

**PROJET
2012**

n° 22

RÉINVENTER L'ABONDANCE POUR UNE POLITIQUE DES CONSOMMATIONS

**GUILLAUME CANTILLON
DALIBOR FRIoux**

Rapporteurs



Projet 2012 – Contribution n°22

REINVENTER L'ABONDANCE

POUR UNE POLITIQUE DES CONSOMMATIONS

Guillaume CANTILLON, Dalibor FRIOUX,

Rapporteurs

Sommaire

Remerciements.....	7
Synthèse.....	8
Vademecum.....	12
Introduction.....	24

PARTIE I

LE SENS PERDU DE LA CONSOMMATION

1. LA CRISE DE CONFIANCE DU CONSOMMATEUR.....	27
2. L'IMPASSE SOCIALE ET ÉCOLOGIQUE DE LA CONSOMMATION.....	34
3. REPENSER LE « POUVOIR D'ACHAT ».....	42
4. REDÉFINIR LES BESOINS.....	46

PARTIE II

PROPOSITIONS POUR UNE POLITIQUE DES CONSOMMATIONS

1. DÉFINIR UNE NOUVELLE MORALE DE LA CONSOMMATION.....	51
1.1. <i>Promouvoir les objectifs collectivement souhaitables</i>	51
1.2. <i>Mettre la santé environnementale au cœur des pratiques de consommation</i>	58
1.3. <i>Pour une consommation centrée sur l'usage et non la propriété</i>	62
1.4. <i>Valoriser les ressources existantes et l'économie locale</i>	67
1.5. <i>Améliorer l'efficacité énergétique du logement et de la mobilité</i>	75
1.6. <i>Réformer le traitement des déchets</i>	83
1.7. <i>Agir sur le cadre de vie : l'accès à un comportement éco-responsable par le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC)</i>	93
2. RÉÉQUILIBRER L'ASYMÉTRIE DE POUVOIRS ENTRE PRODUCTEURS ET CONSOMMATEURS.....	96
2.1. <i>Pour une action de groupe à la française et ambitieuse</i>	96
2.2. <i>Renforcer la protection des consommateurs</i>	105
2.3. <i>Développer une politique d'information et réguler les labels</i>	111
3. RÉGULER ET CIBLER LES STIMULANTS CLASSIQUES DE LA CONSOMMATION.....	118

3.1. Réformer le crédit à la consommation et offrir un service bancaire universel.....	118
3.2. Mettre en place un service bancaire universel.....	124
3.3. Démocratiser, responsabiliser et verdir la publicité	126
4. DÉFINIR UNE POLITIQUE D’ACHAT RESPONSABLE PROPRE AU SECTEUR PUBLIC	135
Annexe 1 : La stratégie du Grenelle de l’environnement dans le domaine des déchets ménagers : rappel des principaux points et bilan	
	142
Annexe 2 : Historique du débat français sur l'action de groupe.....	149
Annexe 3 : Composition du groupe de travail.....	160
Présentation de Terra Nova.....	163
Terra Nova - Déjà parus	164

Remerciements

Outre les deux rapporteurs, le groupe de travail sur la consommation était composé de Julien BERTHIER, Emmanuel BORDE, Hélène BINET, Ari BRODACH, Pascale HEBEL, Nicolas IMBERT, Sania MATULIC, Charlotte MICHELLET, Sébastien RAVUT et Sébastien SORIANO (voir notices biographiques en annexe).

Nous remercions également les personnes auditionnées dans cadre de ce travail : Anne CHANON, Pierre-Jean DELAHOUSSE, Cyril DION, Laure FLESSELLES, Jean-Guy HENCKEL, Anne Cros LE LAGADEC, Elisabeth LAVILLE, Philippe MOATI, Charlotte NENNER, Giancarlo PANNI, Bernard STIEGLER.

Guillaume CANTILLON
Dalibor FRIOUX
Rapporteurs du groupe de travail

Synthèse

Au sortir de la guerre, l'entrée de la France dans la société de consommation a été une fête qui a duré plusieurs décennies. Ce fut d'abord une revanche sur les privations et l'économie de guerre. Ce fut, comme jamais, une maîtrise du temps, de l'espace et de l'énergie, avec la diffusion des véhicules individuels, du train à grande vitesse, de l'avion, d'une énergie bon marché avec un pétrole abondant (hormis la parenthèse du choc pétrolier), puis d'une électricité abordable grâce au nucléaire. Ce fut un ticket d'entrée dans le rêve consumériste, *l'American way of life*, avec ses héros, son cinéma, ses cigarettes, ses sodas, son électroménager, sa télévision, sa culture du confort matériel. L'époque a aussi permis un progrès social indubitable : éradication de la misère, hygiène domestique, progression de l'espérance de vie, émancipation des femmes, libération des mœurs. Ces Trente Glorieuses furent une fête ludique, l'invention d'un lien social et de nouvelles expressivités au moyen de médias, de vêtements, de gadgets adoptés par la jeunesse. Politiquement, il y eut consensus sur la recherche d'une croissance assurant les recettes de l'Etat-providence et une juste redistribution.

Aujourd'hui, le décor et la musique persistent, dans les rues, les centres commerciaux, les médias, les publicités. Le volume de la consommation augmente d'année en année, les désirs restent structurellement orientés vers les biens matériels et l'énergie qu'ils supposent ; les grandes villes sont toujours davantage mises en scène par et pour l'acte de consommation. Mais le cœur n'y est plus. Le niveau de consommation atteint dans les pays riches semble fonctionner comme un piège qui se serait refermé, comme si nous avions dépassé notre but. La consommation n'est plus aussi choisie, aussi libératrice : une part croissante est contrainte par des contrats, des engagements, des crédits, bordée de zones d'ombre. Pas une personne pour ne pas profiter de la société de la consommation, mais de moins en moins de voix pour la célébrer telle quelle. Tous les symboles sont touchés : viande, automobile, informatique, agriculture, chimie, avion, nucléaire, pétrole, vêtements, santé, etc. Pas une semaine ne passe sans qu'un média national ne diffuse une brève information ou un long documentaire accablant sur les conséquences de nos modes de vie.

On constate une crise de confiance du consommateur, qu'il soit rassasié, informé de l'impact de son mode de vie, ou échaudé par la surenchère des marques, le caractère décevant des produits, par l'incapacité de la consommation à faire société ou à procurer des biens essentiels à prix abordable. Des icônes mondiales de la distribution comme Wal-Mart,

Carrefour, sont en difficulté sur leurs terres¹. Partout se développe une consommation critique, politique, engagée, dont le volume est encore faible mais les arguments déjà retentissants. L'injustice du partage des ressources à l'échelle globale, le chômage, la précarité, les inégalités, la crise écologique expliquent cette désaffection.

Notre société produit toujours plus de désirs relatifs et répond de moins en moins aux besoins absolus. Les ressources utilisées pour la satisfaction des désirs font de plus en plus défaut pour la couverture des besoins de base. Au Kérala, Coca-Cola² pompe l'eau des nappes phréatiques, qui manque aux agriculteurs. Aux États-Unis, un quart de la récolte de céréales est destinée aux agrocarburants, tandis que les cours mondiaux de ces céréales souffrent d'une volatilité désastreuse. On voit par ailleurs s'y développer les conflits d'usage entre agriculteurs et compagnies d'exploitation des gaz de schistes³. Au Pérou, les mines de cuivre nécessaires à notre électronique de loisir empoisonnent l'eau des riverains.

Nous atteignons un degré sans précédent d'artificialisation de l'offre. Certains ont considéré que l'alimentation et l'énergie étaient des problèmes réglés ; or elles seront les défis du 21^{ème} siècle. Les consommateurs occidentaux, mais aussi de pays comme la Chine ou le Brésil, se retrouvent dans une situation inédite, pris en tenaille, soumis à une double pression, économique pour leurs besoins de base, sociale pour leurs désirs. Une part croissante de la consommation devient ennemie de l'emploi, du bonheur, du lien social, en un mot : ennemie de l'abondance, la vraie, qui suppose non pas seulement la richesse mais aussi la prospérité, non seulement la performance mais aussi le partage, non seulement le désir mais aussi la satisfaction.

Il n'est pourtant question que de stimuler « la » consommation, vouloir que la fête continue comme avant, sur un mode presque autoritaire : personne n'a oublié le conseil du président G.W. Bush quelque temps après les attentats du 11 septembre 2001 : « Allez faire votre shopping ». Il semblerait que la consommation, n'importe laquelle et de n'importe qui, soit devenue une partie de notre travail, de notre civisme.

Heureusement, la société se stimule depuis longtemps dans d'autres directions. Les expériences de consommations alternatives, d'autoproduction, de partage, de recyclage, de sobriété heureuse⁴ font florès. Elles montrent qu'on peut avoir confiance dans l'innovation sociale, passer d'une consommation politique à une *politique des consommations* qui soit autre chose qu'une stimulation macro-économique de la demande et qui prenne acte des nouvelles attentes. Cela a commencé en Suède, en Finlande, en Grande-Bretagne, en France

¹ *Les résultats de Carrefour minés par la crise*, Le Monde, 12 mars 2009. *Walmart espère redresser la barre aux États-Unis*, Le Figaro, 12 août 2010.

² Vandana Shiva, *Les femmes du Kerala contre Coca-Cola*, Le Monde diplomatique, mars 2005, <http://www.monde-diplomatique.fr/2005/03/SHIVA/11985>

³ <http://www.journaldelenvironnement.net/article/agriculture-contre-gaz-schiste-la-nouvelle-guerre-del-eau,30431>

⁴ Rabhi, Pierre, *Vers la sobriété heureuse*, Actes sud, 2010

à l'échelon local, avec notamment les initiatives des territoires en transition⁵ ou des « virages énergie »⁶. Il faut politiser la consommation, la pluraliser, la démonétariser en partie, découpler consommations, bonheur, prospérité, se rendre moins dépendants de la croissance pour assurer la redistribution. La justice sociale se traduit aussi dans les modes de production, d'usage, de partage.

Pour conserver le plaisir et le caractère ludique de la consommation, le plaisir des signes et de l'inventivité matérielle, il est urgent de les renouveler en profondeur. En un mot, il faut réinventer ce que nous entendons par abondance : la surabondance promue aujourd'hui nous mène droit à la rareté, à l'injustice, à la pénurie, aux crises à répétition. Il est impératif en ce sens de ne plus aligner la promesse politique sur la promesse commerciale, de remettre le « pouvoir d'achat » à sa place. C'est justement parce que le desserrement des contraintes et l'accès aux biens communs de base sont nécessaires à une grande partie de la population, qu'il faut dépasser une expression qui trahit trop cet individualisme de masse qui asphyxie nos sociétés : elle empêche de parler d'autres pouvoirs, collectivement bien plus durables et désirables ; économiquement, le seul « pouvoir d'achat » n'est pas à la hauteur des enjeux : où mènera cet hypothétique 1% de hausse annuelle de revenu quand les prix du fuel domestique, du blé, de la santé, du logement, des transports, quand les dividendes versés aux actionnaires battent chaque mois de nouveaux records ? Dans le siècle de raretés qui nous attend, une compensation monétaire marginale ne remplacera jamais une réorganisation de nos usages, de nos besoins, de nos productions. Parlons d'un pouvoir de bien-être, de bien vivre, d'un pouvoir qui soit un véritable choix.

Ainsi, pourquoi pas un pouvoir d'obtenir réparation en cas de préjudice sur un bien de consommation ? Après des décennies de tergiversations, nous proposons l'instauration effective d'une action de groupe (*class action*) à la française au champ d'application large, incluant les préjudices corporels et moraux, la santé et l'environnement, passant par les associations de consommateurs agréées ou par un regroupement libre de consommateurs lésés. Pourquoi pas un pouvoir de savoir, de disposer d'informations certifiées sur le lieu de vente ? Nous proposons la mise en place de labels de qualité et d'efficacité officiels dans toutes les catégories de produits, pour mettre un terme à la prolifération de labels privés. Pourquoi pas un pouvoir de conserver, d'acheter des biens durables ?

Nous proposons la mise en place progressive d'une garantie de cinq, sept, dix ans, qui protégerait contre l'obsolescence programmée, le mensonge des prix bas et de la non-qualité. Pourquoi pas un pouvoir d'échapper aux sollicitations commerciales agressives et souvent illégales ? Nous proposons une législation stricte en matière d'affichage publicitaire sur la voie publique et dans les réseaux de transports, dont la prolifération est une exception française, sans justification économique. Pourquoi pas un pouvoir d'emprunter de façon responsable, permettant d'échapper ainsi à la spirale du surendettement ? Pourquoi pas un

⁵ <http://www.transitionfrance.fr/>

⁶ <http://www.actu-environnement.com/ae/news/scenario-energetique-alternatif-citoyen-virage-energie-15413.php4>

pouvoir de louer et prêter les biens, les outils, les véhicules, les jouets dont le besoin n'est que temporaire et ponctuel ? Pourquoi pas un pouvoir de recycler, réutiliser des biens recyclés et faiblement taxés ? Pourquoi pas un pouvoir de ne payer qu'une somme symbolique pour des biens communs fondamentaux (eau, électricité, énergies), pour autant que l'usage en reste raisonnable ?

La consommation en général n'existe pas, elle ne peut plus être une donnée macro-économique aveugle. Elle est une construction socio-politique récente, une promesse à bout de souffle. En réalité, il existe des consommations qui nous relient les uns aux autres, d'autres qui nous aliènent, érodent le lien social et sapent les ressources naturelles. Qu'elles concernent les ménages, les entreprises, l'État ou les collectivités locales, il faut repolitiser nos consommations, les mettre au cœur du débat public.

Vademecum

Proposition 1 : Ouvrir à tous les jeunes entre 18 et 25 ans la possibilité d'effectuer un service civique de six mois à un an, rémunéré, à vocation sociale, écologique ou humanitaire (éducation à la protection civile). Ce service civique permettrait de renforcer la citoyenneté et de diversifier l'imaginaire social. Il sera financé par l'Agence du service civique, dont les moyens devront être ajustés en conséquence, afin de parvenir à un objectif de 50% d'une classe d'âge d'ici 2015. A terme, rendre ce service civique obligatoire.

Proposition 2 : Confier à l'Ademe la mission de diffuser, à titre d'information, les moyennes de consommation française par profils (étudiant, célibataire, couple, famille, etc.) dans les grands domaines (énergie, eau, alimentation, équipement, loisirs) auprès des services publics (administrations, hôpitaux, écoles, etc.) et des entreprises. Pour les dépenses d'énergie et d'eau, ces standards porteront par exemple sur les montants des factures par profil ; en matière d'habitat seront diffusées la surface d'habitation moyenne et la consommation énergétique type dans les agences immobilières. Les moyennes de consommation pourront être déterminées sur des groupes cibles, à différents moments de la vie : premier enfant, rentrée scolaire, mariage ou pacs, maladie, retraite, décès, vacances⁷. Les évolutions souhaitables de ces moyennes à terme seront mises en regard, en mettant l'accent sur l'aide au diagnostic, aux économies d'énergies, au partage et aux bonnes pratiques. Les données seront publiées sous un format facilement exploitable (« open data »).

Proposition 3 : Diffuser auprès des consommateurs des indicateurs de coûts des externalités négatives ou des maladies induites par des modes de production et de consommation non soutenables (obésité, cancers, bruit, pollution, etc.). Favoriser la coopération et l'émulation entre villes, départements et régions à partir d'indicateurs alternatifs de développement humain qui pourraient être développés et diffusés par l'Association des Régions de France et/ou l'Association des Maires de France.

⁷Des expériences concluantes ont été menées notamment en Californie. Voir également le site gouvernemental anglais www.direct.gov.uk/en/environmentandgreenerliving/index.htm

Proposition 4 : Publier un guide annuel des bonnes pratiques de consommation à l'usage des particuliers et des entreprises (choix des produits, information sur les entreprises et les administrations, description des différents labels, etc.), réalisé par le ministère de l'écologie.

Proposition 5 : Favoriser l'accès de tous aux biens essentiels en instaurant une tarification socio-environnementale.

Proposition 6 : Mentionner, sur les factures d'eau et d'électricité, les pratiques permettant la réalisation d'économies (ex : utiliser un ventilateur plutôt qu'un climatiseur, éteindre les appareils électrique plutôt que les mettre en veille, se doucher plutôt que prendre un bain, etc.). Ces informations pourront être diffusées parallèlement à la mise en place des nouveaux compteurs intelligents qui garantiront un accès des ménages à leurs données de consommation en temps réel et permettront une activation des appareils en fonction des créneaux de production les plus favorables et des sources d'électricité disponibles.

Proposition 7 : Généraliser à toutes les Caisses Primaires d'Assurance-Maladie les « coaching santé » permettant de faire des bilans de prévention individuels, de changer ses habitudes alimentaires, de choisir un sport adapté et de comparer ses pratiques avec la moyenne régionale ou nationale.

Proposition 8 : Promouvoir l'éducation domestique (cuisine, entretien, budget familial) et les principes d'une alimentation saine au collège et au lycée.

Proposition 9 : Mettre à disposition auprès des entreprises et des administrations des chèques « consommation responsable » permettant d'acheter des produits issus de l'agriculture biologique, éco-labellisés ou labellisés par les associations de commerce équitable reconnues par la Commission nationale du commerce équitable (décret n°2007-986 du 15 mai 2007).

Proposition 10 : Actualiser le dispositif de veille sanitaire pour faciliter le retrait de la vente des produits identifiés comme dangereux, y compris les emballages et suremballages. Mettre en place une base collaborative de toxicologie à l'échelle européenne (sur le modèle de REACH). Les procédures de retrait des produits toxiques ou à emballages toxiques seront également applicables en vertu des principes de prévention et de précaution.

Proposition 11 : Reconduire le moratoire sur l'interdiction sur le sol français des deux organismes génétiquement modifiés (OGM) autorisés à la culture en Europe, le maïs Mon 810 et la pomme de terre Amflora.

Proposition 12 : Rendre obligatoire l'affichage des produits susceptibles de contenir des OGM, dès le seuil détectable de 0,1% d'OGM dans la composition du produit, sur les produits bruts et transformés, avec des pénalités pour les contrevenants. Créer un label « garanti sans OGM ».

Proposition 13 : Développer des campagnes de prévention sur les thèmes de la santé et de l'environnement.

Proposition 14 : Interdire l'ionisation des aliments, frais comme transformés, sur l'ensemble du territoire français. Mettre en place des contrôles sur le respect de cette interdiction à l'importation, en coordination avec la Commission européenne.

Proposition 15 : Favoriser l'instauration progressive d'une garantie longue de 5 ans, puis de 10 ans pour les biens de consommation durables afin de lutter contre l'obsolescence programmée des produits. L'écotaxe pourrait être ainsi modulée selon la durée de vie du produit. Le surcoût à l'achat de ces produits de qualité serait compensé par des éco-prêts consentis sous conditions de ressources.

Proposition 16 : Renseigner obligatoirement le consommateur sur le coût d'usage et la réparabilité des produits (coût, liste des réparateurs, etc.) dans le lieu de vente et en ligne (« open data »).

Proposition 17 : Promouvoir des filières industrielles de réparation (cordonnerie, électronique, électroménager, vêtements, informatique, horlogerie, ameublement, etc.), en relation avec les fabricants, afin de mutualiser et faire baisser les coûts de réparation et faciliter la formation de réparateurs.

Proposition 18 : Promouvoir des réseaux de ressourceries et de location d'outils pour la vie quotidienne.

Proposition 19 : Instaurer une TVA à 5,5% pour les produits revendus après avoir été réparés ou recyclés, portant sur la valeur ajoutée de réparation ou de recyclage.

Proposition 20 : Encourager les ateliers collectifs de réparation, sur le modèle des ateliers vélos (réparation et recyclage des vélos usagés).

Proposition 21 : Favoriser les systèmes de location publics comme le Vélib à Paris, dont le modèle pourrait être étendu à la voiture, la puériculture, les jouets, les outils, ou d'autres biens matériels dont l'usage est par essence intermittent.

Proposition 22 : Définir, à l'échelle des villes, un pourcentage d'espace urbain dédié à l'alternodalité et aux pratiques d'autoproduction (espaces partagé, jardins de quartier, espaces de sport ouverts, pistes cyclables, voitures partagées, etc.).

Proposition 23 : Prévoir des espaces partagés dans chaque nouvel habitat collectif: laverie, local à vélo, jardin, salle de jeux pour les enfants, compost, atelier de bricolage.

Proposition 24 : Eviter des formes de vente forcée en offrant des quantités à vendre correspondant aux besoins nutritionnels quotidiens (apports journaliers recommandés).

Proposition 25 : Permettre la vente à perte de produits alimentaires 72h avant leur date limite de consommation. Sur une sélection de produits, supprimer la date limite d'utilisation optimale (DLUO) pour ne laisser que la date limite de consommation (DLC).

Proposition 26 : Promouvoir les circuits courts avec le développement des marques régionales autour de trois directions : produit issu de l'agriculture de proximité ; produit transformé à proximité par une petite ou moyenne entreprise de transformation agro-alimentaire ; produit artisanal, c'est-à-dire fabriqué par un artisan des métiers de l'alimentation, inscrit au répertoire des métiers et fabriquant lui-même ses produits.

Proposition 27 : Instaurer un droit légal à l'expérimentation autorisant tout producteur à vendre directement jusqu'à 40% de sa production directement au consommateur.

Proposition 28 : Développer un produit d'épargne spécifique pour les particuliers souhaitant investir dans une alimentation de proximité de qualité.

Proposition 29 : Encourager le développement de filières durables courtes valorisant les produits biologiques, locaux et de saison.

Proposition 30 : Encourager l'implantation de petites et moyennes surfaces en centre-ville, et décourager l'implantation de grandes surfaces en périphérie, afin de préserver les terres agricoles et de densifier la ville.

Proposition 31 : Favoriser la collecte et la livraison mutualisées en ville.

Proposition 32 : Mettre en place des plans de mobilité ambitieux dans toutes les municipalités pour favoriser les déplacements actifs à pieds et/ou vélos ainsi que l'activité physique. Ces plans peuvent être basés sur des schémas directeurs des itinéraires piétons en ville, n'omettant pas la continuité, la sécurité et l'éclairage des parcours, ainsi que les aires de repos et autres aménagements.

Proposition 33 : Ajouter deux classes, H et I, aux diagnostics de performance énergétique.

Proposition 34 : Créer un compte épargne énergie pour financer les travaux d'isolation ou de production autonome d'énergies renouvelables (voir proposition du rapport logement Terra Nova).

Proposition 35 : Donner un cadre juridique au concept de précarité énergétique et de consommateur vulnérable.

Proposition 36 : Changer le modèle économique des producteurs d'électricité en mettant en place une tarification de l'électricité calculée non pas en fonction des quantités vendues mais en fonction des économies d'énergie réalisées et du service énergétique rendu.

Proposition 37 : Baisser la vitesse automobile maximale à 110 km/h sur l'autoroute et à 40 km/h en zone urbaine. Développer les zones de partage en ville à 30 km/h.

Proposition 38 : Taxer progressivement le diesel et tous les carburants agricoles, industriels et aéronautiques – pour les liaisons intérieures - au niveau du super automobile.

Proposition 39 : Interdire les subventions publiques à l'implantation et à l'exploitation des compagnies aériennes *low cost*.

Proposition 40 : Etablir une hiérarchie des responsabilités en matière de production de déchets et de cycle de vie des matières, de la production à l'élimination, et l'inscrire dans le Code de l'environnement.

Proposition 41 : Réformer les dispositifs de responsabilité élargie du producteur (REP) pour garantir la mise en œuvre effective du principe pollueur-payeur.

Proposition 42 : Transformer la contribution versée par les producteurs au titre de leur participation à la collecte et à l'élimination des déchets induits par leur production (dispositif dit de « Responsabilité Elargie du Producteur », ou REP), en une taxe ou en une redevance modulable et proportionnelle à l'impact sur l'environnement des produits mis sur le marché.

Proposition 43 : Soutenir la recherche et développement dans l'éco-conception et l'éco-production, à la fois dans le secteur de la formation et l'entreprise, en vue de développer la prise en compte de l'impact environnemental global des produits dès leur conception, lors des phases de mise à l'étude.

Proposition 44 : Réformer l'Ademe pour permettre un pilotage stratégique de la politique de gestion des déchets assurant la pertinence et la diversité des solutions locales.

Proposition 45 : Garantir la bonne information du consommateur quant à la recyclabilité et la biodégradabilité des produits et services mis sur le marché.

Proposition 46 : Clarifier la répartition des compétences entre le traitement des déchets et la valorisation énergétique.

Proposition 47 : Innover pour améliorer la valorisation des déchets fermentescibles.

Proposition 48 : Proposer aux commerçants de devenir partenaires de la collecte et du recyclage.

Proposition 49 : Faciliter le tri par les habitants, le réemploi et le recyclage en généralisant les guides de tri par matériaux (verre, papier, plastique, métaux...). Imposer la consignation sur les emballages, à tarif réduit si l'emballage est recyclable ou biodégradable, à tarif élevé sinon (afin de donner un signal-prix clair aux producteurs), avec des prix de consigne fixés par l'État. Mettre en place des points-consigne de proximité.

Proposition 50 : Intégrer à des Plans Locaux de Cyberurbanisme des projets de plateformes collectives proposant des espaces coopératifs pour le télé-travail, les loisirs, le commerce et la culture numérique, ainsi que les logiciels bureautiques de base en service gratuit. Donner mandat à la Délégation aux usages de l'Internet (DUI) d'apporter le soutien technologique nécessaire.

Proposition 51 : Inclure dans les contrats administratifs (ex. délégation de service public, occupation du domaine public, marchés publics, etc.) ayant trait aux services en réseau des objectifs de développement d'applications Internet permettant la mise à disposition d'informations en temps réel pour les usagers. Développer ce type d'application pour les services en régie (bibliothèques, gymnases, espaces de travail partagés, etc.) avec l'appui de la Délégation aux usages de l'Internet.

Proposition 52 : Introduire dans le droit la possibilité d'une procédure d'action collective disposant d'un champ d'application large comprenant au moins les domaines de la consommation, de la concurrence, de la santé et de l'environnement. Ne pas réserver la qualité à agir aux seules associations de défense de consommateurs agréées.

Proposition 53 : Transformer la DGCCRF en une véritable « Agence pour les consommateurs », chargée d'encadrer les pratiques commerciales.

Proposition 54 : Introduire dans le Code de la consommation l'obligation de soumettre toute activité de labellisation et de certification écologique ou sociale des produits au contrôle du Comité français d'accréditation (COFRAC).

Proposition 55 : Confier au bureau des régulations économiques du Commissariat au développement durable ou à l'ADEME la mission de créer un guide des labels écologiques et sociaux reconnus par les pouvoirs publics, les organismes de normalisation, le COFRAC et les associations de consommateurs.

Proposition 56 : Faire des règles qui prévalent à l'élaboration des « écolabels officiels » (ex : NF environnement ; écolabel de l'Union européenne...) une obligation pour l'ensemble des « labels écologiques ». Toute organisation, publique ou privée, désireuse de se doter d'un signe de reconnaissance de la qualité écologique de ses produits ou services

devra ainsi respecter les six exigences suivantes : définition d'exigences précises et opposables; prise en compte de l'ensemble du cycle de vie pour les produits ; garantie d'une concertation et d'une élaboration collective ; libre accès ; transparence; révision régulière des exigences ; certification par une tierce partie.

Proposition 57 : Ajuster les frais de certification de certains labels publics qui peuvent être trop élevés pour les petites entreprises (PME ou TPE) en faisant acquitter la redevance des écolabels par les entreprises qui choisissent de ne pas être certifiées, et non plus par celles qui s'engagent dans cette démarche, et en augmentant la place des produits labellisés ou équivalents dans la commande publique.

Proposition 58 : Développer l'éco-étiquetage normalisé sur l'ensemble des produits de consommation (au-delà des expérimentations prévues sur 1000 produits) : certaines informations sur le produit seront disponibles sur des étiquettes, d'autres informations seront consultables en ligne en « open data ».

Proposition 59 : Créer un crédit social à la consommation, accessible à des personnes sous conditions de ressource, en mettant en place un dispositif de soutien public permettant de couvrir les surcoûts liés au taux de défaillance et aux coûts de gestion (garantie de l'Etat sur la ressource allouée à ces crédits, fonds de garantie sur le portefeuille lui-même et/ou participation aux frais de suivi des dossiers).

Proposition 60 : Créer un crédit progressif à la consommation.

Proposition 61 : Harmoniser les taux d'usure entre les crédits renouvelables (20,2% au troisième trimestre 2009) et les crédits amortissables classiques (9,2%) pour les montants supérieurs à 1524 €, afin de ne pas inciter les banques à proposer à leurs clients des crédits renouvelables.

Proposition 62 : Réglementer la durée du crédit revolving afin d'éviter les « trappes à endettement ».

Proposition 63 : Supprimer le crédit revolving à terme.

Proposition 64 : Mettre en place un fichier positif recensant tous les encours de crédit des personnes physiques possédant un compte bancaire. Ce fichier, techniquement facile à mettre en œuvre à partir des structures techniques déjà en place pour les fichiers FIBEN et FICOBA, permettrait aux prêteurs, tenus de le consulter et de prouver qu'ils l'ont fait, de mieux apprécier le revenu disponible de leur client pour rembourser un nouvel emprunt.

Proposition 65 : Mettre en place un service bancaire universel, c'est-à-dire un ensemble de prestations accessibles à tous les consommateurs au sein du réseau commercial de tout ou partie des banques. L'ouverture d'un compte bancaire constituerait la première composante

de ce service universel et des moyens de paiement de base une deuxième composante. Le crédit à la consommation pourrait constituer une troisième composante de ce service bancaire universel.

Proposition 66 : Instaurer dans le règlement général de la publicité extérieure, l'obligation d'une neutralité carbone, rendue systématique dans le cadre de tout contrat d'occupation du domaine public ou de marché public liant prestation de service et occupation du domaine public (ex : Vélib'). Les dispositifs publicitaires autorisés devront produire localement l'énergie nécessaire à leur fonctionnement (sans raccordement énergétique à l'extérieur), et les externalités liées à leur mise en place et à leur démantèlement devront être intégralement compensées.

Proposition 67 : Planifier à terme un partage équitable de l'espace public entre sollicitation commerciale, affichage associatif et expression artistique, dans tous les réseaux de transports en commun et sur la voie publique, en concertation avec les annonceurs, les usagers, les riverains et les autorités de transport. Prévoir dans le métro parisien la décoration culturelle d'une station sur deux, selon leur nom et/ou emplacement, sur le modèle des stations Louvre-Rivoli, Assemblée Nationale, Arts et Métiers, Cluny-Sorbonne ou Saint-Denis Basilique.

Proposition 68 : Limiter le nombre et la densité des panneaux publicitaires apposés, ainsi que leur taille (8 mètres carrés maximum, y compris sur l'emprise des aéroports).

Proposition 69 : Limiter en toutes zones, les panneaux sur pied scellés au sol et pré-enseignes à 2 mètres carrés, y compris les panneaux sur les kiosques et les panneaux intégrés au mobilier urbain. Prévoir un intervalle entre chaque panneau de 300 mètres minimum (hors mobilier urbain).

Proposition 70 : Baisser les coûts publicitaires, grâce à la diminution des surfaces dédiées à la publicité, pour permettre la promotion des commerces et des PME locales, principaux pourvoyeurs d'emplois non délocalisables.

Proposition 71 : Interdire les écrans plasma à usage publicitaire dans les réseaux de transports.

Proposition 72 : Interdire le pelliculage des véhicules de transport en commun : bus, tramway, trains, etc. Interdire les véhicules publicitaires terrestres, fluviaux, aériens et maritimes.

Proposition 73 : Interdire les bâches publicitaires permanentes sur murs aveugles de plus de 16 m².

Proposition 74 : Diffuser aux municipalités un guide des bonnes pratiques des Règlements locaux de publicité : interdiction de l’affichage aux abords des carrefours ou des ronds-points (à l’instar de Mérignac, Lorient, Perpignan, Metz) ; interdiction du pelliculage des véhicules de transport en commun (comme à Poitiers, Rouen), interdiction de publicités lumineuses (comme à Poitiers, Toulouse, Bordeaux, Bourges, Neuilly-sur-Seine, etc.)

Proposition 75 : Eteindre obligatoirement les publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses entre 0h et 7h du matin, y compris les enseignes intégrées au mobilier urbain.

Proposition 76 : Créer une police départementale de l’affichage susceptible d’intervenir sur la requête des riverains. Cette mesure est préconisée au vu de l’inertie de certains maires et préfets (pourtant chargés de la police de l’affichage en cas de carence du maire), et des nombreuses condamnations de l’Etat sur plainte des associations.

Proposition 77 : Interdire les écrans télévisés comme supports publicitaires sur la voie publique, notamment dans les réseaux de transports publics.

Proposition 78 : Assurer la diffusion massive des autocollants officiels STOP PUB interdisant la distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres. Contrôler à la source la distribution non adressée. Sanctionner les entreprises ne respectant pas la liste « Robinson ».

Proposition 79 : Refondre la régulation de la publicité en remplaçant l’actuel Autorité de régulation professionnelle de la publicité par un Conseil supérieur de la publicité sur le modèle de l’ASA britannique (*Advertising Standards Authority*), impliquant pouvoir de censure en amont et amendes dissuasives.

Proposition 80 : Interdire l’affichage publicitaire dans un rayon de cent mètres autour des écoles, collèges, lycées.

Proposition 81 : Interdire la publicité télévisée adressée aux mineurs de moins de douze ans.

Proposition 82 : Interdire la publicité pour des produits alimentaires déséquilibrés aux heures de grande écoute.

Proposition 83 : Créer une « Agence de la commande publique », commune à tous les pouvoirs adjudicateurs et à toutes les entités adjudicatrices (Etat, collectivités, hôpitaux, établissements publics, entreprises publiques qui exercent des activités de réseaux...).

Proposition 84 : Favoriser une réorganisation de la commande publique au niveau local pour mieux y intégrer les critères de proximité et de saisonnalité, et valoriser l’importance du développement territorial pour le donneur d’ordre.

Proposition 85 : Instaurer un menu à faible empreinte carbone par semaine dans les cantines scolaires et administratives.

LES 10 PROPOSITIONS SOCLE

- Favoriser l'accès de tous aux biens essentiels en instaurant une tarification socio-environnementale (*Proposition 5*).
- Généraliser à toutes les Caisses Primaires d'Assurance-Maladie les « coaching santé » permettant de faire des bilans de prévention individuels, de changer ses habitudes alimentaires, de choisir un sport adapté et de comparer ses pratiques avec la moyenne régionale ou nationale (*Proposition 7*).
- Favoriser l'instauration progressive d'une garantie longue de 5 ans, puis de 10 ans pour les biens de consommation durables afin de lutter contre l'obsolescence programmée des produits. L'écotaxe pourrait être ainsi modulée selon la durée de vie du produit. Le surcoût à l'achat de ces produits de qualité serait compensé par des éco-prêts consentis sous conditions de ressources (*Proposition 15*).
- Instaurer une TVA à 5,5% pour les produits revendus après avoir été réparés ou recyclés, portant sur la valeur ajoutée de réparation ou de recyclage (*Proposition 19*).
- Promouvoir les circuits courts avec le développement des marques régionales autour de trois directions : produit issu de l'agriculture de proximité ; produit transformé à proximité par une petite ou moyenne entreprise de transformation agro-alimentaire ; produit artisanal, c'est-à-dire fabriqué par un artisan des métiers de l'alimentation, inscrit au répertoire des métiers et fabriquant lui-même ses produits (*Proposition 26*).
- Transformer la contribution versée par les producteurs au titre de leur participation à la collecte et à l'élimination des déchets induits par leur production (dispositif dit de « Responsabilité Elargie du Producteur », ou REP), en une taxe ou en une redevance modulable et proportionnelle à l'impact sur l'environnement des produits mis sur le marché (*Proposition 42*).

- Introduire dans le droit la possibilité d'une procédure d'action collective disposant d'un champ d'application large comprenant au moins les domaines de la consommation, de la concurrence, de la santé et de l'environnement. Ne pas réserver la qualité à agir aux seules associations de défense de consommateurs agréées (*Proposition 52*).

- Mettre en place un service bancaire universel, c'est-à-dire un ensemble de prestations accessibles à tous les consommateurs au sein du réseau commercial de tout ou partie des banques. L'ouverture d'un compte bancaire constituerait la première composante de ce service universel et des moyens de paiement de base une deuxième composante. Le crédit à la consommation pourrait constituer une troisième composante de ce service bancaire universel (*Proposition 65*).

- Refondre la régulation de la publicité en remplaçant l'actuel Autorité de régulation professionnelle de la publicité par un Conseil supérieur de la publicité sur le modèle de l'ASA britannique (*Advertising Standards Authority*), impliquant pouvoir de censure en amont et amendes dissuasives (*Proposition 79*).

- Créer une « Agence de la commande publique », commune à tous les pouvoirs adjudicateurs et à toutes les entités adjudicatrices (Etat, collectivités, hôpitaux, établissements publics, entreprises publiques qui exercent des activités de réseaux...) (*Proposition 83*).

Introduction

Au sortir de la guerre, l'entrée de la France dans la société de consommation a été une fête qui a duré plusieurs décennies. Ce fut d'abord une revanche sur les privations et l'économie de guerre. Ce fut, comme jamais, une maîtrise du temps, de l'espace et de l'énergie, avec la diffusion des véhicules individuels, du train à grande vitesse, de l'avion, d'une énergie bon marché avec un pétrole abondant (hormis la parenthèse du choc pétrolier), puis d'une électricité abordable grâce au nucléaire. Ce fut un ticket d'entrée dans le rêve consumériste, *l'American way of life*, avec ses héros, son cinéma, ses cigarettes, ses sodas, son électroménager, sa télévision, sa culture du confort matériel⁸.

Aujourd'hui, le décor et la musique persistent, dans les rues, les centres commerciaux, les médias, les publicités. Le volume de la consommation augmente d'année en année, les désirs restent structurellement orientés vers les biens matériels et l'énergie qu'ils supposent ; les grandes villes sont toujours davantage mises en scène par et pour l'acte de consommation. Mais le cœur n'y est plus. Le niveau de consommation atteint dans les pays riches semble fonctionner comme un piège qui se serait refermé, comme si nous avions dépassé notre but. La consommation n'est plus aussi choisie, aussi libératrice : une part croissante est contrainte par des contrats, des engagements, des crédits, bordée de zones d'ombre.

Notre société produit toujours plus de désirs relatifs et répond de moins en moins aux besoins absolus.

Pour conserver le plaisir et le caractère ludique de la consommation, le plaisir des signes et de l'inventivité matérielle, il est urgent de les renouveler en profondeur. En un mot, il faut réinventer ce que nous entendons par abondance : la surabondance promue aujourd'hui nous mène droit à la rareté, à l'injustice, à la pénurie, aux crises à répétition. Il est impératif en ce

⁸ L'omniprésence des objets et ses conséquences a néanmoins été dénoncée avec humour dès 1958 par Jacques Tati dans son film « Mon Oncle » et, de façon plus radicale, par Jean-Luc Godard dans « Deux ou trois choses que je sais d'elle » en 1967. Ce dernier constatant que « *les objets existent, et si on leur accorde un soin plus attentif qu'aux personnes c'est qu'ils existent justement plus que les personnes* ». Il décrit de nouveaux modes de consommer accompagnant une nouvelle façon d'habiter, également déshumanisante, fondée sur l'uniformisation des produits comme des comportements, v. Aurélie Cardin, « Les 4000 logements de La Courneuve : réalités et imaginaires cinématographiques », Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique [En ligne], 98 | 2006, mis en ligne le 01 janvier 2009, <http://chrhc.revues.org/864>

sens de ne plus aligner la promesse politique sur la promesse commerciale, de remettre le « pouvoir d'achat » à sa place.

Économiquement, le seul « pouvoir d'achat » n'est pas à la hauteur des enjeux : où mènera cet hypothétique 1% de hausse annuelle de revenu quand les prix du fuel domestique, du blé, de la santé, du logement, des transports, quand les dividendes versés aux actionnaires battent chaque mois de nouveaux records ? Dans le siècle de raretés qui nous attend, une compensation monétaire marginale ne remplacera jamais une réorganisation de nos usages, de nos besoins, de nos productions. Parlons d'un pouvoir de bien-être, de bien vivre, d'un pouvoir qui soit un véritable choix.

PARTIE I

Le sens perdu de la consommation

Chaque année depuis cinquante ans, les Français consomment davantage : le volume annuel de consommation par personne est aujourd'hui trois fois plus élevé qu'en 1960. Cette progression continue s'est accompagnée d'un profond bouleversement de la structure des dépenses: tassement historique de la part de l'alimentation, des équipements du foyer et de l'habillement, envolée des services comme le logement, les transports, la santé, la communication, l'éducation et les loisirs, la part de l'énergie demeurant stable⁹. Conjointement aux effets de prix (les gains de productivité sont plus importants sur les biens matériels que sur les services), la consommation de biens matériels, une fois atteinte une certaine saturation, a été relayée – et amplifiée - par celle des services.

Chemin faisant, la consommation de masse a largement dépassé son simple rôle économique pour devenir un « fait social total »: « *Les biens matériels offrent un langage vital à travers lequel nous communiquons les uns avec les autres à propos de ce qui compte vraiment : famille, identité, amitié, communauté, sens de la vie. Le langage des biens rend les dimensions matérielles et immatérielles de la prospérité inextricablement interdépendantes* », écrit ainsi Tim Jackson.¹⁰ Nous exprimons toujours plus notre existence, nos liens et nos aspirations au moyen d'objets, de produits et de biens marchands, quelle que soit leur utilité réelle.

Macroéconomiquement enfin, la consommation des ménages, à elle seule, représente environ 55% du PIB : le « moral des ménages », l'appétence à consommer sont donc un facteur majeur de croissance économique et un véritable enjeu politique.

⁹Insee, *Dossier - La consommation des ménages depuis cinquante ans*, 2010.

¹⁰T. Jackson, *Prospérité sans croissance*, De Boeck, 2010.

1.

La crise de confiance du consommateur

Alors même que les quantités vendues ne cessent de progresser, on assiste à une crise profonde du modèle de croissance fondé sur une augmentation continue de la consommation des ménages, dans le sillage des Trente Glorieuses. Un des aspects les plus frappants de cette crise est l'émergence d'une consommation engagée, responsable ou « politique », tendance durable de la demande, déjà largement reflétée et/ou encouragée par l'offre : déjà en 2006, 44% des Français déclaraient tenir compte, lors de leurs achats, des engagements pris par les entreprises en matière de citoyenneté, avec deux grandes causes privilégiées: le non-recours au travail des enfants et la fabrication du produit en France¹¹. Viennent ensuite l'absence de pollution et le respect des conditions de travail, entre autres motifs d'achats « éthiques » pour lesquels le consommateur est prêt à payer ses produits jusqu'à 5% plus cher. Cette recherche de sens s'est accrue avec la crise débutée en 2008, qui a contribué à remettre en cause l'hyperconsommation et le superflu. Les attentes en hausse sont celles d'une consommation de produits de proximité. Cette consommation permet de privilégier l'emploi local et de limiter la pollution¹². La deuxième attente qui progresse est celle de l'usage plutôt que la possession. Le consommateur a pris conscience que louer un objet permettait de réaliser des économies, de préserver l'environnement sans nuire au service attendu et de créer du lien. La deuxième attente qui progresse est celle de l'usage plutôt que la possession. Le consommateur a pris conscience que louer un objet permettait de réaliser des économies et de préserver l'environnement sans nuire au service attendu. Dans 90% des cas, nous avons acheté neufs les vêtements que nous portons ; dans 80% des cas, le téléphone portable que nous utilisons. Les modes d'acquisition de la voiture que nous conduisons paraissent plus diversifiés : elle n'a été achetée neuve que dans 38% des cas et a, a contrario, fréquemment été acquise d'occasion (49%) ou, dans une moindre mesure, à la suite d'un don, d'une location, d'un emprunt (13%)¹³. La moitié des vélos, plus d'un tiers des livres et DVD ne sont pas achetés neufs. Plusieurs éléments expliquent le développement des pratiques de seconde vie avec, en tête, le motif économique et, par là, les effets de la crise, mais également la position dans le cycle de vie et la diffusion de la norme

¹¹« La consommation engagée s'affirme comme une tendance durable », Consommation et modes de vie, CREDOC, n°201, mars 2007.

¹²« Le consommateur va-t-il changer durablement de comportement avec la crise ? » P. Hébel - N. Siounandan - F. Lehuédé. CREDOC, Cahier de Recherche n° C268 - Décembre 2009

¹³ Les « secondes vies » des objets : un phénomène durable. Van de Walle I., Hébel P., Siounandan N. Consommation et modes de vie, CREDOC, n°257, Juillet 2012.

écologique au sein de la société française. Selon un sondage *Opinionway* réalisé en mars 2009, 94% des Français estiment qu'il est important d'avoir une consommation durable.

Cette recherche de valeurs au travers de la consommation s'explique notamment par une recherche de modes d'expressions nouveaux de la part des nouvelles générations, beaucoup moins impliquées dans les processus collectifs (syndicats, partis politiques, associations) que les générations précédentes. Certes, la consommation engagée ne représente qu'une infime partie des volumes de ventes ; elle n'en représente pas moins un nouvel horizon d'attente, une nouvelle aune à laquelle la consommation est de plus en plus souvent jugée : consommation de produits issus du commerce équitable, de l'agriculture biologique, consommation de produits locaux ou de saison, contractualisation directe ou approvisionnement direct auprès de producteurs (Amap¹⁴). La spécificité de cette consommation est souvent d'articuler des préoccupations individuelles (recherche de qualité, volonté de s'engager individuellement) avec des préoccupations collectives (dégradation de l'environnement, problèmes de justice sociale ou d'équité économique).

Par ailleurs, cette consommation peut aussi s'accompagner d'engagements des individus dans des démarches associatives qui leur permettent de mieux comprendre les enjeux globaux et collectifs autour des choix d'alimentation. Si ces démarches ne concernent qu'un faible pourcentage des volumes échangés (de l'ordre de 0,1 à 0,5% estime-t-on¹⁵), elles bénéficient en revanche d'un fort écho médiatique et sont souvent mises en exergue pour leur caractère exemplaire ou précurseur. Leur dynamique est forte : de 2007 à 2010, les ventes de produits alimentaires biologiques sont ainsi passées de 1,9 à 3,3 milliards d'euros¹⁶ ; la présence des produits biologiques en restauration collective a doublé en 2009 (92 millions d'euros de chiffre d'affaires). De 2006 à 2009, les ventes de produits cosmétiques biologiques sont passées de 150 à 270 millions d'euros (*Organic Monitor Report*). De 2008 à 2009, les ventes de produits équitables labellisés ont augmenté de 15%, à 287 millions d'euros. En 2009, l'augmentation a encore été de 10% en France¹⁷.

Ces nouvelles exigences expriment une demande de sens qui ne se satisfait plus seulement du « consommer autrement », mais qui, spectaculairement, évolue aussi vers une forme de « consommer moins » : en 2008, les Français sont 75% à identifier « consommer responsable » et « consommer moins », alors qu'ils n'étaient que 56% en 2006¹⁸. Mieux et

¹⁴En 2010, environ 50 000 foyers (environ 200 000 personnes) adhéraient à une des 1200 Amap (Association pour le maintien de l'agriculture paysanne). Voir *Repères*, Commissariat au développement durable, Consommation des ménages et environnement, p. 37.

¹⁵Voir les données sur le site de la Plate-Forme du Commerce Équitable, voir aussi Lamine, 2008, *Les Amaps. Un nouveau pacte entre consommateurs et producteurs ?*, Avignon, Yves Michel.

¹⁶Source Agence Bio, cité dans « Les chiffres de la consommation responsable 2010 », www.mescoursespourlaplanete.com. L'agriculture biologique représentait 2,5% de la surface agricole française en 2009, contre 8% en moyenne européenne (17% en Italie, 14% en Allemagne, 12% en Espagne).

¹⁷ Chiffres Plateforme pour le commerce équitable,

<http://www.commerceequitable.org/lecommerceequitable/quelques-chiffres.html>

¹⁸« Déclaratifs et comportements des Français en matière de développement durable et de consommation responsable », résultats et analyses de l'enquête menée en février 2008, enquête commanditée par Ethicity et

moins: les deux interrogations sont posées par les ménages. Paradoxalement, la communication publicitaire et le marketing n'ont pas manqué ce tournant: ils s'inspirent largement du contexte de crise et souhaitent paraître aider le consommateur à acheter utile, raisonnable et citoyen. Au supermarché, tout achat courant doit permettre de faire des économies ou de réduire son empreinte écologique. Le plus est valorisé en tant qu'il vise le moins. La plupart des entreprises se sont saisies de cette problématique pour se donner un supplément d'âme et de légitimité.

La *fonction de vente* elle-même est atteinte de plein fouet par la méfiance des consommateurs : en France, seulement 51% des consommateurs jugent les vendeurs utiles (40% chez les moins de 30 ans). 64% estiment que les vendeurs ne connaissent pas leur domaine (74% chez les moins de 30 ans). Les consommateurs préfèrent le plus souvent se renseigner par eux-mêmes via Internet¹⁹. Ils sont près des trois quarts à penser que les entreprises ne donnent pas assez d'information sur les conditions de fabrication de leurs produits²⁰. La confiance dans la marque est en baisse depuis le début des années 2000. La critique de la marque est de plus en plus associée à l'intrusion agressive de la publicité et à la mise en avant de valeurs symboliques trop détachées du produit.²¹

Si le système consumériste n'est pas fondamentalement remis en cause, il y a un véritable renouvellement des habitudes de consommation, à travers la recherche d'une consommation responsable. Le consommateur n'est plus passif. L'essor des nouvelles technologies lui donne les outils d'une vigilance accrue. Il l'aide également à devenir producteur de ce qu'il consomme pour devenir un « prosommateur »²². La consommation traditionnelle est remise en cause, un nouveau modèle se cherche.

Le *low cost*, une réponse aux impasses de la consommation ?

Depuis bientôt vingt ans, les offres *low cost* se sont spectaculairement développées en France. Le secteur le plus emblématique est le transport aérien, où certains vols ne sont plus facturés qu'une poignée d'euros. Mais le *low cost* concerne tout autant la distribution (hard discount à l'allemande), le mobilier, l'hôtellerie, l'automobile, l'habillement.

Aegis Media Expert et réalisée par TNS Media intelligence. Résultats confirmés par l'enquête 2011 de l'Observatoire Cetelem menée par TNS Sofres : seuls 30% des ménages français se disent prêts à consommer davantage en 2011 (*Le Monde*, 5 février 2011). Voir également l'étude Ethicity 2010 : à la question « Pour vous, consommer de manière responsable, c'est... », 35% des sondés répondent « Consommer mieux », 60% répondent « Consommer moins ».

¹⁹Enquête TNS Sofres pour l'édition 2011 de l'Observatoire Cetelem, op. cit.

²⁰Enquête Ethicity, *Les Français et la consommation responsable*, 2010.

²¹*La marque devient de plus en plus sociétale et de moins en moins fonctionnelle*. P Hébel, T. Pilorin et N. Siounandan. B. Consommation & Modes de Vie – CREDOC. N° 237 / 2011.

²²Concept développé par Alvin et Heidi Toffler, « *La richesse révolutionnaire* », Plon, 2007.

