

**Consommation durable :
favoriser une économie
de la sobriété pour passer
de la prise de conscience
aux actes**

RAPPORTEUR.ES

Julie Marsaud, Marie-Hélène Meyling et Alain Bazot

2023-021
NOR : CESL1100021X
Mercredi 12 juillet 2023

JOURNAL OFFICIEL
DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

Mandature 2021-2026
Séance du 12 juillet 2023

**Consommation durable :
favoriser une économie de
la sobriété pour passer de la
prise de conscience aux actes**

Avis du Conseil économique, social
et environnemental sur proposition
de la commission permanente Économie
et finances et de la commission
permanente Environnement

Rapporteur.e.s :
Julie Marsaud,
Marie-Hélène Meyling
Alain Bazot

Question dont le Conseil économique, social
et environnemental a été saisi par lettre du
Premier ministre en date du JJ mois AAAA

Le bureau a confié aux commissions
Économie et finances et Environnement,
la préparation d'un avis *Consommation
durable : favoriser une économie
de la sobriété pour passer de la prise
de conscience aux actes.*

Les commissions Environnement et
Économie et finances, présidées par
MM. Sylvain Boucherand et Jacques Creyssel,
ont désigné M. Alain Bazot comme rapporteur
et Mmes Julie Marsaud et Marie-Hélène Meyling
comme rapporteuses.

sommaire

Synthèse	4
Introduction	14
I - DES MODES DE VIE NON SOUTENABLES MALGRÉ UNE PRISE DE CONSCIENCE ENVIRONNEMENTALE	17
A. La marche à franchir pour respecter les limites planétaires est considérable	17
❶ Notre consommation dépasse les limites	18
❷ Nos modes de vie alimentent le dérèglement climatique et révèlent les inégalités de la société	19
B. Des comportements et attentes des consommateurs en évolution	23
❶ Gaspillages et surdimensionnement : quelques ordres de grandeur	23
❷ Des signaux contradictoires entre l'envie de consommer et la prise de conscience environnementale	26
C. Les obstacles au passage à l'acte d'une consommation durable	30
II - UN CADRE CONSULTATIF ET RÉGLEMENTAIRE EN ÉVOLUTION SOUTENUE ET MULTI-DIMENSIONNELLE	32
A. Une actualité dense pour le cadre juridique national et européen	32
❶ Au niveau national	32
❷ Réglementation européenne	33
B. Comment mesurer l'apport de la convention citoyenne pour le climat ?	34
III - LES CONDITIONS POUR « CONSOMMER MOINS ET MIEUX »	37
A. Ré-enchanter la sobriété	37
❶ La nécessité d'une nouvelle mise en perspective	37
❷ Pour prendre le bon cap, « changeons de boussole »	39
B. Donner au consommateur les capacités de mieux consommer	43
❶ Permettre la comparaison pour éclairer les choix	43
❷ Favoriser le « réflexe sobriété » en explorant une panoplie d'outils	47
❸ Garantir la juste répartition des efforts de réduction de la surconsommation	52

④ Assurer l'effectivité des droits à une consommation plus durable	53
C. Mieux réguler la publicité et en faire un levier de la transition écologique	53
① Un secteur économique significatif et un outil puissant d'incitation à consommer	54
② Publicité et environnement, une relation de plus en plus tendue	56
③ Des voix s'élèvent pour mieux encadrer la publicité et en faire un levier contribuant aux objectifs de transition écologique.	58
IV - FAVORISER UNE ÉCONOMIE DE LA SOBRIÉTÉ ET DU LIEN	62
A. Accompagner la transformation des modèles productifs pour faire d'un impératif une réelle opportunité	62
B. Faire de la France une nation championne de « l'économie de la sobriété »	66
① Garantir l'atteinte des objectifs de la loi AGECE en matière de réduction des déchets	66
② Renforcer le soutien au réemploi et à la réparation, deux secteurs porteurs d'opportunités	69
C. S'appuyer sur les territoires pour aller vers une économie de la collaboration et de la régénération	72
① Inscrire l'économie de la sobriété dans la planification territoriale	72
② Mettre en débat le modèle de consommation et de production souhaité à l'échelle territoriale	76
③ Soutenir les projets innovants dans les territoires	78
V - FOCUS SECTORIEL - LA MODE, UN SECTEUR EN MUTATION	82
A. Surconsommation et « sous recyclage »	83
B. Ultra fast fashion contre fast fashion, la guerre de tous les excès	84
C. Une filière en pleine réflexion	85
D. Une ambition de relocalisation qui fait consensus	87
Déclarations des groupes	90
Scrutin	104
Annexes	106

synthèse

Face à l'impératif écologique, le Gouvernement a saisi le CESE sur les moyens d'« *orienter la population et les acteurs économiques vers des modes de consommation et d'usage plus sobres, sur la manière de concilier les conséquences de ces évolutions avec les objectifs de réindustrialisation et sur le rôle de la publicité* ». L'avis est centré sur les conditions de la transition vers des modes de vie durables. Il exclut l'alimentation (précédemment traitée par le CESE) mais intègre un focus sur la mode.

Malgré une prise de conscience environnementale en progression, nos modes de consommation et de production ne sont pas soutenables au regard des « limites planétaires » (climat, biodiversité...), le respect des objectifs de neutralité climatique en 2050 imposant de diviser par 5 notre empreinte sur le climat. En 2021, la France a consommé plus de 920 millions de tonnes (Mt) de matières et produit 350 Mt de déchets dont 1/3 ne sont pas recyclés. Il faudrait près de trois planètes si l'ensemble de l'humanité vivait comme la population de notre pays.

