

L SUISSE

Calendriers de l'Avent. Un compte à rebours vers le gaspillage?

Autrefois symbole d'une tradition, les 24 fenêtres sont désormais l'emblème de la surconsommation, estiment les organisations militant pour la protection de l'environnement et une consommation responsable. Elles dénoncent la surabondance, les invendus et les déchets qui en découlent.

[PARTAGER](#)

Les ventes de calendriers de l'Avent sont en forte hausse, en particulier chez les adultes. Keystone

**SOPHIE GREMAUD**

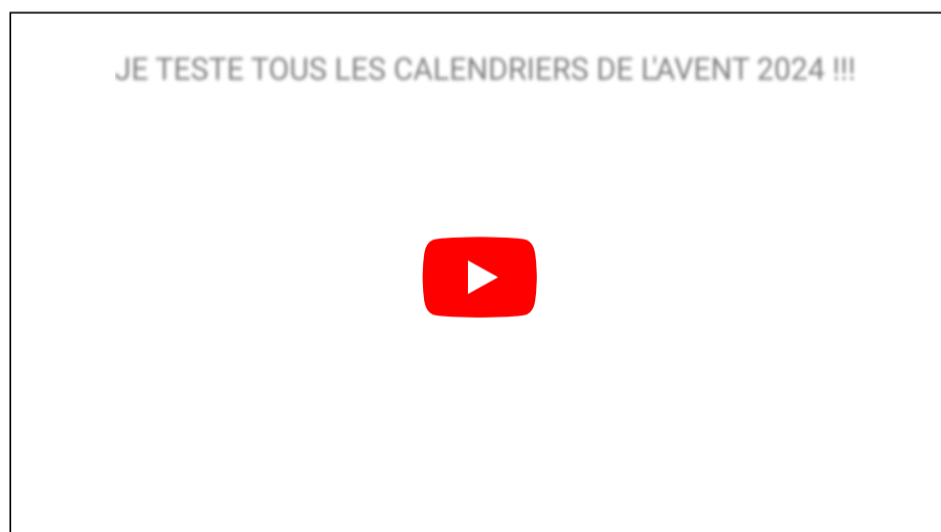
12 décembre 2024 à 11:54, mis à jour à 16:15

🕒 Temps de lecture : 4 min

Nous sommes à la mi-décembre, ce qui signifie que la plupart d'entre vous ont probablement déjà ouvert la moitié des cases de leur calendrier de l'Avent. Surprise du jour: une image ou un chocolat pour les adeptes des versions traditionnelles, une bière, un petit fromage, une paire de chaussettes ou du maquillage pour les plus originaux.

«Les ventes des calendriers de l'Avent, en particulier pour adultes, sont en forte hausse depuis plusieurs années et cette tendance s'est encore confirmée cette année», déclare un porte-parole de Manor. Une mode qui met des étoiles dans les yeux des consommateurs, tous âges confondus, mais qui fait voir rouge les associations engagées pour la protection de l'environnement et pour une consommation responsable.

En vente bien avant les fêtes – dès octobre chez Manor, Lidl et Migros, et début novembre à la Coop – les calendriers de l'Avent se déclinent aujourd'hui pour tous les goûts et tous les budgets. Beauté, alimentation, boissons, papeterie, décoration, sport, jouets, produits de luxe... Tout y passe. Boostées par les déballages face caméras sur les réseaux sociaux, les ventes s'envolent.



«Afin de répondre à ce fort engouement de la part des clientes et des clients, nous étendons constamment notre offre avec des innovations, tous types de calendriers et toutes les gammes de prix, allant cette année de 2.95 francs pour un calendrier traditionnel au chocolat, à 199 francs pour une version dédiée aux vins», explique un porte-parole de Manor. Avec plus de 130 modèles différents couvrant tous les univers possibles, le magasin revendique ainsi «l'un des plus vastes assortiments de calendriers de l'Avent».

Durée de vie limitée à 24 jours

Pour Fanny Eternod, porte-parole consommation chez Greenpeace Suisse, cette tendance est symptomatique de «la surconsommation qui s'intensifie à l'approche des fêtes». Elle déplore que «de nombreuses grandes marques voient dans cette tradition, devenue une tendance commerciale, un nouveau créneau pour vendre toujours davantage de produits».

Auréli Gateaud, codirectrice de l'association ZeroWaste Switzerland, partage ce constat: «A l'origine, il s'agissait de petites images en carton, puis de chocolats, ce qui avait encore un certain sens malgré leur qualité discutable. Aujourd'hui, les rayons débordent de calendriers de l'Avent portés par un marketing agressif. C'est une véritable aberration.»

Face à la surabondance et à la diversité des produits proposés en magasin, Fanny Eternod se questionne sur le sort des invendus: «Ces calendriers sont dans tous les cas destinés à être jetés une fois Noël passé, qu'ils aient trouvé preneur ou non. Ce sont des articles à usage unique, conçus pour une durée de vie intrinsèquement limitée à 24 jours.»

« Si toutefois il reste des stocks, nous réduisons les prix à temps où nous faisons don des produits restants »

Aldi

Contactées par *La Liberté*, les enseignes de grande distribution suisses répliquent. «Pour nous aussi, il est très important d'adopter une attitude responsable vis-à-vis de l'environnement. C'est pourquoi nous accordons une grande importance à une planification précise des quantités afin d'éviter autant que possible les surstocks. Si toutefois il reste des stocks, nous réduisons les prix à temps où nous faisons don des produits restants», indique Aldi. Même son de cloche du côté de Migros, Coop et Manor:

«longue expérience», «planification», «rabais» ou encore «campagnes internes» permettent d'écouler «pratiquement tous les calendriers»

130

Le nombre de modèles de calendriers différents proposés à la vente chez Manor

«Dans le secteur non alimentaire, il est en outre possible de rendre les calendriers de l'Avent en carton au fournisseur en vue d'une utilisation ultérieure», précise Caspar Frey, responsable médias de la Coop. Une affirmation qui ne convainc toutefois pas Aurélie Gateaud: «Ces calendriers ont un design spécifique et affichent le label de l'année, ils ne pourront donc pas être réintroduits sur le marché l'année suivante.»

Trop de carton

Que les 24 fenêtres offrent un moment de joie éphémère et quotidienne sous le sapin ou qu'elles stagnent sur les étagères des supermarchés, «ce qui est certain, c'est le fort impact écologique de cette nouvelle tendance», souligne Fanny Eternod. «Les grandes marques font souvent produire ces calendriers de l'Avent à l'étranger, ils contiennent des aliments ou des produits suremballés, on y retrouve une grande quantité de carton et de plastique. S'ils sont composés de différents matériaux, ils ne pourront pas être recyclés et finiront incinérés», explique la porte-parole.

Aurélie Gateaud ajoute: «Le carton est certes recyclable, mais nous avons atteint la saturation. L'Europe produit trop de carton à recycler, surtout pendant les fêtes avec les cadeaux, les emballages, les calendriers. L'emballage en carton n'est donc pas un bon alibi.»

Greenpeace et ZeroWaste encouragent les consommateurs à «faire patienter les enfants avec des alternatives moins impactantes». Les modèles *do-it-yourself* (à confectionner soi-même) réutilisables à l'infini tels que les calendriers vides en papier, carton ou tissu, sont également disponibles en magasin et connaissent même une «forte demande», selon les enseignes interrogées.