Cette nouvelle vague est foncièrement ambivalente: d'un côté, elle est une rupture avec la logique de « fête perpétuelle » de la consommation, elle invite le consommateur à rationaliser ses choix, à négliger le décorum pour se recentrer sur les prix et la prestation. En ce sens, le *low cost* pousse à la sobriété, à une vision plus froide de l'acte d'achat. Sans fioritures, il est aussi une façon de remettre à leur place les fausses innovations, les gadgets, le superflu, les montées en gamme et les suréquipements dont la plupart des consommateurs n'ont que faire. Des techniques ou des matériaux déjà entièrement amortis sont proposés sous un nouvel aspect (comme pour la Logan de Renault). Le statut social ou la part de rêve liés à la consommation sont délibérément éliminés. Les coûts associés au marketing sont très faibles et permettent de limiter les prix. Dans le cas de l'alimentation, le modèle économique repose sur un nombre limité de références et donc de relations simplifiées avec les fournisseurs limitant les coûts²³

D'un autre côté, le *low cost*, par sa recherche de compression des coûts, a maintes fois prouvé ses effets pervers en termes d'emplois, de qualité de service, de nuisance environnementale, de détérioration des conditions de travail: le *low cost* est un enfant de la mondialisation, il agrège les plus bas coûts de main-d'oeuvre, de fiscalité, de matières premières, tout en bénéficiant parfois de subventions publiques (comme dans le cas des collectivités locales subventionnant l'implantation de compagnies aériennes). Le business model du *low cost* pousse loin l'art d'externaliser les coûts et d'internaliser les bénéfices. Tout repose sur l'idée que la faiblesse des prix serait en elle-même une bonne affaire. Mais le *low cost* peut tout tirer vers le bas : une nourriture peu chère peut utiliser des matières premières de moins bonne qualité (par exemple des plats préparés avec moins de viande)²⁴, des pilotes mal formés ou trop sollicités compromettent la sécurité du vol, etc. Le *low-cost* est le plus souvent à l'opposé du *fair-cost* ou du commerce équitable.

Enfin, l'essor global de la consommation française montre que le *low cost* n'a fait que s'ajouter à l'éventail des possibilités d'achat: on paie moins cher ce qu'on juge moins important (alimentation, habillement, transport) pour pouvoir s'offrir des biens statutaires (communications, hôtel, technologies, etc.). Même quantitativement, la diminution spectaculaire des prix peut aussi bien permettre de faire des économies que de consommer plus, le consommateur étant attiré par les effets d'aubaine et de rareté. Economiser sur un produit qu'on n'avait pas l'intention d'acheter, c'est toujours dépenser. On peut ici parler d'un « effet rebond » psychologique: des économies sur un secteur permettent un surcroît de dépense sur un autre : il y a un marketing du prix bas, qui peut lui aussi pousser au superflu.

²³ Voir le livre de Bruno Fay et Stéphane Reynaud, *No low cost*, Editions du moment, 2009.

²⁴ L'étude OQALI de l'AFSSA, met en évidence qu'il n'y a pas de différence de qualité nutritionnelle entre les produits premiers prix et les autres.

Malaise dans la consommation

Plus profondément, de nombreuses enquêtes ont depuis longtemps montré que dans les pays riches, la satisfaction tirée de la consommation (estimée par le PIB par habitant) connaît des rendements décroissants : passé un certain cap, il n'y a plus de corrélation entre la hausse des revenus et l'indice de bien-être, social ou individuel²⁵. Alors que dans les pays pauvres, l'augmentation de la consommation est une question vitale, dans nos pays, la culture du consumérisme est devenue une nécessité toujours plus macroéconomique et financière et de moins en moins sociale. Comme l'écrit le « Comité 21 » : « *Les crises nous révèlent que l'économie est plus dépendante du consommateur que l'individu ne l'est de la consommation* »²⁶. Les plus modestes ont avant tout besoin de biens publics pour lesquels les annonceurs ne se bousculent pas : logement, santé, éducation, transports publics et environnement de qualité, garde d'enfants, etc²⁷. Mais les sept secteurs investissant le plus en publicité sont respectivement la grande distribution, l'automobile, l'alimentation, les loisirs, la banque-assurance, les télécommunications et le secteur hygiène-beauté (près de 15 milliards d'euros dépensés en 2009)²⁸. Or « *un système qui n'est pas fait pour répondre à des besoins mais pour produire des désirs à des fins lucratives est particulièrement nocif pour les pauvres* »²⁹. Ce qui est promu n'est plus tant la consommation que l'hyperconsommation ou la consommation ostentatoire, forme d'injonction anonyme.

De par cette prise de conscience générale, on ne peut d'ores et déjà plus dire, comme l'enseigne la théorie économique classique, que l'acte de consommation n'est que le reflet de la souveraineté du consommateur, de la confrontation pure entre une offre et une demande. Chacun sent que dans nos sociétés, c'est le volume de la consommation qui est privilégié, mis au centre du jeu socio-économique, bien plus que ses finalités, son contenu ou l'intérêt du consommateur et du citoyen. Les conséquences sociales, économiques et écologiques de ce choix sont chaque jour mieux connues du grand public et instaurent une réflexivité sans précédent dans l'histoire des pays industrialisés.

²⁵ Différentes enquêtes sont disponibles, dont les méthodologies divergent mais dont les résultats concordent : Worldwatch Institute, *Etat du monde* 2008, fig. 4.1 ; Easterlin, Richard A., « Feeding the Illusion of Growth and Happiness: A Reply to Hagerty and Veenhoven », dans *Social Indicators Research*, vol. 74, n° 3, 2005, p. 429 – 443 ; *Happy Planet Index*, New Economic Foundation, 2006 ; Miringoff M., Miringoff M.-L., *The Social Health of the Nation. How America is really doing ?* Oxford University Press, Oxford, 1999 ; OCDE, « Objectif croissance un an après », conférence de presse, 7 février 2006.

²⁶ Comité 21, rapport *Temps de crise*, 2009, <http://www.comite21.org/docs/actualites-comite-21/2009/rapport-de-prospective-2009-26062009.pdf>

²⁷ Jean-Luc Godard dans « Deux ou trois choses que je sais d'elle », 1967, présente les habitants des grands ensembles comme souscrivant au sacrifice des équipements collectifs au nom de la possible acquisition de nouveaux biens de consommation. v. Aurélie Cardin, « Les 4000 logements de La Courneuve : réalités et imaginaires cinématographiques », Cahiers d'histoire. Revue d'histoire critique [En ligne], 98 | 2006, mis en ligne le 01 janvier 2009, <http://chrhc.revues.org/864>

²⁸ Union des annonceurs, *Chiffres clés des annonceurs*, édition 2009.

²⁹ Jean Gadrey, *Adieu à la croissance*, Les Petits matins, 2010.

Plus l'univers de la consommation prétend se substituer aux autres formes de vie et d'interaction sociales, plus il suscite une forme de lassitude et de défiance : « *Nous dépendons de plus en plus des objets pour forger notre identité et avoir confiance en nous-mêmes. Sans doute parce que les choses qui façonnaient avant notre identité, comme l'appartenance à une communauté, l'attachement à une terre ou toute autre forme de lien social ont été remplacées par la consommation* », relève ainsi le philosophe et designer américain John Thackara³⁰. Le philosophe Bernard Stiegler souligne également la souffrance psychologique engendrée par la consommation³¹, et le nécessaire renversement du modèle sociétal basé sur la combinaison production-consommation³².

L'accès des ménages modestes à la consommation responsable

La population n'est pas également consciente de ces enjeux, et quand elle l'est, elle n'est pas pour autant en situation de les intégrer dans ses pratiques quotidiennes. Dans cet accès à une consommation responsable, un décalage existe aujourd'hui entre les classes moyennes ou aisées et les ménages modestes. Moins d'informations, moins d'accès aux circuits de distribution alternatifs, moins de pouvoir d'achat pour se procurer des produits à durée de vie allongée, moins d'accès aux services d'entretien des produits (réparation, réseaux d'échanges...) : les ménages modestes restent, plus que les autres, prisonniers de la société d'hyperconsommation et du *low cost*. Dans leurs budgets, une part croissante est préemptée sans qu'ils puissent exercer leur libre arbitre. Le seul levier d'économie est souvent l'alimentation. Or, une étude récente de l'Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale³³ pointe qu'en France, plus d'un adulte sur dix vit dans un foyer en situation d'insécurité alimentaire pour raisons financières. Aussi, donner accès à une « consommation éconologique »³⁴ est un véritable enjeu politique.

Ce renouvellement des questionnements autour des pratiques de consommation caractérise cependant essentiellement les classes moyennes à supérieures, et provoque souvent un rejet de la part d'une autre partie de la classe supérieure et surtout des catégories les plus populaires. Si les premières y voient au mieux un effet de mode, au pire une remise en cause de la souveraineté du consommateur, les secondes en remettent surtout en cause les dimensions moralisatrices et l'inaccessibilité économique. Concernant ces dernières, le rapport à la consommation est le plus souvent vécu selon deux modalités : celle de la contrainte économique forte, qui pousse les classes défavorisées à s'approvisionner auprès de la distribution à bas prix pour des produits ayant des qualités environnementales faibles, et celle de l'accès à la vie sociale par la consommation, qui les conduit à envisager des

³⁰Extrait de l'émission « Prêt à jeter », 15 février 2011, Arte.

³¹<http://arsindustrialis.org/souffrance-et-consommation>

³²Bernard Stiegler, « Pour une nouvelle critique de l'économie politique », éditions Galilée, 2009.

³³Lettre n°4, juin 2010, http://www.onpes.gouv.fr/IMG/pdf/LETTRE4Onpes_BAT2.pdf

³⁴Écologique et économique.

formes de hiérarchisation des dépenses leur permettant d'accéder à des biens statutaires au détriment des consommations de base (ex : aliments frais et de qualité).

Au-delà des expériences péri-urbaines ou urbaines de relations directes entre producteurs et consommateurs, qui concernent plutôt les classes moyennes à supérieures, il existe également des démarches, dans des quartiers moins favorisés, qui permettent d'utiliser la consommation comme un outil d'éducation aux problématiques environnementales et de santé publique liées à une mauvaise alimentation. Dans ces associations, les participants apprennent alors à reconnaître les fruits et les légumes, à les préparer, les consommer et les cuisiner³⁵. Ces démarches, en travaillant sur des questions d'accès, sans restreindre celles-ci à des problèmes d'accessibilité économiques, permettent un travail fin autour des choix de consommation, afin de déplacer ceux-ci sans négliger les contextes sociaux et culturels qui les façonnent. Si aujourd'hui, la consommation responsable se construit comme une culture propre des classes moyennes, il demeure un important travail à réaliser pour que celle-ci devienne aussi celle des classes les plus défavorisées. Le travail des associations, soutenu par l'action publique locale, fournit aujourd'hui des pistes prometteuses dans de nombreuses villes en France.

D'autant qu'afin de généraliser des modes de consommation responsable, les pouvoirs publics se sont le plus souvent contentés de promouvoir l'efficacité et la responsabilité des producteurs, tentant de sensibiliser « le » consommateur en général par des campagnes, des labels, des contrôles. Force est de constater que l'Etat est ici dans une position délicate, écartelé entre son rôle de protecteur, de régulateur, et celui de bénéficiaire d'une croissance pourvoyeuse de revenus fiscaux, qui peut être vue comme supposant de laisser faire le marché.

Radicale ou diffuse, la critique de la consommation classique remet profondément en cause un pacte socio-économique entre citoyens, industriels, médias et puissance publique qui durait depuis les années 1960. Il est urgent d'en faire un enjeu politique majeur, et non plus un débat d'initiés ou une pratique de privilégiés.

³⁵ Voir ainsi aux Etats-Unis l'expérience des habitants de la ville de Détroit et de ses vastes quartiers à l'abandon. Entre créativité, échanges de ressources et savoirs, potagers urbains, Do It Yourself et matériaux de récupération : <http://alternatives.blog.lemonde.fr/2012/07/12/detroit-je-t-aime-web-documentaire-nora-mandray-helene-bienvenu/>

2.

L'impasse sociale et écologique de la consommation

Ce désenchantement général a de nombreuses causes: saturation des marchés (notamment alimentation, habillement et équipement du foyer), défiance et lassitude, meilleures information et réactivité des consommateurs (émissions, Internet, réseaux sociaux), sentiment d'une injustice toujours plus criante à l'échelle planétaire, enfin la crise écologique, qui s'est imposée depuis plusieurs décennies dans les agendas nationaux et internationaux.

Il importe tout d'abord de souligner, après tant d'autres, l'injustice globale du partage des ressources qui rendent possible notre niveau de consommation. Les ressources fussent-elles abondantes, leur partage à l'échelle mondiale n'en serait pas moins inique. Jusqu'ici, la hausse de notre niveau de vie s'est faite au prix d'un partage inégalitaire. Dans le contexte de rareté et de rivalité autour des ressources qui est celui du XXI^e siècle, il n'est pas dit qu'avec la consommation telle qu'elle va nous sachions allier maintien du niveau de vie occidental et justice globale.

Tout reste à prouver à cet égard : de 1980 à 2002, l'extraction mondiale de ressources (minerais métalliques, combustibles fossiles, biomasse, autres minéraux) a augmenté de 36% pour atteindre 55 milliards de tonnes. Sur cette masse, environ la moitié (23 milliards de tonnes) l'a été pour le seul compte des 30 pays de l'OCDE³⁶. Ce même organisme prévoit une augmentation de 48% de l'extraction de ressources entre 2002 et 2020. On le sait, la course aux métaux, aux hydrocarbures et aux terres agricoles a commencé depuis longtemps : elle met en concurrence les pays riches avec les nouveaux poids lourds de la consommation que sont le Brésil, la Russie, l'Inde et la Chine : les BRIC.

Par ailleurs, en quarante ans, le nombre de pays très pauvres a doublé. Le nombre d'individus vivant dans l'extrême pauvreté a ainsi augmenté de 3 millions par an entre 2002 et 2007, qui ont été pourtant des années de forte croissance économique (avec des moyennes de 7 %), pour atteindre 421 millions d'individus en 2007³⁷.

³⁶OCDE, *Measuring material flows and resource productivity - Synthesis Report*, 2008.

³⁷Rapport 2010 de la Conférence des Nations unies pour le commerce et le développement (Cnuccd).

Les nouvelles exigences des consommateurs ne renvoient donc pas qu'à un effet de satiété, mais aussi à un effet d'anxiété quant à la pérennité du modèle qui leur est quotidiennement vanté. Chacun de nous est confronté à un double lien : d'une part, le plaisir et la liberté de consommer, d'autre part, les informations sur les coûts réels de cette consommation.

Troisième capitalisation boursière mondiale, chef de file de l'innovation grand public, le géant de l'électronique grand public Apple est emblématique de cette dissonance cognitive : les conditions de fabrication de ses produits en Chine sont désastreuses et attestées par l'entreprise elle-même³⁸. On pourrait multiplier les exemples dans l'agriculture, le textile, l'énergie, en variant les angles, notamment celui de l'augmentation globale du travail des enfants³⁹. Dès lors, il n'est pas étonnant que plus de 80% des Français considèrent que les salariés sont de plus en plus exploités et que 63% jugent que la mondialisation n'est pas une chance de progrès⁴⁰. Comme l'écrit l'association « Ars Industrialis » dans son *Manifeste 2010* :

« Chacun de nous est traversé par cette contradiction d'être dans le même temps un consommateur en quelque façon, et un citoyen conscient que la modalité consumériste de la consommation est devenue toxique – et contradictoire avec les obligations les plus élémentaires de la citoyenneté. Chacun de nous est confronté au sentiment d'une nouvelle responsabilité individuelle et collective, et à la réalité de son propre comportement toujours irresponsable en quelque façon. Chacun de nous – quelles que puissent être ses dénégations ou ses aveuglements – est plus ou moins devenu un consommateur à la fois dépendant et malheureux. »⁴¹

A l'injustice sociale du partage des ressources vient s'ajouter l'injustice résultant des dégâts environnementaux et des consommations de nature. Elle s'exprime en une triple contrainte : climatique, énergétique, matérielle. Pour les détailler, revenons à l'échelle française.

³⁸ Apple lève le voile sur les conditions de travail chez ses sous-traitants asiatiques, *Le Monde*, 20 février 2011.

³⁹ 215 millions d'enfants travaillent dans le monde, selon l'enquête du BIT de 2010, avec une augmentation de 20% des travailleurs entre 15 et 17 ans entre 2004 et 2008, *Le Monde*, 11 avril 2010 ; sur cette question du respect des droits sociaux fondamentaux on se reportera utilement aux travaux et campagnes actions du « Collectif de l'éthique sur l'étiquette », <http://www.ethique-sur-etiquette.org/>

⁴⁰ *Enquête Ethicity 2010, op. cit.*

⁴¹ <http://arsindustrialis.org/manifeste-2010>

La contrainte climatique et l'illusion de l'économie dématérialisée

Si l'on ne prend en compte que les émissions de la production sur le territoire national, celles-ci stagnent à 439 millions de tonnes sur la même période, soit +0,2% par rapport à 1990⁴². Mais l'empreinte carbone de la demande finale française a progressé de près d'un tiers entre 1990 et 2007, contrairement à l'esprit de nos engagements nationaux et internationaux⁴³.

Il est important de souligner que, malgré la médiocrité de ces résultats, de nombreux efforts ont été fournis. L'intensité en émissions de gaz à effet de serre par point de PIB a diminué de près de 25% de 1990 à 2005⁴⁴. La diminution d'émissions sur cette période est due principalement à l'agriculture et à l'industrie (baisse de près d'un tiers, incluant l'efficacité énergétique et les baisses de la production), le surplus est principalement dû au secteur résidentiel/tertiaire et aux transports.

Malgré ces gains, notre appareil de production et nos modes de consommation continuent à rejeter trop de carbone et contribuent au dérèglement climatique, menaçant notre sécurité globale. Nous avons été victimes d'une illusion majeure, la dématérialisation de l'économie, censée découler de la tertiarisation des activités. La part des services dans le budget des ménages a pu abuser : il faut voir en effet que si la part des biens manufacturés est stable en valeur et semble proportionnellement reculer, elle progresse continûment en volume⁴⁵.

Cette dématérialisation s'est avéré un pur effet d'optique pour trois raisons : la tertiarisation des émissions, la délocalisation de la production et l'effet rebond.

A titre d'exemple, l'empreinte écologique de ce qui nous semble immatériel ou « virtuel », des bureaux et de l'infrastructure informatique, est considérable : près de 15% de la consommation électrique française, avec une hausse de 10% par an à prévoir, sans parler des matières premières mobilisées. Les émissions mondiales de GES produites par les centres de données, les infrastructures de télécommunications et le matériel informatique s'élevaient à 830 Mteq CO₂ en 2007 et devraient augmenter de 58% d'ici 2020⁴⁶. Les technologies de l'information et de la communication (TIC) « consomment en France l'équivalent de la production annuelle de huit centrales électriques, soit autant que huit villes de plus d'un million d'habitants ou encore 114 millions d'ampoules de 60 watts allumées pendant un

⁴² Commissariat général au développement durable, *Etudes et documents*, n°27, août 2010, CO₂ et activités économiques de la France, Tendances 1990-2007, p. 34.

⁴³ La baisse des émissions résulte d'un triple engagement, politique, légal et écologique, au niveau national (loi de juillet 2005, mentionnant un objectif de division par 4 ou 5 des émissions de GES d'ici à 2050, repris dans l'article 2 de la loi de programmation du Grenelle) et au niveau européen, avec l'engagement d'une baisse de 20% des émissions d'ici 2020, objectif jugé encore insuffisant par le ministre de l'écologie en juillet 2010.

⁴⁴ Inventaire CITEPA/MEEDDM, édition décembre 2009, périmètre Kyoto.

⁴⁵ La consommation des ménages depuis cinquante ans, Insee, *op. cit.*

⁴⁶ Climate Group and the Global e-Sustainability Initiative (GeSI)(2008). SMART 2020: enabling the low carbon economy in the information age. www.smart2020.org/_assets/files/03_Smart2020Report_lo_res.pdf

an. »⁴⁷ A eux seuls, les centres de données numériques représentent 7% de l'électricité consommée en France, sept fois plus qu'en 2005⁴⁸. Dans son rapport 2009⁴⁹, l'Agence internationale de l'énergie prévoit un doublement de la consommation des appareils électroniques d'ici 2022, si des politiques d'économies et d'efficacité énergétique ne sont pas mises en place. Ces appareils représentent d'ores et déjà près de 15% de la consommation électrique résidentielle. « *A la fin de cette période (2030), la consommation globale d'électricité des technologies de l'information et des appareils électroniques domestiques pourrait s'élever à 1700 TWh, exigeant l'accroissement d'environ 280 GW de capacités de production. Ce niveau de consommation est équivalent à l'addition de la consommation d'électricité résidentielle totale des Etats-Unis et du Japon, et pourrait coûter à l'ensemble des foyers de la planète environ 200 milliards de dollars en facture d'électricité* »⁵⁰. Enfin l'Ademe, dans un rapport récent, a effectué l'analyse du cycle de vie (ACV) de trois usages quotidiens des TIC sur le territoire français : courriels, requêtes sur les moteurs de recherche, clés USB. En moyenne, l'usage professionnel du courriel génère ainsi à l'année l'équivalent des émissions de 13 allers-retours Paris-New York⁵¹.

On pouvait légitimement attendre de l'informatisation de la société, par effet de substitution, une moindre consommation de transports et de papier. Or c'est le secteur des transports qui, en France, a connu la plus forte hausse de ses émissions (+35% sur la période 1990-2005). Quant à la consommation de papier, ses usages graphiques n'ont diminué, toujours en France, que de 2,4% de 1999 à 2009⁵², baisse largement compensée par la hausse de la consommation de papiers et cartons d'emballage, de conditionnement et d'hygiène. D'une manière générale, « *l'économie servicielle ne fait pas disparaître les biens, mais ils se développent de manière complémentaire, comme en témoigne la forte progression concomitante des taux d'équipement en téléphonie mobile et des dépenses de services associées* »⁵³. Le développement des services suppose la possession et l'usage de supports matériels lourds.

Par ailleurs, nous avons considérablement délocalisé le coût environnemental et social de nos consommations dans d'autres pays (ainsi, le déficit commercial avec la Chine est passé de 5,7 milliards d'euros en 2000 à 20 milliards en 2009)⁵⁴.

Enfin les gains qualitatifs (efficacité matérielle et énergétique) obtenus par la production sont encore et toujours annulés par l'expansion quantitative de la consommation, y compris et surtout du secteur tertiaire. Dans le cadre d'une économie expansionniste classique, les

⁴⁷ *Sortie de crise, vers l'émergence de nouveaux modèles de croissance*, Daniel Cohen, rapport au Conseil d'Analyse stratégique, octobre 2009, p. 64.

⁴⁸ Source Syntec Numérique. Lire *Centres de données numériques: l'ogre énergétique*, Le Monde, 8 juillet 2011, p. 10

⁴⁹ *Gadgets and Gigawatts: Policies for Energy Efficient Electronics*, International Energy Agency, 2009.

⁵⁰ IEA, *ibidem*, Executive summary, p. 21.

⁵¹ Ademe, *Analyse de cycles de vie des TIC*, 7 juillet 2011.

⁵² Statistiques de l'industrie papetière française en 2009, Copacel, p. 35.

⁵³ Daniel Cohen, *ibidem*, p. 62.

⁵⁴ Les chiffres du commerce extérieur, Direction générale des Douanes, n°13, mai 2010.

gains d'efficacité énergétique et d'émissions de CO₂ sont annulés par la multiplication des unités de consommation (à quoi s'ajoute l'augmentation de la population) : c'est le célèbre « effet rebond »⁵⁵. A titre d'exemples, de 1992 à 2004, l'isolation thermique a progressé, mais la consommation d'espace pour les habitations a crû cinq fois plus vite que le nombre d'habitants, et deux fois plus vite que le nombre de ménages⁵⁶, du fait de la baisse du nombre d'habitants par ménage. De 1985 à 2008, la consommation d'électricité pour les usages spécifiques (équipement électrodomestique hors chauffage, eau chaude et cuisson) a été multipliée par deux : « *La multiplication des appareils a plus que compensé l'amélioration de la performance énergétique de nombreux appareils ménagers* »⁵⁷. De 1991 à 2008, le rendement énergétique des moteurs s'est amélioré, mais la circulation sur le réseau autoroutier a crû de 80%⁵⁸. Si l'intensité en émissions de gaz à effet de serre par point de PIB a bien diminué, dans le même temps, le PIB lui-même a crû de 33% : le bilan global au bout de quinze ans est un total d'émissions quasi inchangé, à près de 550 Mteq CO₂ en 2005. Ceci compte non tenu, comme vu précédemment, de l'empreinte carbone de la demande finale, qui augmente d'un tiers nos émissions sur la même période.

Sous la pression d'une demande croissante, nous avons ainsi à craindre une pénurie d'hydrocarbures, mais simultanément, au regard des capacités d'absorption de l'atmosphère, une surabondance objective qui a déjà commencé à perturber le climat, les flux migratoires, l'agriculture. Les quinze dernières années ont montré que nous ne diminuons nos émissions que dans un contexte de récession : 2009 a connu une baisse de 1,3% des GES au niveau mondial, pour une augmentation de 25% depuis 2000. Un immense chantier s'ouvre à nous, où presque tout reste à faire.

La contrainte énergétique et l'économie d'objets

Pour plus de détails, on se reportera aux diagnostics du rapport Terra Nova consacré à l'énergie. Nous nous contenterons ici des grandes lignes.

La consommation d'énergie finale française est constituée toujours, à 67%, d'hydrocarbures (pétrole, gaz, charbon) : 105 Mtep sur 155,9 Mtep en 2009 (le nucléaire ne fournit qu'environ 17% de l'énergie totale consommée)⁵⁹. Si l'on s'en tient au pétrole, quasiment insubstituable concernant les transports, la facture reste élevée, puisqu'elle représente près de 2% du PIB (38 milliards d'euros en 2009) et la quasi-totalité du déficit du commerce extérieur (43 milliards). Or tout indique que le prix du pétrole, et, par effet d'entraînement,

⁵⁵ Appelé également « paradoxe de Jevons », du nom de l'économiste britannique William Stanley Jevons qui, dans son ouvrage *The coal question* (1865), explique l'augmentation de la consommation de charbon par un surcroît de demande, malgré le gain d'efficacité énergétique apporté par l'invention par Watt de la machine à vapeur.

⁵⁶ En 2008, il faut 515 logements pour loger 1000 habitants, contre 323 logements en 1968. Voir Repères, Commissariat général au développement durable, mars 2011, p. 15.

⁵⁷ Ibidem, p. 19. Voir également le rapport sur l'énergie de Terra Nova :

⁵⁸ *L'environnement en France*, édition 2010, Commissariat général au développement durable.

⁵⁹ Commissariat général au développement durable, Bilan énergétique de la France pour 2009, juin 2010.

ceux du gaz et du charbon, vont considérablement augmenter, par effet ciseau entre une demande mondiale en forte hausse et une stagnation de l'offre⁶⁰. Dans son scénario central intitulé « Nouvelles politiques », l'Agence Internationale de l'Energie situe derrière nous, en 2006, le pic de production de pétrole conventionnel (70 millions de barils par jour). La relève énergétique est censée être assurée par les gisements à développer ou à trouver, puis par les gaz de schiste et les pétroles extra lourds comme les sables bitumineux canadiens⁶¹. Plus grave, on retrouve la même logique d'effet rebond que dans la perspective des émissions : si l'intensité énergétique par point de PIB a diminué d'environ 20% entre 1990 et 2009, la consommation finale d'énergie par Français, elle, est restée inchangée depuis 1970 !

Cette prise de conscience de la finitude est globalement acquise en ce qui concerne l'eau et l'énergie (gaz, pétrole, uranium). Les comportements de sobriété énergétiques⁶², les compteurs intelligents, les efforts d'isolation et d'efficacité énergétique encouragés par la fiscalité, mais aussi les mécanismes incitatifs de type bonus / malus écologique, Eco PTZ, aides directes de l'Anah ou des collectivités montrent que la maîtrise de la demande de ressources primaires devient peu à peu un objectif partagé, du moins politiquement.

Il importe à présent d'opérer la jonction avec les biens manufacturés en général: la production, la distribution et la promotion des biens de consommation de masse mobilisent des ressources naturelles bien supérieures encore à celles consommées directement par les ménages. Il est absurde de considérer différemment l'énergie ou l'eau consommée par les foyers et celle, indirecte, nécessaire à la production des biens de consommation. Pourquoi responsabiliser le consommateur d'eau ou de gaz, d'un côté, et de l'autre, favoriser la consommation de voitures, d'électronique, d'aliments exotiques ou de transport aérien ? Peut-on appeler à modérer la consommation globale de ressources tout en stimulant le désir de postes de consommation ? Les biens matériels sont, eux aussi, à considérer comme de l'énergie et des ressources à économiser.

Contrainte matérielle et pollutions

Enfin, les flux de matières utilisés pour l'économie sont restés quasiment identiques de 1990 à 2007, à 47 tonnes par habitant, dont 70% sont des ressources épuisables. L'innovation verte est elle-même tributaire de matières aux propriétés exceptionnelles. Le gallium des lampes LED et des cellules solaires, l'indium des écrans plats et tactiles, le néodyme des moteurs de voitures électriques, le lithium des batteries sont des métaux rares, situés sur d'autres continents, difficiles à extraire et à raffiner⁶³. Maintes fois prophétisée, l'économie

⁶⁰ Pour C. de Margerie, PDG de Total, le super à 2 euros le litre est « inéluctable », *Le Parisien*, 12 avril 2011.

⁶¹ *World Energy Outlook 2010*, www.iea.org.

⁶² Efforts dont la promotion est le fait de l'ADEME et, à un niveau local, des Espaces Info Energie ou Agences locales de l'énergie et du climat.

⁶³ « Les besoins en indium, nécessaire à la fabrication d'écrans plats, devraient représenter en 2030 plus de trois fois la production de 2006, selon une étude de l'institut de recherches allemand Fraunhofer reprise par la

dématérialisée reste à inventer. Focalisés sur le développement fulgurant des nouvelles technologies de l'information et de la communication, nous avons tout simplement confondu dématérialisation et miniaturisation. Or rendre des machines, des capacités de calcul invisibles, rapides et légères suppose quantité de matières premières et d'énergie.

Par ailleurs, les pollutions de l'eau, de l'air et du sol s'aggravent d'année en année : nitrates, glyphosate sont toujours très présents dans les cours d'eau et les nappes phréatiques, avec de nouveaux phénomènes émergents comme les résidus de médicaments, de cosmétiques, de détergents, de perturbateurs endocriniens ; si la qualité de l'air des villes s'améliore quelque peu, celle de l'intérieur des logements inquiète avec des présences de formaldéhydes ; enfin dans les sols, on constate des contaminations persistantes par le plomb, le cuivre et le phosphore⁶⁴.

Globalement, on assiste à une envolée structurelle des prix des matières premières (énergie, alimentation, métaux). Par un tour de passe-passe que seule la mondialisation pouvait rendre possible, les biens statutaires ont été rendus toujours plus accessibles et désirables (par les délocalisations, le crédit et la publicité) que les biens répondant aux besoins physiologiques et de sécurité (logement, nourriture, santé, transports), dont les prix s'envolent. Les jeunes générations notamment ont inversé la pyramide des besoins, en favorisant la consommation de biens ostentatoires supposés évoquer une réalisation de soi au détriment des besoins de base.

La consommation de matières que supposent les importations massives de biens manufacturés se fait ainsi au détriment des nécessités vitales et sociales. L'eau, les métaux, les terres, l'énergie consommés pour la fabrication délocalisée d'une voiture, d'un écran ou d'un téléphone voient leur prix flamber ou manquent à l'appel quand il s'agit de produire de la nourriture saine, des logements, de l'eau et de l'air purs. L'économiste Daniel Cohen résume brillamment ce paradoxe :

« Si le progrès technique divisait soudain par deux le prix du logement ou de l'alimentation, les ménages y trouveraient instantanément leur compte. Mais ce n'est pas ainsi qu'il procède. Les produits de haute technologie ne rendent pas meilleur marché la vie ordinaire. Ils créent de nouveaux besoins, sans donner directement aux consommateurs les moyens de les satisfaire. On tient ici l'un des paradoxes centraux de la mondialisation. Elle permet aux consommateurs d'acheter de moins en moins cher des produits manufacturés en provenance d'Asie. Mais elle renchérit aussi le prix des matières premières, du fait de la demande croissante qui émane des pays émergents. Tandis que le prix de la micro-informatique baissait de 50% en trois ans, celui du fioul domestique augmentait de 56% au cours de la

Commission européenne. » *Le Monde*, 17 juin 2010. Voir également l'ouvrage de référence d'un groupe d'ingénieurs centraliens dirigé par P. Bihouix et B. de Guillebon, *Quel futur pour les métaux ?*, EDP Sciences, 2010 : « *La croissance verte est un mythe : la course technologique et l'innovation créent un emballement de besoins en métaux, en particulier les plus rares, qui rend cette croissance non durable.* »

⁶⁴Commissariat général au développement durable, *L'environnement en France*, édition 2010.

même période. La hausse du prix des matières premières, qu'on croyait limitée à l'énergie, se propage à l'ensemble de ce qu'il faut bien appeler les ressources rares, produits agricoles inclus, et tend à neutraliser les effets positifs de la baisse du prix des biens manufacturés sur le pouvoir d'achat. En bref, le monde high tech ne semble pas capable de fabriquer ses propres conditions d'existence. Il est comme entravé par le renchérissement des biens premiers (alimentation, logement, transports), auxquels il faut désormais ajouter le souci d'engager des investissements compatibles avec les contraintes écologiques qui s'imposent à tous. (...) Libérer la croissance « moderne », celle de la « nouvelle économie », passe par un préalable: s'assurer que les biens premiers tels le logement, la mobilité, la maîtrise du territoire soient accessibles à tous, dans des conditions aussi égales que possibles »⁶⁵.

Tant que nous ne nous serons pas donné les moyens d'assurer un accès pérenne et démocratique aux biens fondamentaux, notamment au sein de services publics, centrer la promesse politique sur l'accroissement d'un pouvoir d'achat de biens manufacturés importés est un jeu de dupes dont, comme toujours, les plus modestes seront les victimes, condamnés qu'ils seront à s'endetter pour simplement « vivre sans honte », selon l'expression de l'économiste Amartya Sen⁶⁶.

⁶⁵Sortie de crise. Vers l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?, rapport pour le Conseil d'analyse stratégique, octobre 2009.

⁶⁶«The living standard», *Oxford Economic Papers* 36, 74-90.

3.

Repenser le « pouvoir d'achat »

La contrainte écologique, tout comme la demande de sens, renvoient à un tabou économique extrêmement prégnant à gauche : la baisse de la consommation des ménages, contraire à la « promesse d'abondance » qui structure la communication politique depuis des décennies. Limiter, maîtriser ou restructurer la consommation, ce serait affaiblir le « moral des ménages » (entendu comme appétence à consommer), tuer la croissance, bref faire de « l'écologie punitive » doublée de visées décroissancistes.

Nous considérons qu'en dix années à peine, le contexte a radicalement changé et que les comportements sont prêts à évoluer, pour peu qu'on fasse preuve de pédagogie. La pression sur la biodiversité et les écosystèmes, l'accélération des aléas naturels transformés en catastrophes par l'incurie environnementale, les effets concrets du réchauffement climatique, la rareté des terres, des métaux et des hydrocarbures, les aberrations et le coût social de la division mondiale du travail ont convaincu une bonne partie de l'opinion publique de la nécessité d'adopter des comportements plus sobres et plus responsables⁶⁷. Ce d'autant plus, comme on l'a vu, que l'enthousiasme ponctuel et machinal des consommateurs masque de moins en moins le désarroi et les doutes des citoyens : un niveau toujours plus élevé de consommation n'est plus un marqueur de santé sociale, comme l'a montré tout récemment de manière frappante la chute de l'espérance de vie dans le pays le plus énergivore au monde, les Etats-Unis⁶⁸.

La question n'est donc plus le volume global de consommation, mais ses finalités, son partage, son usage. Un surcroît de revenus, fatalement minime pour l'écrasante majorité des ménages, ne peut être le seul moyen d'améliorer le sort des populations. Plus globalement, ce débat rejoint celui sur les indicateurs alternatifs de richesse (IDH, ISS, empreinte

⁶⁷L'étude Ethicity déjà citée évalue entre 20 et 30% la part des consommateurs prêts à changer leurs comportements. 47% disent avoir opté pour une consommation plus éthique en 2009.

⁶⁸*Phénomène rarissime, l'espérance de vie a reculé aux Etats-Unis en 2008*, Le Monde, 15 décembre 2010. « Selon les chiffres les plus récents (2009), publié à Washington par le Population Reference Bureau, les Etats-Unis n'apparaissent qu'en 51e position dans le monde pour l'espérance de vie à la naissance (le Japon et la Suisse sont 1er et 2e, la France 11e). Hommes et femmes confondus, un Américain vit environ un an de moins qu'un Chilien ou un Slovène, deux de moins qu'un Costaricain ou un Grec, trois de moins qu'un Canadien ou un Singapourien, quatre de moins qu'un Suédois, un Australien ou un Français, et cinq ans de moins qu'un Japonais. »

écologique, etc.) : la croissance du PIB, telle qu'elle est structurée et distribuée, ne peut garantir, à elle seule, un partage socialement et écologiquement soutenable à long terme. En ne s'en remettant qu'à elle pour maintenir ou élever le niveau de vie, on se condamne à « *une approche marginale de la redistribution des richesses* » (Franck Burbage, philosophe). Une lutte contre les inégalités et pour d'autres usages permettrait d'être moins dépendants de la croissance.

Nous considérons ainsi que la promesse politique centrée sur le « pouvoir d'achat » doit être remise en question, sur de nouvelles bases idéologiques. Sans cela, chaque unité de pouvoir d'achat éventuellement gagnée sera *ab initio* effacée par les effets pervers qui résultent de l'injonction implicite faite au citoyen : acheter plus, souvent au coût le plus bas. Ainsi, la promesse politique du « travailler plus pour gagner plus et acheter plus » ne pouvait, et ne pourra, que se solder par une absence de mieux-être.

La promesse du pouvoir d'achat laisse entendre que seules les revendications monétaires ont du sens, alors que profits ou gains de productivité peuvent se partager de manière différente (réduction du temps de travail, réduction des inégalités, lutte contre la souffrance au travail, cadre de vie, notamment). En faisant de l'achat un « pouvoir », elle relève d'un imaginaire commercial (acheter plus et pas cher) favorisant la rivalité, la consommation mimétique⁶⁹ et compensatoire, une lutte de pouvoirs qui inverse la hiérarchie des dépenses prioritaires. Pour les biens fondamentaux (logement, énergie, alimentation, assurances, télécommunications de base) cette expression est dépourvue de sens. Il n'y a pas de « pouvoir » mais un « devoir d'achat » : des budgets contraints, en forte augmentation, qui mettent en jeu la survie économique, la solvabilité d'une personne ou d'un foyer auxquels seuls des droits sociaux peuvent remédier durablement. En soixante ans, de 1959 à 2009, la part des dépenses pré-engagées dans le revenu disponible brut est passée de 13% à 28,2% : ceci signifie la baisse constante du « revenu arbitral »⁷⁰. Les catégories les plus pauvres disposent d'une infime marge de manœuvre (environ 80 euros par mois en moyenne). Au vu de la compétition mondiale pour les matières premières, cette part contrainte ne va qu'augmenter. De fait, une bonne part des consommations dépend de moins en moins du « pouvoir d'achat » individuel, ou d'un pouvoir de négociation de ses revenus, mais de la disponibilité et de l'usage collectifs des ressources (espace, énergie, denrées de base).

On ne fera donc pas l'économie d'un débat sur les besoins collectifs : les modes de consommation actuels, très axés sur des produits transformés, importés et périssables, mettent en danger l'accès aux ressources primaires que sont l'eau, l'énergie, les métaux, les terres agricoles, dont dépendent les plus modestes. Toute hausse ponctuelle de revenu sera

⁶⁹ L'idée qu'une accumulation au profit de quelques-uns a, par mimétisme, développé l'attrait pour la démesure dans l'ensemble de la société est issue des théories de René Girard, philosophe, membre de l'Académie française, inventeur de la théorie mimétique qui, à partir de la découverte du caractère mimétique du désir, a jeté les bases d'une nouvelle anthropologie. Cf. notamment *Anorexie et désir mimétique*, Éditions de l'Herne, 2008, et *La violence et le sacré*, Hachette, 1990.

⁷⁰ Insee, *Pouvoir d'achat, dépenses pré-engagées et revenu arbitral*, mai 2010.

rapidement absorbée d'un côté par le renchérissement déjà sensible de toutes les consommations de base (dépenses contraintes), de l'autre par la nécessité socio-psychologique de conformité sociale, et ce tant que l'hyperconsommation restera la norme massivement répandue par les médias, la publicité et le marketing (dépenses futiles).

Sur le long terme, le maintien ou l'élévation du niveau de vie de nos sociétés se jouera non pas tant sur un surplus monétaire que sur la capacité à valoriser les ressources et consommations existantes : ce sont les économies et le partage collectivement consentis qui permettront de maintenir notre niveau de vie et d'améliorer le bien-être. Ainsi les droits sociaux à opposer au « pouvoir d'achat » ne sont pas seulement des « droits-créances » garantis par l'Etat, mais des droits que les citoyens, le tissu économique et associatif, le système d'échanges se créent par de nouveaux usages.

Une politique de la consommation conséquente doit donc prendre acte non seulement de la volonté de consommer mieux, mais aussi de la nécessité de consommer moins dans certains domaines particulièrement nocifs pour l'environnement et la société (qu'il s'agisse de l'empreinte écologique de la production ou de l'incitation à la consommation ostentatoire), et plus dans d'autres. Il faut donc démassifier la consommation, ne plus en parler en général mais répondre à ces questions : quelle consommation voulons-nous relancer ? Quelle consommation voulons-nous diminuer ? Quelles consommations voulons-nous faire émerger ? A ceux qui craindraient une variété de malthusianisme, on peut répondre que nos sociétés souffrent aussi de gigantismes, de démesures qu'on ne peut pas toujours remplacer par d'autres excès. De même, des virtualités sociales et technologiques (temps libre, mobilités douces, énergies renouvelables, capitalisme coopératif, etc.) ont aussi été, trop longtemps, victimes de malthusianisme politique.

Vers de nouveaux standards

Nous appelons de nos vœux une consommation *plus qualitative*, notamment dans le domaine de l'alimentation et du logement. Ceci doit, selon les cas, passer par une augmentation de la valeur, de l'intensité de la main-d'oeuvre et une diminution du volume (aliments plus chers mais plus nutritifs, logements moins spacieux mais mieux isolés, plus confortables, etc.)

Nous souhaitons promouvoir une consommation *de services collectifs* (éducation, transports, logement, etc.) mettant l'accent sur l'échange, le partage, le recyclage⁷¹. Il ne s'agit pas d'une décroissance globale des échanges économiques : certains secteurs décroîtront, d'autres fleuriront, souvent plus robustes et plus riches en emplois non délocalisables (agriculture de proximité non productiviste, réparation, services, etc.)⁷². Bien

⁷¹ La part des Français se disant prêts à acheter et utiliser à plusieurs personnes certains biens (voiture, vélo, outils, livres, dvd, etc.) progresse fortement (Etude Ethicity 2010).

⁷² V. le dossier spécial de la revue Mouvement, « Développement durable ou croissance sélective », n°4, 2005

des nuisances, des aberrations économiques et des injustices sociales que nous connaissons actuellement pourront nous être épargnées si le désirable et le soutenable sont redéfinis collectivement.

Afin de pouvoir résister aux effets du renchérissement de l'énergie et des coûts de transports, nous devons enfin favoriser systématiquement une consommation de biens et services *produits à proximité des consommateurs*.

Cette politique de la consommation doit amorcer une nouvelle révolution des usages, de nouvelles priorités sociales, et rien ne nous assure qu'il n'y aura que des gagnants. De profondes reconversions, d'amples transitions sont à concevoir, mais ceci fait partie des cycles de l'innovation en économie de marché, comme en atteste toute l'histoire du capitalisme. Le passage de la propriété à l'usage, du gaspillage à la sobriété ne doit pas plus nous inquiéter que le passage du fax à l'Internet, du cheval à la locomotive. A ceci près que dans le cas qui nous occupe, nos choix sont contraints, le temps nous est compté: l'innovation sociale et politique doivent désormais davantage guider l'innovation technique, afin de renforcer la démocratie et construire la résilience de nos sociétés.

4.

Redéfinir les besoins

Personne ne conteste que l'essentiel des efforts reste à faire⁷³. Mais à supposer que dans les prochaines années, l'intensité en émissions de gaz à effet de serre par point de PIB baisse également de 25% comme elle l'a fait de 1990 à 2005, il est fort probable qu'en ne misant que sur l'efficacité énergétique, nous nous condamnons à répéter la tendance lourde des quinze dernières années. Il est essentiel de travailler non pas seulement sur l'efficacité du producteur et le bon vouloir du consommateur, mais également sur la définition collective des usages, des besoins et de leur satisfaction. Etant donnée l'urgence, aucun levier d'action ne peut être négligé. De ce point de vue, l'innovation technologique ne doit pas nous empêcher de promouvoir un levier essentiel : l'innovation sociale et politique.

Les secteurs cruciaux pour la redéfinition des styles de vie

Une étude récente de l'Insee permet d'identifier au plus près les secteurs exerçant la plus grande pression sociale et environnementale :

- Pression directe : alimentation, transport individuel, logement dont équipement électronique
- Pression indirecte, par renforcement des normes de consommation et obsolescence programmée : luxe, tourisme, mode, électronique grand public⁷⁴.

Dans ces domaines, les responsabilités des producteurs et des consommateurs sont grandes et inégalement exercées. Il faut inlassablement œuvrer en faveur d'une éco-production, et d'une information fiable et ciblée. Cependant, on l'a vu, l'appel à l'ingéniosité des industriels bute sur l'effet rebond, si la logique reste la recherche systématique d'une diffusion au plus grand nombre de biens matériels ou de services les supposant.

⁷³Pour une pédagogie frappante des efforts à fournir, on peut se reporter aux calculs de l'ingénieur et consultant J.-M. Jancovici, animateur de l'émission *Eco2climat* sur la chaîne TF1, sur son site Manicore.com : le « droit maximal à émettre sans perturber le climat » s'élève à 460 kg de carbone par personne et par an, soit, par exemple, l'achat d'1,5 micro-ordinateur à écran plat, ou l'utilisation de 2 tonnes de ciment (une maison moderne de 100 m² en nécessite 10), ou encore un aller-retour en avion Paris-New-York.

⁷⁴« Les émissions de CO₂ du circuit économique en France » (2010), in L'économie française, INSEE.

De même, l'appel au « consommateur citoyen », sa liberté de faire « le bon choix » sont freinés par ces trois facteurs décisifs que sont le signal prix, la dimension statutaire de la consommation, et le marketing de l'innovation (couplé à l'imaginaire publicitaire). Compter sur le signal prix n'est pas illégitime, mais le renchérissement des biens les plus nocifs environnementalement peut être vécu comme une exclusion et générer d'inutiles frustrations, laissant aux plus aisés, comme c'est déjà le cas, le privilège des comportements irresponsables⁷⁵. La solution passe par la prise en compte de la dimension collective de la consommation.

La dimension collective de la consommation

La sociologie et l'économie ont suffisamment mis au jour la dimension mimétique de la consommation. La pression du groupe est décisive dans l'acte d'achat : pour l'économiste Galbraith, la consommation doit donner « *le sens de l'accomplissement personnel, la sensation de l'égalité avec le voisin (...), une promesse d'acceptabilité sociale* »⁷⁶.

On ne pourra donc vraiment modifier les comportements individuels qu'en modifiant le sens, les normes sociales et les circuits de la consommation. Certaines stratégies ont cherché en ce sens à cibler les messages selon les groupes (jeunes, urbains, artistes, célébrités, etc.) en partant de cercles pionniers qui diffuseraient peu à peu l'innovation sociale dans l'ensemble de la société. Tout doit être fait pour favoriser l'acceptabilité sociale de la transition économique et écologique, et répartir équitablement les efforts. Si nous voulons éviter la logique de rationnement et les injustices abyssales qu'entraînerait un effondrement des ressources, consommation ne peut plus rimer avec consommation; si nous voulons conserver le caractère ludique, le confort et le lien social que nous procurent les biens matériels, nous devons changer profondément les pratiques et les usages.

Face aux impasses écologiques, aux nouvelles attentes sociales, nous ne pouvons nous reposer sur les seules solutions techniques ou les solutions socialement exemplaires mais confidentielles. Nous estimons qu'il est urgent d'assortir l'émergence d'une nouvelle consommation politique d'une véritable *politique de la consommation* orchestrée par la puissance publique (Etat et collectivités locales), anticipant, relayant ou amplifiant les mutations sociales, écologiques, industrielles. Au demeurant, cette politique a été appelée de ses vœux en 2005 par l'Agence européenne de l'environnement : « *La tendance générale est à un accroissement des pressions sur l'environnement, car la croissance de la consommation fait plus que compenser les gains obtenus grâce aux progrès technologiques. Les raisons ne sont pas un manque d'activité des pouvoirs publics sur le sujet, mais plutôt*

⁷⁵ Voir Hervé Kempf, *Comment les riches détruisent la planète*, Seuil, 2007.

⁷⁶ J.K. Galbraith, *Le nouvel Etat industriel*, Gallimard, 1974.

un manque d'intégration et de cohésion entre les politiques, et aussi le fait que les efforts ont surtout porté sur l'offre et la production »⁷⁷.

La promotion et la valorisation de l'appropriation privée de quantités croissantes de nouveaux biens matériels deviennent chaque jour plus contraires à l'intérêt général. Il est nécessaire de promouvoir un hédonisme alternatif fondé sur le partage, la sobriété, la responsabilité, et qui s'éloigne de la pure logique des biens positionnels ou statutaires.

Une telle politique de la consommation n'a rien à voir avec une quelconque planification autoritaire. Pour preuve, elle a déjà été mise en place dans plusieurs pays de l'OCDE: « *Seuls trois pays de l'OCDE ont pour l'heure changé d'approche et mis en place une véritable politique nationale de consommation durable. La Suède, le Royaume-Uni et la Finlande ont conçu des plans d'action pragmatiques, avec pour objectif premier de faire évoluer le comportement du consommateur. Leurs politiques s'appuient sur une vision de long terme et ciblent des secteurs économiques et des catégories de population identifiés comme prioritaires.* »⁷⁸

Réorienter et restructurer la consommation

Cette politique de la consommation aurait comme objectif non pas une restriction généralisée, mais la redéfinition et la restructuration de la consommation, afin de réaliser deux découplages, l'un moral, l'autre économique et environnemental. L'un ne se fera pas sans l'autre :

- *découplage moral* : faisant de nécessité vertu, il nous faut découpler, autant que faire se peut, les idéaux d'accomplissement individuel de l'accumulation, de la possession et de la marchandisation. Il faut valoriser les consommations collectives, partagées, non monétaires. C'est un renouveau idéologique qui passe par des interactions croisées entre les initiatives de la société et la coordination de la puissance publique ;
- *découplage économique* : maîtriser la demande, réguler l'offre, afin que les remarquables efforts d'optimisation matérielle et énergétique de la recherche industrielle ne soient pas régulièrement réduits à néant par l'expansion des quantités écoulées (effet rebond).