Si les 3/4 des Français se sentent “engagés” ou “concernés” par la consommation durable, des freins persistent pour “consommer moins et mieux”, dont le pouvoir d'achat, ainsi que les incitations à consommer.

La communication commerciale est un vecteur significatif en la matière. Secteur économique important (32,7 Mds€/an de dépenses, soit l'équivalent des dépenses de recherche et développement de l'ensemble des entreprises françaises), la publicité permet de faire connaître des produits et

de valoriser l'innovation. Il n'en reste pas moins que ses incitations permanentes à consommer tendent également à assimiler consommation et bonheur. Un organisme d'autorégulation existe : l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP). Contrôlé en grande partie par la profession, il émet des recommandations et règles déontologiques relevant du « droit souple », tandis que l'Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), indépendante, est cantonnée aux secteurs de l'audiovisuel et du numérique. La communication commerciale apparaît insuffisamment régulée pour accompagner les consommateurs vers la sobriété et des modes de vie plus durables. A l'instar du GIEC, le CESE plaide pour une régulation renforcée et indépendante de la publicité. En créant un fonds dédié, il propose en complément de mettre à contribution ses capacités créatives et de diffusion afin de porter des messages de sensibilisation aux conséquences de la surconsommation. En parallèle, des logos et labels plus ou moins auto-déclaratifs brouillent l'information du consommateur. Selon la Commission européenne, en 2020, plus de la moitié des allégations environnementales seraient vagues ou infondées. Des initiatives sont donc prises au niveau européen avec le déploiement d'écolabels et d'étiquetages énergétiques obligatoires sur certains produits (électroménagers et voitures notamment) et l'adoption d'initiatives réglementaires en faveur de l'économie circulaire. Au niveau national, le cadre juridique en faveur d'une consommation durable s'est étoffé, avec la loi antigaspillage et économie circulaire dite « AGECE » (2020), la loi Climat et résilience (2021), traduction pour partie de la convention citoyenne pour le climat (CCC) et la loi sur l'empreinte environnementale du

numérique (REEN, 2021). Pour réduire les communications commerciales audiovisuelles et/ou en ligne des biens et services ayant un impact négatif sur l'environnement, la loi Climat et résilience a créé les « Contrats Climats », dont la mise en œuvre réelle apparaît toutefois limitée.

Faciliter le choix des consommateurs en faveur des produits les plus vertueux suppose de les informer de manière fiable sur les impacts environnementaux des produits, calculés sur l'ensemble de leur cycle de vie. Le déploiement de l'affichage environnemental, initié par la loi AGECE de 2020 pour cinq secteurs pilotes, devrait intégrer le plus large spectre possible de produits.

La consommation durable impose aussi de mettre en évidence les critères qui influencent la durée de vie et d'usage des produits (prix des pièces détachées, existence de réseaux de réparation...). Une consommation durable ne pouvant s'imposer que si l'offre durable existe, est visible et financièrement accessible, des dispositifs de fiscalité et de tarification incitatives doivent être mis en place pour orienter les choix des consommateurs.

En parallèle, la nécessaire transformation des modèles productifs mérite d'être accompagnée. La phase de production d'un produit étant la plus impactante en termes d'émissions carbone et de consommation de matières, l'écoconception doit pousser les industriels à rendre les produits mis sur le marché plus robustes, démontables, faciles à recycler, etc. La crise sanitaire de 2020 a mis en lumière notre dépendance économique critique dans plusieurs filières, conduisant le Gouvernement à adopter un programme de réindustrialisation et de relocalisation. Mettre en cohérence les politiques industrielles et commerciales est nécessaire pour pérenniser les activités des secteurs concernés.

Si certaines filières peuvent gagner en efficacité via l'écoconception, celle-ci ne saurait suffire à relever ce défi. La sobriété est indispensable. Le développement de l'économie de la fonctionnalité et le regain d'intérêt pour les produits de seconde main ou la progression de la vente en vrac y participent. La réparation et le réemploi doivent être privilégiés autant que possible à l'achat de produits neufs et au recyclage. Ces filières apparaissent déjà en tension vis-à-vis des besoins de recrutement (techniciens, réparateurs, logisticiens, etc.). Si les moyens consacrés par l'État aux investissements en faveur du recyclage atteignent plusieurs centaines de millions d'euros, les soutiens aux secteurs du réemploi et de la réparation sont bien moindres, et l'accès aux financements est un frein pour les plus petites structures. La réglementation apparaît en outre nécessaire pour catalyser les changements d'habitude des consommateurs ou la régulation du marché et garantir contraintes équitables et égales opportunités.

Pour le CESE, la transition vers une économie de la sobriété doit s'appuyer sur les territoires et leurs forces vives. Si les collectivités ont d'abord concentré leurs moyens sur le traitement des déchets, leurs préoccupations se sont élargies à d'autres piliers de l'économie circulaire, notamment via le programme « Territoires zéro déchet, zéro gaspillage », coordonné par l'ADEME de 2014 à 2019. Depuis 2020, un nouveau programme d'accompagnement (Territoires engagés dans la transition écologique) a été mis en place. Nombre d'initiatives existent

aussi en matière de consommation et de production durables : projets alimentaires territoriaux, jardins partagés, AMAP, ateliers de réparation, tiers lieux, bourses d'emprunt d'outils et objets, etc. Mais leurs porteurs peinent souvent à mobiliser les dispositifs existants.

