – Tunisie