L'accroissement illimité de la consommation des ménages ne peut plus être une fin en soi. Il nous faut donc :

- Définir une *nouvelle morale de la consommation*: à la morale consumériste encourageant l'appropriation individuelle de nouveautés périssables, substituer le partage, l'échange, la location, la revente, le recyclage de biens durables, etc. Si le consumérisme classique peut

⁷⁷ Agence européenne de l'environnement, *Household Consumption and the Environment*, EEA Report n°11/2005.

⁷⁸ Vincent Chriqui, directeur du Centre d'analyse stratégique, in *Pour une consommation durable*, rapport présidé par E. Laville, janvier 2010.

être vu comme « *la possession et l'utilisation d'un nombre et d'une variété croissants de biens et services, principale aspiration et chemin perçu comme le plus sûr vers le bonheur individuel, le statut social et le progrès national* »⁷⁹, il apparaît donc aujourd'hui important de diffuser les modes de consommation responsable et d'en valoriser autant l'exemplarité que les dimensions éducatives.

- *Rééquilibrer l'asymétrie de pouvoirs et d'informations entre producteurs et consommateurs* : labellisation, étiquetage, information sur le lieu de vente, *class action*, éducation à la consommation et à l'économie domestique, vente directe, groupements ou coopératives de consommateurs, co-production des biens, etc. Il s'agit de redonner des clefs d'indépendance au consommateur. Aujourd'hui, de nombreuses initiatives visent à échapper au statut de simple acteur du choix marchand, à réintégrer des activités de l'amont (coopératives d'achat, coopératives de logement ou encore expériences de partage de biens de consommation durables). Ces démarches pourraient être aujourd'hui envisagées comme des espaces de réflexion sur les pratiques de consommation pour l'identification de nouvelles pistes (notamment vers la mutualisation), mais aussi sur le rôle que chaque individu doit endosser dans les choix les plus structurants (quelle agriculture, quelle forme de durabilité des biens, quels modes d'accès au logement ?).
- *Réguler et mieux cibler les stimulants classiques de l'hyperconsommation* que sont le crédit, la publicité : code urbanistique strict, promotion de l'affichage associatif et de l'expression artistique, interdiction du crédit revolving, interdiction de pratiques promotionnelles, etc.

⁷⁹ P. Ekins, *The sustainable consumer society : A contradiction in terms ?*, International Environmental Affairs, 3(4), p. 243-258, cité dans *Pour une consommation durable*, Conseil d'analyse stratégique, janvier 2011.

PARTIE II
Propositions pour une politique
des consommations

1.

Définir une nouvelle morale de la consommation

1. PROMOUVOIR LES OBJECTIFS COLLECTIVEMENT SOUHAITABLES

La force principale de la société de consommation de masse est de paraître fournir un discours global et des « solutions clés en main ». Tout problème global aurait sa solution dans un acte d'achat. Une morale dominante préside à ce discours, celle de l'individualisme possessif. Sans rejeter bon nombre de solutions ingénieuses proposées par le marché, il s'agit ici de changer progressivement les mentalités en dédramatisant et en démonétarisant la relation aux biens matériels, en privilégiant l'information des consommateurs, la prise de conscience collective, le réapprentissage de techniques du quotidien (diététique, cuisine, santé) afin de favoriser l'autonomie des individus, la diffusion de normes sociales non marchandes, civiques, économes et écologiques. Le lien social doit se substituer à certains pans de nos consommations, devenus synonymes de gaspillage, de déception et de nuisance.

Proposition 1 : Ouvrir à tous les jeunes entre 18 et 25 ans la possibilité d'effectuer un service civique de six mois à un an, rémunéré, à vocation sociale, écologique ou humanitaire (éducation à la protection civile). Ce service civique permettrait de renforcer la citoyenneté et de diversifier l'imaginaire social. Il sera financé par l'Agence du service civique, dont les moyens devront être ajustés en conséquence, afin de parvenir à un objectif de 50% d'une classe d'âge d'ici 2015. A terme, rendre ce service civique obligatoire⁸⁰.

Le service civique doit pouvoir être à la fois le support d'un engagement d'utilité sociale, une passerelle vers un retour aux études et/ou un moment de formation, en fonction du parcours et des souhaits de chaque jeune. Pour ce faire, il faudra instaurer des passerelles adaptées pour le retour aux études (écoles, universités) au sortir du service civique et proposer une formation continue aux engagés volontaires. Il est également souhaitable de développer des partenariats entre universités, grandes écoles, écoles supérieures et

⁸⁰Pour plus de détails à ce sujet, voir la note Terra Nova « Le service civique : un dispositif à étendre », d'Annie Crépin et du Club Raspail, le 27 mai 2011, <http://www.tnova.fr/sites/default/files/110527%20-%20Service%20civique%20-%20Annie%20Cr%C3%A9pin%20Club%20Raspail.pdf>

entreprises pour permettre aux jeunes diplômés d'effectuer leur service civique après leur scolarité et avant l'entrée dans la vie active⁸¹. Ces objectifs supposent le développement de conventions tripartites entre l'État, les organismes agréés par l'Agence du service civique et les collectivités territoriales. C'est l'expérience menée notamment par la ville de Lille. Précisons enfin que les missions accomplies dans le cadre du service civique ne sauraient se substituer aux missions de l'État.

Comme le rappelle la note de Terra Nova consacrée au sujet, le passage à l'obligation pourrait se faire en diminuant la durée du service et en la fractionnant en deux ou plusieurs périodes (ex. deux fois quatre semaines).

Proposition 2 : Confier à l'Ademe la mission de diffuser, à titre d'information, les moyennes de consommation française par profils (étudiant, célibataire, couple, famille, etc.) dans les grands domaines (énergie, eau, alimentation, équipement, loisirs) auprès des services publics (administrations, hôpitaux, écoles, etc.) et des entreprises. Pour les dépenses d'énergie et d'eau, ces standards porteront par exemple sur les montants des factures par profil ; en matière d'habitat seront diffusées la surface d'habitation moyenne et la consommation énergétique type dans les agences immobilières. Les moyennes de consommation pourront être déterminées sur des groupes cibles, à différents moments de la vie : premier enfant, rentrée scolaire, mariage ou pacs, maladie, retraite, décès, vacances⁸². Les évolutions souhaitables de ces moyennes à terme seront mises en regard, en mettant l'accent sur l'aide au diagnostic, aux économies d'énergies, au partage et aux bonnes pratiques. Les données seront publiées sous un format facilement exploitable (« open data »).

Peu d'entre nous seraient capables de quantifier et de situer leur consommation d'eau, d'électricité, leur production de déchets ou l'empreinte carbone de leurs déplacements. Or les changements ne peuvent commencer qu'à partir d'un diagnostic partagé⁸³. L'émulation entre pairs, au sein d'un voisinage ou d'un milieu social, est un outil puissant de diffusion de nouveaux comportements. L'objectif de diffusion de ces moyennes de consommation est de favoriser une prise de conscience collective de nos consommations, afin que les réorientations nécessaires ne soient pas vécues comme autant de punitions individuelles, mais comme un projet collectif de réorientation de nos modes de vie. L'acceptabilité sociale ne sera assurée que par un accompagnement raisonné de la hausse – déjà largement en cours

⁸¹ Sur le modèle de l'école de commerce HEC, en partenariat avec huit employeurs dont Danone, McKinsey, Michelin ou Orange. Cf. Le Monde, 15 juin 2010, *L'école HEC incite ses diplômés à effectuer un service civique*.

⁸² Des expériences concluantes ont été menées notamment en Californie. Voir également le site gouvernemental anglais www.direct.gov.uk/en/environmentandgreenerliving/index.htm

⁸³ En ce sens, l'outil « coach carbone » développé par l'ADEME et la Fondation Nicolas Hulot offre la possibilité au citoyen d'établir un bilan simplifié des émissions de GES imputables à son mode de vie et ses habitudes de consommation, www.coachcarbone.org

- de l'énergie et des matières premières, avec des scénarios axés sur le partage, la mutualisation, la connaissance et la maîtrise de ses consommations.

Proposition 3 : Diffuser auprès des consommateurs des indicateurs de coûts des externalités négatives ou des maladies induites par des modes de production et de consommation non soutenables (obésité, cancers, bruit, pollution, etc.). Favoriser la coopération et l'émulation entre villes, départements et régions à partir d'indicateurs alternatifs de développement humain⁸⁴ qui pourraient être développés et diffusés par l'Association des Régions de France et/ou l'Association des Maires de France.

Proposition 4 : Publier un guide annuel des bonnes pratiques de consommation à l'usage des particuliers et des entreprises (choix des produits, information sur les entreprises et les administrations, description des différents labels, etc.), réalisé par le ministère de l'écologie⁸⁵.

Proposition 5 : Favoriser l'accès de tous aux biens essentiels en instaurant une tarification socio-environnementale.

La mise en place d'une tarification fortement progressive répond à la fois à la nécessité de constituer un socle de consommations de base accessible à tous, et de préserver les ressources.

Dans le détail, la mise en œuvre d'une telle tarification suppose de nombreuses précautions afin d'éviter de pénaliser les ménages les plus modestes qui sont souvent, malgré eux, les plus grands dissipateurs d'énergie (logement mal isolé, appareils moins performants, manque d'informations).

Il faut par ailleurs distinguer l'eau qui est un service public local, du service public de l'électricité qui, s'il est de compétence communale, est avant tout régulé au niveau national.

En matière électrique et plus globalement d'énergies en réseau, une récente proposition de loi⁸⁶ déposée par le député François Brottes propose d'instaurer trois paliers distinguant les consommations de base, qui seraient facturées à un niveau inférieur au tarif moyen, et celles de confort et de gaspillage, qui coûteraient plus cher. Le dispositif prendrait en compte les

⁸⁴Voir les expériences menées par la Région Ile-de-France : Note rapide n°528 de l'IAURIF et de la MIPES sur *L'actualisation et la régionalisation de l'indicateur de développement humain* ou encore la Note rapide n°526 sur la construction d'un indicateur de santé sociale régionale. Voir également l'initiative de la Région Pays-de-Loire d'inviter les citoyens à construire de nouveaux indicateurs de richesse : www.paysdelaloire.fr/dossiers-thematiques/democratie-territoriale/

⁸⁵ Le guide TOPTEN du WWF, de l'ADEME et de la CLCV pourrait être en ce sens enrichi des notes techniques consacrées aux entreprises et aux administrations et non plus simplement aux produits de consommation www.guide-topten.com

⁸⁶ http://www.energie2007.fr/images/upload/ppl_brottes_tpe_060912_bis.pdf

volumes consommés mais aussi la localisation géographique des logements, le nombre de personnes par foyer et le mode de chauffage. Ces informations seraient collectées grâce aux feuilles d'impôts. A travers un système de bonus – malus, la loi cherche tout à la fois à inciter le locataire à réduire sa consommation et le propriétaire à réaliser des travaux.

La proposition de loi comporte aussi un volet pour lutter contre la précarité énergétique, avec l'objectif d'élargir à quatre millions le nombre de ménages bénéficiant des tarifs sociaux, contre 600 000 actuellement.

Le texte, qui renvoie à une clarification réglementaire pour la mise en œuvre d'une tarification progressive de l'eau, demande trois rapports au Gouvernement : le premier concerne les niveaux de bonus – malus ; le deuxième la possibilité d'utiliser la tarification progressive comme outil de gestion de la pointe ; et le troisième pour définir les bases d'un service public de l'efficacité énergétique. Cette dernière dimension nous semble essentielle pour répondre à l'enjeu social inhérent à la mise en place d'une tarification progressive.

Sous la réserve de ces clarifications et développement, le texte propose sur une approche équilibrée entre objectifs écologiques et impératif social, complexité inhérente à cette démarche et souci de lisibilité.

Concernant le service public de l'eau, une étude prospective⁸⁷ récemment réalisée distingue les expériences suivantes de tarification sociale et écologique :

- Suppression de la part fixe (ex : Communauté d'Agglomération d'Annecy) ;
- Suppression de l'abonnement, première tranche gratuite (< 30 m³) et tarif progressif appliqué sur la part assainissement (ex : Séquestre, Tarn) ;
- Tarification progressive par tranches : symbolique pour les 15 premiers m³, progressivité très forte ensuite (Utile – de 16 à 120m³ - 0,70€ ; Confort – de 121 à 150 m³ – 0,75€ ; au-delà de 151 m³, 0,835) avec en complément un fonds social alimenté par une allocation de 1% des recettes du délégataire ; cas de la ville de Libourne⁸⁸ ;
- Tarification différenciée selon les catégories d'usagers de l'eau (ex : Porto, Portugal) ;
- Tarification progressive sans part fixe et distinction tarifaire selon les usagers (ex : Viry-Châtillon⁸⁹) ;

⁸⁷ Etude de Nova7 réalisée pour la Direction de la Prospective et du Dialogue Public du Grand Lyon, décembre 2011 ; Plusieurs groupes de travail ont par ailleurs été lancés. Parmi ceux-là : Eau de Paris, présidé par Mme Anne Le Strat, adjointe au maire de Paris, et Conseil Général de l'Essonne, présidé par Mme Claire Robillard, vice-présidente du Conseil général. La région Ile-de-France a également décidé la création d'un Espace Public Régional de l'Eau destiné à travailler sur la maîtrise publique du service de l'eau et sa tarification.

⁸⁸ www.ville-libourne.fr/cadre-de-vie/developpement-durable/la-tarification-sociale-et-progressive-de-leau/. L'idée d'une tarification progressive a été mise en avant lors du forum des idées « Biens communs – Services essentiels » du Parti Socialiste du 4 mai 2011.

⁸⁹ La distribution d'eau potable y est gérée en régie depuis le 1^{er} janvier 2011.

- Tarification progressive par personne : il s'agit d'une tarification progressive dont la taille de la première tranche est proportionnelle au nombre de personnes vivant chez l'abonné. Appliqué à Bruxelles, ce système est possible grâce à la mise à disposition des données du Registre National au distributeur⁹⁰.

On constate à partir ces expériences déjà menées pour l'eau que l'on trouve quatre systèmes de mise en œuvre derrière l'objectif d'une tarification sociale et écologique : progressif (plus on consomme et plus on paye cher) ; social (tarif minoré pour les usagers à revenu modeste) ; différencié (distinction particuliers et professionnels) ; saisonnier (tarif plus élevé en période de stress sur la ressource).

Pour le service public de l'eau, on voit aussi qu'une palette de solutions sont envisageables, à adapter en fonction du territoire, du mode de gestion (délégation - concession ou affermage - ; régie ; SEM ; SPL...), de la typologie dominante dans le bâti (logement collectif ou maison individuel), du niveau de revenu moyen de la population, du nombre de résidences secondaires, de l'état du parc de compteurs, des besoins en matière d'investissement...

Ce rapport ne tranche donc pas la question du type de tarification progressive à mettre en place pour le service public de l'eau, choix d'essence local fonction des éléments de contexte énumérés.

En matière électrique, cette même étude présente le système californien de tarification sociale en fonction de la consommation moyenne du territoire. Le principe est celui de l'allocation d'une quantité d'électricité à un prix faible en fonction de la consommation moyenne de la zone : La première tranche de consommation appelée « baseline » est établie par le « Public Utilities Code ». Elle correspond, en période estivale, à entre 50 et 60% de la consommation moyenne résidentielle à l'intérieur de la zone considérée (entre 60 et 70% en période hivernale).

Par ailleurs, dans le cas des locataires, il serait possible de compenser, à partir des factures d'énergie, une partie de la facture qui deviendrait à la charge des propriétaires bailleurs, à hauteur de la consommation théorique du logement (sous réserve d'un diagnostic énergétique préalable). La compensation pourrait être à payer à la fin de chaque bail, à moins d'une inscription dans un programme de réhabilitation énergétique. Ceci créerait une forte incitation aux travaux d'isolation énergétique.

Pour les détails concernant la tarification progressive de l'électricité, on se reportera au rapport de Terra Nova sur l'énergie, qui propose une hausse du tarif du kWh au-delà d'un seuil de confort fixé à 5000 kWh annuels, et, pour les bénéficiaires de la solidarité tarifaire, une gratuité des 2000 premiers kWh annuels.

⁹⁰ Ce mise à disposition des données n'est pas possible en l'état actuel de la législation française.

Proposition 6 : Mentionner, sur les factures d'eau et d'électricité, les pratiques permettant la réalisation d'économies (ex : utiliser un ventilateur plutôt qu'un climatiseur, éteindre les appareils électrique plutôt que les mettre en veille, se doucher plutôt que prendre un bain, etc.). Ces informations pourront être diffusées parallèlement à la mise en place des nouveaux compteurs intelligents qui garantiront un accès des ménages à leurs données de consommation en temps réel et permettront une activation des appareils en fonction des créneaux de production les plus favorables et des sources d'électricité disponibles.

Les compteurs intelligents ont de multiples finalités. Ils permettent au producteur de produire la juste quantité d'électricité en fonction de la demande et au consommateur de maîtriser sa consommation. Ils s'appuient sur une production d'énergie décentralisée et facilitent l'injection d'énergies renouvelables dans le réseau. Ils permettent d'adapter la consommation à la production, ce qui a un impact à la baisse sur le nombre de centrales d'appoints (nécessaires pour absorber les pics de consommation) et de lignes électriques (la charge est mieux répartie sur la journée). Des enjeux de tarification se font ainsi jour, grâce à la mise en place de *smart grids* : les appareils électroménagers se déclenchent quand le prix du kWh est au plus bas, ou quand l'électricité est disponible depuis les éoliennes les plus proches ou la toiture solaire. Avec la solution actuellement préconisée (les compteurs LINKY), on ne répond qu'à la finalité "producteur", puisque le compteur remontera uniquement des informations vers le fournisseur pour alimenter des bases de données, adapter son offre et la charge des centrales en estimant la production nécessaire à partir de la consommation mesurée.

Proposition 7 : Généraliser à toutes les Caisses Primaires d'Assurance-Maladie les « coaching santé » permettant de faire des bilans de prévention individuels, de changer ses habitudes alimentaires, de choisir un sport adapté et de comparer ses pratiques avec la moyenne régionale ou nationale.⁹¹

Proposition 8 : Promouvoir l'éducation domestique (cuisine, entretien, budget familial) et les principes d'une alimentation saine au collège et au lycée.

⁹¹L'expérience pilote du « Club Santé Active » de la CPAM de la Sarthe, lancée en 2004, est plus que concluante et permet d'importantes économies à terme. *Au Mans, la CPAM innove en favorisant le coaching médical des assurés*, Le Monde, 23 juillet 2010.

Aux Etats-Unis et en Australie, le chroniqueur britannique Jamie Oliver convertit chaque semaine plusieurs dizaines d'écoles à une alimentation locale et de saison, souvent bio, à travers la fondation *Food Revolution* soutenue par une émission sur ABC⁹².

Proposition 9 : Mettre à disposition auprès des entreprises et des administrations des chèques « consommation responsable » permettant d'acheter des produits issus de l'agriculture biologique, éco-labellisés ou labellisés par les associations de commerce équitable reconnues par la Commission nationale du commerce équitable (décret n°2007-986 du 15 mai 2007).

⁹² <http://www.jamieoliver.com/us/foundation/jamies-food-revolution/home>

2. METTRE LA SANTE ENVIRONNEMENTALE AU CŒUR DES PRATIQUES DE CONSOMMATION

Les études scientifiques montrent que la dégradation de l'environnement a une influence croissante sur notre état de santé, particulièrement en milieu urbain, où résident huit Français sur dix. En d'autres termes, ce ne sont plus seulement les produits et les services que nous consommons qui ont un impact sur notre santé, mais leurs conditions de production.

En 2004, l'Appel de Paris⁹³, signé par plusieurs centaines de scientifiques internationaux, près de 1500 ONG et les Conseils des médecins des 25 États membres de l'Union européenne, avait déjà alerté sur la situation. Dans cette déclaration, les experts s'accordaient à affirmer que le développement actuel de nombreuses maladies est consécutif à la dégradation de l'environnement, et que la pollution chimique constitue une menace grave pour l'enfant comme pour l'adulte. Depuis, de nombreux autres appels ont été lancés, dont celui de Faroes⁹⁴ insistant sur la vulnérabilité des enfants à toute forme de pollution, ou encore la récente déclaration des Asturies⁹⁵, centrée sur les liens entre cancers et environnement.

L'augmentation continue des taux d'incidence des principaux cancers est à elle seule préoccupante. Selon les données les plus récentes⁹⁶, le taux d'incidence du cancer chez les enfants de moins de quinze ans augmente de plus d'un pour cent chaque année depuis 30 ans. Une expertise collective de l'Inserm commanditée par l'Agence française de sécurité sanitaire de l'environnement et du travail (Afsset)⁹⁷ a rappelé que, depuis 1980, les taux d'incidence des cancers, si l'on tient compte des changements démographiques, ont augmenté de 35% chez l'homme et de 43% chez la femme. Les modifications de l'environnement pourraient être partiellement responsables de cette augmentation.

⁹³www.artac.info/

⁹⁴<http://www.env-health.org/a/2569>

⁹⁵http://www.who.int/phe/news/events/international_conference/Call_for_action_en.pdf

⁹⁶Steliarova-Foucher E, Stiller C, Kaatsch P, et al: *Geographical patterns and time trends of cancer incidence and survival among children and adolescents in Europe since the 1970s (the ACCIS project): an epidemiological study*. Lancet 364: 2097-2105, 2004. Kaatsch P, Steliarova-Foucher E, Crocetti E, Magnani C, Spix C and Zambon P: *Time trends of cancer incidence in European children (1978-1997): report from the Automated Childhood Cancer Information System project*. Eur J Cancer 42: 1961-1971, 2006. Dreifaldt AC, Carlberg M and Hardell L: *Increasing incidence rates of childhood malignant diseases in Sweden during the period 1960-1998*. Eur J Cancer 40: 1351-1360, 2004. Pour le contexte français et francilien, lire les estimations Francim, Insee, OMS dans la revue du Haut Conseil de la santé publique, ADSP, n°61-62, décembre 2007-mars 2008, J. Dulioust, P. Pépin, I. Grémy, *Epidémiologie des cancers des enfants de moins de 15 ans*, p.101 (www.hcsp.fr/docs/pdf/adsp/adsp-61/ad6199108.pdf).

⁹⁷*Cancer et environnement, Une expertise collective de l'Inserm*, octobre 2008. Cette étude porte sur les neuf cancers dont les taux d'incidence ont fortement augmenté (prostate, sein, poumon, thyroïde, hémopathies malignes, mésothéliome, testicule, tumeurs cérébrales, cancers infantiles). Disponible sur www.afsset.fr/upload/bibliotheque/787061366669179212741138866444/afsset_inserm_cancer_environnement.pdf

D'autres pratiques répandues (ex : ionisation des aliments) impactent directement les produits de consommation sans qu'une expertise véritable soit disponible pour les citoyens.

Loin d'être dans le peloton de tête, la politique française en matière de santé environnementale suscite l'inquiétude de nos voisins européens : la Commission européenne attaque la France pour non-respect des règles communautaires sur la qualité de l'air (pollution à l'origine de 40 000 décès prématurés par an en France, dont un grand nombre de cancers du poumon)⁹⁸ ; la France est régulièrement épinglée par les autorités nationales et européennes pour un usage et des résidus excessifs de pesticides⁹⁹. Consolidant des études menées dans de nombreux pays mais très peu en France, l'Organisation mondiale de la santé considère que que l'usage des téléphones portables doit être considéré comme "*peut-être cancérigène pour l'homme*".¹⁰⁰.

Dans bien des cas (pollutions génétique, atmosphérique, chimique, agricole), les principes de prévention et de précaution, ne sont aucunement pris en compte : seul importe la rentabilité à court terme et le triomphe de certains lobbies industriels. On ne peut se contenter d'assurer que nous n'avons jamais disposé de conditions de vie plus sûres et plus saines : la comparaison ne doit pas indéfiniment se faire avec le passé. Nous devons comparer, au présent, l'état de nos connaissances, la volonté politique, les attentes de la société et les coûts humains de l'inaction.

Proposition 10 : Actualiser le dispositif de veille sanitaire pour faciliter le retrait de la vente des produits identifiés comme dangereux, y compris les emballages et suremballages. Mettre en place une base collaborative de toxicologie à l'échelle européenne (sur le modèle de REACH). Les procédures de retrait des produits toxiques ou à emballages toxiques seront également applicables en vertu des principes de prévention et de précaution.

Nous constatons de plus en plus fréquemment des crises liées à la commercialisation de substances identifiées comme nocives et au défaut d'information des consommateurs. Cela a

⁹⁸Le Monde, 21 mai 2011.

⁹⁹Enquête de l'Office alimentaire et vétérinaire de la Commission européenne, Le Monde, 8 août 2001, et études de la DGCCRF et de l'INERIS, Le Monde, « Les pesticides omniprésents dans l'alimentation, en France », 8 mai 2008. On consultera également le rapport de l'Institut de Veille sanitaire intitulé « Exposition de la population française aux polluants de l'environnement » (2011) : « *Les résultats indiquent que la population française présente des niveaux d'exposition aux métaux lourds et aux pesticides organochlorés globalement bas et conformes aux niveaux observés à l'étranger. Concernant les polychlorobiphényles (PCB) et d'autres pesticides (paradichlorobenzène et pyrèthrinoides), les niveaux français sont notablement plus élevés que ceux observés aux États-Unis et en Allemagne.* »

¹⁰⁰L'agence de recherche sur le cancer de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) a indiqué, mardi 31 mai, que l'usage des téléphones portables devait être considéré comme "*peut-être cancérigène pour l'homme*". "*Les preuves, qui continuent à s'accumuler, sont assez fortes pour justifier une classification au niveau 2b*" – un des cinq niveaux de la classification qui définit des produits "*peut-être cancérigènes pour l'homme*" –, a estimé Jonathan Samet, président du groupe de travail. Il s'exprimait à l'issue d'une réunion à laquelle ont participé pendant huit jours à Lyon une trentaine d'experts de quatorze pays sous l'égide du Centre international de recherche sur le cancer (CIRC). Le Monde, 31 mai 2011.

été notamment le cas du Bisphénol 1-A, identifié comme perturbateur endocrinien au début des années 2000, et interdit dans la fabrication des biberons depuis le vote du Parlement du 13 juin 2010. Ce produit se trouve également dans de nombreuses autres applications (emballage alimentaire, petit électroménager). Une application raisonnée du principe de précaution encourage l'extension de l'interdiction de cette substance, dans les produits alimentaires destinés aux enfants de moins de 3 ans d'une part, dans les produits chauffés d'autre part.

Proposition 11 : Reconduire le moratoire sur l'interdiction sur le sol français des deux organismes génétiquement modifiés (OGM) autorisés à la culture en Europe, le maïs Mon 810 et la pomme de terre Amflora.

En Europe, seules deux espèces d'OGM ont le droit de pousser sur le sol communautaire. Depuis le moratoire de 2008, le seul OGM autorisé à la culture commerciale en Europe – le maïs Mon 810 – est interdit sur le sol français, comme il l'est aussi en Autriche, Grèce, France, Luxembourg et Allemagne. L'innocuité des OGM n'étant prouvée ni sur un plan sanitaire ni sur des aspects environnementaux, il est souhaitable de maintenir ce moratoire.

Proposition 12 : Rendre obligatoire l'affichage des produits susceptibles de contenir des OGM, dès le seuil détectable de 0,1% d'OGM dans la composition du produit, sur les produits bruts et transformés, avec des pénalités pour les contrevenants. Créer un label « garanti sans OGM ».

La majorité des consommateurs d'OGM ignorent la provenance des produits qu'ils ont achetés. La consommation d'OGM relève de la liberté individuelle¹⁰¹, mais l'État doit garantir aux consommateurs une information fiable et non biaisée sur le sujet.

Ce n'est pas le cas aujourd'hui. La réglementation impose l'étiquetage des produits bruts contenant plus de 0,9% d'OGM, mais celle-ci est beaucoup plus floue dans le cadre des produits transformés. De nombreux consommateurs achètent et consomment donc des OGM à leur insu¹⁰².

Par ailleurs, nous recommandons d'étendre les actions de veille sanitaire et d'appliquer les mêmes contraintes d'étiquetage et de responsabilité du producteur, aux produits animaux issus d'une source génétiquement modifiée (huître triploïde notamment).

¹⁰¹ Ce principe est lui-même discutable, puisque le consommateur d'OGM va rejeter des déchets et déjections qui eux-même sont susceptibles de perturber le milieu.

¹⁰² Greenpeace encourage la transparence via un guide des produits avec / sans OGM, maintenu avec le concours des fabricants et des citoyens : <http://guide-ogm.greenpeace.fr/>

On peut notamment penser mettre à jour les articles L.213-1 et L.213-2 du Code de la Consommation qualifiant l'absence d'affichage sur les OGM de « manœuvre ou [de] procédé tendant à fausser les opérations [...] ».

Proposition 13 : Développer des campagnes de prévention sur les thèmes de la santé et de l'environnement.

Selon les données de l'Assurance maladie au 31 décembre 2009¹⁰³, un Français sur sept est en affection longue durée (ALD). Dans ce contexte, la prévention est primordiale. Elle doit passer par les programmes scolaires et les campagnes de communication de l'Inpes.

Proposition 14 : Interdire l'ionisation des aliments, frais comme transformés, sur l'ensemble du territoire français. Mettre en place des contrôles sur le respect de cette interdiction à l'importation, en coordination avec la Commission européenne.

De nombreux produits vendus comme frais ont fait l'objet d'une irradiation (ou ionisation). Ce procédé neutralise bactéries et micro-organismes naturellement présents dans les aliments et les rend visuellement présentables. Leurs qualités intrinsèques sont cependant altérées via ce procédé qui présente de nombreux risques pour la santé du consommateur et des travailleurs en charge de l'irradiation¹⁰⁴. Par ailleurs, cette pratique concourt à la prolifération nucléaire et à la dissémination de substances irradiées sur le territoire, et limite les défenses naturelles de l'individu¹⁰⁵.

Actuellement, cinq pays de l'Union européenne autorisent l'irradiation des aliments et l'importation d'aliments irradiés : la Belgique, la France, les Pays-Bas, l'Italie et le Royaume-Uni¹⁰⁶. Certains parmi eux autorisent l'irradiation pour de plus nombreux produits alimentaires qu'en France. Ainsi, le Royaume-Uni pratique l'irradiation pour les légumes, les fruits, les céréales et les poissons. Ces produits peuvent ensuite circuler librement dans l'Union ou bien être incorporés dans des plats cuisinés ou dans d'autres produits agro-alimentaires de pays n'autorisant pas l'irradiation de ces aliments. En France et dans l'UE toute denrée irradiée doit porter la mention « traité par rayonnements ionisants » ou « traité par ionisation ». En pratique, cette signalétique n'apparaît quasiment jamais au consommateur dans la mesure où les ingrédients irradiés sont le plus souvent incorporés dans des plats préparés où ils sont mélangés à d'autres non irradiés.

¹⁰³<http://www.ameli.fr/l-assurance-maladie/statistiques-et-publications/donnees-statistiques/affection-de-longue-duree-ald/prevalence/frequence-des-ald-au-31-12-2009.php>

¹⁰⁴Sur les dangers des aliments irradiés, on consultera avec profit <http://www.mdrgf.org/51.dangerirradiation.html> ou <http://www.criirad.org/actualites/publications.bon.de.cde/livre-aliments.html> (ouvrage de référence sur le sujet), mais aussi <http://labellebio.vpweb.fr/blog/2011/02/23/Irradiation-ionisation-des-aliments-.aspx>.

¹⁰⁶Les autres pays de l'Union européenne n'importent pas d'aliments irradiés.

Sept centrales d'irradiation des aliments sont référencées en France. Au moins 5000 tonnes d'aliments sont irradiés chaque année en France et des dizaines de tonnes importées... Selon un rapport de la Commission Européenne, 2,7% des aliments commercialisés dans l'Union sont irradiés sans être étiquetés.

Les promoteurs de l'irradiation des aliments présentent ce procédé comme une solution-miracle contre les maladies d'origine alimentaire comme la salmonellose. Cependant, il semblerait que les méfaits de l'irradiation sur la santé sont bien pires que ses prétendus bénéfiques : l'irradiation détruit une grande partie des vitamines et des nutriments présents dans les aliments ; certaines bactéries sont très utiles puisqu'elles agissent sur l'apparence des aliments (pourrissement, odeur) et permettent ainsi aux consommateurs de repérer les aliments douteux. Les aliments irradiés paraissent sains, mais ne le sont pas toujours ; l'irradiation est parfois utilisée comme substitut à de bonnes pratiques sanitaires ou pour « recycler » des produits atteignant leur date de péremption ; les animaux de laboratoire nourris d'aliments irradiés sur de longues périodes souffrent de nombreuses maladies génétiques, de problèmes de reproduction, de déformations et de mortalité précoce. Selon une étude récente menée par des scientifiques allemands et français¹⁰⁷, une substance particulière créée par l'irradiation dans les aliments, l'alkylcyclobutanone, pourrait être facteur de cancer.

Les centrales d'irradiation des aliments se multiplient, souvent sans que les habitants des communes concernées soient informés des risques encourus ou des mesures à prendre en cas d'accidents. Or, la plupart des aliments sont irradiés selon une méthode qui implique des substances hautement radioactives, le Cobalt 60 et le Césium 137.

Des aliments sains, produits dans de bonnes conditions sanitaires et commercialisés dans des délais raisonnables n'ont pas besoin d'être irradiés. Le Parlement Européen a reconnu que l'irradiation des aliments présentait une « nécessité technologique faible »¹⁰⁸. Au niveau européen, seules les épices et les herbes aromatiques séchées sont inscrits dans la liste des aliments irradiés autorisés. La plupart des autres pays de l'Union Européenne n'autorisent pas la production d'aliments irradiés sur leur territoire et n'acceptent que la commercialisation des épices et des herbes aromatiques séchées.

¹⁰⁷Delincée, H. and Pool-Zobel, B. « Genotoxic properties of 2-dodecyclobutanone, a compound formed on irradiation of food containing fat », Radiation Physics and Chemistry, 52:39-42, 1998.

¹⁰⁸ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2004:031E:0134:0136:FR:PDF>

3. POUR UNE CONSOMMATION CENTREE SUR L'USAGE ET NON LA PROPRIETE

Le transfert de propriété qui s'opère dans l'achat est le plus souvent un transfert intégral de responsabilité. La garantie, qui engage le producteur et le vendeur sur la qualité du produit, est soit inexistante, soit correspond à une durée bien trop courte au vu de la durée d'usage que peut légitimement en attendre l'acquéreur. Comme l'ont montré les pratiques d'obsolescence programmée de certains produits (ampoules électriques, produits électroménager, bas nylon, matériel informatique, logiciels ou systèmes d'exploitation), la durée de la garantie correspond très souvent au délai au terme duquel le fabricant espère voir le consommateur renouveler son achat. Des éléments de fragilité physique peuvent être introduits afin que le produit cesse d'être fonctionnel dans son ensemble. La réparation étant souvent coûteuse, le consommateur est donc invité à racheter un produit neuf¹⁰⁹. A la suite de la crise de 1929 aux Etats-Unis, l'homme d'affaires Bernard London eut même l'idée d'imposer par la loi l'obsolescence des biens de consommation pour lutter contre le chômage: afin de stimuler indéfiniment l'économie, leur conservation et leur utilisation deviendraient illégales et sujettes à amendes, au-delà d'une certaine durée¹¹⁰. Les consommateurs auraient été invités à renvoyer leurs objets obsolètes à des organismes collecteurs. Si le projet de loi en ce sens fut repoussé, son esprit semble présider aux pratiques de production contemporaines.

Les arguments en faveur de l'obsolescence programmée sont de deux sortes : économique et technologique. Comme l'indiquait B. London, le renouvellement constant de l'offre permettrait de maintenir l'emploi et de dynamiser l'économie. Mais de nos jours, la délocalisation de la production invalide cet argument : la plupart des produits de grande consommation étant fabriqués en Asie, leur remplacement rapide peut tout au plus favoriser les emplois nationaux dans la vente et la distribution, sans éviter le chômage et le sous-emploi de masse que nous connaissons. L'autre argument consiste à souligner le rôle de l'obsolescence dans le financement de l'innovation technologique, principalement dans les produits électriques et électroniques. Si les consommateurs n'étaient pas amenés à renouveler fréquemment les appareils, l'industrie n'amortirait pas ses investissements et ne pourrait faire progresser et démocratiser aussi rapidement les technologies de pointe.

A ces deux arguments, on peut facilement répondre par l'argument des ressources : dans l'hypothèse de ressources infinies de la planète, l'obsolescence programmée serait une option envisageable. Or la finitude de toutes les ressources s'impose à nous, qu'elles soient minières, pétrolières ou agricoles. Aussi circulaires qu'ils puissent être, les flux de matières

¹⁰⁹Voir à ce sujet le documentaire de Cosima Dannoritzer, *Prêt à jeter*, diffusé sur Arte le 15 février 2011 et le guide des Amis de la Terre et du CNIID consacré à l'obsolescence programmée des produits électriques et électroniques http://www.amisdela terre.org/IMG/pdf/RAPPORT_OP_BDEF_2_.pdf

¹¹⁰Bernard London, *Ending the Depression through Planned Obsolescence*, 1932. Texte intégral de la plaquette sur [upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/27/London_\(1932\)_Ending_the_depression_-_through_planned_obsolescence.pdf](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/2/27/London_(1932)_Ending_the_depression_-_through_planned_obsolescence.pdf)

impliquent une déperdition irréversible de ces ressources, selon le deuxième principe de la thermodynamique.

Quant à l'innovation, le ralentissement du renouvellement des biens ne la supprimerait pas, il ne ferait que ralentir son rythme, qui doit simplement être ajusté. L'innovation technologique n'est pas une fin en soi, elle a toujours été tributaire des ressources disponibles, de la demande sociale et d'un imaginaire qu'il est possible de modifier. Il s'agit à présent de l'ajuster aux besoins sociaux réels, à la capacité de recyclage et de réutilisation des produits, ainsi qu'à la capacité de régénération des écosystèmes. Si nous ne préparons pas cette décélération démocratiquement, elle s'imposera à nous in extremis par le marché et les prix. Dès lors, seuls les classes aisées et les pays les plus favorisés pourront profiter des hautes technologies, condamnant les autres à des expédients, comme on peut déjà le voir dans les secteurs de la médecine, de la mobilité ou des télécommunications. Ici encore, le progrès ne vaut que lorsqu'il est durablement partagé par tous.

Enfin, le rythme actuel de l'innovation incite à consommer des sur-fonctionnalités à très faible valeur d'usage (passage d'un téléphone à un autre, etc.). Les lignes de dépenses favorisées concernent les produits matériels, en favorisant la logique de distinction sociale. L'innovation imposée empêche donc un arbitrage plus judicieux en faveur de l'alimentation, de la santé, du temps libre. Une fois de plus, les vrais gains de niveau de vie et de bien-être sont à chercher du côté d'une diminution de la pression sociale en faveur de l'hyperconsommation.

L'obsolescence programmée (alliée à l'obsolescence *ressentie* générée par la publicité, voir infra le chapitre sur le sujet) est d'ores et déjà insoutenable. La responsabilité du producteur doit donc être centrale et le modèle économique de production porter sur la garantie, l'entretien, la réparation et le recyclage.

Certaines enseignes ont déjà utilisé l'extension de la garantie des produits soit comme un service supplémentaire, soit comme une prestation standard. L'extension de la garantie constitue un véritable avantage concurrentiel, dont la mise en place devrait être soutenue par la puissance publique. De nombreuses entreprises se sont engagées avec succès dans ce marketing de la durabilité : citons la chaîne d'ameublements et de décoration Ikea (cuisines garanties 25 ans) ou encore le vendeur d'électroménager Dyson (5 ans de garantie sur les aspirateurs).

Le projet d'extension de la garantie sur les biens de consommation tend à repenser le modèle économique de production. La proposition a été développée par l'économiste Philippe Moati¹¹¹ et repose sur les points suivants :

¹¹¹Philippe Moati, *Etendre la garantie sur les biens de consommation à dix ans*, Le Monde, 3 mai 2010.

- la garantie sur les produits progressivement étendue à cinq, sept puis dix ans conduirait les industriels à concevoir des produits durables et de qualité ;
- la meilleure qualité des produits permettrait une réindustrialisation locale. Les pertes d'emploi qu'entraînerait la baisse des quantités vendues seraient compensées par des créations d'emplois non délocalisables pour l'entretien et la réparation ;
- l'augmentation du coût à l'achat serait largement compensée par la fiabilité et la durabilité de produits qu'il ne serait pas nécessaire de racheter incessamment ;
- la qualité et la durabilité des produits font de l'achat une option parmi d'autres : l'échange, la location, la mutualisation de biens durables produits et entretenus localement se substituent à la propriété de biens médiocres produits dans les pays à bas coût social et environnemental ;
- l'obligation de garantie permettrait de promouvoir les filières de réparation riches en emplois de proximité.

Conjuguée à la réduction de *l'obsolescence ressentie* entretenue par la publicité, cette proposition contribuerait à ralentir nos prélèvements de ressources, à réduire les inégalités (haut de gamme durable pour les plus aisés, bas de gamme jetable pour les modestes) ainsi que la pression sociale induite par la consommation ostentatoire.

Promouvoir la réparabilité

Parallèlement, le secteur de la réparation doit être soutenu et valorisé. Or, entre 2006 et 2009, on constate une baisse de 17% du nombre d'entreprises de réparation en France, les baisses les plus fortes concernant la cordonnerie, le vêtement et l'ameublement¹¹². L'automobile et la plomberie ne peuvent plus constituer, comme aujourd'hui, les trois quarts des entreprises et des emplois des activités de réparation.

Le manque d'information conduit trop souvent le consommateur à privilégier les produits bon marché dont la réparabilité sera la plus réduite. Cette réparabilité ne dépend pas que de la qualité des produits, mais aussi de leur conception même (produits scellés ou soudés) : la modularité (substituabilité des éléments d'un produit, par exemple le tout composé par un poste de travail informatique avec écran, clavier, disque dur échangeables indépendamment du reste) doit être développée par les industriels. Le coût de la réparation reste trop souvent équivalent au rachat d'un bien neuf.

Informé sur le coût d'usage

En plus de la garantie et de la réparabilité, le consommateur se doit d'être informé sur le coût d'usage réel des biens. Le coût d'achat d'un bien (électroménager, voiture, logement, électronique) est rarement représentatif du coût réel global de son utilisation dans le temps.

¹¹²Filière et recyclage, le bilan en 2010, Ademe, 18 octobre 2010.

Des études ont été ainsi menées sur le coût d'utilisation d'une voiture¹¹³. Elles pourraient être généralisées à l'ensemble des principaux biens de consommation supposant une consommation d'énergie, des assurances, de la maintenance, etc.

Favoriser l'autonomie des consommateurs

Centrer la consommation sur l'usage, c'est favoriser l'autonomie des consommateurs : cela implique l'auto-organisation, l'échange, la location, le partage de biens et services à l'échelle locale (ville, département), la consommation collaborative¹¹⁴, l'autoproduction et l'expertise collectivement élaborée et transmise.

Proposition 15 : Favoriser l'instauration progressive d'une garantie longue de 5 ans, puis de 10 ans pour les biens de consommation durables afin de lutter contre l'obsolescence programmée des produits. L'écotaxe pourrait être ainsi modulée selon la durée de garantie du produit. Le surcoût à l'achat de ces produits de qualité serait compensé par des éco-prêts consentis sous conditions de ressources (voir infra, chapitre sur le crédit à la consommation).

Proposition 16 : Renseigner obligatoirement le consommateur sur le coût d'usage et la réparabilité des produits (coût, liste des réparateurs, etc.) dans le lieu de vente et en ligne (« open data »).

Proposition 17 : Promouvoir des filières industrielles de réparation (cordonnerie, électronique, électroménager, vêtements, informatique, horlogerie, ameublement, etc.), en relation avec les fabricants¹¹⁵, afin de mutualiser et faire baisser les coûts de réparation et faciliter la formation de réparateurs.

Proposition 18 : Promouvoir des réseaux de ressourceries et de location d'outils pour la vie quotidienne.

Proposition 19 : Instaurer une TVA à 5,5% pour les produits revendus après avoir été réparés ou recyclés, portant sur la valeur ajoutée de réparation ou de recyclage.

¹¹³ L'autopartage dans la sphère privée, étude réalisée par ADETEC pour l'ADEME et le MEEDDM dans le cadre du PREDIT, octobre 2009, page 21.

¹¹⁴ What's mine is yours, the rise of collaborative consumption, Rachel Botsman, Roo Rogers, Collins, 2011.

¹¹⁵ Voir dans ce domaine l'offre de l'entreprise Barbour : <http://www.barbour.com/repairs-reproofing>

Proposition 20 : Encourager les ateliers collectifs de réparation, sur le modèle des ateliers vélos (réparation et recyclage des vélos usagés)¹¹⁶.

Proposition 21 : Favoriser les systèmes de location publics comme le Vélib à Paris, dont le modèle pourrait être étendu à la voiture, la puériculture, les jouets, les outils, ou d'autres biens matériels dont l'usage est par essence intermittent.

Proposition 22 : Définir, à l'échelle des villes, un pourcentage d'espace urbain dédié à l'altermodalité et aux pratiques d'autoproduction (espaces partagé, jardins de quartier, espaces de sport ouverts, pistes cyclables, voitures partagées, etc.).

Proposition 23 : Prévoir des espaces partagés dans chaque nouvel habitat collectif: laverie, local à vélo, jardin, salle de jeux pour les enfants, compost, atelier de bricolage.

4. VALORISER LES RESSOURCES EXISTANTES ET L'ECONOMIE LOCALE

Le partage, la location, l'échange, le réemploi, la réparation, le recyclage offrent une véritable alternative à la norme dominante de la consommation d'appropriation. Une économie de la fonctionnalité ou des « effets utiles » (P. Moati) se met progressivement en place : elle voudrait substituer l'usage à la propriété, l'utilité qualitative plutôt que l'accaparement quantitatif. En ce sens, les nouveaux outils numériques (webphones, Internet, réseaux sociaux) permettent une mise en relation fine des besoins et attentes des particuliers. Virtuel ou réel, le marché de l'occasion se développe : petites annonces, dépôts-ventes, brocantes, vide-greniers, sites Ebay, PriceMinister, Leboncoin.fr, etc. Selon une étude, 30% des Français pensaient offrir un cadeau d'occasion à Noël¹¹⁷. En 2008, l'ADEME estimait le chiffre d'affaires de l'occasion à 5 ou 6 milliards d'euros¹¹⁸, et explique ainsi ce nouveau phénomène :

- Le pouvoir d'achat reste une préoccupation majeure des Européens qui estiment, pour une majorité d'entre eux, qu'il ne cesse de baisser. Le marché de l'occasion leur apparaît dès lors comme une véritable alternative.
- Acheter des produits de seconde main est de moins en moins perçu comme dévalorisant par les consommateurs européens. Seuls 10% des Français, considèrent ce type d'achat dévalorisant (12% des Britanniques, mais 51% des Portugais et 45% des Italiens).

¹¹⁶ Voir www.heureux-cyclage.org: « L'Heureux Cyclage est le réseau francophone des Ateliers vélo. Il a pour objet de promouvoir et valoriser l'activité des « Ateliers vélo ». L'Heureux Cyclage s'est développé pour valoriser l'activité de recyclage et d'apprentissage de la mécanique vélo et favoriser le développement d'Ateliers Vélo dans tous les quartiers. Les Ateliers vélo se définissent par leurs activités de promotion active du vélo basées sur le réemploi de vélos inutilisés et l'apprentissage de la mécanique. »

¹¹⁷ Etude Deloitte, décembre 2010.

¹¹⁸ Filière et recyclage, le bilan en 2010, Ademe, 18 octobre 2010.

- Un acte citoyen : acheter des produits d'occasion constitue un acte qui préserve l'environnement.
- La relation à l'objet est de plus en plus basée sur l'usage et de moins en moins sur la propriété (ex : les jeux et les livres peuvent fréquemment être revendus au bout de quelques jours).

Les produits d'occasion répondent donc en Europe comme en France à une double attente des consommateurs : économique et écologique. Pour autant, il ne faut pas surestimer le phénomène, les montants unitaires restent faibles : 77% des Européens déclarent vendre des produits d'occasion pour moins de 300 euros à l'année.

D'une façon générale, le réemploi allie effectivement préoccupations sociale et écologique : l'ADEME estime ainsi à 2,4 millions le nombre de clients de biens réemployés en France¹¹⁹.

Le réemploi s'inscrit évidemment dans une démarche de relocalisation de l'économie, frappante dans le domaine de l'alimentation. Selon le Baromètre Ethicity (mars 2011), un Français sur deux considère qu'un produit de consommation responsable doit être fabriqué localement¹²⁰. Le critère de la provenance tend ainsi à devenir aussi important que la qualité ou les conditions de production. Les nouvelles attentes sont indissociablement qualitatives, sociales et locales.

Les acteurs de la distribution dite alternative ont su évoluer en accéléré, en sortant d'un positionnement strictement alternatif et militant. Historiquement concentrés sur une cible de 5% de la population, ils anticipent l'évolution des besoins de consommation pour atteindre les 15 à 20% de la population qui influenceront ensuite l'ensemble du marché.

Ainsi, sur le secteur des fruits et légumes, la démarche entreprise par les AMAP¹²¹ s'est déclinée en des variantes moins contraignantes, comme *Le Campanier*¹²², entreprise de livraison de fruits et de légumes bio dans des points relais, même auprès de relais installés par des coopératives dans des commerces de proximité.

Les acteurs alternatifs ont également diversifié leur offre initialement focalisée sur le biologique local et sur le commerce équitable. Certains y associent réinsertion et convivialité. C'est le cas notamment de Puerto Cacao, qui vend sur internet et via deux boutiques des chocolats équitables, solidaires et durables. D'autres ont privilégié l'ouverture vers de nouvelles thématiques, comme l'univers du bébé et de ses jeunes parents (Bébé en Vadrouille par exemple), la mode (Ethos, Ideo, Kamakala, Tudo Bom et un salon, l'Ethical

¹¹⁹ Ibidem.

¹²⁰ *Les consommateurs se mettent à l'heure locale*, Le Monde, 24 mai 2011.

¹²¹ Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne – qui se matérialise par un contrat entre un producteur local, souvent bio, et une communauté d'usager qui lui garantissent un revenu minimum annuel contre livraison hebdomadaire d'un panier « du marché », à l'assortiment et aux quantités déterminé par le producteur selon la production du moment.

¹²² <http://www.lecampanier.com/>

Fashion Show) ou même l'achat d'équipements d'occasion à finalité sociale (association Envie).

Ces acteurs construisent désormais de véritables filières, durables et denses en emplois locaux, comme par exemple Ardelaine (filrière de laine ardéchoise depuis 1982, reconnue en 2010 par un trophée Rethink – HEC Paris). Les valeurs fondatrices sont toujours présentes, car ces structures sont le plus souvent coopératives, ont recours à l'épargne de proximité et à des réseaux bancaires solidaires (la NEF, les Cigales, Garrigue...), s'appuient sur des principes éthiques forts comme la préservation de l'homme et de son environnement et assument une vraie démarche entrepreneuriale.