Un focus sur le secteur TLC (textile, linge de maison, chaussures) éclaire sur l'ampleur des enjeux. Il est en Europe la quatrième source d'impact sur l'environnement et le changement climatique et premier secteur générateur d'inventus en France. L'intégralité de la chaîne de valeur doit être repensée, de l'écoconception au recyclage en passant par les habitudes d'achat. Or, avec le développement de la *fast fashion* (mode éphémère), les vêtements sont portés deux fois moins longtemps qu'il y a quinze ans. *L'ultra fast fashion* devrait accélérer ce phénomène.

En allongeant la durée d'utilisation de certains vêtements, le marché de l'occasion, qui s'est rapidement développé ces dernières années, réduit la consommation de matière et le volume de déchets et est financièrement intéressant. En offrant des facilités d'achat/revente, il entretient cependant l'habitude de surconsommer. Si l'ambition de relocalisation de l'industrie textile fait consensus, le niveau très bas des prix de *l'ultra fast fashion* produite à l'étranger conduit souvent les acheteurs à considérer que l'écart de prix ne se justifie pas. Pourtant, les vêtements à bas prix présentent un coût humain, social et environnemental considérable. Une consommation moindre en volume mais d'articles de meilleure qualité, pour un budget équivalent rapporté au temps d'usage, renforcerait la

filière française, créerait des emplois et réduirait l’empreinte environnementale globale.

Le CESE propose une progressivité de mesures et formule un ensemble de préconisations articulées en trois axes :

AXE I : CHANGER DE CAP ET DONNER AU CONSOMMATEUR LES CAPACITÉS DE MIEUX CONSOMMER

PRÉCONISATION #1

Réexaminer l’ensemble des propositions en lien avec la consommation durable, la production durable et la publicité émises par la Convention citoyenne pour le climat à l’aune de l’urgence climatique afin d’évaluer les suites qui y ont été données et, le cas échéant, réorienter ou introduire les mesures permettant d’atteindre la neutralité carbone de la France en 2050 dans un souci de justice sociale et en accompagnant les acteurs.

Ce processus sera fondé sur une étude d’impact détaillée et associera l’ensemble des parties prenantes, des représentants de la Convention citoyenne, des décideurs politiques et des membres du CESE.

PRÉCONISATION #2

Le CESE préconise la prise en compte dans les lois de finances et les programmations pluriannuelles des indicateurs de bon état des écosystèmes, d’inclusion sociale et de solidarité, de bien-être et de santé. En complément, un suivi de la « dette climatique » pourrait être publié annuellement et être discuté au Parlement avant d’évoluer, à terme, vers un suivi de la dette écologique fondé sur une analyse multicritère intégrant l’empreinte écologique.

PRÉCONISATION #3 :

Le CESE préconise de :

- élargir dès que possible l’expérimentation de l’affichage environnemental à de nouveaux types de produits de grande consommation (produits d’hygiène, fournitures scolaires, mobilier/ décoration...) et y intégrer un indicateur traduisant la prise en compte des impacts biodiversité dans leur analyse de cycle de vie (ACV) ;
- favoriser la durabilité des produits en étudiant l’extension de la durée légale de garantie et en améliorant l’indice de durabilité (pondération de critères clés comme l’accessibilité et la disponibilité des pièces détachées et intégration de critères tels que l’intensité des promotions, le rythme de renouvellement des références...) et l’information des consommateurs et consommatrices en amont de l’acte d’achat ;
- construire une plateforme publique de référence comparant les produits de grande consommation au fil du déploiement de l’affichage environnemental et communiquer sur son existence, ainsi que sur celle d’autres outils publics de référence ;- étudier la possibilité de faire figurer sur le ticket de caisse « l’écoscoring », contraction du « score environnemental » moyen du panier, qui pourrait être calculé grâce à la déclaration des performances des produits sur la plateforme publique ;

- élargir les dispositions du décret n°2022-748 du 29 avril 2022 encadrant la communication sur les qualités et caractéristiques des produits à l'interdiction des mentions floues, ambiguës ou trompeuses autour du « Fabriqué en France » (ou « Made in France ») qui fasse référence à l'ensemble de la chaîne de production, du choix des matériaux, à la fabrication et l'assemblage, au même titre que sont encadrées les mentions liées à l'environnement.

PRÉCONISATION #4

Le CESE préconise de :

- mettre en place des dispositifs de fiscalité progressive et de tarification incitative et sociale en faveur des biens et services les plus vertueux pour l'environnement (en se basant sur les scores d'affichage environnemental et d'indice de durabilité) et ceux issus des filières de réemploi, réparation et don (pour leur rôle dans la prévention des déchets) en s'assurant qu'ils soient éthiquement responsables ;
- mettre en place une écocontribution additionnelle pour les produits présentant une mauvaise performance et un mauvais indice de durabilité au regard de leur affichage environnemental
- intégrer systématiquement notamment dans les accords commerciaux internationaux, des clauses miroir sectorielles pour les produits importés hors de l'UE dont les processus de fabrication ont des impacts négatifs élevés sur l'environnement ou les conditions de travail ;

- organiser un débat démocratique large sur les conditions de mise en place de quotas limitant l'importation de produits à forte empreinte environnementale et de quotas carbone individuels et, lancer parallèlement l'expérimentation de compteur individuel d'empreinte auprès de citoyens volontaires disposant d'un « compte carbone fictif ». Cette expérimentation permettrait entre autres que les citoyens établissent une hiérarchisation indicative des usages, intégrant l'impact environnemental et social des différents produits et services.

AXE II : MIEUX RÉGULER LA PUBLICITÉ ET EN FAIRE UN LEVIER DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE

PRÉCONISATION #5

Le CESE préconise de donner les moyens aux consommateurs et à leurs représentants de faire mieux valoir le droit à une consommation plus durable : réforme du délit d'obsolescence programmée, réforme de l'action de groupe pour inclure l'indemnisation de l'ensemble des préjudices pas uniquement patrimoniaux.

PRÉCONISATION #6

Concernant l'encadrement de la publicité, le CESE préconise :

- une régulation renforcée et indépendante des contenus publicitaires et de communication commerciale, en élargissant les compétences de l'ARCOM (validation a priori des contenus, examen des plaintes, pouvoir de sanction, labellisation...);

- un renforcement des dispositions relatives aux Contrats-climat : élargissement des secteurs assujettis, obligation de conclure un contrat-climat pour tous les assujettis, fiabilité et transparence des indicateurs, suivis et évaluation de l'atteinte des objectifs fixés selon une méthode harmonisée, augmentation de la sanction en cas de manquement ;
- que les écoles de publicité, commerce, marketing, intègrent un module de formation aux impacts de la production et de la consommation sur les enjeux du climat et de la biodiversité et au rôle de la publicité.

PRÉCONISATION #7

Concernant les contenus et message diffusés, le CESE préconise de :

- instaurer une écocontribution progressive, prélevée sur les budgets publicitaires et les dépenses de communication commerciale, alimentant un fonds de financement de campagnes de sensibilisation aux impacts de la surconsommation (et non une simple mention de type « consommer moins consommer mieux », que nous considérons comme inefficace). Ces campagnes seraient créées et définies suite à appel d'offres de l'autorité indépendante et viseraient à diffuser de manière proportionnée et sur les grands supports de « publicité classique » des messages désincitatifs ;
- sur le modèle de la loi Evin, interdire, selon un calendrier prédéfini, la publicité pour certains produits aux scores environnementaux et de santé les plus médiocres ;
- imposer une proportion obligatoire de messages de sobriété dans les algorithmes de recommandation publicitaires ;
- étudier un droit à l'image pour l'utilisation des espaces naturels ou des espèces.
- supprimer les labels privés non vérifiés par des organismes certifiés et faire évoluer les labels existants vers un label « consommation durable » de référence. Cœuvrer pour son extension à l'échelle européenne. Au niveau national, cette labellisation serait attribuée par l'ADEME.

PRÉCONISATION #8

Pour renforcer le pouvoir des consommateurs, le CESE préconise de :

- rendre obligatoire une mention visible et simple permettant de refuser les « cookies » dès la page de connexion sur les sites et plateformes numériques ; imposer la conservation du refus sur la même durée que le consentement aux traceurs conformément aux recommandations de la CNIL ;
- mettre à disposition des internautes une liste de bloqueurs de publicités publics de référence, facilement téléchargeables open source et approuvés par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information.

AXE III : ACCOMPAGNER
LA TRANSFORMATION DES
MODÈLES PRODUCTIFS POUR
FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT
D'UNE ÉCONOMIE DE LA
SOBRIÉTÉ ET DU LIEN

PRÉCONISATION #9

Le CESE préconise de :

- intégrer dans toutes les dimensions des politiques économiques des considérations de sobriété et de justice sociale au travers de la planification écologique.
- définir par filière (par exemple dans le cadre des comités stratégiques de filières avec l'ensemble des parties prenantes), des objectifs, une trajectoire ambitieuse de réduction de l'empreinte environnementale (carbone, bilan matière, biodiversité...) et en prévoyant des points d'étape réguliers pour permettre un pilotage effectif, en associant l'ensemble des parties prenantes pour la fixation des priorités.
- mettre en place des mesures d'accompagnement à la transition et à la relocalisation industrielle et commerciale en faveur des entreprises et des collectivités territoriales : financement, compétences, dialogue social et management, éducation et formation, etc.

Pour garantir la transversalité de ce plan, le Secrétariat général à la planification écologique devrait en coordonner le pilotage et s'appuyer sur la déclinaison du plan d'action européen pour l'économie circulaire.

Cette politique devrait pouvoir s'appuyer sur un nouveau programme d'intervention sur crédits Etat, inspiré de la proposition d'amendement au PLF 2023 visant à créer un « Plan France soutenable pour l'économie circulaire, le réemploi et la réutilisation ».

PRÉCONISATION #10

Le CESE préconise qu'une évaluation des évolutions du cadre général de la politique de prévention et de gestion des déchets introduites par les lois en faveur de l'économie circulaire soit réalisée et donne lieu à un débat public. Il appelle à ce que cette évaluation interroge la pertinence et l'efficacité du cadre actuel, et propose le cas échéant les modifications jugées nécessaires.

Ce processus, auquel le CESE pourrait prendre part, devrait impliquer l'ensemble des parties prenantes et examiner l'ensemble des leviers à mobiliser, de nature réglementaire, financière, fiscale et de gouvernance.