Proposition 24 : Eviter des formes de vente forcée en offrant des quantités à vendre correspondant aux besoins nutritionnels quotidiens (apports journaliers recommandés).

Cette proposition conduirait à faire disparaître de la vente des trop grandes portions pour les produits alimentaires. On constate en effet que la taille des portions d'aliments n'ont cessé d'augmenter dans les pays industrialisés. Or, des chercheurs ont constaté que cela représente un des facteurs de risque de surpoids, particulièrement dans la population infantile¹²³. Ce travail serait mené par l'Agence des consommateurs (voir proposition infra).

En Amérique du nord, ce phénomène dénoncé par la documentaire « Super Size Me »¹²⁴ a récemment donné lieu à une intervention du maire de New-York qui a décidé d'interdire la vente de boissons sucrées de plus de 470 ml pour lutter contre l'obésité¹²⁵.

Facteurs de surpoids, ces trop grandes portions sont également une des sources du gâchis : Agrimonde¹²⁶, programme de l'INRA et du CIRAD estime que 30 % de la nourriture n'est pas consommée au niveau mondial, soit 100 milliards de \$ de pertes pour les seuls États-Unis. Agrimonde propose donc un scénario alternatif consistant en une réorientation globale des modes de consommation et de production. Dans les pays développés, la diminution du gâchis compenserait l'augmentation de la population.

Par ailleurs, favoriser la vente en vrac pour les marchandises s'y prêtant (ex : ne vendre que le nombre de comprimés nécessaires à un traitement médical pour la vente de certains médicaments) permettra de lutter contre le gaspillage et la surconsommation. Ces techniques de distribution au plus près des besoins physiologiques réels peuvent s'inspirer des travaux

¹²³ Etude menée par des chercheurs français de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA, Maisons-Alfort) et de l'Institut de recherche pour le développement (IRD, Montpellier) ; S. Lioret, J-L. Volatier, L Lafay, M. Touvier (AFSSA), B. Maire, Institut de recherche pour le développement (IRD), UR106, Centre collaborateur OMS, Montpellier. *European Journal of Clinical Nutrition*, 2009; 63:382–391.

¹²⁴ <http://www.imdb.fr/title/tt0390521/combined>

¹²⁵ <http://sante.lefigaro.fr/actualite/2012/05/31/18281-obesite-new-york-sattaque-consommation-sodas>

¹²⁶ <http://www.paris.inra.fr/prospective/projets/agrimonde>

des sciences comportementales, dans l'approche dite des « nudges verts », incitations à des comportements plus responsables¹²⁷.

Proposition 25 : Permettre la vente à perte de produits alimentaires 72h avant leur date limite de consommation. Sur une sélection de produits, supprimer la date limite d'utilisation optimale (DLUO) pour ne laisser que la date limite de consommation (DLC).¹²⁸

Proposition 26 : Favoriser le développement des circuits courts avec les « marques régionales » autour de trois directions : produit issu de l'agriculture de proximité ; produit transformé à proximité par une petite ou moyenne entreprise de transformation agro-alimentaire ; produit artisanal, c'est-à-dire fabriqué par un artisan des métiers de l'alimentation, inscrit au répertoire des métiers et fabriquant lui-même ses produits¹²⁹.

Proposition 27 : Instaurer un droit légal à l'expérimentation autorisant tout producteur à vendre directement jusqu'à 40% de sa production directement au consommateur.

Plus que toute autre activité, le secteur de l'agriculture et de l'alimentation en France s'est structuré autour des valeurs de proximité, d'entraide, de solidarité et de diversité. L'émergence et le développement des coopératives agricoles en a longtemps été le révélateur. Néanmoins, le mouvement coopératif n'est pas homogène et peut parfois faire obstacle à des agriculteurs désireux d'innover pour produire plus de qualité, sur des circuits plus courts et avec des techniques innovantes d'agro-écologie¹³⁰.

Par exemple, les récentes crises autour du prix et des conditions de production du lait mettent en avant que sa collecte, aujourd'hui effectuée par des organismes qui juridiquement se revendiquent comme coopératifs, met en concurrence les producteurs à l'échelle internationale, tout en leur imposant des contrats exclusifs les rémunérant en-deçà des coûts de production. Ils ne peuvent cependant se soustraire à leurs obligations contractuelles, qui leur interdisent de transformer des produits (et donc gagner en valeur ajoutée) ou

¹²⁷Voir à ce sujet la note d'analyse n°216 (mars 2011) du Centre d'Analyse Stratégique : « *Nudges* verts : de nouvelles incitations pour des comportements écologiques ».

¹²⁸Voir à ce sujet l'exemple anglais et l'article « Gaspillage : faut-il supprimer les dates de péremption ? », *Le Figaro*, 27 avril 2011.

¹²⁹Voir dans ce domaine la marque régionale lancée par le Centre Régional de Valorisation et d'Innovation Agricole et Alimentaire de Paris-Ile-de-France (CERVIA) <http://www.saveursparisidf.com/site-grand-public/accueil/> et lire l'article du *Monde*, 18 février 2011. Voir également la marque « Produit en Bretagne ».

¹³⁰Un récent dossier "Développement Durable et Territoires" <http://developpementdurable.revues.org/1626> montrait (section 23 à 28) les évolutions du mouvement coopératif et notamment l'éloignement par rapport aux principes initiaux et la difficulté d'évolution. De même, la chambre d'agriculture gersoise a mené une réflexion approfondie:

http://www.gerschambagri.com/fileadmin/documents/volontepaysanne/Actualites/Actualites_professionnelles/Annee_2010/Les_coop%C3%A9ratives_agricoles_gersoises_en_assembl%C3%A9es_VP_1175.pdf; v. Également pour la filière lait : <http://www.consommerdurable.com/2010/08/la-distribution-de-lait-cru-en-libre-service-via-un-distributeur-de-lait-une-solution-a-la-crise-du-lait/>

d'augmenter la qualité des produits en créant une filière bio. A contrario, certaines structures (par exemple l'AOC fourme de Montbrison), ont su évoluer vers la qualité et la diversification de leurs produits. Certains agriculteurs, notamment ceux qui font le choix de la qualité et de la proximité avec le client, revendiquent le besoin d'aller plus vite vers la production biologique, en gagnant de nouvelles marges de manœuvre. Parfois, il s'agit également de proposer une démarche alternative sur un territoire, vers la durabilité et le local, aux coopératives qui ont entrepris une course effrénée (via des filiales non coopératives) vers des tailles importantes et une économie mondialisée (ex: olives, vins, volailles), au détriment de la qualité et du maintien d'une économie locale¹³¹.

Nous proposons donc une mesure qui permettra d'ouvrir le droit à l'expérimentation. Les producteurs pourront développer une production biologique et de qualité, ce, jusqu'à la transformation du produit, même pour les produits élaborés. La vente directe sera favorisée, en autorisant les agriculteurs qui le souhaitent, quels que soit les accords qui les lient par ailleurs à leur coopérative, à développer une activité propre jusqu'à concurrence de 40% de leur production (en valeur), aux conditions du marché, sans devoir sortir formellement de leur coopérative¹³².

Une nouvelle disposition législative, s'imposant aux contrats à venir et en cours, permettrait à tout producteur d'un bien ou service de vendre jusqu'à 40% de sa production en direct au consommateur, sans préjudice des autres dispositions prévues par lesdits contrats.

Cela permettra en particulier :

- d'installer une relation incarnée et de proximité entre les producteurs et leurs consommateurs directs, de nature à développer la responsabilisation de l'entreprise par rapport à son territoire et à son écosystème ;
- de limiter la dépendance d'un producteur à un donneur d'ordre.

Proposition 28 : Développer un produit d'épargne spécifique pour les particuliers souhaitant investir dans une alimentation de proximité de qualité.

Défiants par rapport au secteur bancaire, notamment concernant l'utilisation de leur épargne, de nombreux citoyens sont volontaires pour encourager avec leur argent propre, avec ou sans incitation fiscale, des filières agricoles durables.

¹³¹C'est d'ailleurs fort de ce constat que le mouvement coopératif a créé de l'intérieur le label Agri Confiance (Coop de France) On lira avec intérêt la récente contribution de l'académie de l'agriculture sur le sujet: http://www.academie-agriculture.fr/mediatheque/seances/2010/20101117_introduction.pdf

¹³² Quelques exemples de circuits courts qui pourraient être encouragés par cette mesure : le lait (distributeurs dans de nombreux villages et villes: <http://www.reussir-lait.com/actualites/initiative-vente-directe-un-distributeur-de-lait-cru-en-plein-centre-ville:Y6OY0S8C.html> ou <http://www.autourdubio.fr/?post/Du-lait-cru-bio-en-distributeur-automatique-public>), les biscuits gâteaux et sucreries (exemple sur http://www.consommer-local.fr/magasinsproducteurs-pxl-19_34.html). Mais également les céréales, le pain...

Le succès d'initiatives comme Terre de Liens¹³³, Enercoop, Garrigue/Cigales, la NEF, le fonds « Energie partagée »¹³⁴ etc., qui ont chacune en commun d'utiliser l'épargne de proximité comme levier d'une citoyenneté active et innovante vers une économie plus écologique et plus sociale, montre le potentiel de cette forme d'engagement, qui aujourd'hui reste limitée à 5% de la population.

Cette démarche vertueuse doit être largement diffusée et démultipliée:

- par la création d'un produit d'épargne standardisé spécifique ;
- par un mécanisme de labellisation de ce produit, reposant sur un cahier des charges strict, basé à la fois sur la performance environnementale et sociale de l'activité créée et sur la transparence, l'efficacité et la fiabilité du dispositif de collecte de l'épargne.

Proposition 29 : Encourager le développement de filières durables courtes valorisant les produits biologiques, locaux et de saison.

Proposition 30 : Encourager l'implantation de petites et moyennes surfaces en centre-ville, et décourager l'implantation de grandes surfaces en périphérie, afin de préserver les terres agricoles et de densifier la ville¹³⁵.

La distribution en France regroupe une myriade d'activités et représente environ 2 millions d'emplois. Plus de la moitié des actifs du secteur sont structurés en réseaux (chaînes, franchises et groupements d'indépendants), et cette concentration atteint 80% dans le secteur alimentaire, où les distributeurs jouent un rôle essentiel dans les mécanismes de fixation des prix.

Le secteur est loin d'être homogène et de grands groupes internationaux, fortement capitalisés et centralisés côtoient les indépendants, les réseaux alternatifs (coopératives d'achat, économie solidaire, etc.) et la vente directe. Une politique nationale ambitieuse de régulation des implantations des acteurs de la distribution sur le territoire aura un rôle d'orientation essentiel dans l'évolution des comportements des consommateurs et des distributeurs.

¹³³ <http://www.terredeliens.org/spip.php?rubrique108>. La foncière Terre de Liens est un outil d'investissement solidaire destiné à permettre l'achat de terres agricoles et l'installation d'exploitants en agriculture respectueuse de l'environnement. Voir également *Le Monde*, 3 mai 2011.

¹³⁴ <http://www.energie-partagee.org/>

¹³⁵ Voir sur ce sujet l'étude de l'Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'Ile de France, qui montre pour l'Ile de France que, malgré le faible rythme de construction de logements, la disparition des espaces ruraux ne s'est pas ralentie depuis 2003, notamment du fait de l'accroissement des zones dédiées aux activités économiques, http://www.iau-idf.fr/fileadmin/Etudes/etude_789/NR_537_web.pdf

En recentrant la distribution sur le centre-ville, non seulement le cœur des villes sera rendu plus vivant, mais on permettra également l'émergence de nouveaux métiers de proximité et du réseau entrepreneurial associé.

Une politique cohérente doit jouer sur les deux dimensions :

- D'une part, encourager l'implantation des petites et moyennes surfaces en centre-ville, ce qui implique notamment l'abandon d'une politique de zonage par destination et des schémas urbains pour privilégier la diversité des activités. Trois leviers peuvent être activés : une imposition du foncier différenciée entre centre-ville (peu cher) et périphérie (chère), une imposition de l'activité qui tienne compte de l'intégration dans l'environnement immédiat, enfin des contributions locales différenciées (taxe sur les ordures ménagères, remboursement des frais de transports...) selon le positionnement, au prorata de la différence de coût pour la collectivité ;
- D'autre part, décourager l'implantation en périphérie, également avec trois leviers : demander une étude préalable systématique sur les possibilités foncières en périphérie pour tout nouveau projet d'implantation ; rendre obligatoire, aux frais de l'exploitant, l'aménagement d'un réseau de desserte public efficace, gratuit et connecté au réseau de transport de l'agglomération ; remplacer l'obligation de construction d'un parking dimensionné pour le commerce par l'interdiction d'une surface de parking supérieure à la moitié de la fréquentation du commerce.

Proposition 31 : Favoriser la collecte et la livraison mutualisées en ville.

La livraison de marchandises en ville est souvent perçue comme une source de fortes nuisances : bruit (notamment la nuit), encombrement de la chaussée (chargement, déchargement), pollution, embouteillages. Cette activité, source de conflits de voisinages, est mal vécue par les riverains et fait l'objet de réglementations locales et d'arrêtés spécifiques, aussi nombreux et régulièrement mis à jour qu'inefficaces dans leur capacité à apporter une réponse définitive à la hauteur de l'enjeu.

Technologiquement, le « dernier kilomètre » du transport de marchandise a beaucoup évolué, essentiellement par une concertation accrue entre les fournisseurs de technologies et les distributeurs urbains (Monoprix, Darty, Star Services notamment) : on cherche à rendre le transport le plus discret et le moins émissif possible, en utilisant notamment des véhicules à propulsion électrique ou au biogaz, des dispositifs peu consommateurs pour les frigorifiques, et en massifiant les tournées, quitte à se grouper.

L'exemple de Climate Street¹³⁶ à Amsterdam, ou celui des transports de marchandises à la Rochelle, sont des illustrations parfaites de ces tendances. En parallèle, certains opérateurs, comme Monoprix, Castorama ou Lapeyre s'engagent pour ré-ouvrir des dessertes fluviales urbaines, que ce soit sur la Seine ou le Rhône¹³⁷.

La mise en place de cette proposition nécessite une action concertée sur 3 leviers :

- la reconnaissance légale de la livraison mutualisée, qui est un service spécifique distinct de la messagerie et de l'affrètement, et l'ajustement des dispositions législatives existantes pour autoriser et encourager les livraisons sur un même dispositif de réfrigéré/congelé, de vrac et de marchandise emballée ;
- l'identification en tant que tel d'un service de collecte et de livraison par le même dispositif, et la proposition d'un cadre de fonctionnement standard (par exemple SCOP ou SCIC dont les actionnaires sont les commerçants, les services de livraison traditionnels publics et privés impliqués sur le secteur et les collectivités locales) ;
- l'interdiction de circulation de services de livraison non mutualisés et/ou générant des pollutions et nuisances sonores lorsqu'un service de livraison mutualisé est mis en place.

Proposition 32 : Mettre en place des plans de mobilité ambitieux dans toutes les municipalités pour favoriser les déplacements actifs à pieds et/ou vélos ainsi que l'activité physique. Ces plans peuvent être basés sur des schémas directeurs des itinéraires piétons en ville¹³⁸, n'omettant pas la continuité, la sécurité et l'éclairage des parcours, ainsi que les aires de repos et autres aménagements.

¹³⁶Présentation en vidéo sur <http://www.youtube.com/watch?v=g4SoFOkYcmw>

¹³⁷On lira avec profit la communication à ce sujet de l'Association Française de Logistique : http://www.aslog.fr/UserFiles/file/transport_fluvial_et_optimisation_des_r%C3%A9seaux_de_distribution_.pdf

¹³⁸Voir l'exemple de la ville de Genève (Suisse). Sur l'importance de l'activité physique quotidienne, voir les conclusions du 18^e Congrès européen sur l'obésité, *Le Monde*, 31 mai 2011.

5. AMELIORER L'EFFICACITE ENERGETIQUE DU LOGEMENT ET DE LA MOBILITE

Au vu du renchérissement des matières premières et de l'énergie¹³⁹, les plus grandes marges de manœuvre budgétaires des ménages sont à trouver dans l'accès à un réel service énergétique, aux techniques d'économie d'énergie et aux énergies alternatives. A terme, l'énergie la moins chère est celle qu'on ne consomme pas, à niveau de confort équivalent, ou celle dont le renouvellement se fait à coût constant (énergies renouvelables). Ceci concerne avant tout deux domaines : le chauffage du secteur résidentiel et les transports.

Concernant le logement, pour que les ménages modestes aient accès aux économies d'énergies, les systèmes d'audits énergétiques et de crédits d'impôts sont très insuffisants¹⁴⁰. La théorie libérale du choix rationnel trouve ici ses limites puisque, par définition, les ménages modestes ne sont pas éligibles aux dispositifs de crédits d'impôts ou ne peuvent pas faire l'avance des fonds.

Par ailleurs, même s'ils disposent d'une information fiable, certains ménages ne pourront pas agir sur leurs consommations en effectuant les travaux nécessaires. A ce titre, les « compteurs intelligents » ne devraient pas avoir d'effets réels pour les ménages modestes s'ils ne sont pas accompagnés du développement d'un service public de l'efficacité énergétique au niveau local¹⁴¹.

Pour créer un accès social aux économies d'énergies et aux énergies alternatives, doit être explorée l'instauration d'une tarification socio-écologique de l'eau et de l'énergie, équilibrée par une augmentation du coût des tranches de consommations plus importantes et une taxation des consommations non-durable (ex : véhicules très consommateurs avec le retour d'une vignette assise sur les consommations du véhicule ou d'un très net durcissement du malus écologique au delà de 120 g de CO2 par km par exemple, associé à un réexamen du barème fiscal automobile qui, dans la mesure où il croit avec la puissance fiscale favorise l'achat de voitures plus consommatrices d'énergie).

Pour financer ce système, les institutions publiques pourraient également se porter garantes du rachat auprès de ces mêmes ménages de « négawatts » (c'est-à-dire l'énergie économisée), le tout étant équilibré par une surtaxation des « comportements mégawatts»

¹³⁹ Voir le rapport de la Commission d'enquête du Sénat de juillet 2012 sur le coût réel de l'électricité : la facture moyenne devrait augmenter de 50% d'ici à 2020 pour passer de 874€ en 2011 à 1307€ en 2020. En cause notamment les investissements à consentir sur les réseaux de distribution, la sécurisation du parc électronucléaire et le financement du développement des Enr.

¹⁴⁰ A titre d'exemple les foyer modestes ne peuvent mobiliser l'Eco PTZ eu égard aux critères de solvabilités demandés par les banques qui distribuent le produit.

¹⁴¹ Les précurseurs de ce service public de l'efficacité énergétique se trouvent en Californie et au Royaume-Uni avec le programme Pay As You Save : <http://www.decc.gov.uk/assets/decc/11/meeting-energy-demand/microgeneration/2670-home-energy-pay-as-you-save-pilot-review.pdf>

gaspilleurs, et une augmentation des obligations d'achats de certificats d'économies d'énergie par les producteurs d'énergie et les industries polluantes émettrices de GES.

A cette fin, il serait également intéressant d'instaurer une contribution climat-énergie permettant la taxation de la consommation d'énergies non renouvelables (pour les émissions d'origine énergétique) et des émissions directes de GES (pour les autres émissions).

Les recettes de la contribution climat-énergie pouvant ensuite être utilisées pour soutenir les ménages à faibles revenus par l'intermédiaire des chèques verts¹⁴².

Par ailleurs, pour lutter contre les gaspillages sans pénaliser les ménages modestes, il faut raisonner en service énergétique rendu et non en quantité d'énergie consommée. Cela permettrait de lutter contre les gaspillages sans pénaliser les ménages modestes habitants dans des logements faiblement isolés. Pour aller dans ce sens, il faudrait aussi que les obligés¹⁴³ (fournisseurs d'énergie) et les bailleurs soient contraints d'effectuer des travaux d'efficacité énergétique en priorité auprès des ménages les plus modestes¹⁴⁴. Cela permettrait de lutter efficacement contre la précarité énergétique.

L'accès à un logement économe en énergie : lutter contre la précarité énergétique.

La directive européenne du 13 juillet 2009 concernant des règles communes pour le marché intérieur de l'électricité énonce dans son considérant 53 : « *La pauvreté énergétique est un problème croissant au sein de la Communauté. Les États membres qui sont concernés par ce problème devraient donc, s'ils ne l'ont déjà fait, élaborer des plans d'action nationaux ou d'autres cadres appropriés pour lutter contre la pauvreté énergétique afin de réduire le nombre de personnes qui sont dans cette situation* ». Et chaque Etat membre est invité à définir « *le concept de consommateurs vulnérables, en faisant éventuellement référence à la pauvreté énergétique et, notamment, à l'interdiction de l'interruption de la connexion à l'électricité de ces clients lorsqu'ils traversent des difficultés* ».

La pauvreté ou précarité énergétique fait référence à trois notions imbriquées : la situation sociale et économique d'un ménage (conjoncturelle ou structurelle), l'état de son logement et de sa qualité thermique, et sa fourniture d'énergie (définie par l'accès au service, son coût et sa qualité). Sont donc concernés par la précarité énergétique ceux qui connaissent une

¹⁴²<http://www.rac-f.org/DocuFixes/stop/fiches/fiscalite-ecologique/Instaurer-une-contribution-climat-energie.pdf>

¹⁴³ Avec la loi d'orientation sur l'énergie du 13 Juillet 2005 (Loi n°2005-781) le principe est d'obliger certains acteurs (les *obligés*) à réaliser des économies d'énergie, et encourager les autres acteurs (les *non-obligés*) par l'obtention d'un certificat. Les *obligés* peuvent soit réaliser eux-mêmes les mesures d'économie d'énergie, soit acheter des certificats aux *non-obligés*, soit payer une surtaxe à l'Etat.

¹⁴⁴ Voir en ce sens le principe de l'obligation de rénovation proposé par le groupe de travail « Ménages » qui pourrait dans un premier temps porter sur les bâtiments les plus énergivores ; ex : classe G du DPE http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Menages_complet-2.pdf

vulnérabilité sociale, économique et environnementale qui les empêchent de se chauffer et/ou de payer leur facture d'énergie¹⁴⁵.

Pour l'instant, le principal indicateur utilisé est celui de la part de revenus allouée par les ménages pour leur facture énergétique (consommation résidentielle). Si l'on retient ce critère, près de 3 millions de personnes vivent aujourd'hui, en France, en situation de précarité énergétique. C'est à dire qu'elles ont une facture énergétique qui dépasse 10% de leurs revenus. Il est urgent d'agir, car le manque d'efficacité énergétique des logements détériore la santé de ses occupants, grève leur budget, accélère la dégradation du bâti et participe au réchauffement climatique¹⁴⁶. Lutter contre ce phénomène participe donc d'une véritable politique de « sociale-écologie ».

L'ADEME, la Fondation Abbé Pierre et le Comité de Liaison des Energies Renouvelables, agissent ensemble au sein du réseau RAPPEL¹⁴⁷, qui s'est donné pour mission de faire progresser les pouvoirs publics dans la prise en compte de ce problème qui génère endettement, stratégies de privation, détérioration de la santé, exclusion sociale, dégradation du logement, etc. De son côté, l'Agence Nationale de l'Habitat (ANAH) s'est fixé comme priorité les logements classés G, qui consomment plus de 450 kWh/m², construits avant 1975.

Cependant, l'ANAH considère que pour rendre compte de la réalité du logement ancien et disposer d'une image globale de la performance énergétique des logements, il faudrait ajouter deux classes, H et I, aux diagnostics de performance énergétique. Certains logements, que l'on qualifiera de « passoires thermiques », peuvent en effet atteindre des consommations de 600 kWh/m²/an. Et, si l'on retient cet indicateur, 15 % du parc de 30 millions logements sont classés entre G et I, et 24 % entre F et I – soit 7,5 millions en tout. De fait, l'ANAH constate que beaucoup de ménages pauvres y sont logés et estime le nombre de propriétaires occupants pauvres concernés à deux millions.

Sachant que la loi de programme du 13 juillet 2005 exige de diviser par quatre les émissions de CO₂ dans le secteur du bâtiment d'ici 2050, la réalisation de cet objectif réclame un effort important de réhabilitation du stock de logements. C'est dire si rénover les logements les plus consommateurs en énergie suppose d'apporter une aide aux ménages en situation de précarité énergétique pour leur permettre d'accéder à un comportement éco-responsable. L'objectif social de la lutte contre la précarité énergétique soulève donc, indirectement, des enjeux environnementaux.

¹⁴⁵ I. Devalière, « Comment prévenir la précarité énergétique », *Les annales de la recherche urbaine*, n° 103 septembre 2007, p. 137 ; Journée nationale d'étude précarité énergétique, Réseau RAPPEL, Paris, 17 septembre 2009, intervention de Mme Isolde Dvaliere, http://www.precarite-energie.org/IMG/pdf/CR_JN_RAPPEL_17_sept_2009.pdf, p. 8-9.

¹⁴⁶ HEALY, John D., J. Peter CLINCH, "Quantifying the severity of fuel poverty, its relationship with poor housing and reasons for non-investment in energy-saving measures in Ireland", *Energy Policy*, Vol. 32, 2004, pp. 207-220.

¹⁴⁷ Réseau des acteurs de la pauvreté et de la précarité énergétique, <http://www.precarite-energie.org/>

Publié en janvier 2010¹⁴⁸, le rapport Pelletier a marqué une étape dans la définition d'une politique nationale de lutte contre la précarité énergétique. Par ailleurs, dans le cadre de l'examen du projet de loi Grenelle 2, le gouvernement a soutenu un amendement proposé par les sénateurs socialistes¹⁴⁹ qui vise à ce qu'une part des travaux d'efficacité énergétique que doivent réaliser les fournisseurs d'énergie le soit obligatoirement auprès de ménages en situation de précarité énergétique. Néanmoins, sont renvoyés à un décret d'application les modalités de calcul du revenu disponible des ménages, les aspects qualitatifs de l'accès (localisation de l'habitation, type d'énergie utilisée, taille du logement, espace occupé, régime de chauffage, mode de facturation...), et la définition du consommateur vulnérable (consommateur plus particulièrement exposé : personnes âgées, étudiants, parent isolé, personnes handicapées...)¹⁵⁰. Décret non publié à ce jour...

La gouvernance territoriale de l'accès à un service énergétique

Au-delà de cette définition juridique, pour agir durablement contre la précarité énergétique, il faudra que les collectivités publiques, leurs partenaires et les fournisseurs d'énergie passent véritablement d'une « logique de guichet » à une action préventive. En effet, les dispositifs d'aide à la facture, dont certains connaissent un taux de non-recours important, n'agissent pas sur les principales causes de l'endettement. La lutte contre la précarité énergétique ne doit donc plus être confondue avec la recherche d'une solution aux « impayés ». Légitime et nécessaire à court terme, le « simple » paiement d'une facture ne protège pas durablement les ménages en situation de précarité énergétique.

Le soutien financier aux travaux au niveau local se révèle plus efficace pour éviter les impayés successifs et répondre de façon durable aux situations d'inconfort et d'impayés d'énergie. Ces programmes de travaux, qui ne sont pas nécessairement des rénovations lourdes, impliquent une coordination des acteurs locaux, étape par étape. Donner accès à une consommation énergétique éco responsable passe donc par une véritable gouvernance territoriale de l'accès à un service énergétique.

Proposition 33 : Ajouter deux classes, H et I, aux diagnostics de performance énergétique.

Proposition 34 : Créer un compte épargne énergie pour financer les travaux d'isolation ou de production autonome d'énergies renouvelables (voir proposition du rapport logement Terra Nova)¹⁵¹.

¹⁴⁸ http://www.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/011009precariteenergetique_cle1c9735.pdf

¹⁴⁹ <http://www.senat.fr/leg/pjl08-155.html>

¹⁵⁰ B. Boardman, *Fixing Fuel Poverty, Challenges and solutions*, London, Earthscan, 2010, p. 21.

¹⁵¹ <http://www.tnova.fr/essai/lacc-s-au-logement-une-exigence-citoyenne-un-choix-politique>

Proposition 35 : Donner un cadre juridique au concept de précarité énergétique et de consommateur vulnérable¹⁵².

Proposition 36 : Changer le modèle économique des producteurs d'électricité en mettant en place une tarification de l'électricité calculée non pas en fonction des quantités vendues mais en fonction des économies d'énergie réalisées et du service énergétique rendu.

La crise pétrolière des années 1970 a fait de la Californie l'Etat américain le plus proactif pour réaliser des économies d'énergie. La stratégie mise en place utilise les forces du marché pour rentabiliser l'évitement de production de courant électrique¹⁵³.

Chaque année, les fournisseurs d'énergie définissent leur budget annuel à venir, toutes dépenses comprises. L'autorité de régulation garantit aux fournisseurs de recouvrer ce budget, quel que soit le volume de vente de courant.

Les autorités définissent ainsi en concertation avec les fournisseurs un niveau de chiffre d'affaires à même de couvrir les coûts de production et d'assurer un bénéfice aux entreprises de production de l'électricité. La survalue dégagée au-delà de ce bénéfice doit être restituée aux consommateurs sous forme de remises, ou investie dans l'efficacité énergétique. Le fait de réaliser le même bénéfice en vendant moins de kilowattheures les incite à investir dans les économies d'électricité, solution moins onéreuse que la construction de nouvelles centrales.

Le cas échéant, l'autorité puisera dans un fond de compensation ou pourra augmenter les tarifs. Mais, malgré l'augmentation de tarif, les consommateurs réaliseront une économie dans la mesure où ils auront réduit leur consommation.

Après que le bénéfice des fournisseurs d'électricité ait ainsi été découplé du volume de leurs ventes, les investissements dans la gestion de la demande ont véritablement décollé. Les actionnaires ont alors participé aux risques et aux bénéfices liés à cette politique.

Ce modèle économique innovant propose donc un nouveau contrat de progrès entre les producteurs d'énergie et les consommateurs, qui maximise le service énergétique rendu et optimise la production. Les producteurs sont davantage incités à aider au remplacement des appareils énergivores plutôt que d'accroître leurs capacités de production. C'est ainsi que l'on passe d'une logique de surproduction aveugle à une logique de service énergétique rendu : « La production ne devrait être qu'un des modes d'accès au service rendu. Le service rendu, c'est être confortable chez soi, selon une palette de possibilités : isolations des

¹⁵² Au R.U., les consommateurs vulnérables sont définis comme « *les occupants âgés, les familles avec enfants, les occupants handicapés ou souffrant d'une longue maladie* ».

¹⁵³ Association Noé21, Mandat d'étude comparative sur les programmes de DSM dans le monde, <http://www.noé21.org/site/>; v. également Antoine Bonduelle, Note sur les tarifications progressives, RAC – CLER, Février 2010; Aligning Utility Incentives with Investment in Energy Efficiency, 2007, <http://www.epa.gov/cleanenergy/documents/suca/incentives.pdf>

maisons, équipements performants, fourniture ciblée de l'énergie. Il faut maintenant déployer des entreprises de services, qui se rémunèrent en fonction du service rendu, alors qu'EDF ne se rémunère qu'en fonction de la production », selon les termes de Thierry Salomon, président de l'association Négawatt¹⁵⁴.

Développer de nouveaux flux de matières premières et de production au niveau local

Pour favoriser l'accès à un comportement éco responsable, les collectivités doivent encourager le développement d'une valorisation des matières premières au niveau local (ex : biogaz, biomasse...). La production d'énergies alternatives (géothermie, solaire, éolien...) à l'échelle d'un îlot d'habitation doit permettre de faire baisser le prix de l'énergie et de faciliter l'accès à des énergies alternatives.

Ce développement de nouveaux flux de matières premières et de production au niveau local implique de relocaliser des compétences et de massifier la collecte de déchets comme les déchets électriques et électroniques en créant des ressourceries¹⁵⁵, et de mettre en place des filières territorialisées de réparation et de revente des produits (ex : téléphones portables, ordinateurs, vélos, machines à laver...) ¹⁵⁶.

Mobilités douces

Malgré les innovations technologiques, un domaine ne cesse d'accroître ses rejets de CO2, tout en pénalisant tout particulièrement les ménages les plus modestes¹⁵⁷ : les transports.

Comme vu précédemment et développé dans le rapport transports, la mobilité a longtemps été confondue avec la vitesse. C'est ainsi que les vitesses maximales autorisées sur route ou en transports en commun (avion, train, tramway) favorisent l'engorgement, sont de moins en moins atteintes, ou alors au prix d'un dumping social et environnemental (compagnies *low cost*, empreinte écologique des lignes à grande vitesse). En attendant une véritable déspecialisation des espaces, des vitesses plus modérées favoriseraient la fluidité, diminueraient la pollution sonore et atmosphérique, permettraient d'importantes économies d'énergie, tandis que des usages diversifiés (multimodalité) permettraient à chacun d'assurer sa mobilité sans être captif d'un seul mode de transport.

¹⁵⁴ Cité in Agnès Sinaï, *Faire payer les économies d'énergie : un bonus-malus à l'envers*, Actu-environnement.com, 21 juillet 2009.

¹⁵⁵ <http://www.ressourcerie.fr/reseau/>

¹⁵⁶ <http://www.envie.org/Environnement-.html>

¹⁵⁷ Les ménages modestes et les classes moyennes sont aujourd'hui particulièrement touchées, en raison de l'étalement urbain ; v. notamment l'étude du CREDOC « quelques opinions et aspirations en matière de logement », juin 2008.

Proposition 37 : Baisser la vitesse automobile maximale à 110 km/h sur l'autoroute et à 40 km/h en zone urbaine. Développer les zones de partage en ville à 30 km/h.

La limitation de la vitesse sur autoroute est un moyen très efficace de maîtriser la demande énergétique et les émissions de GES, sans générer d'effet néfaste sur la circulation automobile. Ainsi, l'Espagne a choisi en mars 2011 de diminuer la vitesse sur autoroute à 110 km/h sur l'ensemble du pays¹⁵⁸, essentiellement pour faire face à l'augmentation du coût des carburants.

En France, la vitesse maximale à 110 km/h sur autoroutes et voies rapides est déjà la règle en Bretagne et en Alsace. Des expérimentations sont en cours dans le Limousin¹⁵⁹ et en Languedoc-Roussillon¹⁶⁰. Les retours d'expériences effectués dans le cadre de ces expérimentations permettent d'anticiper des réductions de consommation de 1,5 litre aux 100 km avec des différences de temps de parcours inférieures à 5%. Dans le seul Limousin, les économies se chiffrent sur une base annuelle à 28 millions de litres et 80 000 tonnes de CO₂¹⁶¹.

Concernant le transport routier de marchandises, le Grenelle de l'Environnement posait le principe d'une réduction de la vitesse sur le réseau routier et autoroutier¹⁶². Ce principe, dont la mise en œuvre est largement facilitée par le déploiement prochain de l'écotaxe européenne¹⁶³, est à généraliser et à déployer le plus largement et le plus rapidement possible, en concertation avec les acteurs économiques (transporteurs routiers, chargeurs, donneurs d'ordre) et dans le respect des principes de reports vers les autoroutes ferroviaires.

En zone urbaine et périurbaine, nous privilégions d'utiliser au mieux l'arsenal des limitations de vitesse existantes, en multipliant :

- les zones 70 km/h couplées à des ondes de feux de circulation systématiquement régulées afin de faciliter la fluidité du trafic en zone péri-urbaine, tout en permettant simultanément une réduction des consommations, du bruit émis¹⁶⁴ et des émissions (carbone et particules) ;

¹⁵⁸ http://lexpansion.lexpress.fr/economie/l-espagne-limite-sa-vitesse-face-a-la-flambee-du-petrole_250128.html

¹⁵⁹ http://www.limousin.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Vers_une_vitesse_durable_sur_la_route_temporise_semaineDD_cle218395.pdf

¹⁶⁰ http://www.languedoc-roussillon.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Impacts_de_la_reduction_permanente_de_la_vitesse_sur_l_A9_cle285de2.pdf

¹⁶¹ Source préfectorale : http://www.limousin.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Vers_une_vitesse_durable_sur_la_route_temporise_semaineDD_cle218395.pdf

¹⁶² http://www.legrenelle-environnement.fr/IMG/pdf/Synthese_Rapport.pdf

¹⁶³ Ecotaxe européenne dont le principe, les modalités de déploiement et l'impact ont été récemment rappelés au Sénat : <http://www.senat.fr/questions/base/2011/qSEQ11031242S.html>

¹⁶⁴ On consultera avec beaucoup d'intérêt les travaux effectués en Suisse sur les corrélations entre bruit et trafic routier : http://www.sga-ssa.ch/pdf/events/desarnaulds_ppt_IMO.pdf, mais également et plus globalement les travaux de l'INRETS sur le sujet :

http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/54/54/17/PDF/2007_gretia_cohen_tronc_commun_A4_A86_impact_de_utilisation.pdf

- Le développement des zones de rencontre en centre-ville¹⁶⁵ et des limitations à 30 km/h sur les axes routiers en centre-ville¹⁶⁶, ainsi que l'adoption législative et la généralisation d'un code de la rue, renforçant, généralisant et développant les initiatives déjà initiées par la Sécurité Routière¹⁶⁷.

Les bénéfices de ces mesures sont nombreux et diversifiés :

- réduction de la consommation d'essence et des émissions – pour lesquelles on peut fixer un objectif raisonnable de 15% à trafic constant ;
- réduction en conséquence des accidents (occurrence et gravité) ;
- report modal en ville de l'automobile vers les circulations douces.

Les retours d'expérience sur des initiatives similaires (Stockholm, Londres, Espagne...) nous incitent à proposer une démarche qui procède d'une initiative nationale ferme et ambitieuse, et soit concertée au niveau local, notamment pour adapter au mieux les modalités de mise en œuvre aux plans de déplacement et tenir compte de la conformation des territoires et des habitudes de déplacement.

En parallèle, nous encourageons fortement les initiatives de formation à l'éco-conduite, en les rendant obligatoire pour l'ensemble des permis routiers (y compris lors des renouvellements obligatoires pour les professionnels) et en sensibilisant les scolaires dès le brevet cyclomoteur.

Proposition 38 : Taxer progressivement le diesel et tous les carburants agricoles, industriels et aéronautiques – pour les liaisons intérieures - au niveau du super automobile.

La non-taxation du carburant aérien, le kérosène, est à elle seule une anomalie. Elle permet une concurrence déloyale vis-à-vis du train, dont les coûts de maintenance du réseau sont beaucoup plus importants, mais dont l'empreinte écologique et les nuisances sont moindres. Pour ce qui est du trafic intérieur, il ne dépend que des autorités françaises de ramener le kérosène dans le droit commun de la fiscalité des produits pétroliers.

A ce jour, le kérosène est totalement exonéré de Taxe Intérieure sur la Consommation des produits Energétiques (TICPE), mais aussi de TVA. Au total, cette exonération représente pour l'Etat un manque à gagner de 3,5 milliards d'€ par an pour les vols au départ et à l'arrivée du territoire français, 1,3 milliards d'€ pour les vols intérieurs.

¹⁶⁵ http://fr.wikipedia.org/wiki/Zone_de_rencontre

¹⁶⁶ Un récent mémo technique du CERTU synthétise les principes de déploiement de ces infrastructures : http://www.certu.fr/fr/Projets_transversaux-n206/catalogue/product_info.php?products_id=2161&language=fr . Voir également l'initiative de la ville de Strasbourg, qui s'apprête à généraliser une vitesse maximum de 30 km/h : *Le Figaro*, « Strasbourg veut réduire la vitesse à 30 km/h en ville », 8 février 2011.

¹⁶⁷ http://www.securite-routiere.gouv.fr/article.php3?id_article=3150

Proposition 39 : Interdire les subventions publiques à l'implantation et à l'exploitation des compagnies aériennes *low cost*.

Un rapport de la Cour des Comptes de juillet 2008 a établi l'existence d'un rapport de forces déséquilibré entre les compagnies aériennes *low cost*, d'une part, et les chambres de commerce, les municipalités et les régions, d'autre part. Les contrats sont souvent négociés sans réelles garanties juridiques et financières pour la puissance publique. Malgré les subventions octroyées, les compagnies aériennes ne s'engagent aucunement sur la pérennité des lignes ouvertes, quand elles ne se rendent pas coupables de travail dissimulé, comme la compagnie EasyJet¹⁶⁸. Ces abus ont ainsi conduit l'aéroport de Pau à refuser d'augmenter la subvention de cette même compagnie. D'une manière générale, toute subvention publique à des énergies fossiles et donc non renouvelables fait prendre un retard dommageable dans le nécessaire développement des énergies renouvelables et le nouvel aménagement du territoire et des mobilités.

Pour plus de détails et d'autres propositions, on se reportera aux rapports logement, transports et énergie de Terra Nova, où sont notamment proposés l'instauration d'une vignette auto fortement modulée en fonction de la puissance et de l'efficacité des véhicules ; la limitation de la puissance et le bridage des véhicules à 130 km/h ; l'obligation pour le vendeur d'un logement de consacrer une part de la plus-value de la revente à l'amélioration énergétique du bien.

¹⁶⁸ <http://tempsreel.nouvelobs.com/actualite/social/20100409.OBS2166/easyjet-condamne-pour-travail-dissimule.html>

6. REFORMER LE TRAITEMENT DES DECHETS

Dépasser le consensus théorique du Grenelle sur l'économie circulaire

En apparence, le besoin d'une transition écologique de l'économie ne fait plus débat. L'objectif d'une économie circulaire¹⁶⁹ est souvent mis en avant, et celle-ci est utilisée comme slogan par les décideurs publics et privés, mais ses contours théoriques et pratiques restent en grande partie à définir.

Cet objectif d'économie circulaire implique différentes conséquences sur la gestion des matières premières, de la fin de vie des produits et de leur recyclage, afin d'économiser les ressources naturelles et de réduire au maximum l'impact environnemental des déchets :

- Les producteurs de biens, qu'ils soient d'équipement ou de consommation courante, doivent viser la recyclabilité ou la biodégradabilité¹⁷⁰ des produits qu'ils mettent sur le marché, et prendre en compte dès leur conception la totalité de leurs impacts environnementaux, de leur création à leur élimination, en passant par leur usage (réparabilité...) et leur recyclage ;
- Les distributeurs et les consommateurs sont incités à favoriser systématiquement dans leurs achats les produits à faible empreinte environnementale, énergétique et sociale¹⁷¹.
- Les autorités mettent en place des outils et méthodes d'étiquetage et d'affichage sincères et non biaisés permettant d'une part d'aider au choix des produits les plus vertueux, d'autre part de favoriser la fin de vie des produits et le tri des déchets.

Sur les produits commercialisés, cela implique trois exigences complémentaires :

- Etre *peu gourmands* en matières premières, et utiliser préférentiellement des matières premières *recyclables ou biodégradables*,

¹⁶⁹ Par opposition à l'économie linéaire, l'économie circulaire fait l'objet de nombreuses définitions de travail. Voici celle retenue dans le cadre du processus de Lisbonne : « *Des entreprises de production et de services étroitement liées et cherchant à améliorer l'économie et les performances environnementales grâce à une collaboration au niveau de la gestion des problèmes d'environnement et de ressources. Le thème du concept d'économie circulaire est l'échange de matériaux, lorsque les déchets d'une installation industrielle – énergie, eau, matériaux, etc. – ainsi que les informations – constituent l'apport d'une autre installation. En travaillant ensemble, le milieu des entreprises recherche un bénéfice collectif plus important que la somme des bénéfices individuels que chaque entreprise, industrie ou groupement produirait en s'efforçant d'optimiser ses performances sur le plan individuel (une sorte de symbiose industrielle)* ». Il conviendrait naturellement de compléter cette approche exclusivement industrielle par la prise en compte des services publics et des administrations, notamment dans le cadre de la gestion des déchets.

¹⁷⁰ On consultera avec intérêt le dossier que le magazine Eco-Life a consacré à l'économie circulaire : http://www.eco-life.fr/fiches/dossier_economie_circulaire.pdf Le concept d'économie circulaire est référencé dans les lois sur les déchets et les matériaux au Royaume-Uni et en Chine. Le Grenelle en fait état, les Grenelles I et II ne le mentionnent pas dans leur partie législative.

¹⁷¹ Cette dernière précision a été proposée par de nombreux participants des débats du Grenelle, mais non retenue dans les rapports et travaux du Grenelle I. Il nous semble essentiel de la réintroduire ici afin que le débat soit complet.

- Nécessiter peu d'énergie aussi bien *en fonctionnement* que pour leur conception, leur fabrication, leur transport et leur démantèlement,
- Etre facile à désassembler, à réparer et à valoriser (recyclage et réversibilité), et générer *peu de déchets ultimes* (à savoir les déchets non pourvoyeurs de matières recyclables ou réversibles), et contenir le moins possible de substances toxiques lors de leur commercialisation.

Pour atteindre ces objectifs, les politiques publiques doivent maintenant encourager le passage à une économie où le cycle de vie des matières, la fonctionnalité et le faible impact sur l'environnement primeraient le triptyque production / consommation / destruction. Il s'agit de passer d'une civilisation du jetable à une civilisation de l'usage et du recyclage.

Cette transition se heurte à un mûr bien identifié, et à un second plus méconnu : le premier concerne la transformation des moyens de production qui inquiète en termes d'emplois ; le second est constitué par l'importance de l'activité économique du traitement des déchets telle qu'elle est actuellement structurée. En effet, les marges dégagées par les entreprises de traitement de déchets sur l'enfouissement constituent aujourd'hui une part importante de leurs bénéfices. Ces marges peuvent constituer un frein à la recherche de solutions alternatives plus respectueuses de l'environnement.

Le gouvernement a joué un rôle majeur en impulsant une dynamique opérationnelle grâce à ses leviers d'action, et en garantissant, par son rôle d'arbitre, le consensus. Ce rôle a trouvé sa reconnaissance dans le vote quasi-unanime de la loi dite Grenelle 1, qui fixait dans la législation les orientations stratégiques du Grenelle. Cependant, ce consensus s'est largement disloqué au moment du débat sur la loi Grenelle 2, à propos des mesures concrètes qu'elle devait contenir pour arriver aux objectifs prédéfinis. L'ensemble du corpus législatif et réglementaire issu du Grenelle révèle désormais de graves contradictions, qui rendent son application extrêmement difficile, et parfois contre-productive par rapport aux objectifs initiaux¹⁷².

Accélérer la transition à l'aide de l'indicateur « poubelle »

L'économie circulaire a besoin de mesures concrètes, fortement incitatives, pour devenir réalité. Le contenu de nos poubelles, son évolution et la manière dont nous le gérons est un excellent indicateur de maturité dans notre gestion du cycle de vie des produits : il témoigne à la fois des efforts déjà réalisés et des progrès qui restent à faire.

Ainsi, le poids moyen des déchets ménagers produits par les Français est passé de 476 kg par habitant en 1995 à 544 en 2007, avant de décroître légèrement pour atteindre 543 kilos en 2008 et 536 en 2009¹⁷³. Le mouvement amorcé à la baisse depuis le début des années

¹⁷² Cf annexe p. 137

¹⁷³ Données Eurostat, 2010.

2000 est très sensible dans les grandes métropoles, mais le reste du pays continue à voir son volume de déchets augmenter. Si La France se situe dans la moyenne de l'Europe des 27, les écarts constatés en 2008 entre des pays tels que la République tchèque (306 kg/hab) et le Danemark (802 kg/hab) témoignent qu'il existe des voies de progrès pour réduire le poids des déchets en France (ainsi que pour harmoniser les méthodes de comptage des déchets, sujet récurrent lorsqu'il est question de comparaisons internationales).

La réduction des déchets constitue en effet la meilleure manière de réduire l'empreinte écologique de nos consommations. Sans même parler des substances dangereuses et toxiques dont les déchets peuvent être responsables, leur contribution à la production de gaz à effet de serre (GES) est loin d'être négligeable : 0,5% des émissions de dioxyde de carbone (CO₂) en 2008, mais près de 15% des émissions de méthane¹⁷⁴ (CH₄), dont la contribution à l'effet de serre est 25 fois supérieure au CO₂.

De nombreuses pistes permettent de réduire l'émissivité des déchets :

- la réduction de l'incinération ;
- la suppression définitive de la mise en décharge de déchets fermentescibles¹⁷⁵ qui sont responsable des émissions de méthane ;
- une meilleure performance effective du réemploi, puis du recyclage (et donc un meilleur tri préalable) pour les recyclables ;
- une méthanisation et/ou compostage efficace et renforcé pour les déchets humides
- une traçabilité tout au long du cycle de vie des produits sous contrôle de la directive REACH, avec obligation libératoire¹⁷⁶ pour les distributeurs.

Intégrés dans des filières de productions courtes, tracées et transparentes, de manière à réduire les transports, ces modes de traitement peuvent contribuer à améliorer considérablement le bilan carbone de nos modes de vie et la qualité de notre environnement.

Or en la matière, des progrès majeurs restent à accomplir en France. La mise en décharge (36%) et l'incinération (32%)¹⁷⁷ restent les modes de traitement très nettement majoritaires. Seuls 18% des déchets sont recyclés et à peine 15% sont compostés. Il suffit de savoir que les déchets fermentescibles représentent plus de 60% du poids d'une poubelle de déchets résiduels, et les matériaux recyclables plus de 50%¹⁷⁸, pour mesurer les voies de progrès. Dans cette poubelle, les déchets non recyclables ou non compostables représentent à peine 20% du total.

¹⁷⁴ Données Agence européenne pour l'environnement, 2010.

¹⁷⁵ Désigne un déchet composé exclusivement de matière organique biodégradable. Il est susceptible d'être traité par compostage ou méthanisation. Ce sont les déchets verts, les rebus de cuisine ou du potager.

¹⁷⁶ Paiement en amont du coût réel d'élimination si le produit est jeté, avec possibilité pour le recycleur de récolter la part du paiement lui revenant lorsqu'il apporte la preuve du recyclage ou de la réversibilité du déchet traité.

¹⁷⁷ Données Eurostat, 2010

¹⁷⁸ Certains matériaux, comme le papier, sont à la fois fermentescibles et recyclables.

D'autres pays européens montrent que des progrès sensibles sont possibles. A titre d'exemple, l'Autriche recycle ou composte 60% de ses déchets ménagers. Elle en incinère 27%, et n'en met en décharge que 3%.

Agir pour moins de gaspillage

Le Grenelle de l'environnement a ébauché les contours d'un dispositif vertueux de financement pour dissuader la production de biens jetables, favoriser l'usage de produits durables et encourager l'éco-conception, l'éco-production et la fin de vie des biens et services. Ce dispositif part d'une bonne intention partiellement appliquée, et risque de se transformer en marché de dupes :

- Le dispositif initial devait intégrer un bonus/malus pour encourager les biens durables et éco-conçus, mais laissait l'agenda de leur mise en œuvre et les modalités à la discrétion des éco-organismes ; cette mise en œuvre manque depuis lors beaucoup de transparence, est régulièrement critiquée, notamment par les associations représentatives des collectivités locales.
- Les producteurs d'emballages, selon les termes de la loi Grenelle 1, devaient assurer 80% du coût de collecte et d'élimination. Aucun dispositif dévaluation de ce taux de couverture n'est à ce jour mis en œuvre de manière officielle, mais les retours des collectivités qui assurent ce service témoignent que l'on est très loin de ce résultat. .