PRÉCONISATION #11

Le CESE rappelle sa préconisation, formulée à de multiples reprises depuis 2014, d'établir un Plan de programmation des emplois et compétences pour l'ensemble des métiers et filières de la transition écologique. Il renouvelle cette demande en particulier pour les métiers des secteurs de la

réparation et du réemploi, et plus largement pour ceux de l'ensemble des piliers de l'économie circulaire.

Il appelle à différencier, dans les statistiques d'emplois et de valeur ajoutée, les contributions spécifiques du secteur de la réparation, en le segmentant par filière et en distinguant, à l'intérieur de chacune, les types de structures (associations, entreprises).

PRÉCONISATION #12

Le CESE préconise de :

- définir une politique publique ambitieuse de soutien à l'ensemble des structures de la réparation et du réemploi (associations et autres structures de l'ESS, artisans de la réparation ou s'appuyant sur le réemploi, entreprises), avec l'objectif de créer une filière française de la réparation ;
- construire une réelle politique de soutien pérenne aux associations, notamment celles œuvrant à la réparation et au réemploi solidaire à l'issue d'une évaluation du régime juridique des structures de l'économie sociale et solidaire ;
- expertiser les leviers les plus adaptés pour favoriser le réemploi et la réparation, leur combinaison possible ou les choix à arbitrer entre eux : aide à l'installation et soutien au fonctionnement, fixation de quotas réservés aux associations dans l'affectation des moyens des fonds réparation, adoption d'un taux de TVA réduit sur les produits issus du réemploi, de la réparation et du don, etc.

PRÉCONISATION #13

Le CESE préconise de :

- mettre en œuvre au plus vite les dispositions favorisant l'utilisation de biens issus du réemploi et de la réparation dans la commande publique ;
- doter chaque région d'une stratégie régionale en faveur de l'économie circulaire, permettant notamment de valoriser la production locale et les circuits courts ou de proximité ;
- intégrer des critères de circularité, de sobriété et d'autres indicateurs sociétaux et environnementaux pertinents (impacts sur les milieux et la biodiversité, mesures prises en faveur des mobilités actives, etc. dans la commande publique et dans le cadre des dispositifs de soutien au développement économique des entreprises.

PRÉCONISATION #14

A l'échelle des territoires, le CESE préconise l'instauration d'espaces de dialogue destinés à mettre en débat les enjeux de production, de consommation, de relocalisation industrielle et commerciale, et à identifier les « besoins non satisfaits » en services publics, en structures d'entraide et de collaboration, tiers lieux, ressourceries, etc. Ces processus devront associer l'ensemble des parties prenantes du territoire, en particulier les jeunes, les familles et les personnes vulnérables. Ils pourraient prendre la forme de conventions citoyennes, le cas échéant avec l'appui des CESER ou des conseils de développement.

PRÉCONISATION #15

Le CESE préconise de :

- resserrer le maillage de tiers lieux et autres espaces dédiés au « faire » et au lien social (bricothèques, ressourceries et recycleries, ateliers, jardins partagés, etc.) en l'inscrivant comme un objectif de politique publique dans l'ensemble des territoires, urbains comme ruraux ;
- mettre à disposition des associations et des entreprises un portail d'accompagnement en ingénierie technique et financière, associé à un dispositif d'information sur l'économie circulaire et les initiatives solidaires, permettant par exemple d'identifier les possibilités d'approvisionnement de proximité ;
- inscrire l'économie circulaire dans les plans « Action cœur de ville », « Petites villes de demain » et pérenniser les pôles territoriaux de coopération économique, en finançant des projets, issus des forums d'identification des besoins non satisfaits, dédiés au soutien à l'investissement et au fonctionnement pour les structures de l'économie sociale et solidaire (réemploi, réparation, don, insertion par l'activité...), en complémentarité avec des soutiens aux entreprises de l'économie de proximité (artisans, commerçants de détail, professionnels libéraux...) intervenant sur les mêmes champs d'activité ;

- animer un réseau des associations, entreprises et collectivités impliquées et valoriser leur engagement, au moyen d'un portail public, d'une labellisation et d'une campagne nationale de communication.

PRÉCONISATION #16

À partir de ces constats [concernant le secteur de la mode], le CESE préconise :

- une rationalisation des labels qui devront être moins nombreux mais fiables tant pour les producteurs que pour les consommateurs sur le modèle de l'ISO 14024 ;
- un affichage « Fabriqué en France » sans marge d'interprétation et donc sans ambiguïté pour l'acheteur ;
- des campagnes de sensibilisation aux impacts de la surconsommation de textile ainsi qu'au coût humain et environnemental des articles à bas prix ;
- l'expérimentation dans quelques grandes villes d'un tri plus ciblé chez le particulier avec des lieux de collecte réservés aux pièces en bon état. Cela permettra d'alléger le tri aval et de mieux orienter ces pièces vers les circuits de seconde main, notamment de l'Économie sociale et solidaire.

introduction

Par courrier en date du 2 mars 2023, Mme la Première ministre a souhaité recueillir les propositions et recommandations du CESE sur la thématique de nos modes de consommation, « *qui doivent devenir plus sobres, plus circulaires, plus respectueux de l'environnement et plus durables* ».

Rappelant l'impératif absolu de la transition écologique et le besoin de s'engager collectivement dans une transformation radicale de nos manières de produire, de consommer et de vivre au quotidien, la cheffe du Gouvernement a sollicité en particulier l'éclairage du CESE sur les questions suivantes :

Comment orienter de manière convaincante et acceptable nos concitoyens et les acteurs économiques vers des modes de consommation et d'usage plus sobres et responsables ?

Comment concilier les conséquences de ces nouveaux modes de consommation sur notre appareil productif avec nos objectifs de réindustrialisation, et quelles évolutions des modèles économiques et commerciaux seraient à même de les accompagner ?

Quel rôle des politiques publiques et des acteurs publics en général pour encourager et accompagner ces évolutions ?

En complément, le CESE a été appelé à étudier « *la question liée et complémentaire du rôle de la publicité* », en s'attachant à identifier les conditions permettant de « rendre désirable cette société de sobriété et de consommation responsable » et en identifiant les leviers appropriés d'évolution de la publicité contribuant à limiter la surconsommation.

En réponse à la saisine de la Première ministre, un groupe de travail rassemblant des membres des deux commissions Économie et finances et Environnement, a été constitué sur décision du Bureau du CESE le 21 mars. Le présent avis résulte des travaux conduits dans ce cadre entre le 28 mars et le 26 mai 2023, prolongés par l'examen des propositions par les deux commissions entre le 31 mai et le 28 juin 2023. À l'issue des travaux de cadrage de ce travail et compte tenu du périmètre de la saisine, il a été convenu de s'attacher aux conditions à remplir pour la transition vers une consommation et une production durables, en se concentrant sur les biens d'équipement et en excluant l'alimentation, compte tenu de ses spécificités, d'une part, et de la diversité des travaux adoptés récemment¹ par le CESE, d'autre part. Dans la continuité de précédents avis adoptés par le CESE, il ressort des travaux d'élaboration du présent avis que, face à l'urgence écologique et à l'exigence de justice sociale, seule une économie qui replace l'humain et l'environnement au cœur du système productif peut nous placer sur la trajectoire de l'Accord de Paris sur le climat. Cet impératif, écologique, est aussi social et économique, la diminution des impacts de nos modes de vie permettant de modérer l'effort d'investissement nécessaire à la transition écologique durant les prochaines décennies².

Ainsi, une consommation responsable ou durable qui relève de toutes les

parties prenantes (entreprises - l'offre -, consommateurs - demande/acte d'achat -, décideurs - la norme -) exige des actions complémentaires sur lesquelles le CESE pourrait utilement réfléchir dans le cadre de travaux ultérieurs ciblés sur des composantes non détaillées ici (par exemple, l'accompagnement des entreprises et de l'essor des *low techs*, l'éducation et la formation à la consommation durable...) ou des secteurs spécifiques.

Pour que la consommation durable s'impose au quotidien, le CESE propose de s'inscrire dans une vision progressive des mesures, utilisant de concert les leviers :

- de l'information et de l'incitation pour les consommateurs ;
- d'une régulation effective de la publicité et de la mobilisation de ses compétences créatives pour promouvoir et contribuer à une société du bien-être, respectueuse des limites planétaires ;
- de l'accompagnement à la transition pour le système de production, via notamment une mise en œuvre résolue et ambitieuse des dispositions législatives et réglementaires favorisant l'économie circulaire.

Les outils mobilisés devront trouver le juste dosage entre réglementation, accompagnement technique et financier, fiscalité et mécanismes redistributifs, promotion du lien social, formation et éducation. Pour que cette politique soit intégrée et systémique, à l'échelle

¹ Voir notamment CESE, avis « Quels besoins de gouvernance pour les différents usages de la biomasse ? » (2023), « Du sol au foncier, des fonctions aux usages, quelle politique foncière ? » (2023), « Pour une alimentation durable ancrée dans les territoires » (2020) et « Les recommandations du CESE pour un pacte ambitieux entre l'agriculture et la société française » (2023).

² Par exemple, pour les voitures individuelles : « L'investissement annuel supplémentaire associé aux mesures de réduction des émissions d'ici 2030 serait ainsi de +3 milliards d'euros en 2030. Notons toutefois qu'en l'absence d'une stagnation du nombre total d'immatriculations de véhicules particuliers, ce montant serait proche de 20 milliards d'euros par an en 2030 ».

Source : France Stratégie, Rapport à la Première ministre « Les incidences économiques de l'action pour le climat » (2023).

européenne, nationale et dans les territoires, le CESE propose de l'inscrire dans une planification et une mise en débat autour du modèle de société vers lequel progresser.

Les préconisations contenues dans le présent avis prolongent de nombreux travaux conduits par le CESE ces dernières années et cités en référence, dont en particulier l'avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?*³ » adopté par le CESE en janvier 2023, qui appelle à inscrire nos modes de vie dans les limites planétaires, en garantissant une juste répartition des efforts et en accompagnant les transformations de nos modes de production et de consommation. Elles s'inscrivent en outre en complémentarité avec l'avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain*⁴ » adopté en juin 2023.

Pour le CESE, la construction d'un nouveau modèle de croissance et de consommation préservant à la fois notre environnement et notre modèle social est non seulement possible, mais elle devient chaque jour un peu plus impérative.

Enfin, avant de présenter cet avis, le CESE tient à rappeler que 10,1 millions de personnes vivent en France sous le seuil de pauvreté monétaire, dont plus de 2 millions en situation de grande pauvreté. Loin de l'abondance et du gaspillage, ces personnes exclues des pratiques courantes de consommation aspirent à vivre mieux et leurs dépenses sont déjà très contraintes. Il faut être attentif à ce que les démarches de sobriété n'accroissent pas davantage les inégalités et n'aggravent pas la situation des plus précaires.