Dans les faits, les seuls dispositifs financiers contraignants mis en œuvre concernent les modes d'élimination les moins vertueux (enfouissement et incinération), les produits les moins recyclables et les collectivités n'atteignant pas certaines performances de recyclage. Mais les niveaux de ces dispositifs sont loin d'être dissuasifs, tant pour les modes de traitement les moins vertueux que pour les produits les moins recyclables.

Les initiatives d'ajustement ultérieures (« taxe pique-nique »...) ont été tournées en ridicule avant même d'être examinées et testées.

En conséquence, l'effort financier est principalement reporté sur le contribuable local, sans qu'il puisse, en tant que consommateur, avoir réellement les moyens d'agir à la source, que ce soit pour éviter les déchets (notamment les emballages et suremballages), exercer son libre arbitre en étant informé et réutiliser ou recycler au mieux.

Les propositions qui suivent ont été conçues comme des pistes de discussion. La méthode de médiation mise en place dans le cadre du Grenelle nous incite à recommander une large concertation préalable et l'élaboration d'une stratégie d'ensemble sur le sujet. Ces propositions ne doivent pas être perçues isolément ni analysées ex nihilo.

Ces propositions ont en réalité un axe fort : elles partent du constat qu'il faut inverser le paradigme selon lequel on pense actuellement la chaîne de production des déchets, et passer d'une logique de report de responsabilité sur autrui (et au final sur la collectivité ou le contribuable) à une logique de responsabilité conjointe et partagée, dans laquelle producteurs et distributeurs prennent toute leur place.

Il ne faut plus partir du principe selon lequel la chaîne de tri doit s'adapter aux déchets issus de produits librement mis sur le marché. Il faut au contraire parvenir à concevoir des produits dont on sait par avance que les déchets qu'ils généreront pourront être pris en charge par des technologies de tri, et que ces technologies de tri présenteront un coût qui rende le recyclage économiquement viable. C'est donc une révolution copernicienne qui est nécessaire : la production doit tourner autour du recyclage, et non le recyclage autour de la production.

Proposition 40 : Etablir une hiérarchie des responsabilités en matière de production de déchets et de cycle de vie des matières, de la production à l'élimination, et l'inscrire dans le Code de l'environnement.

De même qu'il existe une hiérarchie des modes de *gestion* des déchets ménagers, il conviendrait d'établir clairement une hiérarchie de la responsabilité de la *production* des déchets ménagers. Cette hiérarchie permettrait de responsabiliser chaque acteur de la chaîne des déchets en vue d'une prévention et d'une diminution effective des volumes de déchets produits, et de justifier la mise à contribution de chacun à hauteur de sa responsabilité dans la gestion des déchets.

Cette hiérarchie pourrait être la suivante :

- 1/ les producteurs
- 2/ les distributeurs
- 3/ les autorités locales en charge de la collecte et du traitement
- 4/ les contribuables/consommateurs

Cette hiérarchie figurerait dans le Code de l'environnement, à l'article L541-1, en complément de la hiérarchie des modes de traitement issue de la directive-cadre européenne sur les déchets du 19 novembre 2008. Cette innovation réglementaire pourrait ensuite être promue à l'échelle européenne.

Proposition 41 : Réformer les dispositifs de responsabilité élargie du producteur (REP) pour garantir la mise en œuvre effective du principe pollueur-payeur.

La constitution actuelle des éco-organismes en sociétés privées sans but lucratif n'est pas en adéquation avec leur objet. De fait, les éco-organismes sont titulaires d'une mission de

service public (la mise en œuvre du principe pollueur-payeur) et collectent ce qui devrait être une taxe¹⁷⁹ ou à tout le moins une redevance (la contribution des producteurs à l'élimination de leurs produits une fois devenus déchets, qui est actuellement forfaitaire et non à la hauteur des coûts réels engagés). De plus, les éco-organismes sont structurés par filière industrielle et ne couvrent pas le périmètre complet des déchets. Il convient donc de les réformer pour éviter cette situation manifeste de conflit d'intérêt.

Plusieurs pistes de nouveau statut pourraient être mises à l'étude, comme l'autorité administrative indépendante (AAI), le groupement d'intérêt public (GIP), ou le rattachement à l'ADEME réformée.

Proposition 42 : Transformer la contribution versée par les producteurs au titre de leur participation à la collecte et à l'élimination des déchets induits par leur production (dispositif dit de « Responsabilité Elargie du Producteur », ou REP), en une taxe ou en une redevance modulable et proportionnelle à l'impact sur l'environnement des produits mis sur le marché.

Les citoyens s'acquittent d'une taxe amenée à devenir prochainement incitative¹⁸⁰. Nous proposons d'étendre cette formule aux producteurs et distributeurs de produits et services, en fonction de critères environnementaux précis : utilisation de matières recyclées dans la fabrication des produits, recyclabilité/réversibilité effective en regard des technologies existantes et de la rentabilité économique des filières.

Cette modularité permettrait de dissuader la mise sur le marché de produits fortement générateurs de déchets ultimes, et d'encourager au contraire la mise en œuvre d'une économie circulaire viable.

Elle aurait en outre un effet bénéfique majeure dans la mise en place progressive d'une économie circulaire : elle permettrait d'intégrer le coût environnemental complet d'un produit dans son prix de vente, plutôt que le dissimuler dans la fiscalité locale.

Dans cette perspective, il ne doit pas être exclu a priori d'établir des normes et des nomenclatures permettant de définir des taux de taxation des produits en fonction de leur recyclabilité/biodégradabilité.

Proposition 43 : Soutenir la recherche et développement dans l'éco-conception et l'éco-production, à la fois dans le secteur de la formation et l'entreprise, en vue de développer la prise en compte de l'impact environnemental global des produits dès leur conception, lors des phases de mise à l'étude.

¹⁷⁹ Ainsi que le note Pierre-Alain Muet dans l'ouvrage « Une fiscalité au service d'une croissance durable » (Fondation Jean-Jaurès, 2010), la mise en œuvre d'une telle taxe au niveau des producteurs de déchets permettrait de faire diminuer au moins de moitié celle reposant sur le contribuable local.

¹⁸⁰ La mise en place d'une part incitative de la TEOM (Taxe d'Enlèvement des Ordures Ménagères) est prévue dans la loi dite Grenelle 2.

La mise en adéquation du système de conception et de production industrielle des produits avec la chaîne de traitement des déchets (collecte, tri, orientation vers une filière de recyclage) est d'une grande complexité technologique, mais pose également la question de la soutenabilité économique des filières de recyclage et du bilan environnemental global des cycles de vie des matières.

Les producteurs comme les collectivités locales et les filières de recyclage doivent donc être aidés dans leurs prises de décisions, grâce à la recherche et la mise à l'étude de nouvelles voies de développement dans ce secteur.

Proposition 44 : Réformer l'Ademe pour permettre un pilotage stratégique de la politique de gestion des déchets assurant la pertinence et la diversité des solutions locales.

Initialement focalisée sur l'énergie, l'ADEME a, depuis les années 1990, été saisie de la thématique des déchets, par sauts successifs (décentralisation, éco-conception, recyclage, valorisation énergétique...), et sans qu'une réflexion stratégique ne soit opérée sur son déploiement. Cela se traduit parfois par de possibles conflits de priorités et un dynamisme améliorable dans l'innovation et le partage des meilleures pratiques. Un pilotage plus concerté de l'ADEME pourrait être d'autant plus pertinent que ses choix se répercutent notamment directement sur les collectivités qui ont en charge le service public d'élimination des déchets ménagers.

De plus, intégrer officiellement dans les missions de l'ADEME la prise en charge des politiques visant à favoriser l'économie circulaire pourrait permettre une plus grande cohérence des politiques publiques et prévenir les contradictions entre politiques énergétiques et gestion des déchets. L'ADEME pourrait ainsi devenir l'ADEMEEP, l'Agence pour l'Environnement, la Maîtrise de l'Energie et l'Eco-Production.

Proposition 45 : Garantir la bonne information du consommateur quant à la recyclabilité et la biodégradabilité des produits et services mis sur le marché.

Le fameux point vert d'Eco-Emballages est devenu le symbole même de la tromperie intellectuelle, et continue de leurrer nombre de consommateurs, qui pensent de bonne foi que ce symbole signifie soit que le produit est fabriqué à partir de matières recyclées, soit qu'il est fait en matières recyclables. Il est souvent assimilé à une consigne de tri, sa présence sur un emballage étant supposée inciter le consommateur à jeter l'emballage en question dans le bac du tri sélectif. Or il signifie simplement que le producteur de l'emballage en question s'est acquitté de la contribution à l'éco-organisme, dans le cadre de la responsabilité élargie du producteur, en vue de contribuer financièrement à son traitement (recyclage ou élimination).

Il conviendrait par conséquent, en lien avec les efforts de recherche et développement évoqués ci-dessus, de mettre en œuvre une signalétique qui ait un double objectif : informer

sincèrement le consommateur sur la place du produit qu'il achète dans le cycle de vie des matières, et faciliter son geste de tri.

Proposition 46 : Clarifier la répartition des compétences entre le traitement des déchets et la valorisation énergétique.

Aujourd'hui, la frontière qui sépare la sphère de la gestion des déchets de celle de la production d'énergie est inopérante, car si c'est bien le même type d'installations qui permet à la fois la production de chaleur et l'incinération de déchets, les objectifs poursuivis par les exploitants de réseaux de chauffage urbain et ceux d'installation de traitement de déchets ne sont pas les mêmes. Le reproche selon lequel la production d'énergie à partir de déchets est contradictoire avec l'objectif de prévention des déchets est parfaitement exact.

A terme, le dimensionnement des incinérateurs et leur vocation à produire de la chaleur sous forme de vapeur pour le chauffage urbain ou d'électricité doit donc être questionné. De même, le fait qu'une chaufferie biomasse relève du même statut réglementaire qu'une installation d'incinération pose question.

Une conciliation entre ces deux activités doit être recherchée. Actuellement, cette absence de régulation empêche le gestionnaire d'un incinérateur de déchets d'avoir recours à un autre combustible que le déchet pour faire fonctionner son installation, alors même, par exemple, qu'alimenter cette installation pour partie avec de la biomasse pourrait présenter un intérêt économique et environnemental global. L'on voit parfois se dessiner un paysage absurde où une chaufferie biomasse viendrait côtoyer un incinérateur de déchets, sans que la synergie pleine et entière entre les deux installations soit recherchée, faute de système de conciliation des deux activités.

Proposition 47 : Innover pour améliorer la valorisation des déchets fermentescibles.

Le principe retenu actuellement est de collecter indistinctement des déchets fermentescibles avec le « tout venant ». Or, les déchets fermentescibles sont souvent relativement pondéreux (ils représentent plus de 50% du poids de nos poubelles), et donc génèrent une empreinte carbone importante, alors même que des solutions de proximité existent pour leur valorisation : compostage et valorisation par méthanisation (avec développement progressif de collectes séparative des déchets humides). En milieu rural, l'efficacité de cette technique peut également être fortement démultipliée en gérant simultanément déchets et éco-produits d'origine agricole ou forestière. Il convient donc d'élargir le débat et de rechercher de nouvelles pistes innovantes.

Nous proposons donc que l'ADEME (au périmètre redéfini par la proposition 44) organise une dynamique d'innovation sous forme d'appels à projets et de mutualisation de bonnes pratiques, afin de créer une filière de valorisation des fermentescibles innovante, performante d'un point de vue environnemental et socialement adaptée à la diversité des territoires.

L'objectif doit être, à travers une mise en cohérence des modes de collecte et de traitement, de parvenir à une valorisation optimale des déchets fermentescibles, majoritaires dans nos poubelles.

Proposition 48 : Proposer aux distributeurs de devenir partenaires de la collecte et du recyclage.

Les distributeurs jouent un rôle essentiel et méconnu dans la collecte et le recyclage des déchets. Ce sont eux qui fournissent au consommateur final emballages et déchets en même temps que le produit acheté. Par ailleurs, ils souhaitent entretenir la relation la plus régulière possible avec le consommateur, en l'incitant à revenir.

Les collectes sélectives, qui sont généralement celles à plus haute valeur ajoutée, sont coordonnées par des éco-organismes¹⁸¹ qui ont pour vocation de créer la filière, d'identifier les meilleurs débouchés et de valider les bénéfices environnementaux, mais aussi de collecter les contributions de chacun des acteurs.

Pour que les filières de recyclage soient performantes, mais également pour que le recyclage génère la meilleure performance environnementale, il est essentiel de collecter en masse les déchets de la manière la plus homogène possible. Le collecteur Recylum a ainsi vu tout l'avantage qu'il pouvait tirer à mailler dès le début un réseau dense en constituant pour partenaires les réseaux et chaînes de commerces de proximité¹⁸². Effectuée à proximité immédiate du lieu d'achat, la collecte sélective des déchets a une double vertu : d'une part elle permet de recueillir au plus vite des éléments triés avant d'être altérés, d'autre part elle incite aussi bien le commerçant que le consommateur à en réduire le volume.

Une mesure à double détente peut être envisagée :

- D'abord, rendre systématique la rémunération du point de collecte par l'éco-organisme, de manière progressive selon les volumes (et ce afin de favoriser l'obtention rapide de taux de collecte élevés) ;
- Ensuite, reconnaître aux commerçants un rôle de partenaire dans l'organisation des collectes municipales et les intégrer dans la politique collective de gestion des déchets.

Ainsi, une monographie ADEME sur la pratique du recyclage et de la consignation en Suède¹⁸³ (sur données 2006) montre que la consignation permet d'atteindre un taux de recyclage de 70% à 90% sur les boissons, là où les plastiques non consignés sont recyclés à

¹⁸¹ Parmi ces éco-organismes, on trouve Eco-folios, Eco-emballages, Recylum, Aliapur, Chimirec...

¹⁸² Détails de la démarche dans le communiqué de presse du 31 janvier 2011 : <http://www.recylum.com/wp-content/uploads/PRESSE-CP-2011-01-31-Bilan-2010-RECYLUM.pdf>

¹⁸³ http://www.cniid.org/espace_telechargement/newsletter/Consigne_Suede_Ademe.pdf

20% environ. De plus, la consignation a permis la mise en place de processus de collecte et de nettoyage de proximité, peu coûteux en énergie, et de développer de nouvelles filières.

Proposition 49 : Faciliter le tri par les habitants, le réemploi et le recyclage en généralisant les guides de tri par matériaux (verre, papier, plastique, métaux...). Instaurer un système de consignes sur certains emballages afin de favoriser le développement de filières de récupération et de valorisation de proximité.

Le geste de tri est d'autant plus aisé que le produit usagé est facile à identifier. Ainsi, les consignes de tri claires et simples sont celles qui produisent les meilleurs résultats. De plus, une harmonisation des guides de tri permet de mener des campagnes nationales de communication sur le geste de tri.

Par ailleurs, on constate que les progrès environnementaux d'une filière économique n'ont pu être atteints que via une contrainte environnementale forte¹⁸⁴. C'est le cas notamment de la téléphonie mobile, qui, en moins de cinq ans, est parvenue à réduire par plus de quatre la taille des emballages (et proportionnellement l'énergie nécessaire au stockage et au transport des produits), et à développer une filière de recyclage et d'éco-conception de ses produits.

Un enjeu essentiel pour limiter la prolifération des emballages est d'intervenir en amont en lui donnant une valeur avant qu'il ne soit abandonné par le consommateur, et donc de faire en sorte qu'il ne devienne jamais un déchet au sens de la loi n°75-633 du 15 juillet 1975, ceci afin de favoriser l'efficacité de son recyclage.

Un dispositif de consignation¹⁸⁵ permettrait de lutter contre l'abandon (décharge sauvage) de certains emballages. Des montants de consignation élevés (entre 0,2 et 4 euros par emballage – la Suède est à 0,2 euros pour une bouteille), rendraient lucrative l'organisation d'une collecte et feraient émerger des emplois de proximité.

Cet axe de travail est en particulier développé par la filière du verre, qui entretient depuis des années en France un mécanisme de consignation avec les professionnels¹⁸⁶.

¹⁸⁴ On consultera avec profit le billet présent sur : <http://gregprojetdurable.blog.ouestjob.com/index.php/post/2008/11/13/Gestion-des-dechets%3A-Contribution-financiere-ou-taxe>

¹⁸⁵ Une synthèse des pratiques a été effectuée au Québec - <http://www.recyc-quebec.gouv.qc.ca/upload/Publications/Fiche-consigne.pdf>. Comme indiqué dans le document, la Finlande, la Norvège et la Belgique développent la consignation et encouragent le réemploi

¹⁸⁶ http://www.paris-dechets.com/medias/interventions/fj/fj_jdecottignies_verre_%20enjeux_collectivites.pdf

7. AGIR SUR LE CADRE DE VIE : L'ACCES A UN COMPORTEMENT ECO-RESPONSABLE PAR LE DEVELOPPEMENT DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION (TIC)

Très souvent, les modes de consommation économes et éco-responsables existent déjà. Pour la plupart des usagers, l'obstacle reste le prix, l'information ou l'absence d'incitation. L'environnement urbain étant déjà celui de la majorité des Français, la mise en scène des (bons) choix doit être une priorité, de façon à faciliter et garantir l'accès aux comportements éco-responsables. La transformation du cadre de vie est donc un levier essentiel, et les nouvelles technologies peuvent grandement y contribuer.

Développer l'accès à un comportement éco-responsable par les TIC

Le néologisme d'« hyperterritoire »¹⁸⁷ désigne le territoire augmenté et élargi par les TIC, aussi bien par les réseaux qui le rendent possible que par les services et les contenus qui enrichissent les activités et les projets. A l'intérieur de ces deux territoires, des mobilités réelles et virtuelles. Ainsi, les villes peuvent désormais être visitées de façon virtuelle.

Cependant, l'impact des TIC en matière de réduction des déplacements masque mal une réalité : les réseaux de communication virtuels sont loin, pour l'instant, de s'être substitués aux réseaux de transport physiques. Pour l'instant, les TIC ont surtout contribué à libérer du temps pour se déplacer ailleurs, accompagner, sécuriser les mobilités et rentabiliser les temps morts dans les transports (voir supra l'augmentation globale des déplacements en France et des émissions de GES associées).

Alors que les constructeurs de réseaux intelligents prennent le pas sur les entreprises traditionnelles du bâtiment et des travaux publics, la ville numérique reste le parent pauvre de la planification urbaine. Pour faire des TIC le vecteur d'un accès à un comportement éco-responsable¹⁸⁸, il faut arrêter de concevoir les territoires numériques uniquement comme des espaces dotés de réseaux toujours plus high-tech, mais aussi lancer des projets de plateformes collectives proposant des espaces coopératifs pour le télé-travail, l'échange numérique informel, les loisirs numériques, la culture en ligne, le commerce électronique, les logiciels bureautiques de base en service gratuit, etc. Ce type de « télé-centres » devrait être systématiquement intégré à des Plans Locaux de Cyberurbanisme.

¹⁸⁷ Lire *Communiquer demain*, DATAR, 1994.

¹⁸⁸ Gilles Berhault, « *Développement durable 2.0. Internet va-t-il sauver la Planète ?* », Editions de l'Aube, 2009.

Proposition 50 : Intégrer à des Plans Locaux de Cyberurbanisme des projets de plateformes collectives proposant des espaces coopératifs pour le télé-travail, les loisirs, le commerce et la culture numérique, ainsi que les logiciels bureautiques de base en service gratuit. Donner mandat à la Délégation aux usages de l'Internet (DUI) d'apporter le soutien technologique nécessaire.

Ces espaces permettraient un partage, une mutualisation et une sécurisation du commerce et de la production de biens et services favorables à une économie locale de la fonctionnalité¹⁸⁹, créatrices d'emplois et à faible impact environnemental : auto-partage, gestion de parc de locations multi-objets... Ces plateformes permettraient le développement et la rentabilisation d'activités de partage « hyper locales ».

De nombreuses innovations dans le secteur de l'« hyper-local » sont en cours. La plupart ne sont pas arrivées à maturité mais les opérateurs privés internationaux se positionnent : *Foursquare, Facebook, Twitter*, entre autres, proposent à tous les acteurs d'un territoire de se géolocaliser et d'interagir via le web et les smartphones. Ce champ d'innovation sociale ne doit pas être abandonné au seul marché. Les collectivités territoriales doivent s'en emparer car elles représentent un nouveau levier développement économique, social et technologique à inventer, territoire par territoire. Les technologies existent déjà, il faut les utiliser et les configurer. L'Etat, à travers la Délégation aux usages de l'Internet, pourra apporter le soutien technologique nécessaire et développer des espaces de partage de bonnes pratiques pour que chaque collectivité locale n'ait pas à « réinventer la poudre » en ce domaine.

Proposition 51 : Inclure dans les contrats administratifs (ex. délégation de service public, occupation du domaine public, marchés publics, etc.) ayant trait aux services en réseau des objectifs de développement d'applications Internet permettant la mise à disposition d'informations en temps réel pour les usagers. Développer ce type d'application pour les services en régie (bibliothèques, gymnases, espaces de travail partagés, etc.) avec l'appui de la Délégation aux usages de l'Internet.

Les institutions sont également en train d'ouvrir leurs données pour les mettre à la disposition d'opérateurs privés qui vont les transformer en applications : événements locaux, horaires des transports en commun, disponibilités des Vélib's, trafic...

Les TIC seraient ainsi le support d'une réappropriation du cadre de vie, du tissage de nouveaux liens entre les territoires, à travers le rapprochement des lieux de vie et de travail.

¹⁸⁹ Michèle Debonneuil, « *L'espoir économique, vers la révolution du quaternaire* », Editions Bourin, 2007 ; voir également Conseil d'analyse stratégique (CAS), « *Sortie de crise : vers l'émergence de nouveaux modèles de croissance ?* », octobre 2009.

Elles favoriseraient également l'implication des citoyens dans leur quartier et l'émergence de nouveaux espaces de convivialité.

Ces technologies, qui ne sont plus nouvelles – la notion de NTIC sera donc abandonnée au profit de celle de TIC – doivent maintenant faire l'objet d'une appropriation par les aménageurs et les usagers. Pour y arriver, il faut introduire les TIC en fonction des besoins et de l'optimum de satisfaction des usagers, pas seulement en fonction du désir de faire « un saut technologique ».

Le risque est aujourd'hui que la crise bride la réalisation de projets urbains innovants mixant logements, activités et services publics, car plus difficiles à financer, pour des projets moins coûteux mais finalement plus conformistes et ne facilitant pas l'accès à un environnement de qualité ou à un comportement éco-responsable. Se pose donc la question du financement de cet accès.

Les TIC peuvent contribuer à permettre à chacun d'exercer une éco-citoyenneté active et favoriser, par ce biais une manifestation quotidienne de l'engagement. Cette éco-citoyenneté active représente une chance pour les habitants de la cité d'exprimer de façon concrète et continue leur engagement pour le collectif et le vivre ensemble.

2.

Rééquilibrer l'asymétrie de pouvoirs entre producteurs et consommateurs

1. POUR UNE ACTION DE GROUPE A LA FRANÇAISE ET AMBITIEUSE

La volonté d'inspirer une nouvelle morale de la consommation, par laquelle le consommateur, mieux informé et responsabilisé, devient présent et actif, ne peut se passer d'un rééquilibrage des pouvoirs entre consommateurs et producteurs. L'instauration d'une procédure efficace permettant les actions de groupe est une condition nécessaire de ce rééquilibrage.

L'action de groupe (ou action collective) permet « à un ou plusieurs demandeurs d'intenter une action en justice au bénéfice d'un groupe de personnes qui, trop nombreuses pour être parties à une seule instance, présentent cependant des questions de droit et de fait analogues qui peuvent être tranchées d'une façon uniforme par le juge en un seul procès dans le cadre d'une bonne administration de la justice »¹⁹⁰.

Parce qu'elle rétablirait les consommateurs dans leurs droits, notamment leur droit à réparation, l'action de groupe constitue un enjeu majeur dans plusieurs domaines. Juridique, elle vise à mettre fin à la situation dans laquelle une multitude d'individus ayant subi un préjudice se trouvent, *de facto*, privés d'un accès au juge et de leur droit à réparation, situation qui nuit gravement à l'État de droit. Un enjeu économique : l'action de groupe, contrairement à ce qui peut être perçu de prime abord, n'est nuisible ni à une croissance pérenne, ni à la compétitivité des entreprises. Elle permet de restaurer la confiance des consommateurs envers les professionnels, confiance qui constitue un ressort fondamental de l'acte de consommation. Par ricochet, l'action de groupe, loin d'être nuisible à la croissance, serait au contraire un des leviers de sa restauration. Dans une approche renouvelée de la consommation, l'action de groupe constitue un outil essentiel entre les mains du consommateur-citoyen pour inverser la relation de consommation, d'un consommateur qui subit au consommateur qui fait valoir ses choix. Un enjeu social enfin : car l'absence de

¹⁹⁰ Les documents de travail du Sénat, Législation comparée, *Les actions de groupe*, n° LC 206, Mai 2010.

voie de recours efficace et peu coûteuse visant à obtenir la réparation de préjudices de faible montant a des conséquences plus importantes sur les ménages les plus modestes.

Une réflexion arrivée à maturité qu'il est urgent de concrétiser

On trouvera en annexe (B) un historique détaillé du débat français autour de l'action de groupe. Si les majorités changent les traditions demeurent : comme Jacques Chirac et Nicolas Sarkozy en leur temps, le nouveau Président et son gouvernement ont relancé le débat sur l'introduction de l'action de groupe dans le corpus juridique français, promettant même, comme leurs prédécesseurs, qu'ils seront ceux par qui cette promesse se réalisera enfin.

Ainsi, François Hollande, alors encore candidat, déclarait, à l'occasion d'une interview donnée à la revue *Concurrences* : « *il faut mettre fin à cette justice à deux vitesses dans laquelle seuls les forts ont les moyens de se défendre. [...] J'ai donc annoncé que si j'étais élu président de la République, une procédure d'action de groupe serait mise en place pour permettre aux victimes d'un même professionnel de se regrouper pour obtenir réparation, et ce au-delà du seul champ de la concurrence. Cette mesure est réclamée depuis de nombreuses années par les associations de consommateurs. Elle est soutenue par un grand nombre de praticiens du droit et d'universitaires et la CGPME y est favorable. Elle existe d'ailleurs chez la plupart de nos voisins européens. Bref, seule la droite française y est hostile, en raison de sa proximité avec le haut-patronat. À travers cette mesure de justice, mon objectif n'est certainement pas de matraquer les entreprises françaises. Il faudra ainsi trouver une procédure équilibrée, qui évite les dérives de la "class action" américaine. Je m'appuierai sur le travail bipartisan réalisé en ce sens par la commission des lois du Sénat et qui a fait l'objet d'un amendement adopté en première lecture par la majorité de gauche à la Haute assemblée* »¹⁹¹.

A peine élu, le Président et son gouvernement annoncent, par la voix de C. Taubira, ministre de la Justice, son intention de mettre en œuvre cette promesse électorale. Mais, pour l'instant, l'incertitude demeure, alors que la récurrence de scandales semblables à ceux du Médiateur et des prothèses PIP démontre que le temps presse.

Les premières déclarations, lacunaires, ne sont pas forcément rassurantes. En évoquant la seule « *réparation des petits litiges* », la Garde des Sceaux laisse penser que les domaines de la santé et de l'environnement, dans lesquels les dommages, souvent corporels et moraux, sont importants, seraient exclus de la réflexion du gouvernement. Pourtant, une solution clé en main existe, adoptée par le Sénat à l'occasion du projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs, qualifiée de bonne « troisième voie » par les associations de défense des consommateurs.

¹⁹¹ *Concurrences* N° 2-2012, Interview : « François Hollande, Nicolas Sarkozy, quelle politique de concurrence pour la France et pour l'Union Européenne ? ».

En effet, sortant du débat stérile entre *opt in* et *opt out*¹⁹², question qui divise traditionnellement jusqu'aux partisans de l'action collective, la procédure adoptée par le Sénat permettait de dépasser les obstacles juridiques avancés jusqu'alors pour éviter son instauration et se révélait stratégiquement très habile.

S'agissant du champ de l'action de groupe, il est circonscrit aux seuls dommages matériels trouvant leur origine dans un manquement contractuel ou pré-contractuel d'un professionnel à l'égard d'un consommateur ou d'un manquement aux règles de la concurrence. Principe de réalité oblige, la volonté de voir enfin aboutir le sujet a conduit les associations de consommateurs à faire des concessions : les préjudices corporels et moraux et les domaines de l'environnement et de la santé sont, pour l'instant, écartés du champ d'application de l'action de groupe¹⁹³. Néanmoins, ce champ est très large, puisque non limité aux seuls litiges nés de l'application du code de la consommation. Ainsi, les télécommunications et le droit bancaire, deux des enjeux majeurs actuellement en matière de droit des consommateurs, pourraient donner lieu à des actions collectives.

S'agissant des modalités d'action, tout a été pensé pour assurer l'efficacité de la procédure sans remettre en cause les principes fondamentaux de la procédure civile, perçus comme la garantie contre les dérives observées aux États-Unis.

L'initiative de l'action est réservée aux associations spécifiquement agréées au titre de l'action de groupe. Pour les auteurs de cet amendement, cette disposition devrait permettre d'éviter l'apparition d'une industrie du procès au profit des avocats et tend à renforcer l'existence d'un véritable contre pouvoir des consommateurs. Seules certaines associations pourront introduire une action. Surtout, parce qu'elles en ont l'initiative exclusive, ces associations effectueront un premier filtre entre les actions manifestement abusives et celles bien fondées. L'UFC – Que Choisir et la confédération Consommation, logement et cadre de vie (CLCV) s'en réjouissent.

¹⁹² Traditionnellement, deux voies procédurales sont évoquées pour la constitution du groupe. Selon le mécanisme de l'*opt-out*, issu à l'origine du système américain et présent au Québec et au Portugal notamment, sont considérés comme membres du groupe les personnes qui ne se sont pas manifestées et celles qui ont expressément manifesté leur volonté d'agir dans le cadre de cette action de groupe. A contrario, ne sont pas membres du groupe ceux qui ont expressément dit ne pas vouloir agir dans le cadre de cette action, un délai d'exclusion étant parfois fixé par le juge. Selon le mécanisme de l'*opt-in*, existant notamment en Suède et en Italie, il faut un accord explicite pour faire partie du groupe. Le groupe ne sera constitué que de ceux qui ont expressément manifesté leur volonté d'être représentés à l'instance. L'action repose sur un mandat exprès et le silence vaut refus.

¹⁹³ L'idée d'une action de groupe dans le domaine de la santé rencontre une opposition certaine de la part de la précédente majorité à l'Assemblée Nationale. Alors qu'à l'occasion du vote sur le projet de loi relatif au contrôle du médicament le Sénat avait, le 27 octobre 2011, adopté un amendement permettant aux associations de victimes de médicaments nocifs d'engager des actions de groupe à l'encontre des industries pharmaceutiques responsables, l'Assemblée Nationale a supprimé cet aspect du texte sous prétexte, selon le rapporteur, qu'il était « peu opportun d'adopter, au détour d'un amendement sur un projet de loi relatif au médicament, une mesure ayant une telle incidence sur notre système juridique ».

La procédure est ensuite organisée en deux phases : dans un premier temps, le juge se prononce sur la recevabilité de l'action et la responsabilité du professionnel à partir de cas types présentés par l'association requérante. Dans la décision portant sur la responsabilité, le juge définit les caractéristiques du groupe concerné et les modalités de publicité, qui sont à la charge du professionnel. Dans un second temps, le juge statue sur la liste des personnes qui, s'étant manifestées volontairement, demandent réparation.

Ce schéma assure le respect des droits de la défense, argument derrière lequel le MEDEF ne pourra plus se retrancher longtemps. Le professionnel attaqué connaît son adversaire, l'association de consommateurs, et seul un nombre limité de cas de consommateurs lui est opposé dans un premier temps. Surtout, l'interdiction des dommages punitifs, n'ayant pas vocation à réparer un préjudice mais à dissuader le responsable de renouveler son comportement fautif, serait maintenue. En effet, il ne s'agit pas, par le biais de l'action collective, de brouiller la frontière existant entre justice civile, à visée réparatrice, au nom de l'individu, et justice pénale, dont l'objet est à la fois de punir au nom de la société et de dissuader tout réitération du comportement fautif.

Ensuite, dépassant le débat entre *opt in* et *opt out*, la procédure proposée est conforme au principe selon lequel nul ne plaide par procureur¹⁹⁴, découlant du principe constitutionnel de liberté individuelle et consacré par une décision du Conseil constitutionnel du 25 juillet 1989¹⁹⁵.

En outre, si le droit de la preuve classique s'applique, la procédure prévoit la possibilité pour le juge de faire appel à l'Autorité de la concurrence lorsqu'il est saisi d'une action fondée sur une pratique anticoncurrentielle, ce qui devrait simplifier la preuve pour les associations, particulièrement difficile à apporter en cette matière.

De plus, l'effet relatif de la chose jugée demeure puisque le jugement en réparation ne peut intervenir qu'au profit de consommateurs en ayant fait la demande.

¹⁹⁴ A. Joly, *Cours Élémentaire De Droit : Procédure Civile Et Voies D'exécution, T. I : Procédure Civile*, Sirey, 1969 : « Cet adage signifie que si un plaideur est représenté en justice, cela doit apparaître ouvertement dans la procédure afin que son adversaire en ait connaissance. Quiconque n'agit pas en son nom propre, mais pour le compte d'autrui, doit révéler dans les actes du procès le ou les noms de celui ou de ceux qu'il représente. Il est aisé de justifier cette règle, plus pratique qu'on ne le penserait au premier abord. La liberté de la défense et la loyauté de la lutte judiciaire exigent que les parties combattent à visage découvert, et que chacun sache exactement contre qui il plaide réellement. Un défendeur ne saurait être contraint de soutenir un procès contre un adversaire inconnu, dissimulé derrière un figurant ».

¹⁹⁵ Décision du Conseil constitutionnel n° 89-257 DC du 25 juillet 1989 sur la loi modifiant le code du travail et relative à la prévention du licenciement économique et au droit à la conversion rappelant que « s'il est loisible au législateur de permettre à des organisations syndicales représentatives d'introduire une action en justice à l'effet non seulement d'intervenir spontanément dans la défense d'un salarié mais aussi de promouvoir à travers un cas individuel, une action collective, c'est à la condition que l'intéressé ait été mis à même de donner son assentiment en pleine connaissance de cause et qu'il puisse conserver la liberté de conduire personnellement la défense de ses intérêts et de mettre un terme à cette action ».

Enfin, les règles de déontologie des avocats demeurent les mêmes et le principe selon lequel les frais d'instance sont à la charge de la partie perdante s'applique. Par ailleurs, l'interdiction du « pacte de quota litis », c'est-à-dire de la convention selon laquelle les honoraires de l'avocat sont déterminés en fonction de l'issue de l'instance et dont le montant est proportionnel au résultat obtenu, constitue un garde fou certain contre les dérives causées par les *contingency fees* observées aux Etats-Unis.

Tout ceci augure d'une procédure efficace et attractive – l'association n'a pas à gérer des milliers de mandats, les frais de publicité sont à la charge du professionnel, la décision juridictionnelle de responsabilité est prise en fonction d'un nombre de cas limité. Surtout, sa construction devrait rassurer les entreprises et éviter de déresponsabiliser consommateurs et associations – les droits de la défense sont préservés, la publicité n'intervient qu'une fois la responsabilité du professionnel établie, le consommateur doit marquer son adhésion volontaire à l'action pour être indemnisé et les frais de procédure peuvent être mis à la charge de l'association lorsqu'elle perd.

« *Ce dispositif est une troisième voie efficace, ouverte et encadrée qui nous sort du débat stérile entre opt-in et opt-out* », se réjouit Cédric Musso, directeur des relations institutionnelles à l'UFC – Que Choisir. Cette proposition, adoptée au Sénat et satisfaisant les associations de consommateurs comme certains représentants du patronat, aurait du, en toute logique, être adoptée.

Promesse électorale de l'ancien chef de l'État comme du nouveau, l'ensemble de la classe politique semble s'accorder sur la nécessité d'introduire une telle procédure en droit français. Toutes les conditions pour le succès d'une réforme sont réunies et pourtant, rien à ce jour n'a encore été fait. Sans doute a-t-il manqué jusqu'à présent le courage politique, en temps de crise, de déplaire au MEDEF, alors même que les bénéfices attendus en termes de justice, d'équité et de régulation de l'économie sont indiscutables¹⁹⁶.

Un choix volontaire et courageux est possible

La procédure adoptée par le Sénat est, comme il a été dit plus haut, intelligente stratégiquement. L'action de groupe qui en ressort, fondée sur l'adhésion volontaire, voit son champ d'application réduit et est confiée exclusivement aux associations de consommateurs qui font, de fait, office de premier filtre. Ces choix, qui visent à rassurer les opposants à l'action de groupe, ne sont pourtant pas entièrement satisfaisants.

¹⁹⁶ Sous le précédent gouvernement, les services du ministère de l'économie bloquaient le processus. Ce n'est d'ailleurs pas nouveau. Déjà en 2005, le rapport sur l'action de groupe écrit conjointement par la DGCCRF et le ministère de la justice, avait frappé les lecteurs par sa mauvaise volonté affichée. Le rapport s'interroge en effet sur le principe même de l'action de groupe (principe pourtant acquis au plus haut niveau de l'État) - Rapport sur l'action de groupe du groupe de travail présidé par G. Cerutti et M. Guillaume, remis au ministre de l'économie, des finances et de l'industrie et au ministre de la justice le 16 décembre 2005, disponible sur http://www.minefi.gouv.fr/directions_services/sircom/protection_conso/protection_eco/rapport.pdf

S'agissant du champ d'application de l'action de groupe, il est, pour l'heure, réduit aux seuls litiges de la consommation et de la concurrence. Par ailleurs, ne pourront être réparés par cette voie que les préjudices matériels. Dans une tradition juridique qui a pour principe la réparation intégrale des préjudices, il est étonnant, voire décevant, d'écarter a priori la réparation des préjudices corporels et moraux. L'action de groupe est nécessaire parce qu'elle permet d'offrir une voie de droit efficace pour la réparation de préjudices qui, à l'heure actuelle, ne sont pas réparés faute d'accès effectif à la justice. La procédure envisagée ne remplira que partiellement sa fonction si elle ne permet l'indemnisation que d'un certain type de préjudice. Certes, il est probable que les litiges de la consommation dont il est question provoquent surtout des préjudices matériels dont l'évaluation par le juge aurait un caractère assez objectif. La volonté d'efficacité qui sous tend le schéma proposé est louable, mais elle conduit à écarter deux types de préjudices pourtant importants, ne rétablissant ainsi qu'à moitié les consommateurs et citoyens dans leurs droits. Cette insuffisance est d'autant plus frappante qu'elle est double.

La mise hors champ des préjudices corporels et moraux est la conséquence procédurale logique d'un choix politique lourd de conséquences : l'exclusion des domaines de la santé et de l'environnement du champ d'application de l'action de groupe. Là encore, pour des raisons d'acceptabilité et d'efficacité (afin de faciliter le travail du juge), c'est une réforme *a minima* qui est proposée. La volonté de faire aboutir le projet est compréhensible, mais elle devient décevante dès lors qu'elle aboutit à écarter deux enjeux majeurs pour le consommateur et le citoyen.

La récente affaire du Médiateur, comme celle des prothèses PIP¹⁹⁷, illustre malheureusement combien, dans le domaine de la santé, les individus sont en position de faiblesse face à de grands laboratoires, détenteurs de l'information et de la puissance économique. Il en est de même en matière d'environnement, domaine dans lequel le caractère diffus du préjudice est particulièrement présent et la preuve extrêmement difficile à apporter. Or, sans parler des États-Unis ou du Québec où le champ de l'action de groupe n'est pas limité, certains de nos voisins européens ont construit une procédure qui s'applique aussi et surtout aux questions de santé publique et d'environnement, sans que cela n'ait enrayé sa mise en place. Ainsi, l'action collective en Suède et au Portugal fait l'objet d'une loi de portée générale qui s'applique aussi bien dans le domaine de la consommation que de la santé et l'environnement. D'ailleurs, à l'usage, les droits de l'environnement et de la santé s'avèrent constituer deux domaines de prédilection de l'action de groupe. D'une part, si ces domaines peuvent ne pas relever de la consommation au sens propre du terme, qui s'entend comme l'acte d'achat de biens et services marchands répondant à un besoin individuel, une telle conception est trop restrictive à partir du moment où l'on prend acte de ce que la consommation est un phénomène bien plus global, ne se limitant ni à la sphère marchande,

¹⁹⁷ Plus de 5000 plaintes ont été déposées contre la société Poly Implant Prothèses. S'agissant du Médiateur, les laboratoires Servier font face à 2300 plaintes

ni à la satisfaction des seuls besoins individuels. Entendue comme le fait d'utiliser ou de détruire, immédiatement ou progressivement, des biens ou des services dans le but de satisfaire un besoin, la consommation devient alors une notion englobant tous les domaines de la société. Le fait de respirer l'air environnant, s'il n'est pas un acte de consommation au sens strict du terme, relève bien du champ de la consommation dès lors qu'il s'agit d'utiliser une ressource, l'air, afin de satisfaire un besoin, ici vital. D'autre part, il est des hypothèses où l'acte de consommation au sens strict du terme est porteur d'enjeux environnementaux ou de santé publique. Il en est ainsi, par exemple, de l'eau, bien indispensable qui entre pourtant dans la sphère marchande, et qui ne saurait être exclu de l'action de groupe, tant les questions environnementales et de santé qui lui sont attachées sont cruciales.

De même, et plus logiquement encore, l'utilisation de produits ou services de santé, même si elle se fait dans un but thérapeutique, pourrait entrer dans le champ de la consommation. L'action de groupe ne devrait pas se limiter aux seuls litiges de la consommation tels qu'entendus actuellement et surtout inclure la réparation des préjudices moraux et corporels. En effet, certains comportements des professionnels peuvent conduire, au-delà d'un simple préjudice matériel, à des préjudices de santé touchant des milliers de personnes. Ainsi, au Canada, une action de groupe a été introduite concernant les risques pour la santé découlant de l'utilisation des crèmes adhésives de dentiers Fixodent/Poligrip. Il est ainsi regrettable que l'Assemblée Nationale ait supprimé du projet de loi sur le contrôle du médicament, la disposition introduite par le Sénat permettant aux associations de victimes de médicaments nocifs d'engager une action collective à l'encontre des industries pharmaceutiques responsables alors que la récente affaire du Médiateur démontre encore une fois l'urgence qu'il existe à renforcer l'individu face à la puissance des laboratoires.

En matière environnementale, l'affaire de pollution par le chrome hexavalent dans les eaux potables d'Hinkley, en Californie, par la Pacific Gas and Electric Company en 1993, rendue célèbre par le film « Erin Brockovich », atteste de l'enjeu qui se cache derrière la définition du champ de l'action de groupe. Dans cette affaire, une centaine de victimes a finalement obtenu une indemnisation de 333 millions de dollars. Une telle procédure ne serait pas possible en France en l'état actuel des réflexions. Or, aucune raison valable, procéduralement comme conceptuellement, ne fait obstacle à ce que le champ de l'action de groupe en France ne soit pas plus large. Et, si la stratégie politique derrière cette restriction se comprend à l'heure actuelle, elle ne doit pas conduire à ce qu'à moyen terme, la santé et l'environnement n'entrent pas dans le champ d'application de l'action de groupe.

L'initiative exclusive de l'action donnée aux associations de consommateurs agréées constitue un autre sujet de débat. La procédure proposée ferme, pour l'heure, la porte de l'action de groupe aux individus seuls et aux associations *ad hoc*. Seules les associations de consommateurs détentrices d'un « super agrément » pourront engager une action collective. La logique est claire et assumée : ces associations opéreront un premier filtre quant au sérieux des actions envisagées, ce qui évitera l'engorgement des tribunaux grâce à la centralisation des procédures. Pourtant, un tel choix n'est pas totalement légitime et n'est

d'ailleurs pas celui de l'Angleterre, de la Suède et du Portugal, entre autres. D'une part, alors que l'action de groupe doit permettre à tout individu de faire valoir ses droits en justice en disposant d'une procédure adaptée, ils seront ici soumis au bon vouloir d'associations qui, pour représentatives et nécessaires qu'elles soient, n'auront pas toujours les mêmes intérêts. L'appréciation de l'intérêt et du sérieux des réclamations qui leur seront soumises pourrait ainsi dépendre largement de leurs chevaux de bataille historiques, de leur intérêt plus ou moins prononcé pour certains enjeux selon leur domaine d'action habituel, de l'attrait médiatique des cas avancés et de la contingence de leurs moyens humains et financiers. Les consommateurs devenus majeurs juridiques avec l'action de groupe resteront, en réalité, sous tutelle. Surtout, deux interrogations sont liées à ce choix : comment s'assurer de la représentativité des associations agréées ? Comment s'assurer que l'action de groupe ne se transforme pas en une source de financement parallèle de ces associations ?

S'agissant de la question de la représentativité, la France compte aujourd'hui seize associations de défense des consommateurs agréées. Un super agrément que les associations devront obtenir afin d'introduire des actions de groupe a été défini par un décret du 13 juillet 2010¹⁹⁸. Ce super agrément est délivré par arrêté du ministre chargé de la consommation, « pour une durée de trois ans », à trois conditions :

- L'association doit être généraliste c'est à dire avoir une « *capacité effective à renseigner les consommateurs ou à les défendre dans tous les secteurs d'activité : produits alimentaires, habillement, logement, énergie, ameublement et équipement ménager, santé, transports, communications, autres biens et services* ».
- L'association doit ensuite justifier « *dans quarante départements* », d'une « *activité d'accueil, d'expertise et de règlement amiable des litiges dans une ou plusieurs permanences départementales ou locales ouvertes à cet effet à tous publics au moins huit heures par semaine* »
- L'association nationale doit avoir, sur son compte de résultat de l'année civile précédente, un montant de cotisations de plus de 229 500 € « *provenant d'adhérents, personnes physiques ou morales* ».

Aujourd'hui, six organisations rempliraient ces critères : l'Association Force ouvrière consommateurs (Afoc), la confédération Consommation, logement et cadre de vie (CLCV), la Confédération syndicale des familles (CSF), Familles rurales, l'Association pour l'information et la défense des consommateurs salariés (Indécosa-CGT), l'Union fédérale des consommateurs (UFC-Que choisir). Mais les arrêtés ministériels interviennent au compte gouttes et, si ce dispositif pourrait avoir pour effet de consolider le mouvement consumériste, il ne le satisfait pourtant pas. Les grandes organisations généralistes (UFC – Que Choisir et CLCV) dénoncent des critères trop larges n'assurant pas la représentativité

¹⁹⁸ Décret n° 2010-801 du 13 juillet 2010 relatif à la représentation des associations de défense des consommateurs et aux institutions de la consommation.

effective des associations, tandis que les associations spécialisées déplorent des critères trop restrictifs qui leur barrent la route de l'action de groupe dans leur domaine d'action. Bref, on voit bien la limite du dispositif qui, toujours pour des raisons d'efficacité, restreint le champ des possibles pour les consommateurs. Plus que les critères définis, c'est la logique même du système qui est en cause. Pourquoi ne pas permettre au consommateur individuel d'intenter lui-même ou *via* un groupe *ad hoc* l'action de groupe, alors même que les exemples étrangers montrent que c'est une orientation viable ? Seule la volonté de rassurer les professionnels, en encadrant strictement les conditions d'introduction d'une action de groupe, et de renforcer le rôle des associations de consommateurs peuvent expliquer le choix qui est fait. Cette réponse est mince et d'autant plus décevante que l'initiative exclusive donnée à certaines associations fait courir le risque d'une captation des intérêts des consommateurs, notamment financiers.

En effet, alors que le risque d'une industrie du procès au profit des avocats semble peu réaliste en raison des règles de déontologie propres à la profession, le monopole de l'action donnée aux associations le fait renaître à leur égard. Sans alarmisme ni excès de précaution vis à vis des associations, l'action de groupe pourrait leur ouvrir une source de financement qui parasiterait les objectifs de l'action collective. Si les représentants des associations de consommateurs se veulent rassurants à ce sujet, il n'en demeure pas moins que des sommes parfois considérables sont en jeu. L'application de l'article 700 du NCPC selon lequel la partie perdante à l'instance en supporte les frais et les dépens est une garantie indéniable en ce qu'elle assure, en cas de victoire, que les associations ne récupèrent pas les frais engagés sur les sommes octroyées aux consommateurs. Néanmoins, elle ne constitue qu'une faible garantie et ne résout pas la question en cas d'échec, ce qui pourrait rendre frileuses certaines associations. On en revient alors aux possibles divergences d'intérêts, voire de conflits, entre associations et consommateurs.

En définitive, le Gouvernement actuel devrait éviter l'erreur commise par le précédent qui, après avoir promis l'introduction des « *class actions* » à la française, écrivait en 2012 que « *l'absence aujourd'hui d'un dispositif d'action de groupe en France correspond à un choix du Gouvernement dicté en grande partie par la conjoncture économique* »¹⁹⁹. La nouvelle majorité devrait ainsi garder en mémoire que l'action de groupe est une condition nécessaire à l'émergence d'un véritable contre-pouvoir consommateur et est indispensable au rééquilibrage de la relation consommateur-producteur. Sa nécessité et sa faisabilité sont désormais démontrées. Plus encore, les enjeux attachés à l'action de groupe dépassent largement le champ de la consommation classique et touchent aussi à la santé et à l'environnement. Plus qu'au consommateur, c'est au citoyen qu'il est temps de donner les moyens d'agir.

¹⁹⁹ Question écrite n° 92945 – Assemblée Nationale - Réponse du Ministre du commerce, de l'artisanat et de la consommation, *Journal Officiel* du 3 avril 2012, p. 2710.

A ce titre, l'amendement déposé par le groupe socialiste et, notamment, M. Arnaud Montebourg, sur le projet de loi renforçant les droits, la protection et l'information des consommateurs à l'Assemblée nationale le 24 septembre 2011²⁰⁰ s'avère une proposition aussi volontaire que radicale et constituerait sans doute, pour la nouvelle majorité, une base de travail satisfaisante. En effet, il prônait le mécanisme de l'*opt out* et n'excluait de son champ d'application ni les domaines de la santé et de l'environnement, ni les préjudices moraux et corporels. Cette proposition est sans doute maximaliste au regard de la tradition juridique française, mais les traditions, comme les gouvernements, sont elles aussi appelées à se renouveler.

Proposition 52 : Introduire dans système juridique français une procédure d'action collective disposant d'un champ d'application large comprenant au moins les domaines de la consommation, de la concurrence, de la santé et de l'environnement. Ne pas réserver la qualité pour agir aux seules associations de défense de consommateurs agréées.

2. RENFORCER LA PROTECTION DES CONSOMMATEURS

Dans certains secteurs, l'exploitation du consommateur a été érigée en modèle économique. Les services récurrents (banque, assurance, télécoms) sont particulièrement propices à cette exploitation dans la mesure où ceux-ci n'ont pas le loisir de négocier les termes contractuels de l'offre et se trouvent captifs de leur fournisseur, une fois la relation nouée. Ces secteurs constituent un poste de coûts important pour les ménages, d'autant qu'il s'agit pour beaucoup de dépenses contraintes. Les exemples qui suivent illustrent ces dérives. Ils concernent des marchés cumulant environ 60 milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel (30 pour les complémentaires santé, 20 pour la téléphonie mobile, 5 à 10 pour la gestion des comptes bancaires, 5 pour la télévision payante), soit environ 200 euros par foyer et par mois.