3 CESE, avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* » (2023).

4 CESE, avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain* » (2023).

I - Des modes de vie non soutenables malgré une prise de conscience environnementale

A. La marche à franchir pour respecter les limites planétaires est considérable

Le groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat (GIEC) confirme dans son 6ème rapport l'ampleur du changement climatique et son intensification⁵. Par rapport à la période préindustrielle (1850-1900), entre 2011 et 2020, la hausse des températures moyennes à l'échelle mondiale à la surface de la Terre atteint déjà 1,09 °C, dont 1,07 °C sont imputables aux activités humaines. En France, la hausse des températures est de 1,7 °C en 2021 par rapport à 1900, avec une accélération ces dernières décennies⁶.

En outre, nos modes de consommation et de production impactent chacune des cinq causes de perte de la biodiversité⁷. La Plate-forme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité

(IPBES) évalue à environ 60 milliards de tonnes les ressources renouvelables et non renouvelables extraites chaque année dans le monde, une quantité qui a presque doublé depuis 1980⁸. L'extraction des ressources est, après la destruction des habitats due à la déforestation et l'artificialisation des terres, la deuxième cause de menace sur la biodiversité. La France, 10ème pays abritant le plus d'espèces menacées dans le monde⁹ et dont 80 % des emplois dépendent directement ou indirectement de la biodiversité¹⁰, est particulièrement exposée aux risques liés à la perte de biodiversité.

5 GIEC 6ème rapport en trois volets : « Les bases physiques du changement climatique » (août 2021), « Impacts, adaptation et vulnérabilité » (février 2022), « Atténuation du changement climatique » (avril 2022).

6 Météo France : <https://meteofrance.com/actualites-et-dossiers-0/meteo-france-eclairer-le-climat-en-france-jusquen-2100>.

7 Par ordre de menace décroissante : la destruction des habitats naturels, la surexploitation des ressources biologiques, le changement climatique, les pollutions et déchets et l'extension des espèces exotiques envahissantes, source : [Les causes majeures de l'érosion de la biodiversité](#).

8 IPBES, « Rapport d'évaluation mondiale de la biodiversité et des services écosystémiques » (2019).

9 En 2022, 17 % des espèces sont menacées en France ; sur la période 2013-2018, seuls 20 % des habitats naturels d'intérêt communautaire définis par l'Union européenne sont jugés dans un état de conservation « favorable ». Source : <https://naturefrance.fr/indicateurs>.

10 Emmanuel Delannoy, Rapport à la ministre de l'Environnement, de l'énergie et de la mer « La biodiversité : une opportunité pour le développement économique et la création d'emplois » (2016).

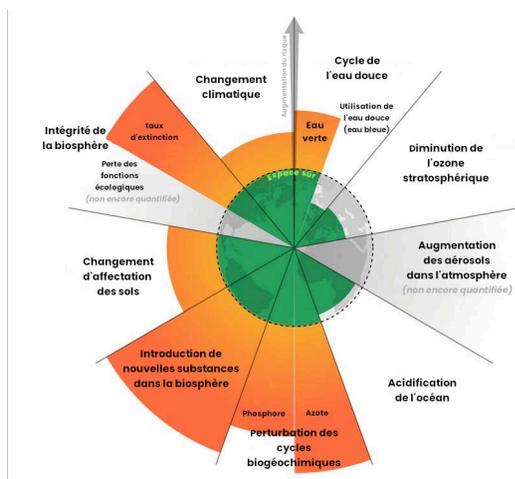
1. Notre consommation dépasse les limites

Le concept de « limites planétaires » a été introduit par une équipe internationale de recherche en 2009 afin de rendre compte de l'impact de nos modes de vie sur la planète. Régulièrement actualisés, les travaux scientifiques¹¹ évaluent les seuils des neuf paramètres (« limites ») qu'il convient de ne pas dépasser pour « *pouvoir vivre de manière durable dans un écosystème sûr*¹² ». Six limites planétaires sont déjà dépassées : l'introduction de substances nouvelles (pollutions chimiques et plastiques), la perturbation des

cycles biochimiques de l'azote et du phosphore, l'érosion de la biodiversité, les changements d'usage des sols, le changement climatique et le cycle de l'eau douce.

En plus de fournir une vision synthétique facilement compréhensible, le concept des limites planétaires constitue « *un socle pour repenser nos modèles de société*¹³ ». Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement a adopté cette approche, de même que l'Union européenne dans le cadre du programme d'action générale pour l'environnement à l'horizon 2020 « *Bien vivre dans les limites de notre planète* ».

FIGURE 1 : LES NEUF LIMITES PLANÉTAIRES EN MAI 2022. EN VERT, L'ESPACE SÛR. EN ORANGE, LES LIMITES PLANÉTAIRES FRANCHIES. EN GRIS, LES LIMITES NON ENCORE QUANTIFIÉES



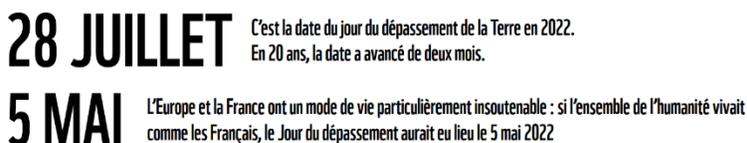
Source : <https://www.empreinteminimale.com/et-de-6-limites-planetaires-franchies/>

11 Stockholm resilience center, portail de la coordination scientifique *Planetary boundaries* (2022)
 12 Traduction d'après Rockström, J., Steffen, W., Noone, K. et al. *A safe operating space for humanity*. *Nature* 461, 472–475 (2009) <https://doi.org/10.1038/461472a>,
 13 Centre ressource du développement durable, *Rapport « Les limites planétaires, un socle pour repenser nos modèles de société »* (2021).