Le prix des complémentaires santé, qui sont devenues de plus en plus indispensables pour les ménages compte tenu des franchises et des médicaments déremboursés, ont beaucoup augmenté ces dernières années²⁰¹. Cette hausse est d'abord le fait des assurances privées, qui se développent au détriment des mutuelles²⁰². Elle a été rendue possible par l'opacité impressionnante des offres commerciales, qui empêche toute comparaison entre deux

²⁰⁰ L'amendement a été rejeté par l'Assemblée Nationale lors de sa séance du 29 septembre 2011. Une proposition de loi quasiment similaire dans son esprit a été présentée à l'Assemblée nationale le 24 juillet 2012 par M. Jean-Pierre Giran, député UMP du Var.

²⁰¹ D'après l'association de consommateurs « UFC Que Choisir », entre 2001 et 2008, les primes des complémentaires santé ont cru de 44% par personne couverte alors que les prestations de remboursement ne progressaient que de 27%. Le taux de remboursement est passé de 87% à 78%, ce que ne suffit pas à expliquer l'instauration de la taxe qui a été ajoutée pour financer la CMU.

²⁰² Dans une enquête réalisée en 2008 à la demande du Sénat, la Cour des comptes a souligné que les frais de gestion des complémentaires atteignaient 25% contre 5% pour l'assurance-maladie. Les assureurs privés, qui remboursent moins bien que les mutuelles, ont vu leur part de marché augmenter ces dernières années. Ces deux phénomènes résultent notamment de l'accroissement considérable des dépenses publicitaires de ces acteurs.

propositions concurrentes. Une normalisation du périmètre des prestations et des modalités de présentation des taux de remboursement apparaît à cet égard indispensable.

De leur côté, les téléphones mobiles sont généralement commercialisés avec des abonnements qui les subventionnent en grande partie, en échange d'une clause d'engagement d'une durée de 12 ou 24 mois. En général, les consommateurs optent pour des durées de 24 mois en échange d'une remise sur l'abonnement. Cette pratique, qui continue à être majoritaire sur le marché malgré le développement depuis quelques mois d'offres « SIM only », c'est-à-dire sans terminal, a de nombreux effets pervers :

- Le manque de transparence : en intégrant le prix du téléphone dans l'abonnement, les opérateurs organisent finalement un échelonnement du paiement du téléphone dans le temps, qui est donc un crédit. Mais ce crédit se fait dans des conditions opaques (les règles de consommation relatives au crédit ne s'appliquent pas, le taux d'intérêt est inconnu, etc.) et pour une durée indéterminée (le prix de l'abonnement ne baisse généralement pas quand le téléphone est remboursé).
- Le sentiment pour le consommateur d'être verrouillé : Ces durées d'engagement limitent la capacité des clients à changer d'opérateur. Ce sont en effet 80% des clients de forfaits qui sont en moyenne sous engagement à un instant donné.
- La surenchère dans le renouvellement des terminaux. La concurrence entre opérateurs ne se fait plus tant sur les prix que sur les téléphones : types de terminaux disponibles, niveau de subvention, rapidité de renouvellement. Ce phénomène pousse à une surenchère sur les terminaux, qui accroît les coûts des opérateurs et donc les prix de détail. A titre incident, on signalera que cette surenchère accroît le déficit commercial de la France²⁰³ et pousse à un gaspillage des métaux et terres rares présents dans les terminaux.

Selon un rapport de la Commission européenne, la gestion d'un compte courant revient en moyenne à 154 € par an en France contre 58 € en Belgique et 27 € en Bulgarie. Les rabais très importants que sont prêts à consentir les banques en ligne pour acquérir de nouveaux clients confirment l'existence de marges très élevées. Le rapport Pauget-Constans²⁰⁴ remis au gouvernement en juillet 2010 indique par ailleurs que les frais d'incidents sont très élevés et totalement décorrélés des coûts sous-jacents. Les causes de cette cherté sont multiples : l'opacité (les banques prélèvent des frais sur le compte sans prévenir), la difficulté à comparer les offres (« packages », dénomination commerciales hétérogènes des prestations), la difficulté à changer de banque (processus insuffisant d'accompagnement des virements bancaires par exemple).

²⁰³ Les terminaux se renouvellent en moyenne tous les 18 mois. En considérant 150 euros de subvention en moyenne par terminal, cela représente environ 5 milliards d'euros par an, soit plus de 15% du déficit commercial manufacturé de la France.

²⁰⁴ <http://www.gouvernement.fr/gouvernement/des-tarifs-bancaires-plus-transparents-plus-justes-et-plus-personnalisés>

Comment permettre la mobilité bancaire ?

Comme le soulignait Philippe Nasse dans son rapport de mai 2005 sur les "coûts de sortie", un changement de banque implique un nombre important d'opérations : "la nécessité d'informer des nouvelles coordonnées bancaires tout établissement susceptible d'effectuer un prélèvement automatique ou un virement sur le compte (ex. : l'employeur, la Sécurité Sociale, le fournisseur d'électricité, l'opérateur téléphonique, etc.) ; la nécessité de maintenir deux comptes courants en parallèle pendant une période de transition, avec le risque d'incident de paiement qu'une telle situation comporte ; le risque de payer deux fois, pendant cette période de transition, les services directement associés à chacun de ces comptes (ex. : moyens de paiement, "package" proposé par la banque, etc.) ; organiser, éventuellement, des virements permanents de la nouvelle banque vers l'ancienne banque pour honorer les traites mensuelles d'un prêt auprès de l'ancienne banque, etc." Ces opérations fastidieuses dissuadent souvent les consommateurs de changer de banque.

Sous la pression des associations de consommateurs, les pouvoirs publics ont entamé depuis 2004 des travaux avec le secteur bancaire. Ces travaux ont pris beaucoup de retard compte tenu de la méthode choisie : l'auto-régulation par engagement de la profession, au sein du Conseil consultatif du secteur financier, instance baroque en marge du Conseil national de la consommation. En réalité, la seule mesure emblématique qui a été mise en œuvre rapidement a été la suppression des frais de clôture de compte courant, dont l'effet est en réalité ambigu sur la mobilité car elle laisse le consommateur seul face à ses démarches. Après des années d'atermoisement, les banques ont chacune mis en place en 2009 un service d'aide à la mobilité bancaire. Mais comme elles ne sont pas incitées à mettre en avant ces services, ceux-ci sont méconnus du grand public.

En 2010, le taux de mobilité bancaire était évalué à 7,6%, soit un changement de banque tous les 15 ans. Quand on rapporte ce chiffre au taux de mobilité résidentielle des ménages (autour de 30% selon l'INSEE), il est vraisemblable qu'une partie importante des changements de banque découlent d'une nouvelle acquisition immobilière (la nouvelle banque accordant le crédit exigeant un changement de domiciliation bancaire) ou d'un changement de situation professionnelle ou familiale. Cette fidélité aux banques ne récompense pas pour autant un service de qualité. En effet, selon une étude d'Ineum Consulting (2010), 73% des clients des banques françaises sont insatisfaits de la transparence des tarifs bancaires, dont 22% très insatisfaits. De même, 63% d'entre eux sont insatisfaits de la complexité des plaquettes tarifaires, dont 16% très insatisfaits. Enfin, 68% des clients des banques français considèrent que les tarifs ne sont pas équitables. Si les clients restent dans leur banque, c'est donc vraisemblablement à cause de la corvée que cela représente et à laquelle on ne se résout que pour d'autres motifs plus impérieux.

En termes de solution, l'UFC Que Choisir suggère dans son "pacte consommériste pour 2012" de mettre en place un mécanisme de portabilité du compte bancaire. Il s'agirait, à l'instar de ce qui existe dans la téléphonie, de pouvoir conserver son numéro compte tout en changeant

de banque. Une telle option n'est cependant pas sans soulever des interrogations pratiques. Certains avancent des problèmes de traçabilité des transactions bancaires. Le coût d'un tel projet a par ailleurs été récemment estimé au Royaume-Uni à 2 milliard de livres dans la version la plus simple du projet (avec une durée d'implémentation de 2 ans) et à 5 milliards de livres dans la version la plus poussée (10 ans d'implémentation).

Une autre voie, suggérée par le rapport Nasse, serait de créer un marché de la mobilité, sous la forme d'un service contractuellement rémunéré d'aide au changement de compte. On pourrait d'ailleurs imaginer que les consommateurs n'aient pas à s'acquitter eux-mêmes du prix de ce service et que ce soient les banques elles-mêmes qui règlent la facture pour attirer de nouveaux clients (dans la téléphonie mobile et l'accès à Internet on voit des offres d'opérateurs offrant de racheter les frais de résiliation facturés par l'ancien opérateur).

Autre exemple, les contrats de Canal+ ne peuvent être résiliés qu'à la date anniversaire de leur signature. Cette contrainte, dépourvue de toute justification technique ou économique (seule une durée d'engagement initiale de quelques mois pourrait se justifier pour amortir les frais commerciaux et d'activation) limite fortement la capacité des ménages à changer de fournisseur ou simplement à résilier pour renoncer à des services de télévision payante.

Proposition 53 : Transformer la DGCCRF en une véritable « agence pour les consommateurs », chargée d'encadrer les pratiques commerciales.

Des dispositions législatives ont été introduites pour limiter certaines des dérives précédemment mentionnées. Mais la loi n'est pas le bon instrument pour fixer dans les détails les règles pertinentes pour chaque secteur d'activité, ni pour adapter la règle aux tentatives de contournement éventuelles des acteurs. C'est pourquoi il semble plus pertinent de mettre en place un dispositif de régulation permettant de définir par voie réglementaire les règles contraignantes adaptées à chaque secteur d'activité qui le mérite visant à : (i) assurer la transparence des offres commerciales (accessibilité, comparabilité, etc.) ; (ii) faciliter le changement de fournisseur (encadrement des durées d'engagement, conditions de résiliations, mécanismes de « portabilité », etc.) ; (iii) garantir le caractère équitable des clauses contractuelles, notamment le caractère raisonnable de certains tarifs annexes qui, n'étant supportés qu'occasionnellement, sont peu connus des consommateurs.

En pratique, ce pouvoir pourrait être confié à une « agence pour les consommateurs », qui se substituerait à la DGCCRF²⁰⁵ et serait également chargée du contrôle du respect des règles édictées. La gouvernance de l'agence garantirait son indépendance vis-à-vis des lobbys, en

²⁰⁵ Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, qui a perdu une part importante de ses prérogatives suite à la création de l'Autorité de la concurrence et de la réorganisation des services déconcentrés de l'Etat. L'agence aurait également vocation à se substituer à l'INC (Institut national de la consommation), à la CSC (Commission de sécurité des consommateurs), la Commission des clauses abusives, le médiateur de l'énergie, le médiateur des télécoms ou encore le comité consultatif du secteur financier.

associant de manière très étroite les associations de consommateurs. Celles-ci pourraient par exemple siéger au conseil d'administration de l'agence sans voix délibérative.

3. DEVELOPPER UNE POLITIQUE D'INFORMATION ET REGULER LES LABELS

La loi Grenelle 1 énonce que les consommateurs doivent disposer « d'une information sincère, objective, et complète portant sur les caractéristiques globales du couple produit/emballage²⁰⁶ ». De son côté, l'article 85 du Grenelle 2 énonce : « À partir du 1er juillet 2011, et après concertation avec l'ensemble des acteurs des filières concernées, une expérimentation est menée, pour une durée minimale d'une année, afin d'informer progressivement le consommateur par tout procédé approprié, du contenu en équivalent carbone des produits et de leur emballage, ainsi que de la consommation des ressources naturelles ou de l'impact sur les milieux naturels qui sont imputables à ces produits au cours de leur cycle de vie. » Sur cette base, quelque 168 entreprises participeront à l'instauration d'un nouvel étiquetage multicritères prenant en compte l'empreinte carbone, la consommation des ressources naturelles (matières, énergies, espace, biodiversité...) et l'impact sur le milieu naturel (effet de serre, pollution...) d'un produit. Ce nouvel affichage arrive en complément des étiquettes CO₂ des véhicules et des étiquettes énergie de l'électroménager, des éco-labels reconnus par les pouvoirs publics²⁰⁷ et des labels agriculture biologique européen et nationaux. Ce nouvel étiquetage, pour lequel une généralisation plus rapide aurait été souhaitable, ne répond cependant pas à la question d'une harmonisation et d'une plus grande fiabilité de l'ensemble des labels écologiques et sociaux.

En effet, la labellisation de produits de grande consommation, de biens immobiliers, publics, et même immatériels est en constante progression. On comptait ainsi 620 M€ de vente de produits de grande consommation portant un écolabel en 2008 contre 225 M€ en 2006²⁰⁸. Des labels publics et privés, aux cahiers des charges et modalités de contrôles forts différents, sont désormais affichés. Or, un grand nombre de ces labels sont sans réelle valeur ajoutée écologique ou sociale. Ainsi, à côté des éco-labels garantis par les pouvoirs publics comme l'éco-label européen ou l'éco-label « NF-environnement », de nombreuses organisations développent leurs labels écologiques ou sociaux « maisons », dont certains échappent à tout contrôle externe. Cette prolifération de labels, certifications, auto-déclarations brouille les pistes pour les consommateurs et peut compromettre leur adhésion aux signes de qualité écologique et sociale des produits. L'initiative du Grenelle risque donc, en plus de son caractère partiel, de se perdre dans la masse des labels existants.

Aussi, afin d'aider les consommateurs à orienter leurs choix vers des produits écologiquement et socialement responsables, nous considérons que la priorité est d'abord de mieux réguler la création des labels dans sa globalité. Cet objectif politique nécessite que nous clarifions au préalable le statut juridique de la labellisation.

²⁰⁶ Article 54 de la loi n°2009-967 du 3 août 2009 de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement

²⁰⁷ <http://www.ecolabels.fr/fr/>

²⁰⁸ Source : ADEME/AFNOR

Rappels juridiques sur les processus de labellisation et ses documents supports

Plusieurs types de documents référents (normes techniques, référentiels...) et d'expressions visibles de ces documents (labels, certifications, marques collectives...) entrent en interaction dans les processus de marquage écologique et social des produits.

Ces documents restent bien souvent inconnus des juristes et du Parlement puisqu'ils sont en général produits par des personnes privées (associations de producteurs, organismes de normalisation, etc.) Pourtant, les consommateurs leur attribuent souvent indistinctement la qualité de « signes de reconnaissance officielle ».

Afin d'améliorer la transparence, la qualité et la fiabilité de l'information, nous voulons appliquer à l'ensemble des démarches de labellisations les niveaux de contrôle et d'exigence les plus élevés. Ces niveaux les plus élevés se trouvent dans les processus de production des normes techniques et des éco-labels reconnus par les pouvoirs publics, comme l'écolabel européen²⁰⁹.

Les normes techniques

Selon la définition de l'ISO²¹⁰, la norme est « un document établi par consensus et approuvé par un organisme reconnu qui fournit, pour les usages communs et répétés, des règles, des lignes directrices ou des caractéristiques, pour des activités ou leurs résultats, garantissant un niveau d'ordre optimal dans un contexte donné ». La norme technique est donc par nature volontaire.

Le décret n°2009-697 a procédé à une mise à plat du système français de normalisation. L'art. 1^{er} définit la normalisation comme « *une activité d'intérêt général qui a pour objet de fournir des documents de référence élaborés de manière consensuelle par toutes les parties intéressées, portant sur des règles, des caractéristiques, des recommandations ou des exemples de bonnes pratiques relatives à des produits, à des services, à des méthodes, à des processus ou à des organisations. Elle vise à encourager le développement économique et l'innovation tout en prenant en compte des objectifs de développements durable* ». Le développement durable est ainsi devenu partie intégrante des objectifs de la normalisation.

Par principe volontaires (on dit également « autonomes »), les normes techniques peuvent toutefois devenir obligatoires si elles font l'objet d'un « arrêté signé du ministre en charge de l'industrie ou des ministres intéressés ». Elles peuvent également être élaborées en application de la réglementation ou être citées dans des textes réglementaires. Elles seront

²⁰⁹ Règlement n° 880/92 du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution de label écologique, JOCE, n° L99, du 11 avril 1992.

²¹⁰ <http://www.iso.org/iso/fr/home.htm>

alors dites « de renvoi », c'est-à-dire que leur application vaudra présomption de conformité à la loi²¹¹.

Les labels

Le mot label est quant à lui un anglicisme que l'on peut traduire par « marque » ou « étiquette ». Il est souvent l'expression visible d'une marque collective, c'est-à-dire d'une marque qui a la particularité de pouvoir « être exploitée(s) par toute personne respectant un règlement d'usage établi par le titulaire de l'enregistrement », selon l'article L.715-1, alinéa 1 du Code de la Propriété intellectuelle. Différents textes de loi renvoient à des labels : art. L. 641-1 du Code rural pour le Label Rouge ; art. R. 111-20 pour le label « haute performance énergétique » ; décret n° 2008-1344 du 17 décembre 2008 relatif à la création d'un label en matière de promotion de la diversité et de prévention des discriminations dans le cadre de la gestion des ressources humaines et à la mise en place d'une commission de labellisation (JORF n°0295 du 19 décembre 2008 page 19456) ; règlement n° 880/92 du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution de label écologique (JOCE, n° L99, du 11 avril 1992), etc. Pourtant, il n'existe pas, à proprement parler, de régime juridique propre à la labellisation.

A ce titre, il est regrettable qu'aujourd'hui l'utilisation du mot label induise en général, sans que cela soit a priori justifié, l'idée d'une garantie d'un « gain qualitatif » pour le consommateur. Ce qui définit la qualité, c'est le contenu du référentiel²¹², autrement dit du cahier des charges ou du règlement d'usage s'il s'agit d'un label collectif (ex : écolabel européen), et les modalités du contrôle (auto-déclaration ou certification par un organisme tiers indépendant accrédité, ou pas, par le COFRAC²¹³).

En dehors en toute harmonisation sémantique, les labels sont créés tant par les personnes publiques (ex : label AB qui est la propriété du ministère de l'agriculture) que par les personnes privées (ex : label Bio Cohérence, propriété de l'association Alternative Bio²¹⁴). Face à cette profusion de documents référents²¹⁵, véritable *terra incognita*²¹⁶ pour le juriste, les normes techniques se distinguent en ce qu'elles ont été intégrées dans l'espace public

²¹¹ Sur 28 000 références normatives inscrites au catalogue AFNOR, 3000 normes sont élaborées en application de la réglementation, soit 10%, alors qu'environ 15% des normes sont citées dans des textes réglementaires et que 500 sont d'application obligatoire, soit moins de 2%. La norme peut être rendue obligatoire sur la base d'un arrêté ministériel.

²¹² « Le référentiel de certification est un document technique définissant les caractéristiques que doit présenter un produit, un service ou une combinaison de produits et de services, et les modalités de contrôle de la conformité à ces caractéristiques. L'élaboration du référentiel de certification incombe à l'organisme certificateur qui recueille le point de vue des parties intéressées », art. L 115 – 27 du code de la consommation ; G. Cantillon, ACCP, *L'achat public éco-responsable saisi par les référentiels ?*, décembre 2007, n°72, p. 49.

²¹³ <http://www.cofrac.fr/>

²¹⁴ http://www.biocoherence.fr/L_association/Presentation

²¹⁵ P. Sablière, Une nouvelle source du droit ?, Les « documents référents », AJDA, 15 janvier 2007, p. 66 ; G. Cantillon, Précisions sur la nature des normes techniques et leur utilisation dans les marchés publics, Contrats et marchés publics, juin 2009, p. 7.

²¹⁶ Id.

juridique²¹⁷, par trois décrets²¹⁸ et plusieurs directives²¹⁹ définissant leur objet, les règles de leur élaboration et les cas dans lesquels elles peuvent devenir obligatoires.

Afin de réguler leur production les labels doivent donc également être intégrés dans l'espace public juridique.

Proposition 54 : Introduire dans le Code de la consommation l'obligation de soumettre toute activité de labellisation et de certification écologique ou sociale des produits, au contrôle du Comité français d'accréditation.

Proposition 55 : Confier au bureau des régulations économiques du Commissariat au développement durable ou à l'ADEME la mission de créer un guide des labels écologiques et sociaux reconnus par les pouvoirs publics, les organismes de normalisation, le COFRAC et les associations de consommateurs.

Distinction entre écolabels et labels écologiques

Référentiels d'application volontaire, les écolabels sont une catégorie spécifique de labels écologiques. Mais ils ont pour spécificité de reposer sur des niveaux d'exigences communs tant en terme de méthode d'élaboration, de contenu que de gouvernance²²⁰.

Tous les écolabels présentent les six caractéristiques suivantes, décrites dans la norme internationale ISO 14024 (2001) :

- la définition d'exigences précises : les cahiers des charges (ou référentiels) des écolabels comprennent des critères, assortis de seuils à respecter, aussi bien pour la limitation des impacts environnementaux des produits que pour leur aptitude à l'usage. Les écolabels font référence aux normes en matière d'aptitude à l'usage des produits, lorsque celles-ci existent dans la catégorie de produits concernée ;
- la prise en compte de l'ensemble du cycle de vie des produits : ce sont des référentiels globaux, c'est-à-dire qu'ils tiennent compte de l'ensemble du cycle de vie du produit (depuis l'extraction des matières premières jusqu'à la fin de vie des produits, en passant par les étapes de fabrication, de distribution et d'utilisation) et sont basés sur une approche

²¹⁷ L. Boy, Normes techniques et normes juridiques, Cahiers du Conseil constitutionnel, 1^{er} septembre 2006, n° 21, p. 81.

²¹⁸ 24 mai 1941, 26 janvier 1984, 16 juin 2009.

²¹⁹ Directive 98/34/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 juin 1998, prévoyant une procédure d'information dans le domaine des normes et des réglementations techniques ; Rapport de la Commission au Conseil et au Parlement européen sur les actions menées conformément aux résolutions sur la normalisation européenne adoptées par le Conseil et le Parlement européen en 1999 du 26 septembre 2001, COM (2001) 0527 final ; Résolution du Conseil du 28 octobre 1999 sur le rôle de la normalisation en Europe, J.O., n° C 141 du 19 mai 2000.

²²⁰ G. Cantillon, *Le code de l'achat durable* (dir.), Weka, 2010.

multicritères de la qualité écologique (voir Plan national d'action pour des achats publics durables, p. 54).

- la concertation, une élaboration collective : l'ensemble des parties prenantes doit être associé au processus d'élaboration des critères des écolabels, c'est-à-dire des représentants des professionnels (fabricants, distributeurs et prestataires), des associations (de consommateurs et de protection de l'environnement) et les pouvoirs publics ;
- le libre accès, la transparence : tout demandeur potentiel doit pouvoir participer au processus d'élaboration des écolabels et toute entreprise qui remplit les critères d'un écolabel est autorisée à l'utiliser ;
- la révision régulière des exigences : elle est indispensable afin de garantir que l'écolabel reste sélectif (il doit distinguer les meilleurs produits d'un point de vue performance d'usage et performance environnementale). Elle prend en compte le progrès scientifique et l'évolution technologique. Elle incite à une amélioration continue des performances environnementales des produits ;
- la certification : par tierce partie. Ils sont décernés en France par AFAQ-AFNOR Certification sous le label « NF environnement » dans le cadre de l'article L. 115-28 du Code de la consommation et conformément à la norme NF EN ISO 14024 (2001). AFAQ-AFNOR Certification délivre également pour la France l'écolabel européen par catégories de produits et de services issus des décisions de la Commission européenne sur la base du règlement définissant le système communautaire d'attribution de l'écolabel européen (Règlement n° 880/92 du 23 mars 1992 concernant un système communautaire d'attribution de label écologique, JOCE, n° L99, du 11 avril 1992).

Leur certificat constitue le mode de preuve du respect d'un certain nombre d'exigences environnementales. La plupart des écolabels sont assortis de marques de certification (NF EN 45020, guide ISO/CEI 2). Il s'agit de marques protégées, apposées ou délivrées selon les règles d'un système de certification, indiquant avec un niveau suffisant de confiance que le produit, processus ou service visé est conforme à un référentiel spécifique. La marque de certification la plus connue en France est la marque NF, déclinée en marque « NF environnement » pour les écolabels.

La marque NF environnement. Créée en 1991, la marque NF Environnement est l'écolabel français. Il est délivré par AFNOR Certification, organisme certificateur indépendant. Elle certifie, tout au long de leur cycle de vie, que les produits ou services sur lesquels elle est apposée présentent un impact négatif moindre sur l'environnement et une qualité d'usage satisfaisante par rapport à d'autres produits ou services analogues présents sur le marché. Même si elle fait référence à des normes, notamment pour les spécifications d'aptitude à l'usage, la marque NF Environnement ne constitue pas une norme. Sa spécificité est de tenir compte des impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie des produits, c'est-à-dire d'intégrer des critères qui dépassent largement le champ des spécifications techniques des normes. En outre, la marque NF Environnement fait toujours l'objet d'une certification par tierce partie, alors qu'il existe de nombreuses normes ne prévoyant aucune certification.

Les catégories de produits ou services couvertes par la marque NF environnement sont décidées par le Comité Français des Ecolabels, composée de 17 membres répartis en quatre collèges :

- 1) *Collège industries et distributeurs* composé de 6 membres représentant les professions et les entreprises,
- 2) *Collège associations* composé de 6 membres représentant les associations de protection de l'environnement et de défense des consommateurs,
- 3) *Collège administrations* composé de 3 membres représentant les Ministères chargés de l'Environnement, de l'Industrie et de la Consommation,
- 4) *Collège organisme technique* composé de l'ADEME (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Énergie).

L'écolabel européen. Créé en 1992, l'Eco-label européen est le seul label écologique officiel européen utilisable dans tous les pays membres de l'Union Européenne. Il est délivré, en France, par AFNOR Certification, organisme certificateur indépendant. C'est une marque volontaire de certification de produits et services. Il a été institué par le règlement (CEE) N° 880/92 du Conseil du 23 mars 1992, publié dans le JOCE du 11 avril 1992. Ce règlement a été révisé le 17 juillet 2000 sous le numéro 1980/2000. Il concerne désormais les produits et les services.

Les labels écologiques

Les autres labels écologiques offrent des niveaux de garantie variables en fonction de leur méthode d'élaboration, du degré d'ambition de leur émetteur et de leur mode de preuve. Il n'y a pas de règles. Parmi eux, on trouve les auto-déclarations. Elles ne sont pas attribuées par un tiers indépendant. Toutes les allégations environnementales avancées par un producteur (ou un distributeur) sous sa seule responsabilité font partie de cette catégorie.

Pour encadrer l'utilisation des auto-déclarations environnementales, l'ISO a publié respectivement en 1999 et en 2000 les normes 14020 et 14021. Ces normes autonomes rappellent les principes généraux de pertinence, de sincérité et d'exactitude que toute auto-déclaration environnementale est censée respecter (NF EN ISO 14020 "Étiquettes et déclarations environnementales – Principes généraux". - NF EN ISO 14021 "Marquages et déclarations environnementaux – Auto-déclarations environnementales (Étiquetage de type II)". Mais ces règles restent d'application volontaire.

Proposition 56 : Faire des règles qui prévalent à l'élaboration des « écolabels officiels » (ex : écolabel NF environnement ; écolabel de l'union européenne...) une obligation pour l'ensemble des « labels écologiques ». Toute organisation, publique ou privée, désireuse de se doter d'un signe de reconnaissance de la qualité écologique de ses produits ou services devra ainsi respecter les six exigences suivantes (cf. supra pour un développement détaillé) : définition d'exigences précises et opposables; prise en compte de l'ensemble du cycle de vie pour les produits ; garantie d'une concertation et d'une élaboration collective ; libre accès, transparence; révision régulière des exigences ; certification par une tierce partie.

Proposition 57 : Ajuster les frais de certification de certains labels publics qui peuvent être trop élevés pour les petites entreprises (PME ou TPE) – comme c'était le cas pour l'écolabel européen - en faisant acquitter la redevance des écolabels par les entreprises qui choisissent de ne pas être certifiées, et non plus par celles qui s'engagent dans cette démarche²²¹, et en augmentant la place des produits labellisés ou équivalents dans la commande publique.

Proposition 58 : Développer l'éco-étiquetage normalisé sur l'ensemble des produits de consommation (au-delà des expérimentations prévues sur 1000 produits) : certaines informations sur le produit seront disponibles sur des étiquettes, d'autres informations seront consultables en ligne en « open data ».

L'éco-étiquetage est une première étape dans la transparence de l'information donnée au consommateur. Elle lui permet d'être informé de l'impact environnemental de sa consommation. Il doit reposer sur une approche multicritère (impact carbone, consommation d'énergie, eau, durée de vie, réparabilité...) adaptée par catégories de produits et services.

²²¹ Voir Centre d'analyse stratégique, « Pour une consommation durable », p. 157, 2010.

3.

Réguler et cibler les stimulants classiques de la consommation

1. REFORMER LE CREDIT A LA CONSOMMATION

Pour comprendre le crédit à la consommation aujourd'hui, il est important de remonter assez loin dans l'histoire. La France a eu une tradition très forte de réticence vis-à-vis du crédit, considéré dans la culture catholique comme une usure : le crédit à la consommation n'était pas acceptable car il était impensable de payer des intérêts sur un bien destiné à la consommation (c'est-à-dire qui disparaissait après utilisation).

Le crédit a donc été interdit jusqu'au XVIème siècle. Au Mont de Piété, on prêtait ainsi aux plus pauvres, qui devaient gager des biens. A partir du XVIème siècle, la culture protestante a développé une vision plus positive du crédit. Ceci peut expliquer la différence entre la France et l'Angleterre. En France, la culture rurale a traditionnellement conservé ces réticences à l'égard du crédit. Le crédit s'est seulement développé après la Seconde guerre mondiale, du fait de l'arrivée de l'automobile, bien durable nécessitant un financement et constituant un investissement. En 1954, des lois ont réglementé le crédit et ont permis de reconnaître le statut des organismes prêteurs afin d'éviter les abus en matière de taux d'intérêt. Les banques se sont mises par la suite à pratiquer le crédit. L'encadrement du crédit puis le vote de la loi Neiertz sur le surendettement ont suivi. La réticence culturelle au crédit à la consommation se retrouve encore aujourd'hui au travers des freins observés chez les plus âgés : au sein des anciennes générations, 80 % des personnes achètent un véhicule au comptant. Parmi les générations les plus récentes, cette proportion est de 40 %. L'effet générationnel est important, les anciennes générations faisant preuve d'une véritable réticence à l'égard du crédit. A partir de Mai 68, on constate une rupture dans ce domaine. Le crédit est très présent chez tous ceux qui sont nés après 1950.

Aujourd'hui, l'accès au crédit à la consommation « classique » (ou « amortissable ») est étroit : il est réservé aux clients fortement solvables, et quasi-impossible pour au moins 25% des Français, notamment les familles modestes et les jeunes. Ces populations sont reléguées

vers le crédit « renouvelable » (revolving)²²², un crédit extrêmement cher qui constitue une « trappe à endettement » pour les Français les plus pauvres. Le crédit revolving représente plus de 20% du crédit à la consommation. Son encours est élevé : 1 105€ par ménage, ce qui place la France au 3ème rang européen derrière le Royaume-Uni et les Pays-Bas. La commercialisation de ces crédits est souvent « agressive », aboutissant à leur accumulation chez ceux les moins à même de les rembourser.

Pendant seize ans, jusqu'en 2007, le crédit à la consommation a fortement progressé. Un pic exceptionnel est observable en 1999 : à cette date, 8,5 % de la consommation est financée à crédit. Au Royaume-Uni, ce taux est nettement supérieur, atteignant 30 %. Il existe un frein important en France : les taux d'intérêt qui sont répercutés auprès des Français sont plus élevés qu'en Angleterre. Ils sont de 6 % supérieurs aux taux interbancaires fixés par la BCE.

Entre 1999 et 2007, les encours de crédit à la consommation ont ainsi augmenté de 5,7% par an. Le niveau bas des taux d'intérêt, le développement de l'offre, notamment de crédits revolving et des cartes associées à une enseigne, et l'évolution des mentalités des nouvelles générations a favorisé la croissance du crédit à la consommation. En 2008 et 2009, les encours des crédits diminuent pour progresser de nouveau en 2010.

La loi n°2010-737 du 1er juillet 2010 porte réforme du crédit à la consommation en tendant à garantir sa commercialisation responsable et une meilleure prévention du surendettement. Elle modifie le cadre réglementaire d'exercice de cette activité. La loi vise en effet à :

- renforcer l'encadrement de la publicité en imposant une mention légale dans toutes les publicités relatives à un crédit : "Un crédit vous engage et doit être remboursé", en interdisant les mentions qui suggèrent qu'un crédit améliore la situation financière de l'emprunteur et en imposant une illustration obligatoire du coût des crédits renouvelables dans les publicités par un exemple chiffré ;
- rendre le crédit renouvelable plus responsable en mettant fin aux pratiques qui en font un crédit permanent qui ne se rembourse pas ou trop lentement. A cet effet, le projet de loi impose que le crédit renouvelable donne lieu à un amortissement minimum du montant emprunté à l'occasion de chaque échéance ;
- renforcer les obligations pour les crédits sur le lieu de vente en inscrivant dans la loi :
- un "devoir d'explication" du prêteur à l'égard de l'emprunteur et la remise obligatoire d'une fiche de dialogue et d'information à remplir par le vendeur et le consommateur-emprunteur

²²² Le crédit revolving est une forme particulière de crédit à la consommation consistant à mettre à disposition d'un emprunteur une somme d'argent de façon renouvelable. Le montant de l'échéance remboursée est proportionnel au capital restant dû, la durée du crédit étant variable et pouvant tendre vers l'infini. En effet, le consommateur rembourse à chaque échéance principalement des intérêts et dans une proportion minimale le capital emprunté, en particulier quand il décide de réutiliser sa « réserve d'argent ». Le crédit revolving peut être associé à une carte de crédit émise par certains grands magasins (Auchan, Darty, Ikea...) Son taux est généralement situé entre 15 et 20% (plus du tiers des crédits revolving se remboursent à des taux supérieurs à 19%).

- et comprenant des informations relatives à l'endettement et aux revenus qui aideront le prêteur à apprécier la solvabilité de l'emprunteur,
- l'obligation pour le prêteur d'évaluer la solvabilité de l'emprunteur, de consulter le fichier FICP qui recense les incidents de remboursement sur les crédits aux particuliers avant d'accorder un crédit,
 - le renforcement des missions de la Commission bancaire en matière de contrôle de la commercialisation des crédits.
 - renforcer les obligations et responsabilités des prêteurs notamment en matière d'évaluation de la solvabilité des emprunteurs pour encadrer la distribution de crédit sur les lieux de vente et réformer les cartes de fidélité pour dissocier leur utilisation dans le but d'obtenir des avantages commerciaux de leur utilisation du crédit ;
 - introduire des règles de protection des consommateurs applicables aux activités de rachat ou regroupement de crédits afin de répondre au développement de ces dernières ;
 - accélérer les procédures de surendettement en renforçant les pouvoirs des commissions de surendettement et raccourcir les durées d'inscription au fichier national des incidents de remboursement des crédits aux particuliers (FICP) qui recense les incidents de remboursement sur les crédits aux particuliers.

Ces orientations nous semblent aller dans le bon sens, mais restent insuffisantes. Nous proposons d'aller plus loin en matière de protection de l'emprunteur et de régulation du crédit.²²³

Proposition 59 : Créer un crédit social à la consommation, accessible à des personnes sous conditions de ressource, en mettant en place un dispositif de soutien public permettant de couvrir les surcoûts liés au taux de défaillance et aux coûts de gestion (garantie de l'Etat sur la ressource allouée à ces crédits, fonds de garantie sur le portefeuille lui-même et/ou participation aux frais de suivi des dossiers).

Proposition 60 : Créer un crédit progressif à la consommation.

Nous proposons de mettre à jour la réglementation bancaire pour créer le principe d'un crédit à la consommation à taux progressif, comportant 3 tranches, accessible sous conditions de ressources (réserver aux ménages les plus modestes) et/ou d'affectation²²⁴ :

²²³ Une partie de ces propositions est issue de la note de Terra Nova du 7 avril 2009, signée Laurence Girard, Franck Nicolaieff et Jean Delour.

²²⁴ Les biens acquis devront être des biens durables apportant des bénéfices sociaux et environnementaux, une reprise ou une poursuite d'étude ou une réorientation professionnelle. Leur liste sera élaborée en concertation avec les représentants de consommateurs. Les ménages plus aisés seront systématiquement soumis à cette condition d'affectation. Pour les ménages modestes, cette condition ne sera imposée que pour les biens dont la qualité environnementale est un facteur de baisse du coût global (ex : électroménager de catégorie A ; biens réparables...).

Une première tranche, dite essentielle, permettrait d'emprunter 3 000 euros par an et par foyer à un taux social (< 3%). L'Etat pourra dans ce cadre, si nécessaire, apporter une contre-garantie et des outils de gestion optimisant le suivi administratif de ces crédits. Ce dispositif pourra être financé par les excédents générés par la troisième tranche.

Une seconde tranche, dite complémentaire, permettrait d'emprunter à un taux encadré, dans la limite de 20% du revenu imposable. Le taux sera encadré de manière annuelle, par une concertation entre les banques, les associations de consommateurs et l'Etat :

- Les biens durables apportant des bénéfices sociaux et environnementaux, une reprise ou une poursuite d'étude ou une réorientation professionnelle feront l'objet d'une contre-garantie d'Etat en échange d'un engagement formel des banques de modération des taux et de réduction des frais administratifs ;
- Un barème progressif de crédit sera établi pour tous les autres biens selon les montants empruntés (plus le montant est important, plus le taux est élevé), soumis aux prélèvements sociaux (CSG et CRDS notamment).

Une troisième tranche, dite marginale, permettrait d'emprunter au-delà du 20% du revenu imposable et dans les limites de la loi sur le surendettement. Un taux de CSG / CRDS majoré est appliqué à ce crédit. Les excédents générés viennent alors financer la première tranche, dite essentielle.

Proposition 61 : Harmoniser les taux d'usure entre les crédits renouvelables (20,2% au troisième trimestre 2009) et les crédits amortissables classiques (9,2%) pour les montants supérieurs à 1524 €, afin de ne pas inciter les banques à proposer à leurs clients des crédits renouvelables. Aucune proposition dans ce sens n'apparaît dans le projet de loi.

Proposition 62 : Réglementer la durée du crédit revolving afin d'éviter les « trappes à endettement ».

Il s'agit de plafonner la durée des crédits renouvelables en imposant un minimum d'amortissement du capital à chaque échéance, empêchant ainsi le phénomène de « trappe à endettement ». L'article 5 du projet de loi prévoit d'inclure dans l'article L. 311-16 du code de la consommation relatif aux crédits renouvelables l'alinéa suivant : « Dans ce cas, le contrat de crédit prévoit que chaque échéance comprend un remboursement minimal du capital emprunté, qui varie selon le montant total du crédit consenti et dont les modalités sont définies par décret. » Là encore, cet alinéa va dans le bon sens, mais il reste extrêmement ambigu, renvoyant à un décret les modalités d'application. Pour donner toute sa force à cette mesure, dont la justification profonde est de déterminer en creux une durée maximale au crédit, il est indispensable que la part de capital amorti comprise dans chaque échéance soit proportionnelle à l'autorisation initiale du crédit. Cette précision est loin d'être une nuance, elle est capitale pour que la mesure ait un sens et un effet. C'est pourquoi

elle doit relever de la loi et non du règlement. Nous suggérons donc que l'article soit modifié dans ce sens : « Dans ce cas, le contrat de crédit prévoit que chaque échéance comprend un remboursement minimal du capital emprunté, proportionnel au montant total du crédit consenti et dont le facteur de proportionnalité sera défini par décret. » A titre d'exemple, n'imposer que 4% du capital initial, soit amorti à chaque échéance mensuelle assure que le crédit est remboursé en 2 ans, 2% en 4 ans, 1% en 8 ans, etc.

Proposition 63 : Supprimer le crédit revolving à terme.

Après la mise en place des trois mesures précédente, l'utilisation du crédit revolving devrait diminuer. En effet, malgré son récent encadrement législatif²²⁵, le crédit revolving²²⁶ reste un outil toxique d'incitation à la consommation et créateur de surendettement, principalement pour les ménages à bas salaires. Sa suppression doit être proposée à terme. Le crédit revolving représente 20,3% du crédit à la consommation en France (contre 7% en Allemagne et 8% en Belgique) et son encours est élevé : 1 105€ par ménage, ce qui place la France au 3ème rang européen derrière le Royaume-Uni et les Pays-Bas²²⁷. On retrouve un ou plusieurs crédits revolving dans 80% des dossiers de surendettement.²²⁸ Le crédit revolving bénéficie principalement aux ménages aux bas revenus qui ne peuvent accéder à des prêts à la consommation classique : 15% des ménages n'ont accès qu'à ce type de crédit²²⁹. Ils ont souvent recours au crédit revolving pour l'achat de biens de consommation, mais de plus en plus pour des dépenses courantes comme l'alimentation. Sa commercialisation agressive basée sur une communication alléchante (disponibilité immédiate sur les lieux de l'achat, taux promotionnels, rien à rembourser pendant les trois premiers mois, etc.) et le peu de contrôle sur la solvabilité des emprunteurs, font qu'il est difficile d'y résister, dans une société où tout pousse déjà à consommer.

²²⁵ Loi du 1^{er} juillet 2010 portant réforme du crédit à la consommation

²²⁶ Le crédit revolving est une forme particulière de crédit à la consommation consistant à mettre à disposition d'un emprunteur une somme d'argent de façon renouvelable. Le montant de l'échéance remboursée est proportionnel au capital restant dû, la durée du crédit étant variable et pouvant tendre vers l'infini. En effet, le consommateur rembourse à chaque échéance principalement des intérêts et dans une proportion minime le capital emprunté, en particulier quand il décide de réutiliser sa « réserve d'argent ». Le crédit revolving peut être associé à une carte de crédit émise par certains grands magasins (Auchan, Darty, Ikea...) Son taux est généralement situé entre 15 et 20% (plus du tiers des crédits revolving se remboursent à des taux supérieurs à 19%).

²²⁷ Athling Management, « Pour un développement responsable du crédit renouvelable en France », décembre 2008

²²⁸ Discussion de la proposition de loi du groupe PS « Encadrement des crédits à la consommation et action de groupe » <http://www.assemblee-nationale.fr/13/cri/2009-2010/20100015.asp>

²²⁹ Alternatives économiques, 15 octobre 2009

Proposition 64 : Mettre en place un fichier positif recensant tous les encours de crédit des personnes physiques possédant un compte bancaire. Ce fichier, techniquement facile à mettre en œuvre à partir des structures techniques déjà en place pour les fichiers FIBEN et FICOBA, permettrait aux prêteurs, tenus de le consulter et de prouver qu'ils l'ont fait, de mieux apprécier le revenu disponible de leur client pour rembourser un nouvel emprunt.

L'article 27 du projet de loi propose une réforme du fichier déjà existant, celui recensant les informations sur les incidents de paiement caractérisés liés aux crédits accordés aux personnes physiques (fichier FICP) dans le cadre d'une (nouvelle) réforme du régime juridique du surendettement. Ce fichier existait déjà et, en quelque sorte, recense les personnes pour lesquelles il est déjà trop tard. La proposition de Terra Nova consiste à recenser l'ensemble des personnes endettées, en indiquant le montant de leur dette et si le remboursement de cette dette se déroule convenablement, de manière à inciter les prêteurs à une prise en compte de l'endettement global de leurs clients et à une analyse préventive des situations délicates.

Le projet de loi est conscient de la nuance puisqu'il confie dans l'article 27 bis le soin à une commission d'étudier la constitution d'un fichier allant dans ce sens et de rendre son rapport dans un délai de ... trois ans après la promulgation de la loi ! Etant donnée la qualité des membres nommés dans cette commission à l'article 33 A, personne ne doute que le rapport serait d'une égale qualité s'il était rédigé dans un délai nettement plus court.

2. METTRE EN PLACE UN SERVICE BANCAIRE UNIVERSEL

Le « service universel » est un concept d'origine communautaire. Selon la Commission européenne²³⁰, « *la notion de service universel porte sur un ensemble d'exigences d'intérêt général dont l'objectif est de veiller à ce que certains services soient mis à la disposition de tous les consommateurs et utilisateurs sur la totalité du territoire d'un État membre, indépendamment de leur position géographique, au niveau de qualité spécifié et, compte tenu de circonstances nationales particulières, à un prix abordable* ».

Les textes communautaires ont instauré certains services universels qui doivent être garantis dans toute l'Union européenne. C'est le cas des télécommunications, de l'énergie et des postes. Pour les autres secteurs économiques, la mise en place éventuelle de mécanismes de service universel est renvoyée à la responsabilité de chaque Etat membre.

Dans le secteur bancaire, plusieurs Etats membres ont mis en place un service bancaire universel.

- La Suède et l'Irlande ont assuré l'accès de tous aux services bancaires mais en des termes géographiques : ces pays ont instauré une politique de couverture du territoire national en guichets. Dans les deux cas, c'est l'opérateur historique postal qui a été désigné pour assurer ce service bancaire, en échange d'une subvention de l'Etat.
- La Belgique a instauré un service bancaire de base, que tout établissement de crédit qui propose des comptes à vue doit offrir à tout consommateur non bancarisé pour un prix ne dépassant pas un plafond fixé par l'Etat (12 €/mois en 2004, indexé sur l'indice des prix à la consommation). Le financement de ce dispositif est assuré par un fonds de compensation géré par la Banque nationale de Belgique et alimenté par les établissements bancaires eux-mêmes. Plus récemment, la Finlande a mis en place un dispositif de même nature.
- Au Royaume-Uni, le service universel bancaire combine les dispositifs précédents. En premier lieu, les banques ont l'obligation de fournir un service bancaire de base, qui permet des versements (en liquide, par chèques, automatiques) ainsi que le retrait de liquide aux distributeurs. La plupart des banques accordent également une carte de débit ainsi que le droit d'effectuer certains prélèvements bancaires, mais ne fournissent pas de carnet de chèques. La Poste britannique (Post office) propose également un service minimal aux bénéficiaires des minimas sociaux leur permettant de retirer en liquide leur allocation aux guichets de poste. En second lieu, le Post office est chargé d'assurer certaines opérations pour les banques dans l'ensemble des bureaux de poste. Les banques ne bénéficient d'aucune compensation pour la fourniture du service bancaire de base. Elles financent par ailleurs une subvention accordée au Post office, sur la base du

²³⁰ Livre Vert de la Commission sur les services d'intérêt général, 21.5.2003 COM(2003) 270.

« volontariat » (c'est-à-dire sous la pression du gouvernement), qui est complétée par l'Etat.

En France, un nombre important de ménages sont exclus du système bancaire, qu'il s'agisse d'une exclusion totale (pas de compte courant) ou partielle (impossibilité de faire des virements ou des chèques). Il existe un mécanisme de « droit au compte » mais celui-ci ne remplit que très partiellement son rôle. En 2008, il a été demandé aux banques²³¹ qu'elles s'engagent à mieux interagir avec la Banque de France, qui est l'opérateur unique de ce « droit au compte », dans le cadre du dispositif. Mais cette mesure laisse aux banques la faculté de laisser certains ménages dans une situation de semi-exclusion (en laissant ouvert un compte courant, ce qui prive du droit au compte, mais en refusant d'enrichir les prestations) et pérennise de fait un système de « banque des pauvres » en parallèle des réseaux commerciaux.

Proposition 65 : Mettre en place un service bancaire universel, c'est-à-dire un ensemble de prestations accessibles à tous les consommateurs au sein du réseau commercial de tout ou partie des banques. L'ouverture d'un compte bancaire constituerait la première composante de ce service universel et des moyens de paiement de base une deuxième composante. Le crédit à la consommation pourrait constituer une troisième composante de ce service bancaire universel.

L'inclusion d'une composante du service universel bancaire dédiée au crédit à la consommation permettrait de garantir un accès des ménages modestes au crédit. En effet, le présent rapport préconise un encadrement très fort du crédit revolving, qui ne doit cependant pas se traduire par une raréfaction du crédit. Le service universel permet à l'Etat de s'assurer que des crédits à la consommation à des taux raisonnables sont accessibles à des ménages présentant des garanties suffisantes aux banques commerciales.

En pratique, la mise en place du service universel bancaire appellerait la définition par l'Etat, pour chacune de ses composantes, des prestations attendues, des niveaux de prix maxima, jugés abordables, auxquels ils devraient être fournis ainsi que des conditions d'accessibilité des services (présence géographique, etc.). Dans le cas du crédit à la consommation, c'est le taux d'intérêt (TAEG) qui jouerait le rôle de prix. Les conditions de solvabilité exigées aux demandeurs feraient partie du critère d'accessibilité. Ensuite le service universel pourrait fonctionner selon un mécanisme de « pay or play » équivalent à un « bonus – malus ». Il s'agit de laisser à chaque banque le choix entre deux options : (i) ou bien ne pas fournir les prestations de service universel et contribuer financièrement à un fonds de service universel ; (ii) ou bien fournir les prestations de service universel dans le réseau commercial en bénéficiant du soutien financier du fonds de service universel.

²³¹ Arrêté du 18 décembre 2008 portant homologation de la charte d'accessibilité pour renforcer l'effectivité du droit au compte.

3. DEMOCRATISER, RESPONSABILISER ET VERDIR LA PUBLICITE

Si la consommation est un acte collectif, elle ne se réduit pas à l'influence entre pairs. L'essor de la société industrielle s'est fondé sur un « conditionnement de la demande »²³² nécessaire à l'accroissement et à l'écoulement de la production. Macro-économiquement, le système industriel ne s'est jamais résolu à abandonner à la seule « souveraineté du consommateur » la mission d'acheter les biens et services produits. Si la production et l'offre sont planifiées et contrôlées, la demande doit l'être tout autant, au point que l'économiste Galbraith a pu parler de « filière inversée » : dans nos sociétés, c'est la production qui détermine la demande, bien plus que le contraire. Depuis l'après-guerre en Europe, ce conditionnement s'est incarné ponctuellement dans le « fordisme » (salaires élevés pour assurer l'écoulement d'une production massive standardisée, à l'image de la Ford T américaine) et durablement dans l'industrie publicitaire (médias et hors médias).

En France, les dépenses publicitaires se sont élevées ainsi à près de 30 milliards d'euros en 2009 (pour un PIB, la même année, de 2675 milliards). Hormis la crise de 2008-2009, ces dépenses n'ont cessé d'augmenter depuis 1995²³³, leur croissance étant largement supérieure à la croissance économique elle-même.

Par delà le débat sur le libre-arbitre du consommateur, il y a une indéniable responsabilité de l'industrie publicitaire dans le façonnement des idéaux de vie, sans quoi cette activité perdrait son sens et sa crédibilité. Ceci est d'autant plus vrai qu'avec le déclin des croyances collectives, les messages publicitaires fournissent des idéaux d'appartenance par défaut, surtout chez les plus modestes, où l'emprise des grandes marques est la plus flagrante. Par ailleurs, les messages publicitaires portent une lourde responsabilité dans la nouvelle « dimension déceptive » de la consommation (P. Moati). Il faut donc que l'industrie publicitaire se modernise et accepte le nouvel espace de contrainte, démocratique, économique et écologique, où se meuvent tous les autres acteurs de la société.

L'argument souvent invoqué selon lequel la publicité ne vient qu'en bout de chaîne et ne fait que relayer les politiques de marketing industriel est fallacieux : cette chaîne ne va pas que dans un sens et chaque composant du système a sa part de responsabilité. L'assurance, pour l'industrie, de pouvoir stimuler les ventes grâce à un appareil publicitaire sophistiqué et peu responsable n'est pas pour rien dans les stratégies industrielles ou marketing. Publicité, innovation et marketing sont des alliés objectifs et s'entretiennent les uns les autres : obsolescence programmée et obsolescence ressentie font système (voir supra le chapitre sur le sujet).

Loin de nous la tentation d'appeler à la fin de toute publicité ou de la diaboliser en tant que telle. Depuis son apparition, la réclame et la publicité sont une forme d'art populaire,

²³²J.K. Galbraith, *ibidem*.

²³³*Chiffres-clés des annonceurs 2010*, Union des Annonceurs.

divertissantes, porteuses d'innovation sociale et d'information sur les nouveaux produits. Il s'agit simplement, à l'orée du XXI^e siècle, de mettre les professionnels de la publicité face à leurs responsabilités, dans un monde qui n'est plus celui des Trente Glorieuses, et où de nouvelles contraintes se sont fait jour.

La contrainte écologique

La première contrainte, on l'a vu, est écologique : c'est la nécessité, aux côtés d'autres acteurs économiques, de maîtriser nos consommations pour éviter l'effet rebond, scénario noir survenu ces quinze dernières années, malgré une conscience aiguë du problème et des engagements internationaux. Outre ses répercussions écologiques gravissimes, une telle récidive réduirait à néant tous les efforts d'optimisation, toute la recherche industrielle en efficacité énergétique : l'accroissement illimité de la consommation des ménages – donc la promotion aveugle des ventes - ne peut plus être une fin en soi. Par ailleurs, la matérialité de la publicité elle-même (tracts, emballages, courriers, courriels, enseignes, affiches avec éclairage et défilement) pose un problème global de soutenabilité. Un seul panneau éclairé et déroulant de 12 mètres carrés consomme ainsi autant d'électricité chaque année que trois ménages français moyens pour leurs usages domestiques.

La contrainte urbanistique

Désormais, près de 80% de la population française vit en ville : ce basculement impose de diversifier et de pluraliser l'espace vécu par les citoyens. Or l'impact de la publicité sur la voie publique est démultiplié du fait de la concentration et des flux urbains. Trop souvent, chez les citoyens, le lien à la nature et l'engagement de proximité se sont perdus dans l'anonymat et la promiscuité ; les zones commerciales, les enseignes et l'affichage publicitaire ont tendance à ordonner, planifier, colmater par défaut l'espace public. Cette tendance doit être inversée et ceci suppose une nouvelle donne urbanistique, un nouveau partage de l'espace pour laisser toutes leurs places à l'art, à la nature et aux jardins en ville, à l'affichage et aux lieux associatifs. Les sollicitations commerciales ne peuvent avoir le quasi-monopole de la liberté d'expression dans l'espace public, avec pour seule justification la capacité financière des annonceurs et des médias supports. Par ailleurs, la prolifération illégale des panneaux publicitaires en zones rurales et en entrée de villes ne doit plus être tolérée²³⁴.

Affichage : l'exception française

L'affichage constitue un média publicitaire à part, emblématique, en tant que publicité imposée à tous et non ciblée. Il est un des moins onéreux, un des moins contrôlés, et donc

²³⁴ Depuis 1993, l'association « Paysages de France » a intenté et remporté 57 actions en justice contre des afficheurs et/ou des préfets peu désireux de faire appliquer les lois en vigueur.

un des plus pratiqués. Son importance est aussi une exception française en Europe : au vu de la part de l'affichage dans les dépenses publicitaires totales, la France fait figure d'exception. L'affichage y représente 11,2% de ces dépenses en 2009 alors qu'il n'est que d'environ 5% pour les États-Unis ou de 6,1% en Allemagne²³⁵, sans que ces pays semblent souffrir de handicap économique majeur. L'affichage publicitaire est par ailleurs interdit ou très limité dans certaines villes comme Sao Paulo, Québec ou Bergen, ou certains états américains (Vermont, Le Maine), sans que l'économie locale ou régionale ne s'effondre. Cette surreprésentation française de l'affichage s'explique par plusieurs facteurs : une abondance d'espace (la France est un des pays les moins densément peuplés d'Europe) ; une tradition de grands affichistes (Toulouse-Lautrec, Jules Chéret, Foré, etc.), qui confèrent une caution artistique à l'affichage ; le poids économique et politique de la grande distribution (Carrefour, Auchan, Leclerc, etc.), un des principaux annonceurs par voie d'affiches ; le poids économique et politique des afficheurs (Decaux, ClearChannel, etc.), qui échangent auprès des municipalités mobilier urbain, services divers contre surfaces d'affichage. De fait, une absence de sanction des pouvoirs publics est constatée dans de très nombreux cas de publicités illégales, notamment en regard des règlements locaux de publicité.

Dernier facteur d'importance, l'ampleur de l'affichage dans les réseaux de transports en commun, et particulièrement le réseau francilien. La densité publicitaire du réseau parisien et francilien pourrait laisser croire que les annonceurs contribuent grandement à l'investissement et à l'entretien des infrastructures. Il n'en est rien : le chiffre d'affaires 2009 de l'EPIC RATP (en charge du réseau de 14 lignes de métro, 300 lignes de bus, 2 lignes de RER et 3 lignes de tramway) s'élevait en 2009 à 4,133 milliards d'euros, comprenant 3,889 milliards de « produits du transports » (recettes directes brutes et contribution du Syndicat des transports d'Ile-de-France (STIF)) et 109 575 000 euros de « produits d'activités annexes », définis comme « produits de la publicité commerciale et des locaux commerciaux », à quoi s'ajoutent des « remboursements divers »²³⁶. Les recettes publicitaires proprement dites constituent ainsi bien moins de 2,6% du chiffre d'affaires global de l'EPIC RATP. La publicité n'est donc en aucun cas le garant d'un bon fonctionnement d'un réseau de transports en commun : il suffit de constater qu'à l'étranger, la pression publicitaire est sans commune mesure avec le cas français (Bruxelles, New-York, ou encore Stockholm avec des couloirs et des quais entièrement ornés d'œuvres d'art). On peut également constater la sobriété publicitaire de la récente ligne 14, qui prouve que la prolifération n'est pas une fatalité, mais un héritage discutable.

Par ailleurs, l'affichage est un puissant outil de promotion des ventes : en ce sens, il intéresse toute entreprise soucieuse de faire connaître ses produits ou services. L'espace publicitaire sur la voie publique n'étant pas indéfiniment extensible et sa diminution étant souhaitable à terme, il convient de s'interroger sur l'équité de son partage entre les différents acteurs économiques. On constate à cet égard un partage plus qu'inégal : en

²³⁵UDA, Chiffres-clés des annonceurs 2009.

²³⁶Rapport financier RATP 2009, page 77 pour le compte de résultat et p. 43 pour la définition.

France, sur les 4 313 annonceurs par publicité extérieure, 8% (361) assurent 80% des recettes publicitaires (média national)²³⁷. Une telle concentration révèle la difficulté, pour un commerçant local ou une PME, d'avoir accès à l'affichage, même modeste. Il y a donc bien à la fois un excès de la pression publicitaire dans l'espace public, et, de par le gigantisme et le coût des affiches, un accès rendu très difficile pour les entreprises de taille moyenne²³⁸.

La dérive des partenariats public-privé

80% des Parisiens sont favorables à la suppression des panneaux d'affichage les plus grands (4X3m) et à l'interdiction des panneaux à proximité des écoles, selon un sondage IFOP de juin 2010. Or l'emprise de l'affichage publicitaire dans l'espace public ne cesse de croître, notamment en raison de nouvelles formes de partenariats privé-public dont l'opération parisienne « Vélib » est un bon exemple : contre la mise en place et la gestion d'un service de location de vélos, le numéro un mondial de l'affichage grand format et du vélo en libre-service JC Decaux a obtenu le monopole de l'exploitation des panneaux défilants sur pied dans la capitale, sans que la redevance versée à la Mairie de Paris soit indexée sur les recettes publicitaires croissantes, au vu de la multiplication de ces panneaux. Bien au contraire, en 2009, JC Decaux a obtenu un avenant lui permettant de toucher un pourcentage de 35 à 50% des recettes du Vélib. Même si, dans le cas parisien, le fort taux de vandalisme a occasionné de réels surcoûts, il y a tout lieu de craindre une banalisation du financement du mobilier urbain et de nouveaux services municipaux par la publicité sur la voie publique, très tentant pour les élus sous forte contrainte budgétaire. Plus généralement, il faut enfin rappeler que la gratuité apparente des biens et services « offerts » par la publicité a un coût bien réel, qui s'impose aux ménages comme aux collectivités locales (traitement et élimination des prospectus et tracts). Si l'on rapporte les dépenses publicitaires au nombre de foyers français, la dépense publicitaire théorique moyenne par foyer est d'environ 1200 euros en 2009²³⁹, dont on peut penser qu'elle est en grande partie intégrée dans les prix.

Dans la même lignée, le financement des travaux de restauration de monuments historiques par l'affichage publicitaire a été autorisé par une disposition du code du patrimoine (L. 621-29-8, décret n° 2007-645 du 30/04/07). On a pu ainsi voir Air France sur le Grand Palais, Chanel sur le Musée d'Orsay, Swatch sur le Centre Pompidou, divers annonceurs sur l'Opéra Garnier. Le caractère exceptionnel des lieux et de l'occasion permettent de déroger entièrement au règlement local de publicité (RLP). La publicité occupe donc le terrain délaissé par l'État et les pouvoirs publics : elle participe au discrédit de l'impôt, en devenant un véritable impôt privé sur l'espace public. Pour quel bénéfice financier ? A Paris, en 2007, la publicité a rapporté 39,77 millions d'euros aux finances municipales (7 millions de taxe

²³⁷ Chiffres clés des annonceurs 2009, UDA. Tous médias nationaux confondus, 531 annonceurs (sur 19 108, soit 2,7%) représentent 80% des dépenses publicitaires françaises en 2009.

²³⁸ A titre d'exemple, le tarif d'entrée 2010 pour un affichage 4m sur 3 dans le métro parisien est de 58 950 euros pour 140 faces pendant 7 jours. Dans les couloirs, le premier tarif est de 16000 euros pour 200 faces de 2m sur 1,5 pendant 7 jours. Voir www.mediatransports.com

²³⁹ 29,9 milliards d'euros de dépenses pour environ 26,5 millions de foyers en 2009.

communales de publicité, 6,65 millions de recettes liées aux droits de voirie, 26,12 millions par différents traités de concession)²⁴⁰ : sur un budget 2007 de plus de 7 milliards d'euros, l'ensemble des revenus publicitaires ne représente donc que 0,05%.

Simplifier la réglementation

La diversité des règlements locaux de publicité (RLP, qui, votés par la commune, se substituent au règlement général) est d'une injustice criante : les pouvoirs du maire en la matière sont trop larges. Très restrictifs en centre-ville et dans les communes riches (zone de publicité restreinte), les règlements deviennent souvent laxistes en périphérie et dans les communes pauvres (zones de publicité élargie), pour fournir un supplément de ressources tout en dégradant les paysages et l'environnement. Ici non plus, ce n'est pas à la publicité de résorber les inégalités territoriales, mais à des mécanismes d'entraide et de péréquation. En attendant, c'est aux plus modestes de nos compatriotes que l'on réserve un espace public entièrement envahi de publicités, souvent illégales.

D'une manière générale, la complexité de l'actuelle réglementation (règlement national, règlement local, exceptions et critères multiples, etc.) empêche aussi bien sa compréhension par les riverains que son application et son respect par les afficheurs. Il est urgent de simplifier et d'uniformiser, afin de lutter contre le fléau officiellement identifié par le ministère de l'Écologie: « Banalisation, défiguration, uniformisation, étalement urbain sont des fléaux qui s'attaquent aux entrées de villes partout en France. Cette détérioration du paysage périurbain se traduit aujourd'hui par des kilomètres linéaires, véritables couloirs où se disputent à profusion les surfaces commerciales et les panneaux publicitaires. Cet environnement abîmé est non seulement nuisible au cadre et à la qualité de vie mais aussi au final à l'image même de nos cités. »²⁴¹

Proposition 66 : Instaurer dans le règlement général de la publicité extérieure, l'obligation d'une neutralité carbone, rendue systématique dans le cadre de tout marché public de mise à disposition de la voirie. Les dispositifs publicitaires autorisés devront produire localement l'énergie nécessaire à leur fonctionnement (sans raccordement énergétique à l'extérieur), et les externalités liées à leur mise en place et à leur démantèlement devront être intégralement compensées.

²⁴⁰ Intervention de J.-F. Blet lors du Conseil Municipal de Paris des 17 et 18 novembre 2007.

²⁴¹ Communiqué de presse du Ministère de l'Écologie du 11 juin 2008.

Proposition 67 : Planifier à terme un partage équitable de l'espace public entre sollicitation commerciale, affichage associatif et expression artistique, dans tous les réseaux de transports en commun et sur la voie publique, en concertation avec les annonceurs, les usagers, les riverains et les autorités de transport. Prévoir dans le métro parisien la décoration culturelle d'une station sur deux, selon leur nom et/ou emplacement, sur le modèle des stations Louvre-Rivoli, Assemblée Nationale ou Arts et Métiers, Cluny-Sorbonne ou Saint-Denis Basilique.

Proposition 68 : Limiter le nombre et la densité des panneaux publicitaires apposés, ainsi que leur taille (8 mètres carrés maximum, y compris sur l'emprise des aéroports).

Proposition 69 : Limiter en toutes zones, les panneaux sur pied scellés au sol et pré-enseignes à 2 mètres carrés, y compris les panneaux sur les kiosques et les panneaux intégrés au mobilier urbain. Prévoir un intervalle entre chaque panneau de 300 mètres minimum (hors mobilier urbain).

Proposition 70 : Baisser les coûts publicitaires, grâce à la diminution de la surface moyenne des affiches, pour permettre la promotion des commerces et des PME locales, principaux pourvoyeurs d'emplois non délocalisables.

Proposition 71 : Interdire les écrans plasma à usage publicitaire dans les réseaux de transports.

Proposition 72 : Interdire le pelliculage des véhicules de transport en commun : bus, tramway, trains, etc. Interdire les véhicules publicitaires terrestres et fluviaux, maritimes et aériens.

Proposition 73 : Interdire les bâches publicitaires permanentes sur murs aveugles de plus de 16 m².

Proposition 74 : Diffuser aux municipalités un guide des bonnes pratiques des Règlements locaux de publicité : interdiction de l'affichage aux abords des carrefours ou des ronds-points (à l'instar de Mérignac, Lorient, Perpignan, Metz) ; interdiction du pelliculage des véhicules de transport en commun (comme à Poitiers, Rouen), interdiction de publicités lumineuses (comme à Poitiers, Toulouse, Bordeaux, Bourges, Neuilly-sur-Seine, etc.)

Proposition 75 : Eteindre obligatoirement les publicités, pré-enseignes et enseignes lumineuses ainsi que les projections (laser) aériennes ou au sol entre 0h et 7h du matin (y compris les enseignes intégrées au mobilier urbain).

Proposition 76 : Créer une police départementale de l'affichage susceptible d'intervenir sur la requête des riverains. Cette mesure est préconisée au vu de l'inertie de certains maires et préfets (pourtant chargés de la police de l'affichage en cas de carence du maire), et des nombreuses condamnations de l'Etat sur plainte des associations.

Proposition 77 : Interdire les écrans télévisés comme supports publicitaires sur la voie publique, notamment dans les réseaux de transports publics.

Proposition 78 : Assurer la diffusion massive des autocollants officiels STOP PUB interdisant la distribution de prospectus dans les boîtes aux lettres²⁴². Contrôler à la source la distribution non adressée. Sanctionner les entreprises ne respectant pas la liste « Robinson ».

La contrainte démocratique

La publicité a pu être perçue comme socialement et économiquement utile, distrayante et instructive. Toutefois, ces dernières décennies, sa prolifération a entraîné un rejet massif de la part des Français : selon un sondage IPSOS/Agence Australie réalisé en novembre 2006, 77% des Français trouveraient la publicité envahissante, 54% la trouveraient agressive et 50% dangereuse. Différentes raisons expliquent cette lassitude : la plus importante est l'impression, souvent justifiée, que la publicité est trompeuse, et suscite ou cautionne des évolutions sociales négatives. A lui seul, l'exemple de la malnutrition est éloquent.

Depuis quelques années, les publicités pour les aliments sont assorties de message modérateurs (« Evitez de grignoter entre les repas », « Attention aux aliments gras, salés et sucrés », « Bougez plus »). Force est de constater que ces messages n'ont pas porté et que c'est la diffusion de spots publicitaires sur certains produits alimentaires qui doit être remise en cause : la part des Français souffrant d'obésité est passée de 8,5% en 1997 à 14,5% en 2009²⁴³. Plus grave encore, l'obésité frappe particulièrement les plus modestes : le taux est de 22 % (soit 7 % de plus que la moyenne nationale) dans le groupe de population où le revenu du foyer est inférieur à 900 euros mensuels ; à l'inverse, au-delà de 5 300 euros mensuels, le taux d'obésité plafonne à 6 %. Quant à l'obésité infantile (5-6 ans), en légère baisse depuis 2000, elle se maintient néanmoins au niveau de la moyenne nationale, avec 12,1%. L'enfant et l'adulte pauvres habitant dans la région Nord-Pas-de-Calais sont les plus exposés au risque d'obésité.

²⁴²L'Ademe estime que l'utilisation systématique de l'autocollant Stop Pub permettrait d'éviter 19,7 kg de déchets par an et par habitant (Repères, Commissariat au développement durable, Consommation des ménages et environnement, mars 2011, p. 48).

²⁴³Enquête épidémiologique nationale sur le surpoids et l'obésité, étude ObEpi 2009.

Au Royaume-Uni, le gouvernement a pris l'initiative de proposer des cours où les élèves apprennent à « décrypter les publicités et les stratégies commerciales, notamment celles destinées aux publics les plus jeunes »²⁴⁴. Dans la même veine, un membre du CSA, Mme Christine Kelly, soutient que des programmes télévisés éducatifs peuvent dispenser d'une interdiction des publicités à destination des enfants²⁴⁵.

Il est évident que les causes de cette épidémie sont multifactorielles (inactivité physique, mauvais équilibre alimentaire, grignotage, etc.). Il ne s'agit pas de désigner un bouc émissaire, mais de mettre chacune des parties prenantes devant ses responsabilités. Il peut sembler étonnant qu'il soit plus facile de prendre sur le temps scolaire de la jeunesse, et sur les fonds publics qu'il requiert, pour « enseigner le danger » (C. Kelly), que de restreindre l'impact des messages publicitaires. On est en droit de s'interroger sur la pertinence de cette stratégie d'administration simultanée du poison et de l'antidote. Que veut-on enseigner à la jeunesse en créant une perpétuelle société d'injonctions contradictoires ?

Comme y appelait une tribune d'élus²⁴⁶, il semble incontournable de prendre exemple sur le volontarisme de pays comme la Suède et d'interdire toute publicité à destination des moins de douze ans. Que les causes de l'obésité soient multifactorielles ne doit pas interdire d'agir sur chacun des facteurs. Depuis que les associations ont tiré la sonnette d'alarme et que les professionnels ont assuré s'autoréguler, le phénomène de surconsommation de produits gras et sucrés n'a cessé de progresser. L'épidémie d'obésité, facteur majeur de cancer, est un enjeu trop important, l'enjeu de santé publique trop considérable, le contre-exemple américain trop flagrant pour que les pouvoirs publics s'en remettent au hasard ou à l'attentisme.

Au-delà de cette thématique particulière, comme tout secteur, l'industrie publicitaire doit être soumise à l'intérêt général et assumer une responsabilité sociétale. Son utilité économique ne peut tout justifier en matière de mœurs, de dignité des personnes (hommes ou femmes), de violence, de santé publique, de surendettement. Par ailleurs, toutes les études concluent que le lien de confiance entre l'acheteur et les producteurs s'est distendu : il faut diminuer la pression publicitaire en faveur d'une vraie information sur le lieu de vente, afin de restaurer cette confiance essentielle à l'économie. En s'organisant et produisant sa propre expertise, le consommateur est de plus en plus enclin à produire lui-même cette information loyale que les directions marketing et les publicitaires semblent estimer superflue ou contre-productive.

²⁴⁴Programme « My Money » lancé par le Department for Education de 2008 à 2011, cité dans le *Rapport sur la consommation durable* d'E. Laville, Centre d'analyse stratégique, janvier 2010, p. 135.

²⁴⁵*Lutte contre l'obésité infantile : les paradoxes de la télévision, partenaire d'une régulation à la française*, Le Monde, 17 février 2010.

²⁴⁶*La publicité violente nos enfants*, Libération, 4 novembre 2009, tribune signée par Marie-Christine Blandin, Jacques Muller, Jean-Pierre Sueur, Evelyne Didier, Guy Fischer, Jean-Pierre Godefroy.

La publicité ne doit plus tant déclencher l'achat que fonder la confiance. Elle ne pourra opérer cette transition qu'en étant moins intrusive, en jouant moins sur l'impulsion, le symbolique, le rêve compensatoire.

Proposition 79 : Refondre la régulation de la publicité en remplaçant l'actuel Autorité de régulation professionnelle de la publicité par un Conseil supérieur de la publicité sur le modèle de l'ASA britannique (*Advertising Standards Authority*), impliquant pouvoir de censure en amont et amendes dissuasives²⁴⁷.

Proposition 80 : Interdire l'affichage publicitaire dans un rayon de cent mètres autour des écoles, collèges, lycées.

Proposition 81 : Interdire la publicité télévisée adressée aux mineurs de moins de douze ans.

Proposition 82 : Interdire la publicité pour des produits alimentaires déséquilibrés²⁴⁸ aux heures de grande écoute.

²⁴⁷Une jurisprudence récente suffira à montrer l'actuelle faiblesse de l'ARPP : "Le spot consiste dans le texte suivant prononcé par une voix enfantine : « *Moi quand je serai grand je découperai les gens méchants avec un couteau et puis après, je mettrai les morceaux dans des sacs et puis je ferai disparaître les corps ! Et personne ne les retrouvera jamais... comme papa !* » ; il se conclut par une voix de femme qui annonce « *Dexter revient sur Canal Plus et il est papa. Retrouvez en exclusivité sur Canal Plus la nouvelle saison inédite tous les jeudis à 20h50. Dexter, une série découverte par CANAL Plus* » Le 15 février 2010, l'ARPP déconseille la diffusion du spot radio, mais Canal + le diffuse du 16 au 18 février sur RFM. Suite à la plainte d'un particulier, est publiée le 19 avril sur le site de l'ARPP une "condamnation" pour non respect des recommandations concernant les enfants.

²⁴⁸ Le critère de classement des produits alimentaires pourrait s'inspirer des propositions du Plan national nutrition santé (PNNS 3) qui envisage de « créer un logo pour aider les consommateurs à identifier les aliments de bon profil nutritionnel et inciter les industriels à reformuler leurs produits pour pouvoir bénéficier du logo », sur la base d'un score d'adéquation individuel aux recommandations nutritionnelles (« Sain »). Le Monde, 7 mai 2011.

4. Définir une politique d'achat responsable propre au secteur public

Dans un contexte de tensions budgétaire, la commande publique, qui représente 15% du PIB, est au centre de toutes les attentions comme levier des politiques publiques. Au premier rang des personnes publiques les collectivités territoriales multiplient les initiatives, dans un contexte juridique qui tend à se stabiliser. Les acheteurs et les élus manquent néanmoins d'un appui technique pour mettre en œuvre une véritable politique d'achat responsable. Sachant que, à terme, l'effet de ces politiques ne sera tangible que s'il existe une coordination souple des différentes politiques d'achats des personnes publiques.

Si l'Etat et les collectivités territoriales introduisent progressivement des objectifs de développement durable dans leurs achats...

Stimulé par la jurisprudence communautaire²⁴⁹, la publication de deux communications interprétatives de la Commission²⁵⁰, et l'adoption de deux directives portant coordination des procédures de passation des marchés publics²⁵¹, le Code des marchés publics a été réformé à trois reprises²⁵².

²⁴⁹CJCE 26 sept. 1988, aff. C-31/87, Beentjes c/ Pays-Bas : Rec. CJCE 1988, I, p. 4635 ; CJCE 26 sept. 2000, aff. C-225/98, Commission c/ France: Rec. CJCE 2000, I, p. 745 ; CJCE, 17 septembre 2002, Concordia, aff. C-513-99 : JCP A 2002, 1043 ; Llorens (François), « La Cour de justice des communautés européennes (CJCE) « persiste et signe » : après le critère social, elle admet le critère environnemental », Contrats et marchés publics, n°11, p. 16-18.

²⁵⁰N° 2001/C 333/07 du 4 juillet 2001 sur le droit communautaire applicable aux marchés publics et les possibilités d'intégrer des considérations environnementales dans lesdits marchés, JOCE, n° C 333, du 28 novembre 2001 ; n° 2001/C 333/08 du 15 octobre 2001 sur le droit communautaire applicable aux marchés publics et les possibilités d'intégrer des aspects sociaux dans lesdits marchés, JOCE, n° C 333, du 28 novembre 2001.

²⁵¹Directive n° 2004/17/CE portant coordination des procédures de passation des marchés dans les secteurs de l'eau, de l'énergie, des transports et des services postaux, JOUE, n° L 134, du 30 avril 2004, et directive n° 2004/18/CE relative à la coordination des procédures de passation des marchés publics de travaux, de fournitures et de services, JOUE, n° L 134, du 30 avril 2004.

²⁵²Décret n° 2001-210 du 7 mars 2001, JORF n°571 du 8 mars 2001 page ; décret n° 2004-15 du 7 janvier 2004 portant code des marchés publics, JORF du 8 janvier 2004 ; décret n° 2006-975 du 1^{er} août 2006, JORF du 4 août 2006.

Or, au fil de ces trois codes, les préoccupations environnementales et sociales sont passées des conditions d'exécutions (art. 14 du code 2001), aux critères de choix de l'offre (art. 53 du code 2004), à la définition des besoins (art. 5 du code 2006), en passant par les spécifications techniques (art. 6 du code 2006). Que ce soit au niveau du cahier des charges (objet du marché, spécifications techniques et conditions d'exécution), ou des procédures de passation (sélection des candidatures et choix de l'offre économiquement la plus avantageuse), l'acheteur peut désormais intégrer des objectifs de développement durable, dans le respect des principes fondamentaux du droit des marchés publics²⁵³.

Le pouvoir adjudicateur doit dès lors, pour chaque marché, trouver un équilibre entre les principes de l'article 1^{er} du code des marchés publics, le respect du principe de libre concurrence, le principe d'efficience et l'intégration des dimensions environnementales et sociales. Et ce, dans toutes les étapes du processus d'achat, depuis la définition des besoins jusqu'à l'exécution du marché, puisqu'il a désormais l'obligation, au moment de la définition de son besoin, de réfléchir à l'intégration des principes du développement durable²⁵⁴.

Cette obligation de moyens²⁵⁵ est issue de l'art. 6 de la Charte pour l'environnement qui dispose que « *les politiques publiques doivent promouvoir un développement durable. A cet effet, elles concilient la protection et la mise en valeur de l'environnement, le développement économique et le progrès social* »²⁵⁶. Ainsi, depuis l'adoption du programme Action 21, le législateur et l'administration ont agi de concert pour intégrer progressivement les objectifs du développement durable dans la commande publique.

Mais l'obligation de moyens faite au pouvoir adjudicateur d'intégrer des objectifs de développement durable dans la définition de son besoin, la volonté croissante des responsables politiques d'internaliser la mise en œuvre des politiques publiques dans la commande publique, et l'objectif de réaliser des économies budgétaires, amènent les élus locaux et les acheteurs à devoir hiérarchiser la réalisation d'objectifs politiques concurrents, voire contradictoires, variables dans le temps, et plus ou moins liés à la satisfaction immédiate du besoin de la collectivité. Hiérarchisation qu'il devra opérer dans le respect de l'objectif d'ouverture à la concurrence et d'économies budgétaires.

²⁵³Pour de plus amples développements sur ce point voir : Cantillon (Guillaume), *Marchés publics et développement durable* : *JCl. Contrats et Marchés publics*, Fasc. 57; Trébulle (François-Guy), « Marchés publics et développement durable », *Revue de droit immobilier*, n° 6, 2006, p. 440-443 ; Schiesser (Philippe), Cantillon (Guillaume), *L'achat public durable*, Paris, Le Moniteur, 2007 ; Cantillon (Guillaume) Dir., *Le Code de L'achat durable, Commande publique et développement durable*, Paris, Weka, 2009

²⁵⁴Art. 5 décret n° 2006-975 du 1^{er} août 2006, opt. cit.

²⁵⁵Rép. Min. n° 25167 : JO Sénat Q 9 nov. 2006, p. 2793.

²⁵⁶Loi constitutionnelle n° 2005-205 du 1^{er} mars 2005 relative à la Charte de l'environnement, JORF du 2 mars 2005

Dans ce contexte s'installe progressivement un « brouillage » qui place trop souvent l'acheteur en position de régulateur désarmé de son propre marché²⁵⁷. Se pose dès lors la question des modalités d'une conciliation des différents objectifs en présence. C'est pourquoi, la réalisation d'un véritable « achat public responsable » suppose la définition d'une politique d'achat.

... il s'installe progressivement un brouillage qui appelle l'adoption d'une véritable politique d'achat public responsable.

Ainsi, en France, l'introduction du développement durable dans la définition des besoins²⁵⁸ semble désormais placer la commande publique comme l'instrument incontournable de toute politique publique. Les collectivités territoriales, définissent des « politiques d'achat durable » dans le cadre de leurs Agendas 21²⁵⁹, du vote de Chartes²⁶⁰ ou de délibérations.

Toutefois, à travers le schéma reproduit ci-dessous, on voit que le nombre de thématiques que l'acheteur public doit aujourd'hui intégrer, en plus de l'impératif des principes fondamentaux de la commande publique et de l'objectif d'une gestion économe des deniers publics, va croissant.

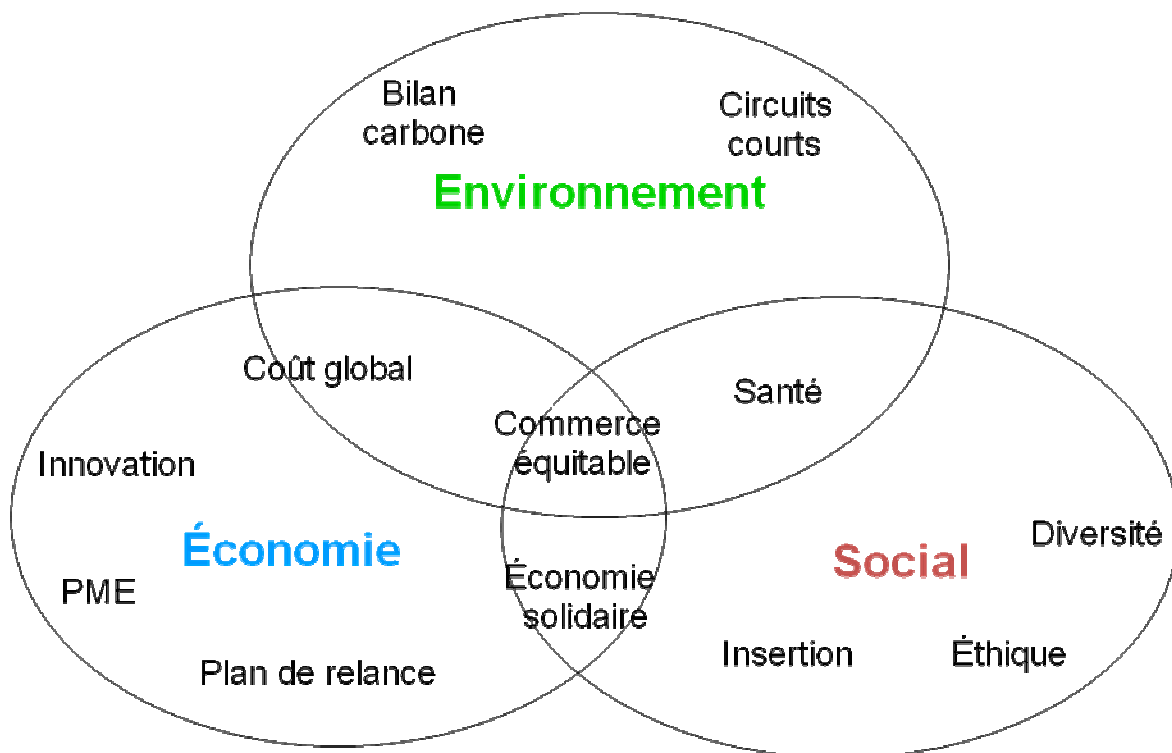
A mesure que les responsables politiques prennent conscience de l'intérêt de la commande publique comme levier de politiques publiques, les acheteurs se trouvent sollicités comme de nouveaux agents de la fonction régulatrice de l'Etat. Derniers exemples en date : la lutte contre les discriminations, la promotion des PME innovantes, le plan de relance et la promotion des « circuits courts » dans les marchés de restauration collective.

²⁵⁷ Kalfèche (Grégory), « Secteur public et concurrence : la convergence des droits, à propos des droits de la concurrence et de la commande publique », *AJDA*, n° 44, 24 décembre 2007, p. 2420

²⁵⁸ Art. 5 décret n° 2006-975 du 1^{er} août 2006 portant code des marchés publics, JO du 4 août 2006.

²⁵⁹ Loi n°95-115 du 4 février 1995 d'orientation pour l'aménagement et le développement du territoire, art. 25 II, JORF n°31 du 5 février 1995 page 1973.

²⁶⁰ http://www.orleans.fr/fileadmin/user_upload/FichiersOrleans/Download/qualite/Charte-achats-durables.pdf



En plaçant la commande publique au cœur des outils de politique publique, les gouvernements nationaux et locaux lancent donc un véritable défi aux acheteurs publics, qui les oblige à se doter d'une politique d'achat dynamique.

Par ailleurs, la rencontre d'une demande de réduction de la taille de l'Etat et, dans le même temps, d'un maintien, voire d'une extension des politiques publiques induit pour l'instant un double mouvement pour « résoudre » cette contradiction : une externalisation croissante des activités de l'Etat, notamment à travers les partenariats publics/privés, et une intégration d'objectifs de politique publique dans la commande publique.

Ces deux mouvements ont un impact quantitatif et qualitatif considérable sur l'activité des acheteurs publics. D'une part, ils doivent piloter un nombre croissant de procédures de mise en concurrence. D'autre part ils doivent, en plus du respect des principes fondamentaux de la commande publique, participer à la réalisation d'objectifs économiques, environnementaux et sociaux.

Cette situation implique une réflexion approfondie sur les limites de l'externalisation, et l'impulsion d'une démarche collective, au niveau national et local, pour accompagner les 70 000 acheteurs publics français vers une commande publique plus économique et plus

durable, qui demeure en même temps respectueuse des principes fondamentaux du droit national et européen, garants de la transparence, de l'éthique et de la démocratie.

Proposition 83 : Créer une véritable « Agence de la commande publique », commune à tous les acheteurs publics.

Cette agence, qui ne serait pas un pouvoir adjudicateur, aurait le statut d'Etablissement Public Administratif. Elle aurait pour mission de fournir une assistance aux acheteurs publics (pouvoirs adjudicateurs et entités adjudicatrices) pour la préparation, la passation et le suivi de l'exécution de leurs marchés, accords cadres, délégations de services publics, PPP et Contrats de performance énergétique, afin de concilier les objectifs de respect de la concurrence, de choix de l'offre économiquement la plus avantageuse et d'intégration des objectifs de développement durable.

Proposition 84 : Favoriser une réorganisation de la commande publique au niveau local pour mieux y intégrer les critères de proximité et de saisonnalité et valoriser l'importance du développement territorial pour le donneur d'ordre.

La restauration hors domicile est composée de la restauration commerciale et de la restauration collective. Cette dernière représente environ 56% de repas hors domicile avec plus de 10 millions de repas servis par jour. Elle est destinée aux employés des structures privées ou publiques mais aussi aux usagers dans différents secteurs :

- administration et entreprise
- institution pour personnes âgées
- milieu hospitalier
- scolaire (crèches, maternelles, écoles primaires, collèges, lycées, universités, écoles supérieures...)
- milieu carcéral.

L'approvisionnement de cette restauration en produits de proximité, biologique ou équitable est donc essentiel pour structurer rapidement des filières de production. Une étude de l'Agence bio réalisée en 2009 présente le niveau d'engagement actuel des collectivités en matière de produit biologiques²⁶¹.

Deux circulaires adoptées au niveau national ont donné une première visibilité à ce thème :

- La circulaire Grenelle de mai 2008 qui demande aux services de l'Etat d'introduire 20 % de produits biologiques dans la restauration collective d'ici 2012.
- La circulaire du 2 mai 2008 relative à l'exemplarité de l'Etat en matière d'utilisation de produits issus de l'agriculture biologique dans la restauration collective invite quant à elle

²⁶¹http://www.agencebio.org/upload/pagesEdito/fichiers/2008_chap5_rhd.pdf

l'ensemble des services de restauration des administrations de l'Etat et des établissements publics placés sous la tutelle des Ministères à se fournir régulièrement en denrées issues de l'agriculture biologique, tant pour la restauration collective que pour les besoins des réceptions officielles. Elle rappelle l'objectif 2010 d'introduire 15 % de denrées issues de l'agriculture biologique dans les menus et d'atteindre 20 % en 2012.

Elle présente en annexe les dispositifs applicables aux marchés publics en sept points :

- exprimer précisément les besoins en produits issus de l'agriculture biologique
- ouvrir la possibilité de présenter des variantes
- allouer le marché
- pondérer judicieusement les critères de choix du prestataire
- contrôler aisément l'exécution du marché
- gérer le coût des produits issus de l'agriculture biologique
- assurer un appui technique sur les règles en matière de marchés publics

Cette mise en œuvre s'accompagne d'actions de sensibilisation des usagers, ainsi que de formation des personnels de la restauration collective, à l'utilisation des denrées issues de l'agriculture biologique.

En complément, le ministre de l'agriculture et de la Pêche a présenté, en avril, 2009, sa démarche destinée à développer les circuits courts en renforçant le lien entre les producteurs et les consommateurs et citoyens²⁶². Ce plan d'action est composé de 4 grands axes : améliorer les connaissances sur les circuits courts et les diffuser, adapter la formation des agriculteurs aux exigences des circuits courts, favoriser l'installation d'agriculteurs en circuits courts, mieux organiser les circuits courts.

Il n'y a donc pas de déficit au plan du cadre juridique mais déficit d'organisation des filières au niveau local, et de dialogue entre les acheteurs publics et les producteurs. A ce titre, la démarche initiée par la Région Rhône Alpes, intitulée « Développer une restauration collective de proximité et de qualité »²⁶³, nous semble devoir être généralisée.

Proposition 85 : Instaurer un menu à faible empreinte carbone par semaine dans les cantines scolaires et administratives.

Concernant l'empreinte carbone de l'alimentation, les impacts environnementaux, climatiques et sanitaires de la surconsommation de viande ont été notamment détaillés dans le rapport 2006 de la FAO : *Livestock long shadow*. Une récente étude de la Commission

²⁶² http://agriculture.gouv.fr/sections/presse/communiques/developper-circuits/downloadFile/FichierAttache_1_f0/4p-CircuitsCourts.pdf?nocache=1239728965.43

²⁶³ http://draaf.rhone-alpes.agriculture.gouv.fr/IMG/pdf/guide_mise_en_ligne_cle8d5ec4.pdf

européenne estime l'impact de l'élevage en Europe à 13% des gaz à effet de serre²⁶⁴. L'initiative pionnière du « jeudi végétarien » de la ville de Gand (Belgique) a été suivie par de nombreuses municipalités dont Hasselt et Mechelen en Belgique, par les écoles de Baltimore aux États-Unis (« Meatless Monday »), du 2^{ème} arrondissement de Paris (un repas par semaine), de Strasbourg (un repas par trimestre), de Brême (Allemagne) (un repas par semaine)²⁶⁵ et par neuf cantines d'écoles privées de la région parisienne passées à une alimentation majoritairement biologique²⁶⁶.

²⁶⁴ *Evaluation of the Livestock Sector's Contribution to the EU Greenhouse Gas Emissions*, Joint Research Centre, mars 2010, ec.europa.eu/agriculture/analysis/external/livestock-gas/exec_sum_en.pdf

²⁶⁵ Voir le site dédié www.unjoursansviande.fr

²⁶⁶ Expérience menée avec RGC restauration, filiale de Sodexo. Voir le site noscantinespourlaplanete.com et l'article du Monde du 7 avril 2011.

ANNEXE 1

La stratégie du Grenelle de l'environnement dans le domaine des déchets ménagers : rappel des principaux points et bilan

La stratégie issue du Grenelle de l'environnement dans le domaine de l'économie circulaire et des déchets est simple dans ses principes, rappelons-là en quelques mots :

Fixer des objectifs chiffrés de réduction des déchets, d'augmentation du recyclage et de diminution du recours à l'incinération et à l'enfouissement

Pour mémoire, ces objectifs inscrits dans les conclusions du Grenelle de l'environnement du 10 janvier 2008 sont transcrits dans les lois dite Grenelle 1 du 5 août 2009 et Grenelle 2 du 12 juillet 2010. Ils visent à fixer un cap ambitieux, à court terme, en vue de la réduction des déchets et du développement du recyclage.

Concrètement, ces objectifs sont les suivants :

- Réduire de 5Kg par an et par habitant la production d'ordures ménagères entre 2008 et 2013
- Atteindre un taux de recyclage des déchets ménagers de 35% en 2012 et de 45% en 2015
- Atteindre un taux de recyclage des emballages ménagers de 75% en 2012
- Diminuer de 15% les déchets orientés vers l'enfouissement ou l'incinération avant 2012.
- Ne pas dépasser 60% de traitement par incinération ou enfouissement sur un territoire donné.
- Dissuader par la fiscalité le recours à des modes de traitement des déchets polluants

Il s'agit, selon les termes du Commissariat général au développement durable, de jouer sur le « signal prix » pour inciter les décideurs locaux à réorienter leurs investissements dans les équipements de traitement de déchets les moins polluants. Cela s'est traduit, dès la loi de finance 2009 (soit dès avant l'adoption des deux lois Grenelle) par la mise en œuvre d'une TGAP²⁶⁷ renforcée sur l'enfouissement et nouvelle sur l'incinération. Ces deux modes de

²⁶⁷ Taxe Générale sur les Activités Polluantes

traitement sont en effet considérés, dans la hiérarchie européenne²⁶⁸ des modes de gestion des déchets, comme une simple élimination, sans valeur ajoutée et source de pollutions, et donc à n'utiliser qu'en dernier recours, soit à la cinquième place de cette hiérarchie.

Ce dispositif fiscal s'est accompagné d'une modulation importante du taux de la taxe selon que l'incinération ou l'enfouissement s'accompagnaient ou non de valorisation (valorisation énergétique avec connexion à des réseaux de chauffage urbain et cogénération pour l'incinération, production de biogaz pour l'enfouissement). Si c'est le cas, l'incinération ou même l'enfouissement remontent à la quatrième place de la hiérarchie européenne, puisque les déchets sont dès lors valorisés.

Développer la puissance d'intervention financière de l'ADEME

La majoration de la TGAP enfouissement et la création de la TGAP incinération se sont traduites, dès 2009, par d'importantes recettes fiscales. Si ces recettes s'avèrent finalement moins importantes qu'escomptées dans un premier temps (lorsque la modulation pour valorisation n'avait pas été envisagée), elles n'en demeurent pas moins colossales si on les compare aux ressources dont disposait l'ADEME avant leur mise en œuvre. L'engagement fort a été pris par le gouvernement de rendre l'ADEME destinataire de la fiscalité « déchets », afin qu'elle serve effectivement l'atteinte des objectifs chiffrés. Si l'on considère la seule TGAP instaurée dans le cadre du Grenelle de l'environnement, la part incinération rapporte à l'ADEME dès 2009 37M€, et la part enfouissement 104M€, soit 141M€, somme à laquelle il faut ajouter une enveloppe de 55M€ issue de la TGAP 2008. Le total 2009 du nouveau budget disponible pour l'ADEME en vue de la réalisation de sa politique déchets serait de 196M€²⁶⁹. Si le principe de l'affectation entière de la fiscalité déchets à l'ADEME était respecté, ainsi que cela a été inscrit dans l'article 29 de la loi de finance 2009, l'enveloppe disponible pour l'ADEME serait de 363M€ en 2009 et 445M€ en 2010.

L'orientation de la politique « déchets » de l'ADEME est très clairement priorisée sur la réduction des déchets, conformément à la hiérarchie des modes de traitement. L'ADEME a d'ores et déjà entrepris une campagne médiatique de grande ampleur, afin d'inciter les Français à réduire le volume de leur poubelle. Vient ensuite la question du recyclage, sur laquelle l'effort financier devra également être conséquent. Mais sur cette question, les orientations stratégiques de l'ADEME demeurent pour l'instant très floues. De même, dans le budget de l'ADEME, l'affectation des ressources est très peu lisible. Il n'est pas infondé de s'inquiéter d'une mise à profit de la fiscalité déchets pour d'autres politiques, notamment énergétiques, avec le risque de contradictions profondes entre ces deux domaines.

- Inciter le développement du recyclage par une taxation des producteurs de futurs déchets

²⁶⁸ Directive cadre du 8 novembre 2008 fixant notamment la hiérarchie des modes de gestion des déchets : 1/ réduction ; 2/ réemploi ; 3/ recyclage ; 4/ valorisation ; 5/ élimination

²⁶⁹ Source : note d'information du MEEDDM du 30 juillet 2010

Le développement d'une économie fondée sur le recyclage des matières demande des investissements lourds. Collecter des matières plus volumineuses et moins denses, créer ou moderniser des centres de tri capables de mieux distinguer les matériaux, organiser les filières depuis l'utilisateur jusqu'au repreneur, toutes ces actions demandent des moyens financiers conséquents et des innovations importantes. La partie la plus importante de ces efforts financiers repose sur les collectivités locales en charge du ramassage, du tri et de l'information des habitants sur la collecte sélective des ordures ménagères.

Un engagement du Grenelle était donc le rééquilibrage de l'effort financier à produire par la généralisation du principe « pollueur-payeur ». La mise en œuvre d'une taxe sur les produits jetables mis sur le marché, rapidement qualifiée péjorativement de « taxe pique-nique », afin de diminuer la quantité des déchets qu'ils génèrent (sachant au surplus que ces produits sont difficilement recyclables), devait traduire concrètement cette mise à contribution du pollueur. Le Grenelle de l'environnement a également acté l'extension du principe « pollueur-payeur » déjà appliqué aux producteurs d'emballages ménagers par le dispositif des REP²⁷⁰. Dans le domaine des emballages, la loi Grenelle 1 fixe l'objectif de passer à un taux de couverture du coût net de la gestion des emballages par leurs producteurs de 80% en 2012, contre 50% actuellement. Cette augmentation, en faveur des collectivités locales en charge de la collecte sélective et du tri, devra permettre d'atteindre l'objectif de 75% d'emballages recyclés en 2012 inscrit dans la loi Grenelle 1. Les REP seront également élargis à d'autres champs d'activités : déchets d'activités de soins, déchets d'ameublement, déchets textiles...

Malheureusement, l'ADEME n'a fourni qu'une estimation très imprécise du coût net de gestion des emballages situant la fourchette entre 540 et 930M€ à ce jour, alors que les collectivités locales, se fondant sur les chiffres de la DGCL, estiment ce montant à 1,3Md€. Dans ces conditions, l'arbitrage proposé par l'Etat d'une contribution de 640M€ est jugé nettement insuffisant par les collectivités locales. De plus, la structure de reversement choisie comporte plusieurs effets pervers : si elle se veut incitative en venant financer les investissements réalisés à hauteur des résultats obtenus par les collectivités locales en matière de recyclage, celles-ci peuvent ne pas avoir envie de prendre le risque d'investir sans avoir la garantie d'un remboursement par les éco-organismes. De plus, il est confirmé que les éco-organismes n'interviendront pas sur la prévention des déchets, mais uniquement sur leur traitement.

Ces trois dernières dispositions majeures (fiscalité dissuasive, montée en puissance de l'ADEME, élargissement du principe pollueur-payeur) devaient permettre de réorienter en trois ans l'ensemble de la chaîne des déchets d'une économie de la consommation et de la destruction à une économie circulaire. Malgré des progrès réguliers constatés dans l'évolution des habitudes de production, de consommation et de tri, il est à craindre qu'il en soit autrement dans la réalité.

²⁷⁰ Responsabilité Élargie du Producteur : le producteur verse une contribution financière à un éco-organisme (tel que Eco-Emballage, Adelphe, Eco-Folio...)

Les insuffisances, incohérences et contradictions dans la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement

Si elles sont simples et paraissent de bon sens, ces orientations se sont trouvées confrontées dans leur mise en œuvre effective à plusieurs incohérences et contradictions, qui soulèvent souvent des interrogations légitimes.

Les délais fixés par les objectifs chiffrés sont irréalistes. L'ADEME elle-même vient de le reconnaître²⁷¹ : les objectifs ambitieux établis dans le cadre du consensus Grenelle ne seront probablement pas atteints dans les délais fixés. Les tendances actuellement à l'œuvre, aussi bien en termes de diminution des quantités de déchets produits que d'augmentation des taux de recyclage, ne sont en effet pas suffisants à l'heure actuelle pour laisser présager un succès.

Ceci n'est bien évidemment pas une surprise, pour plusieurs raisons :

- Des objectifs si ambitieux nécessitent des investissements conséquents, non seulement en communication pour sensibiliser les habitants à la réduction des déchets et au bon geste de tri, mais également en investissement pour adapter les consignes de tri, moderniser les centres de tri, créer des filières de recyclage, etc.
- Cela veut dire que les projets auraient dû être lancés avant même que les dispositifs financiers permettant leur réalisation ne soient mis en œuvre : 2009, c'était déjà bien tardif pour espérer des résultats dès 2012.
- L'ADEME elle-même, en dépit des moyens conséquents dont elle dispose désormais, n'a pas nécessairement de stratégie bien arrêtée lui permettant d'orienter de façon efficace les sommes dont elle dispose ou va disposer. C'est particulièrement le cas pour la gestion des déchets fermentescibles.
- Enfin, pour atteindre ces objectifs, la cible prioritaire aurait bien entendu dû être les producteurs de biens jetables. Nous avons vu que cela n'a pas été le cas.

La TGAP renforcée sur l'incinération et l'enfouissement n'a pas suffisamment rééquilibré le rapport de coût entre ces modes de traitement et les autres. Si elle réduit l'écart, la TGAP ne permet cependant pas de rendre les coûts de traitement tels que le recyclage ou la méthanisation réellement compétitifs par rapport à l'incinération ou à l'enfouissement. D'autant qu'avec les multiples dispositifs d'allègement mis en œuvre, notamment en cas de valorisation énergétique des installations qui y sont soumises, son effet s'annule presque dans de nombreux cas. Contrairement à son objectif initial, la TGAP est donc davantage devenu un instrument favorisant la production énergétique à partir des déchets plutôt que la

²⁷¹Lettre de l'ADEME n°25 du 9 juillet 2010

réorientation des flux de déchets vers d'autres modes de traitement. Cela est d'autant plus net lorsqu'on constate que dans son Plan Energie Climat, le Ministère de l'environnement prévoit, pour atteindre les objectifs européens 3x20²⁷², de multiplier par cinq la part relative de l'incinération dans les approvisionnements énergétiques alternatifs aux énergies fossiles. Une telle politique s'écarte substantiellement du consensus du Grenelle, en ce qu'elle paraît sacrifier l'objectif de la réduction des déchets aux objectifs de la politique énergétique. Dans la politique générale de développement durable menée par le Gouvernement, la politique déchets semble bel et bien avoir été sacrifiée sur l'autel de la politique énergétique.

De plus, la mise en œuvre récente d'une modulation de la TGAP sur l'enfouissement en fonction de la captation du méthane mise en œuvre dans les centres de stockage envoie un signal déplorable sur la finalité du traitement : elle prête à l'enfouissement des vertus qui ne sont pas encore établies, et paraît établir un renoncement à l'objectif de retour à la terre de la matière organique. Or le défi de lutte contre l'appauvrissement des sols n'est pas moins grand que celui de l'autonomie énergétique, et en l'occurrence la poursuite de ces deux objectifs à travers la méthanisation n'est pas contradictoire.

Pour de nombreux déchets, aucun traitement alternatif à l'enfouissement et à l'incinération n'existe. C'est même ce qui ressort le plus clairement, quoi que en creux, à l'issue des débats parlementaires au sujet des deux lois Grenelle. Si l'on a bien défini les modes de traitement à proscrire, personne n'est capable de dire quoi faire des déchets restants, qui sont pourtant nombreux. La taxe sur les produits jetables avait pour objectif de faire diminuer ces volumes. On peut s'interroger sur les conditions dans lesquelles le débat sur cette « taxe pique-nique » a été menée et sur son résultat. Les associations de consommateurs, qui sont intervenues de façon virulente contre cette taxe, ont-elles bien perçu que si elle n'était pas mise en œuvre à ce niveau-là, elle se retrouverait dans la fiscalité locale acquittée par les ménages pour l'élimination de leurs déchets ? Les collectivités locales en charge du traitement des déchets sont par conséquent placées devant une impasse: traiter de façon non vertueuse des déchets que rien n'aura freiné dans leur arrivée sur le marché puis dans les poubelles, et faire supporter par les habitants le poids d'un mode de production/consommation/destruction peu acceptable écologiquement.

La taxe pique-nique aurait dû logiquement s'accompagner d'un effort important en matière de recherche et développement pour que les produits à usage unique deviennent recyclables. Des dispositifs financiers auraient pu permettre cet effort d'innovation.

L'incitation financière à la mise en œuvre effective du recyclage reste insuffisante et tardive. Le dispositif de la REP vient de montrer clairement ses limites avec les négociations pour le renouvellement de l'agrément des éco-organismes en charge des emballages, et notamment sur le volet financier de ces négociations. Les éco-organismes, dans l'état actuel du

²⁷²Diminuer de 20% les consommations énergétiques, diminuer de 20% les rejets de CO2, augmenter de 20% la part des énergies renouvelables, d'ici 2020

dispositif, sont des sociétés privées à but non lucratif dont les actionnaires sont les entreprises qui émettent les produits concernés sur le marché. Ces entreprises versent à l'éco-organisme une contribution en fonction des volumes qu'elles mettent sur le marché. Les éco-organismes reversent ensuite ces contributions aux collectivités locales en charge de l'élimination de ces déchets. Sans rentrer plus avant dans la complexité de ce dispositif, notons simplement qu'un éco-organisme dont les actionnaires sont les metteurs sur le marché peut difficilement être considéré comme neutre dans la détermination des niveaux de contribution demandés à ses actionnaires et dans les reversements prévus aux collectivités locales. Alors qu'en l'état de la législation, le niveau de contribution des producteurs d'emballage à travers les éco-organismes devrait être de 50%, les collectivités locales, sur la base des chiffres de la DGCL, estiment que l'on arrive difficilement à 30, voire 35% au mieux. L'écart pour arriver aux 80% est donc énorme, et les éco-organismes font souvent valoir que le reversement ne se justifie qu'en fonction des investissements réalisés par les collectivités locales pour améliorer le recyclage. Il reviendrait donc aux collectivités d'investir en premier lieu pour pouvoir négocier sur la base de ces investissements, le taux de reversement auquel elles pourraient prétendre.

Dans ces conditions, l'effet incitatif à l'éco-conception et à l'éco-production disparaît complètement. La charge du taux de recyclage pèse intégralement sur les collectivités locales, qui doivent toujours faire davantage pour permettre le recyclage des produits qui ne sont pas conçus pour l'être.

Aucune solution n'est officiellement préconisée pour la part majeure des déchets à recycler : les fermentescibles. Enfin, le débat sur les modalités de recyclage de la part en poids la plus importante des déchets ménagers n'a toujours pas trouvé sa conclusion. Les déchets fermentescibles, qui représentent plus de la moitié de nos poubelles, ne sont concernés qu'en partie par la loi Grenelle 2, qui prévoit une collecte obligatoire pour les gros producteurs uniquement. Mais pour les déchets ménagers, rien n'est prévu. Si la mise en œuvre de compostage domestique ou collectif peut être une solution adaptée à certains contextes (notamment pavillonnaires ou ruraux), elle demande un volontarisme qui devrait être évalué finement, surtout dans la durée. Cette solution est également expérimentée actuellement en milieu urbain. Il est pour l'heure difficile de se prononcer sur les résultats, notamment en termes de quantité de déchets détournés du service public municipal de collecte et de traitement, et en termes de production de GES.

D'autres modes de traitement font l'objet de controverses : c'est le cas notamment de la méthanisation, et du mode de collecte et de prétraitement qui doivent être mis en œuvre pour garantir son succès. Les expériences de collecte séparative de déchets fermentescibles se sont avérées décevantes là où elles ont été tentées jusqu'à présent : les quantités ainsi réceptionnées sont insuffisantes pour faire fonctionner des équipements de méthanisation. Quant au tri mécano-biologique, qui permet de séparer dans les ordures ménagères collectées en vrac la part fermentescible de la part résiduelle, il fait l'objet de suspicions sur sa

capacité de garantir la production d'un compost non contaminé, utilisable en agriculture. De plus, la méthanisation ne permettant de traiter qu'une fraction des déchets ménagers, elle doit s'inscrire dans un dispositif complet lui associant un autre mode d'élimination, de préférence l'incinération.

Annexe 2

Historique du débat français sur l'action de groupe

Dans le débat public depuis plus de trente ans maintenant, l'action collective, plus connue sous son vocable américain de « *class action* », n'a toujours pas trouvé de traduction concrète dans la législation française. L'opportunité et les modalités de son introduction en France ont donné lieu à de très nombreux débats, marqués principalement par l'opposition frontale entre associations de consommateurs d'une part, fervents défenseurs de sa mise en place, et représentants des entreprises d'autre part, farouchement opposés au principe même de l'action collective.

Ce débat a été relancé il y a six ans par le Président de la République de l'époque, Jacques Chirac, qui, lors de ses vœux aux forces vives de la Nation le 4 janvier 2005, demandait au gouvernement « *de proposer une modification de la législation pour permettre à des groupes de consommateurs et à leurs associations d'intenter des actions collectives contre les pratiques abusives rencontrées sur certains marchés* ».

Véritable Arlésienne des débats parlementaires, l'action de groupe n'a toujours pas vu le jour en France. Le débat sur la nécessité et la faisabilité d'une *class action* à la française a aujourd'hui atteint sa maturité. Un rapport de la Commission des lois du Sénat, rendu en mai 2010, a donné lieu à la formulation d'une procédure équilibrée, authentique troisième voie à la française, qu'il est urgent de concrétiser.

De la nécessité de l'action de groupe : un enjeu pour l'État de droit et l'économie

L'abondante littérature disponible sur les enjeux et les effets de l'action de groupe en France et en Europe permet de tirer un certain nombre de conclusions qui, à défaut d'être unanimes, font néanmoins l'objet d'un assez large consensus.

La relation de consommation est, par nature, caractérisée par un déséquilibre entre le professionnel et le consommateur, notamment en matière d'information et de capacité d'action. Un tel déséquilibre est tout à la fois préjudiciable au consommateur lui-même qui, subissant des préjudices de faible montant, n'en obtient pas réparation, à l'État de droit dès lors que des pratiques illégales ne trouvent aucune sanction et, enfin, à l'économie en

général du fait de l'érosion de la confiance. Or il n'existe actuellement aucun mécanisme juridique satisfaisant et efficace qui permette de remédier à cet état de fait.

Recours effectif, iniquité sociale et inefficience judiciaire

La consommation est marquée par un paradoxe criant : elle provoque, pour un grand nombre de consommateurs, des préjudices similaires résultants d'une même faute qui, une fois additionnés, représentent un dommage de masse conséquent et qui, cependant, ne font l'objet d'aucune indemnisation faute de recours efficace. En effet, si le consommateur lésé dispose bien de l'action en responsabilité classique, celle-ci, du fait de son coût élevé au regard de la réparation attendue, n'est que très rarement engagée.

Bien sûr, la voie du juge de proximité existe. Compétent pour statuer sur les litiges civils de la vie quotidienne n'excédant pas 4000 euros, il peut être saisi directement ou après une tentative de conciliation sans que la représentation par un avocat ne soit nécessaire. Créée par la loi d'orientation et de programmation sur la justice du 9 septembre 2002 afin de désengorger les tribunaux d'instance, cette juridiction connaît un relatif succès. Néanmoins, elle n'est que très peu utilisée pour ce qui concerne les petits litiges de la consommation causant des préjudices collectifs. En effet, l'un des principaux freins à l'indemnisation des préjudices des consommateurs dont il est ici question est l'absence d'attractivité des procédures individuelles lorsque sont en jeu des sommes faibles. Un consommateur qui subit un préjudice de 10 euros ne trouvera pas forcément d'intérêt à intenter seul une procédure qui, bien que peu coûteuse en argent, pourra s'avérer très longue et donc coûteuse en temps. L'action collective a cette vertu, outre de mutualiser les coûts pour le justiciable comme pour l'institution judiciaire, de mutualiser les motivations, ce que ne permet pas la procédure devant le juge de proximité, le justiciable demeurant seul face au professionnel. Par ailleurs, la procédure devant le juge de proximité ne permet pas de se faire représenter par une association de consommateurs, ce qui, pourtant, représenterait un soutien déterminant en matière de litiges de la consommation. Enfin, du point de vue de l'organisation judiciaire, la multiplication de procédures individuelles est néfaste, tant pour l'efficacité de la justice que pour son coût de mise en œuvre. Le regroupement de nombreuses procédures individuelles en une seule, permise par l'action collective et impossible devant le juge de proximité, devrait permettre, par la réalisation d'économie d'échelle, d'améliorer l'efficience de la justice en mutualisant ses coûts.

De cette absence d'une procédure efficace pour ces litiges collectifs de la consommation résulte une situation où un même manquement de la part d'un professionnel provoque une multitude de dommages similaires, sans être ni sanctionné ni réparé. *De facto*, l'absence en droit français d'une action collective permettant la mutualisation des coûts procéduraux,

prive les consommateurs du droit à un recours effectif pourtant protégé constitutionnellement et de leur droit à réparation²⁷³.

Cette situation est d'autant plus choquante que, comme le relevait le Conseil de la concurrence en 2006 dans son avis sur les recours collectifs, lorsque les victimes de pratiques anticoncurrentielles sont des entreprises, elles obtiennent le plus souvent réparation, notamment par l'intermédiaire de procédures de transaction, et grâce à leur capacité financière²⁷⁴.

Or, comme le relève E. Combes, avec « *l'évolution profonde des relations entre producteurs et consommateurs, marquée par l'essor d'Internet et de la vente à distance, par la logique de l'abonnement et de l'engagement, par le recours fréquent aux ventes liées, le déséquilibre entre consommateurs et professionnels dans la résolution des petits litiges du quotidien n'a jamais été aussi fort et rend en pratique inopérantes et coûteuses les procédures existantes* »²⁷⁵. Au demeurant, un tel déséquilibre est révélateur d'une profonde iniquité sociale, le préjudice non réparé venant grever d'autant plus les marges de manœuvres des consommateurs que ceux-ci ont des revenus faibles.

Cette situation ne constitue pas un épiphénomène. Le baromètre tenu par la DGCCRF fait état de plus de 90 000 réclamations reçues en 2010, ce chiffre ne constituant sans nul doute que la partie émergée d'un nombre bien plus grand d'atteintes aux droits des consommateurs. La commercialisation des produits non alimentaires (24%) et la téléphonie mobile (18%) constituent près de la moitié des réclamations. A cet égard, la condamnation pour entente prononcée par le Conseil de la concurrence le 30 novembre 2005 à l'encontre des trois opérateurs français de téléphonie mobile, dont le montant s'élevait à 534 millions d'euros, ne doit pas faire oublier que les consommateurs lésés n'ont pas été indemnisés. L'UFC – Que Choisir a pourtant évalué leur montant global à près 1,2 milliards d'euros pour 20 millions de consommateurs victimes. Exemple topique, s'il en est, de l'iniquité du système actuel.

La mutualisation des coûts procéduraux que permettent les procédures d'action collective représente une incitation forte donnée aux consommateurs afin de faire valoir leurs droits en

²⁷³ Droit qui a été consacré par le Conseil constitutionnel dans sa décisions n° 82-144 du 22 octobre 1982 sur la loi relative au développement des institutions représentatives du personnel : « *Considérant que, nul n'ayant le droit de nuire à autrui, en principe tout fait quelconque de l'homme, qui cause à autrui un dommage, oblige celui par la faute duquel il est arrivé, à le réparer ; Considérant que, sans doute, en certaines matières, le législateur a institué des régimes de réparation dérogeant partiellement à ce principe, notamment en adjoignant ou en substituant à la responsabilité de l'auteur du dommage la responsabilité ou la garantie d'une autre personne physique ou morale ; Considérant cependant que le droit français ne comporte, en aucune matière, de régime soustrayant à toute réparation les dommages résultant de fautes civiles imputables à des personnes physiques ou morales de droit privé, quelle que soit la gravité de ces fautes ;* »

²⁷⁴ Avis du Conseil de la concurrence du 21 septembre 2006 relatif à l'introduction de l'action de groupe en matière de pratiques anticoncurrentielles, <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/doc/classactions.pdf>

²⁷⁵ Emmanuel Combes, « Propos introductifs, Vers une action de groupe ... à la française » in *Concurrences*, n° 2 – 2008, p. 19.

justice. Ainsi, des études statistiques menées par la Commission européenne montrent que pour un litige d'un montant inférieur à mille euros, un consommateur européen sur cinq ne chercherait pas à obtenir réparation devant un tribunal en raison du coût élevé des procédures, de leur complexité et de leur longueur. La moitié renoncerait à entamer une action en justice pour un litige d'une valeur inférieure à deux cents euros. Or, selon ces mêmes études, 76% des consommateurs seraient prêts à saisir les tribunaux s'ils pouvaient se grouper individuellement avec d'autres consommateurs ayant subi un préjudice similaire²⁷⁶. En France plus particulièrement, un sondage CSA publié en mars 2007, révèle que 84% des Français sont favorables à l'introduction d'une procédure d'action de groupe, 57% des sondés estimant même qu'une telle réforme est prioritaire. Mettre un terme à la situation où le consommateur se voit privé de la réparation de son préjudice alors que le professionnel fautif est au contraire encouragé à faire perdurer son comportement fautif, en facilitant l'accès à la justice, telle est la visée première de l'action collective.

Mais l'action de groupe se révèle avoir d'autres vertus. Contrairement à la crainte d'une judiciarisation excessive de la société et de l'économie que ne manque pas de provoquer la perspective d'une *class action* à la française, l'action de groupe devrait avoir pour effet d'améliorer l'efficacité du système judiciaire dans son ensemble.

D'une part, les consommateurs, privés actuellement d'une voie de recours efficace et attractive, choisissent la voie pénale pour obtenir réparation de leur préjudice. On assiste ainsi, comme le relevait le récent rapport Coulon, à une pénalisation excessive du champ de la consommation. Cette préférence pour le procès pénal trouve deux explications : la constitution de partie civile est une procédure relativement simple et peu coûteuse ; la charge de la preuve dans le procès pénal est transférée du consommateur au ministère public. Or, le procès pénal n'a pas pour fonction première la réparation des préjudices subis mais la sanction de la violation de la loi pénale. L'utilisation du procès pénal à des fins de réparation, qui se développe y compris en dehors du champ de la consommation, constitue un véritable détournement de procédure. L'instauration d'une action collective permettrait de restaurer la cohérence du système judiciaire en incitant les consommateurs à porter leur demande en réparation devant le juge civil, interlocuteur logique en matière de responsabilité.

D'autre part, l'action de groupe améliore l'efficacité de la justice. Du point de vue du fonctionnement de la justice, l'action de groupe permet de réaliser des économies d'échelle. Plutôt que de mobiliser plusieurs juges, greffiers et auxiliaires de justice différents, dans plusieurs tribunaux de France, pour l'appréciation des mêmes faits, l'action de groupe centralise toutes les procédures et permet de réduire les ressources mobilisées pour trancher le litige. Contrairement à l'idée reçue selon laquelle le nombre de litiges augmente suite à l'introduction d'une procédure d'action collective, les expériences américaines et

²⁷⁶ Livre vert, du 19 décembre 2005, intitulé « Actions en dommages et intérêts pour infraction aux règles communautaires sur les ententes et les abus de position dominante » [COM(2005) 672 final - Non publié au Journal officiel].

portugaises démontrent qu'il n'y a pas d'augmentation significative du nombre de requêtes du fait de l'action de groupe. A l'inverse, la possibilité de regrouper les demandes au sein d'une action collective plutôt que d'introduire des milliers de requêtes individuelles devrait réduire le nombre total d'actions, les coûts de la justice et le risque de solutions divergentes.

Enfin, la crainte, attisée par les représentants des entreprises, de voir s'établir une « *industrie du procès* », au profit des avocats et au détriment des victimes, est très improbable dans le système français. Personne en effet ne réclame sérieusement la fin ni de l'interdiction de démarchage faite aux avocats, ni de la prohibition des pactes de *quota litis*.

Restauration de la confiance, efficience économique et place du consommateur dans la régulation de l'économie de marché

Accès à la justice, juste réparation et efficacité du système judiciaire ne pèsent cependant pas bien lourd face à la crainte martelée par les entreprises quant aux effets catastrophiques des *class actions* sur l'économie. Dans un débat vieux de trente ans, cet argument, plus qu'aucun autre, a enrayé le processus. Pour légitime que soit la question de l'impact des actions collectives sur l'économie, certaines craintes sont exagérées. L'inquiétude est double : elle concerne la compétitivité des entreprises et le risque d'un « *chantage au procès* » préjudiciable à leur réputation.

Le MEDEF, l'AFEP et la CGPME justifient leur hostilité à l'action de groupe par la menace que fait peser le risque d'action collective et l'obligation de provision et d'indemnisation qui en découlent, sur la compétitivité des entreprises françaises. Ainsi, selon la FFSA, l'introduction de l'action de groupe induirait une augmentation substantielle des primes d'assurance de responsabilité civile des entreprises et conduirait, *in fine*, à un renchérissement des biens et services pesant en général sur le consommateur²⁷⁷. L'argument est audacieux : la juste réparation des préjudices subis par les consommateurs serait, à terme, préjudiciable au consommateur lui-même ! Par ailleurs, les entreprises craignent le « *chantage au procès* » qui nuirait à leur réputation et à leur image auprès du consommateur. L'usage abusif des actions collectives et leur médiatisation conduirait à ce que, alors même que la responsabilité de l'entreprise n'est pas établie, celle-ci se voit obligée de transiger afin d'éviter un dommage trop important à sa réputation. Les organisations patronales avancent deux chiffres qui ne sont pas étrangers à l'allongement du débat français : l'introduction d'une action de groupe en France coûterait ainsi 16,5 milliards d'euros tous les ans aux entreprises françaises, soit un point de PIB par an.

²⁷⁷Voir le rapport d'information « L'action de groupe à la française : parachever la protection des consommateurs », de MM. Laurent BÉTEILLE et Richard YUNG, fait au nom de la commission des lois, n° 499 (2009-2010) - 26 mai 2010.

Véritable chantage à la croissance et à l'emploi, cette position relève d'une mauvaise foi patente²⁷⁸. En premier lieu, elle revient à poser le principe selon lequel l'application du droit serait préjudiciable à la compétitivité des entreprises. Or il n'y a rien de choquant *a priori* dans la volonté d'obliger les entreprises à réparer les préjudices qu'elles causent. Ensuite, les craintes des professionnels (industrie du procès au détriment des consommateurs dont la réparation serait captée par les avocats, et risque, pesant sur la compétitivité des entreprises en raison de l'atteinte à leur réputation, d'un chantage au procès et de l'imposition de dommages et intérêts punitifs) sont largement alimentées par les *class actions* américaines²⁷⁹, alors même que ni la classe politique ni les associations de consommateurs n'ont sérieusement soutenu l'idée d'introduire en droit français la procédure américaine. Les promoteurs de l'action collective en France souhaitent un mécanisme qui rende possible la réparation des préjudices subis par les consommateurs, ce qui est quasiment impossible actuellement. Il ne s'agit pas de punir les entreprises fautives (fonction du droit pénal et des autorités de régulation économique) mais de réparer. Dès lors, l'introduction en droit français des « *punitive damages* », emblématiques des *class actions* américaines et qui font si peur, relève du fantasme.

Surtout, l'analyse économique et l'observation des expériences étrangères font apparaître que, loin d'être préjudiciable à l'économie, l'existence d'une procédure d'action de groupe aurait un impact économique positif. Ainsi que le relève le rapport du Sénat précité, l'absence d'une action de groupe en droit français « nuit gravement à l'équilibre et à l'équité dans les relations économiques et commerciales entre les professionnels et les consommateurs. Elle constitue une anomalie pour le bon fonctionnement du marché et une asymétrie entre la demande et l'offre, cette dernière imposant des coûts indus et illégitimes. Elle est en outre de nature à altérer la confiance des consommateurs dans l'économie de marché »²⁸⁰.

Nul n'est besoin de revenir une fois encore ici sur l'importance de la confiance dans la consommation et encore plus pour la croissance française, tirée à 55% par la consommation des ménages. Or, comme le relève le Conseil de la Concurrence, « nul doute que si l'on veut

²⁷⁸Le MEDEF a ainsi publié en mars 2006 un fascicule intitulé *L'action de groupe ou class action en 10 points* (disponible sur http://www.medef-gironde.fr/staging/medias/upload/96018_FICHER.pdf), dans lequel il explique que les procédures existantes, « et notamment l'action en représentation conjointe, ne sont pas complexes à mettre en œuvre. Les associations de consommateurs n'utilisent pas l'action en représentation conjointe pour des raisons qui leur sont propres. Fondée sur le mandat, cette procédure implique très naturellement une certaine responsabilité de ces dernières à l'égard des consommateurs ». Toujours dans le même texte, le MEDEF renverse à son profit l'argument de la protection des consommateurs : « Les actions de groupe ou *class actions* bénéficient rarement au consommateur ».

²⁷⁹La crainte d'une captation par les avocats de la procédure est née d'une affaire Playboy de 1972 où l'avocat avait perçu des honoraires de 275 000 \$ alors que les membres du groupe n'avaient eu droit qu'à un crédit de quelques dollars sur les consommations prises dans les clubs Playboy ; à titre d'exemple sur les punitives damages, un jury d'une juridiction de Los Angeles a condamné en 2002 une société à payer à un plaignant individuel 850.000 dollars à titre de réparation pour son préjudice propre, ainsi qu'une somme de 28 milliards de dollars à titre de « *punitive damages* ».

²⁸⁰Rapport d'information « L'action de groupe à la française : parachever la protection des consommateurs », de MM. Laurent BÉTEILLE et Richard YUNG, fait au nom de la commission des lois, n° 499 (2009-2010) - 26 mai 2010.

renforcer la confiance des consommateurs dans l'économie de marché, encore fragile et parfois vacillante en France comme le montrent certaines études récentes, il faut donner à ceux qui les représentent les moyens de pouvoir lutter eux-mêmes, par les voies juridiques les plus appropriées, contre les dérives ou les abus constatés sur les marchés et de permettre au consommateur individuel de toucher concrètement les bénéfices d'une telle politique »²⁸¹. L'action de groupe permet ainsi de restaurer la confiance des consommateurs dans l'économie et dissuade les professionnels d'adopter des stratégies nuisibles aux consommateurs. A ce titre, l'action de groupe constitue un complément efficace et pertinent de la régulation publique sans constituer une entrave au fonctionnement des marchés. C'est le constat opéré par la Commission européenne qui relève qu'« une amélioration des conditions de réparation des victimes produirait donc aussi, intrinsèquement, des effets bénéfiques du point de vue de la dissuasion d'infractions futures, ainsi qu'un plus grand respect des règles de concurrence communautaires. Le maintien d'une concurrence non faussée fait partie intégrante du marché intérieur et est essentielle à la mise en œuvre de la stratégie de Lisbonne. Une culture de la concurrence contribue à une meilleure allocation des ressources, une plus grande efficacité économique, une innovation accrue et des prix plus bas »²⁸².

Parce qu'elle induit une internalisation du risque par le professionnel et une meilleure information des consommateurs, l'action de groupe constitue un puissant vecteur d'assainissement des marchés. En définitive, alors qu'actuellement les « mauvais produits » chassent les « bons » faute d'information et d'incitation suffisantes, l'action de groupe permettrait d'inverser le constat en faisant que les « bons produits » chassent les « mauvais ». Au surplus, dans la perspective d'un rééquilibrage de la relation consommateur - producteur, l'action de groupe implique que le consommateur, mieux informé et disposant de moyens d'action puissants, devienne un régulateur à part entière de l'économie en donnant visibilité et force à ses choix. Le consommateur serait donc à la fois rétabli dans ses droits et responsabilisé.

Restauration de la confiance, assainissement des marchés et prévention des risques, loin de n'être que d'hypothétiques bienfaits, sont confirmés par l'observation des expériences étrangères. Le rapport sur la réalité et l'efficacité des mécanismes de recours collectif dans l'Union européenne commandé par la Direction générale de la santé et des consommateurs de la Commission européenne et remis en 2008 permet de dresser un bilan général positif. Sans surprise, les principaux secteurs concernés par les actions de groupe sont ceux des services financiers et des télécommunications. En revanche, loin des sommes astronomiques redoutées par les entreprises, le montant global des préjudices varie généralement entre

²⁸¹ Avis du Conseil de la concurrence du 21 septembre 2006 relatif à l'introduction de l'action de groupe en matière de pratiques anticoncurrentielles, <http://www.autoritedelaconcurrence.fr/doc/classactions.pdf>

²⁸² Livre blanc du 4 février 2008 publié par la Commission européenne sur les actions en dommages et intérêts pour infraction aux règles communautaires sur les ententes et les abus de position dominante, COM(2008) 165 final

10 000 et 100 000 euros. Surtout, quel que soit le modèle procédural choisi, l'action de groupe ne semble pas générer de coûts disproportionnés pour les entreprises. Au contraire, les frais de procédures diminuent et aucune augmentation des primes d'assurances n'est constatée. A ce titre, le maintien du principe selon lequel les frais de l'action sont à la charge du perdant et celui de la règle de la seule réparation du préjudice constituent des garde-fous sérieux contre les dérives observées aux Etats-Unis. Dans la plupart des pays européens, et notamment au Portugal où ce type d'action existe depuis 1995, aucune faillite d'entreprise ne peut être mise à la charge de l'action collective, pas plus d'ailleurs qu'un ralentissement de la croissance. Un tel constat devrait logiquement permettre de « lever les inquiétudes qui pèsent sur l'impact négatif de l'introduction de l'action de groupe sur la compétitivité des entreprises », comme le relève le rapport sénatorial.

Malgré tout, et alors que de nombreux pays européens ont réussi l'intégration de l'action de groupe dans leur droit et pratiques économiques, le MEDEF fait preuve d'une cécité opportune en ne raisonnant qu'à partir du cas américain. Selon l'organisation patronale, l'action de groupe ne conduirait pas au renforcement des droits des consommateurs mais uniquement à leur spoliation par des intermédiaires, avocats et associations, dont l'unique but serait de s'enrichir sur leur dos. S'érigeant en ultime défenseur des consommateurs, ce qui n'est pas sans faire sourire, le MEDEF refuse tout débat au nom des consommateurs que certains de ses adhérents, pourtant, bafouent depuis des années. Conscient néanmoins que ce discours manque sérieusement de crédibilité, les représentants des entreprises affirment que la meilleure solution est le renforcement de la médiation. Moins coûteuse, plus souple et plus rapide, la conciliation directe entre consommateurs mécontents et entreprises serait plus efficace et moins nuisible au fonctionnement de l'économie. Encore une fois, la mauvaise foi est criante. C'est notamment parce que la médiation n'est pas satisfaisante que l'action de groupe est nécessaire. Le rééquilibrage du rapport de force entre consommateurs et professionnels est illusoire dans la médiation. C'est d'ailleurs bien pour cela qu'elle plaît tant aux professionnels. La position du MEDEF, plaider pour le statu quo, rend tout débat sur ce sujet stérile, malgré l'urgence avérée de la réforme.

Le retard français : un dispositif juridique lacunaire

Malgré la nécessité avérée d'une procédure d'action collective, le droit français de la consommation demeure lacunaire sur ce point, mettant la France en retard dans le paysage européen.

La loi d'orientation pour le commerce et l'artisanat du 27 décembre 1973, dite « loi Royer », a posé les premières bases de la législation sur la consommation en France. Pionnière dans l'adaptation de sa législation aux enjeux de la société de consommation alors émergente, la France a, depuis lors, perdu cette qualité. Ainsi que l'ont relevé les sénateurs Béteille et Yung, le système français est désormais marqué par cinq faiblesses, au premier rang desquelles figure l'absence de procédure d'action collective impliquant l'absence de

sanction des comportements illégaux des entreprises et l'absence de réparation des préjudices subis par les consommateurs.

Quatre actions prévues par le code de la consommation sont actuellement offertes aux consommateurs et aux associations les représentants :

L'article L. 421-1 permet aux associations de défense des intérêts des consommateurs agréées d'exercer les droits reconnus à la partie civile en cas de préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif des consommateurs. Sont uniquement visés les faits constitutifs d'une infraction pénale portant atteinte à l'intérêt collectif des consommateurs. L'article L. 421-2 dispose que cette action peut être assortie d'une demande de cessation de pratiques illicites ou de suppression de clauses illicites dans des contrats entre professionnels et consommateurs. Le juge a la possibilité, en vertu des articles L. 421-3 à L. 421-5, d'enjoindre, éventuellement sous astreinte, le professionnel concerné de mettre un terme à ses agissements illicites ou de supprimer les clauses illicites.

L'article L. 421-6 permet aux associations de défense des intérêts des consommateurs agréées d'agir devant la juridiction civile pour demander, le cas échéant sous astreinte, la suppression d'une clause illicite ou abusive dans les contrats proposés aux consommateurs

L'article L. 421-7 dispose que les associations de défense des intérêts des consommateurs agréées, dans le cadre d'une action en réparation d'un préjudice engagée par un ou plusieurs consommateurs à raison de faits non constitutifs d'une infraction pénale, peuvent intervenir devant la juridiction civile aux fins de demander la cessation de pratiques illicites ou la suppression de clauses illicites.

Les articles L. 422-1 à L. 422-3 du code de la consommation prévoient, s'agissant de l'action conjointe, qu'une association agréée de consommateurs représentative au plan national peut agir en réparation pour le compte de consommateurs nommément identifiés qui lui confient expressément mandat de les représenter.

Utiles et complémentaires, les trois premières actions ne permettent pas d'obtenir la réparation de préjudices subis individuellement par les consommateurs mais seulement du préjudice causé à l'intérêt collectif des consommateurs. Les sommes octroyées à ce titre reviennent à l'association à l'origine du recours et non aux consommateurs.

S'agissant de l'action en représentation conjointe, instituée par la loi n° 92-60 du 18 janvier 1992 renforçant la protection des consommateurs, dont l'esprit est plus proche de l'action collective, son bilan est malheureusement maigre. Seules cinq actions ont été intentées sur ce fondement. Cet échec, largement reconnu, est dû aux conditions très restrictives encadrant la procédure. Fondée sur le mandat express confié par le consommateur à l'association, elle ne peut bénéficier qu'à ceux ayant donné mandat. Or, les associations ne peuvent solliciter ces mandats par voie de publicité, d'affichage, de tract ou de lettre personnalisée. L'obligation du mandat et la prohibition de leur sollicitation ont constitué un frein puissant au développement de l'action conjointe. C'est une action mort-

née et peu praticable en cas de milliers de requérants. Il n'existe donc aucune action en responsabilité efficace et attractive permettant à plusieurs consommateurs d'obtenir la réparation de leur préjudice individuel.

Le rapport établi en 1991 au nom de la Commission des Affaires économiques du Sénat sur le projet de loi instituant l'action conjointe soutenait que l'introduction d'une action collective « *ferait de la France une exception parmi les autres pays européens* ». Vingt ans après, la France affiche désormais un retard certain, six pays européens au moins ayant introduit l'action de groupe dans leur législation sous diverses formes : le Portugal dès 1995, l'Angleterre et le Pays de Galles en 2000, la Suède en 2002, l'Allemagne et les Pays-Bas en 2005 et l'Italie en 2009. Alors que l'OCDE encourage ses pays membres à se doter de mécanismes de recours collectif, deux réflexions ont été engagées par la Commission européenne sur l'introduction d'une législation relative à l'action de groupe en matière de consommation et de concurrence. La Commission a adopté en 2005 un Livre vert sur les actions en dommages et intérêts pour infraction aux règles sur les ententes et les abus de position dominante, puis un Livre blanc en 2008, tous deux envisageant sérieusement la possibilité d'une action collective. Après la publication en 2008 d'un Livre vert sur les recours collectifs pour les consommateurs, un débat d'orientation s'est déroulé le 12 octobre 2010. Ce débat a abouti au lancement, le 4 février 2011, d'une consultation publique ayant pour objet l'élaboration d'une approche cohérente des recours collectifs dans l'Union européenne. S'il est peu probable que ces initiatives se concrétisent rapidement, elles démontrent néanmoins l'existence d'un contexte favorable à l'action de groupe en Europe.

Dans ce contexte, la France aurait tout intérêt à ce que le débat engagé il y a trente ans aboutisse rapidement. Au delà de la consécration des droits des consommateurs, cela lui permettrait de peser de façon crédible dans les négociations européennes et d'éviter qu'un texte contraire à sa tradition juridique ne lui soit imposé un jour.

De la faisabilité de l'action de groupe à la française : une troisième voie équilibrée

En gestation depuis le début des années 1980, l'action collective à la française fait aujourd'hui l'objet d'un consensus dépassant les clivages partisans et certaines organisations patronales ont d'ores et déjà pris acte de son instauration prochaine. Deux propositions de lois, déposées au Sénat à l'initiative de la majorité et de l'opposition en décembre 2010, proposent une procédure équilibrée, respectueuse des principes procéduraux français et des droits des consommateurs comme des entreprises, qui emportent déjà l'adhésion des associations de défense des consommateurs.

Un débat arrivé à maturité

Sans faire de genèse exhaustive, un rapide coup d'œil sur la longue succession des initiatives visant à introduire l'action de groupe en France permet de conclure que le temps

de la réflexion est désormais achevé. Dès 1984, une proposition de loi est déposée à l'Assemblée Nationale par M. Bernard Stasi. En 2003, Luc Chatel soutenait, dans un rapport intitulé *De la conso-méfiance à la conso-confiance*, que :

« L'institution du recours collectif apparaît désormais comme la seule façon de garantir l'effectivité des droits des consommateurs dans certains types de litiges » et qu'il était *« illusoire de croire que la France pourra demeurer longtemps à l'écart d'un mouvement général qui touche de proche en proche l'ensemble de nos voisins. (...) il vaut mieux mettre en place dans la sérénité et en l'encadrant un mode d'action qui répond à des besoins réels plutôt que de prendre le risque de devoir le faire dans l'avenir sous la pression des faits, avec tous les débordements éventuels que cela pourrait entraîner »*.

En 2005, le Président de la République réclame la rédaction d'un projet de loi en ce sens. En septembre 2006, le Conseil de la concurrence publie un avis favorable *« à ce que soient permises en France les actions de groupe des consommateurs en matière de concurrence, afin de faire de ces derniers de véritables acteurs de la politique de concurrence elle-même centrée sur la protection de leur bien-être »*. La Commission pour la libération de la croissance française fait de l'action collective l'une de ses 316 propositions. Le rapport sur la dépenalisation de la vie des affaires, établi par le groupe de travail présidé par M. Jean-Marie Coulon, recommande l'instauration de l'action collective comme corollaire logique de la dépenalisation d'une partie du droit de la consommation.

Depuis 2006, huit propositions de loi en ce sens ont été déposées à l'Assemblée Nationale et au Sénat, cinq par la gauche et trois par la droite. Ainsi, *« le principe de l'introduction de l'action de groupe dans le droit français est acté »* affirme Luc Chatel en juillet 2008 devant les députés. C'est à la même conclusion qu'arrivent les représentants des entreprises, hormis le MEDEF qui, dans une obstination incompréhensible, continue de soutenir que les instruments juridiques actuels suffisent pour garantir les droits des consommateurs. Cette position apparaît désormais bien vaine et isolée. La CGPME, rompant avec le refus traditionnel de participer au débat, publie en mars 2010 une note par laquelle elle reconnaît timidement l'utilité et la nécessité d'une telle procédure²⁸³. Des auditions menées par la commission des lois du Sénat en 2010, un consensus ressort parmi les associations de consommateurs et les professionnels du droit.

²⁸³Note disponible à l'adresse Internet : www.cgpme.fr/telecharger2/1269855366_4454.pdf

Annexe 3

Composition du groupe de travail

Julien Berthier travaille depuis 2009 au sein de la Direction de l'Environnement du Conseil Régional Ile-de-France sur la politique «Energie » de cette institution. Il est chef de projet pour la création de la société d'économie mixte de tiers financement « Energies POSIT'IF ». Avant de rejoindre le Conseil Régional, il a été chargé de la campagne « Energie-climat et Territoires » au Réseau Action Climat-France, ONG spécialisée sur le thème des changements climatiques qui regroupe 18 organisations nationales de protection de l'environnement, d'usagers des transports, de promotion d'alternatives énergétiques et de solidarité internationale. Ingénieur territorial au double cursus biologie/écologie et géographie/aménagement, il a travaillé au développement de missions de formation, de conseil et d'assistance aux collectivités territoriales dans les programmes locaux de sobriété et d'efficacité énergétique, de développement des énergies renouvelables et de lutte contre les changements climatiques. Julien BERTHIER a également été consultant au sein d'un cabinet spécialisé en management et en requalification environnemental(e)".

Hélène Binet est diplômée en économie et en sciences de la communication. Elle a débuté à la Frapna (Fédération Rhône-Alpes de protection de la nature) où elle a notamment dirigé le Festival international du film nature et environnement. Elle s'est ensuite investie dans les Parcs naturels régionaux, d'abord dans celui de la Haute vallée de Chevreuse, puis au sein du Conseil régional d'Ile-de-France. Depuis sept ans à Paris, elle est journaliste spécialisée sur l'environnement et se consacre à la presse écrite (Terra Economica, Quelle Santé, La Vie, etc.) et à l'édition. Elle a ainsi co-écrit avec Emmanuelle Vibert une dizaine de guides pratiques sur la consommation responsable et le développement durable. En 2010, toutes deux ont créé l'association « Laissons Pousser », invitant les citoyens à semer des fleurs sauvages sur l'espace public et à porter un nouveau regard sur la biodiversité urbaine (www.laissonspousser.com).

Emmanuel Borde est actuellement directeur de cabinet du Président du Sycotm, l'agence métropolitaine des déchets ménagers. Il a auparavant été chef de projet pour le CIDEM (Civisme et Démocratie). Il a ensuite été collaborateur de cabinet auprès de l'adjointe au maire de Paris en charge de l'eau et de l'assainissement, puis de la première vice-présidente du Conseil régional d'Ile-de-France, en charge des finances et du développement économique.

Ari Brodach est directeur du développement durable du Centre National de la Fonction Publique Territoriale. Diplômé en 1999, il débute sa carrière comme ingénieur en systèmes industriels. Il reprend rapidement des études de 3ème cycle pour étendre son champ d'intervention au-delà de l'ingénierie, et s'engage alors en Suède, dans un Master of Sciences consacré aux politiques publiques de développement durable. Il rédige à cette occasion une thèse pour l'Agence européenne de l'environnement sur le thème « Changements climatiques : comment la communication peut provoquer un changement des comportements ? » Après une courte mission sur l'éco-tourisme à Zanzibar, il devient en 2002 délégué général adjoint de l'association Auxilia, engagée dans la mise en œuvre opérationnelle du développement durable et dans l'accompagnement des collectivités territoriales. En 2006, il rejoint la Ville de Lille comme directeur du développement durable. Il y développe un agenda 21 de 2ème génération, avec une forte dimension sociale et culturelle.

Guillaume Cantillon, juriste diplômé de l'Université Paris I Panthéon Sorbonne, il est conseiller technique pour la politique environnementale, énergétique et agricole auprès du président de la Région Ile-de-France. Il a auparavant exercé les fonctions de conseiller pour la politique environnementale et d'administration éco-responsable au cabinet du maire de Saint-Denis puis auprès des élus du Conseil de Paris. Il contribue régulièrement à plusieurs revues de droit des contrats publics et de politiques publiques et enseigne le droit des contrats publics à l'Université Panthéon-Sorbonne. Co-auteur du livre "L'achat public durable" (Moniteur, 2007) il a également rédigé le fascicule "Marchés publics et développement durable" du JurisClasseurs.

Dalibor Frioux est agrégé de philosophie, consultant et écrivain. Il a été collaborateur de cabinet auprès de la vice-présidente du Conseil régional d'Ile-de-France, en charge du développement social. Entre autres ouvrages, il a collaboré au *Grand dictionnaire de Philosophie* (Larousse/CNRS), codirigé *100 000 ans de beauté* (Gallimard) et le *Dictionnaire de la mort* (Larousse). Il a publié *Nature et culture* (Armand Colin), ainsi que *Brut* (Seuil), une fiction politique et écologique.

Pascale Hébel, ingénieur agronome, est spécialiste de l'analyse des comportements des consommateurs, notamment dans le secteur alimentaire.

Nicolas Imbert, ingénieur, est consultant en stratégie développement durable et ville durable. Ingénieur et acteur de l'économie solidaire, il s'inscrit régulièrement dans des problématiques de consommation et de production durables. Membre du conseil de surveillance de Garrigue (capital-risque alternatif et solidaire au service de l'humain), il est également actif auprès du CREER (Cluster Recherche d'Excellence en Eco-conception et Recyclage). Il travaille notamment sur la durabilité et l'impact de nouveaux partenariats entre ONG, entreprises et pouvoirs publics pour accompagner l'évolution des méthodes de consommation et susciter de nouveaux comportements.

Sania Matulic, diplômée de Sciences-Po Paris et de l'Université Paris X, a notamment travaillé pour la Région Poitou-Charentes, au sein des institutions européennes et en tant que consultante en organisation pour le secteur public.

Charlotte Michellet, diplômée de Sciences-Po Paris et de l'université de Paris 1 Panthéon-Sorbonne, a exercé deux ans à la Section du contentieux du Conseil d'Etat. Elle est aujourd'hui chargée de mission au sein d'une autorité administrative indépendante.

Sébastien Ravut, fondateur du site LeMarcheCitoyen.net, premier annuaire internet pour consommer autrement, est consultant en communication responsable sur les nouveaux médias.

Sébastien Soriano, ingénieur des Mines, est actuellement directeur de cabinet de la ministre déléguée chargée des PME, de l'innovation et de l'économie numérique. Il a précédemment travaillé dans le domaine de la régulation économique : d'une part, au Conseil de la concurrence puis à l'Autorité de la concurrence, d'autre part, à l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP).

Présentation de Terra Nova

Terra Nova est un think tank progressiste indépendant ayant pour but de produire et diffuser des solutions politiques innovantes.

Née en 2008, Terra Nova se fixe trois objectifs prioritaires.

Elle veut contribuer à la rénovation intellectuelle et à la modernisation des idées progressistes. Pour cela, elle produit des rapports et des essais, issus de ses groupes de travail pluridisciplinaires, et orientés vers les propositions de politiques publiques.

Elle produit de l'expertise sur les politiques publiques. Pour cela, elle publie quotidiennement des notes d'actualité, signées de ses experts.

Plus généralement, Terra Nova souhaite contribuer à l'animation du débat démocratique, à la vie des idées, à la recherche et à l'amélioration des politiques publiques. Elle prend part au débat médiatique et organise des événements publics.

Pour atteindre ces objectifs, Terra Nova mobilise un réseau intellectuel large.

Son conseil d'orientation scientifique réunit 100 personnalités intellectuelles de l'espace progressiste français et européen.

Son cabinet d'experts fait travailler près de 1000 spécialistes issus du monde universitaire, de la fonction publique, de l'entreprise et du monde associatif.

Terra Nova s'intègre dans un réseau européen et international d'institutions progressistes. Ces partenariats permettent d'inscrire les travaux de Terra Nova dans une réflexion collective européenne et donnent accès aux politiques expérimentées hors de France.

Terra Nova, enfin, est un espace collectif et fédérateur. Elle constitue une plateforme ouverte à tous ceux qui cherchent un lieu pour travailler sur le fond, au-delà des courants et des partis, au service des idées progressistes et du débat démocratique. Elle travaille pour le collectif sans prendre part aux enjeux de leadership. Sa production est publique et disponible sur son site : www.tnova.fr

Terra Nova - Déjà parus

Réinventons notre système de santé, Daniel Benamouzig (Terra Nova, Contribution n°29, 2012)

Une nouvelle ambition pour le sport, Georges Vigarello, Patrick Mignon, Arnaud Flanquart (Terra Nova, Contribution n°23, 2012)

Investir dans l'avenir : une politique globale de compétitivité, Olivier Ferrand et Louis Schweitzer, (Terra Nova, 2012)

Une vision progressiste de l'entreprise, Marc Deluzet (Terra Nova, Contribution n°30, 2012)

Quels métiers de l'aide médico-sociale aux personnes handicapées et dépendantes ?, Florence Weber (Terra Nova, Contribution n°28, 2012)

Banlieues et quartiers populaires : remettre les gens en mouvement, Jacques Donzelot, Anne Wyvekens et Yacine Djaziri (Terra Nova, Contribution n°27, 2012)

Biodiversité – Prendre soin de la nature : un investissement pour l'avenir, Aude Auroc, Jules Vertin, Maud Lelièvre (Terra Nova, Contribution n°24, 2012).

Nicolas Sarkozy 2007-2012 : le dépôt de bilan, par le cabinet d'experts de Terra Nova (Terra Nova, 2012)

Pour une régulation des hautes rémunérations, Martin Hirsch, Gaby Bonnard, Sandra Desmettre (Terra Nova, Contribution n°20, 2011)

L'imposture, dix ans de politique de sécurité de Nicolas Sarkozy, Préface de Robert Badinter, Valérie Sagant, Benoist Hurel et Eric Plouvier (Terra Nova, Contribution n°19, 2011)

Changer de politique de sécurité, Jean-Jacques Urvoas et Marie Nadel (Terra Nova, Contribution n°18, 2011)

Pour une République des services publics, Matine Lombard et Jean-Philippe Thiellay, (Terra Nova, Contribution n°17, 2011)

Les primaires : une voie de modernisation pour la démocratie française, par Olivier Ferrand, Florence Chaltiel, Marie-Laure Fages, Harold Huwart et Romain Prudent (Terra Nova, 2011)

2012-2017 : Renforcer la négociation collective et la démocratie sociale, Henri Rouilleault, (Terra Nova, Contribution n°15, 2011)

Ecole 2012 : Faire réussir tous les élèves, François Dubet et Ismaël Ferhat (Terra Nova, Contribution n°14, 2011)

Pour une mobilité durable, Diane Szykier, (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°13, 2011)

Faire réussir nos étudiants, faire progresser la France, propositions pour un sursaut vers la société de la connaissance, par Yves Lichtenberger et Alexandre Aïdara (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°12, 2011)

Coopération internationale : éléments d'une politique progressiste, par Anne Mingasson (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°11, 2011)

Politique familiale : d'une stratégie de réparation à une stratégie d'investissement social, par Guillaume Macher (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°10, 2011)

D'un capitalisme financier global à une régulation financière systémique, par Laurence Scialom et Christophe Scalbert (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°9, 2011)

Maîtriser l'énergie : un projet énergétique pour une société responsable et innovante, par Alain Grandjean (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°8, 2011)

Les défis du care : renforcer les solidarités, par Gilles Séraphin, rapporteur du groupe, préface de Marc-Olivier Padis, directeur éditorial de Terra Nova (Terra Nova, Projet 2012, Contribution n°7, 2011)

L'accès au logement : une exigence citoyenne, un choix politique, par Denis Burckel, rapporteur du groupe (Terra Nova, Projet 2012, contribution n°5, 2011)

L'implication des hommes, nouveau levier dans la lutte pour l'égalité des sexes, par Emmanuel Borde, Dalibor Frioux, François Fatoux, Céline Mas, Elodie Servant, rapporteurs du groupe de travail (Terra Nova, Projet 2012, contribution n°4, 2011)

Les politiques de lutte contre la pauvreté : l'assistanat n'est pas le sujet, par Marc-Olivier Padis et le pôle « Affaires sociales » de Terra Nova (Terra Nova, Projet 2012, contribution n°3, 2011)

Pour une prise en charge pérenne et solidaire du risque dépendance, par Luc Broussy (Terra Nova, Projet 2012, contribution n°2, 2011)

Gauche : quelle majorité électorale pour 2012 ?, par Olivier Ferrand, Bruno Jeanbart, présidents du groupe de travail, et Romain Prudent, rapporteur (Terra Nova, Projet 2012, contribution n°1, 2011)

L'avenir de la décentralisation, par Victor Broyelle et Yves Colmou, président du groupe de travail et Karine Martin, rapporteure (Terra Nova, 2011)

La justice, un pouvoir de la démocratie, par Daniel Ludet et Dominique Rousseau, président du groupe de travail, et Hélène Davo et Sonya Djemni-Wagner, rapporteures (Terra Nova, 2010)

Pour une réforme progressiste des retraites, par Olivier Ferrand et Fabrice Lenseigne (Terra Nova, 2010)

Accès à la parenté : assistance médicale à la procréation et adoption, par Geneviève Delaisi de Parseval et Valérie Depadt-Sebag (Terra Nova, 2010)

L'Etat Pyromane, ouvrage collectif sous la direction d'Olivier Ferrand (Terra Nova, Delavilla, 2010)

L'Europe contre l'Europe, par Olivier Ferrand, président de Terra Nova (Hachette Littératures/Terra Nova, 2009)

Pour une primaire à la française, par Olivier Duhamel et Olivier Ferrand (Terra Nova, 2008)