Une autre notion permet d'évaluer la distance qui sépare nos modes de vie de la soutenabilité : le « Jour du dépassement de la Terre » (ou Earth Overshoot Day). Calculé chaque année par l'association américaine Global

Footprint Network, il matérialise la date à partir de laquelle l'humanité a consommé (empreinte écologique) l'ensemble de ce que les écosystèmes peuvent régénérer en une année (biocapacité).

FIGURE 2 : LES DATES DU JOUR DU DÉPASSEMENT EN 2022



Source : WWF France, Rapport « Jour du dépassement de la Terre 2022 – Nos systèmes agricoles et alimentaires en question » (2022).

FIGURE 3 : SURFACE GLOBALE, EXPRIMÉE EN « NOMBRE DE PLANÈTES TERRE », NÉCESSAIRE POUR COUVRIR NOTRE EMPREINTE EN FRANCE ET DANS LE MONDE EN 2022



Source : WWF France, Guide « Memo Climat-Biodiv, résumé des enjeux et des données clefs à l'usage des parlementaires » (2022).

2. Nos modes de vie alimentent le dérèglement climatique et révèlent les inégalités de la société

L'empreinte carbone correspond aux émissions de gaz à effet de serre (GES) induites par la demande intérieure de la population résidant en France. Elle intègre les émissions directes des ménages, les émissions de la production nationale (déduction faite des exportations) et les

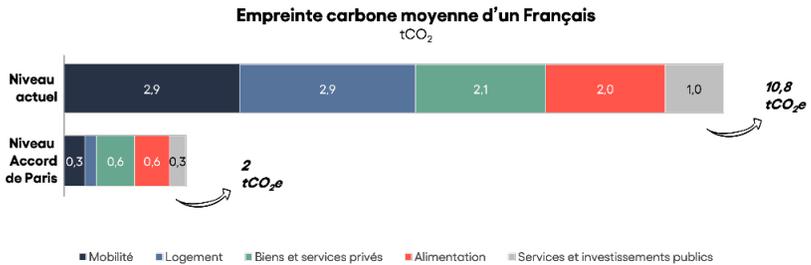
émissions des activités économiques des autres pays dont la production est destinée à nos importations.

En 2021, l'empreinte carbone des Français avoisine 10 tCO₂eq par an et par personne (de 9,5 à 9,9 tCO₂eq selon la méthode de calcul¹⁴). Elle doit être ramenée à 2 tCO₂eq pour respecter l'Accord de Paris sur le climat.

14 Nota : 2 éléments en particulier distinguant les calculs du ministère de la Transition écologique et du cabinet Carbone 4 :

- Carbone 4 intègre + 0,9 tCO₂eq par an et par personne d'émissions liées à la déforestation importée, à plusieurs GES et aux traînées de condensation des avions ;
- Le ministère différencie les « biens d'équipements » et les « services marchands et non marchands » tandis que Carbone 4 distingue l'origine, publique ou privée, mais agrège les biens et services. Cela conduit à modifier l'ordre relatif des postes « achats de biens » et « services » entre ces deux sources.

FIGURE 4 : EMPREINTE CARBONE MOYENNE D'UN FRANÇAIS SELON LE CALCUL DE CARBONE 4 ET ÉCART PAR RAPPORT AU NIVEAU REQUIS POUR RESPECTER L'ACCORD DE PARIS SUR LE CLIMAT



Source : Carbone 4 - Pouvoir et responsabilité des individus, des entreprises et de l'État face à l'urgence climatique

En 2018, les trois quarts de l’empreinte des Françaises et Français provenaient des postes « transports » (31 %), logement (22 %) et alimentation (22 %) ¹⁵.

La moitié de notre empreinte provient de nos importations et cette part est en augmentation ¹⁶.

Selon le Haut Conseil pour le Climat, « plus des trois quarts de l’empreinte carbone de la France sont liés à des décisions d’acteurs économiques français, qu’il s’agisse des entreprises (par leur choix d’approvisionnement) ou des ménages (par leurs émissions directes et leurs choix de consommation) ¹⁷ ».

Par ailleurs, d’après le GIEC, dans le monde, 35 à 45 % des émissions de GES sont attribuables à 10 % des ménages aux revenus les plus élevés, quand les 50 % des ménages les plus pauvres contribuent entre 13 et 15 %. Le plus gros poste d’émission des très riches correspond au transport aérien, révélant une dimension statutaire de la mobilité ¹⁸. Entre 2011 et 2020, les émissions de CO₂ des 10 % des ménages les plus riches ont augmenté de 24 %, contre 5 % à 7 % pour les ménages des sept premiers déciles ¹⁹.

¹⁵ Ministère de la Transition écologique, « Chiffres-clés du climat 2022 – France, Europe et Monde », CGDD-SDES (A paraître).

¹⁶ Ibid.

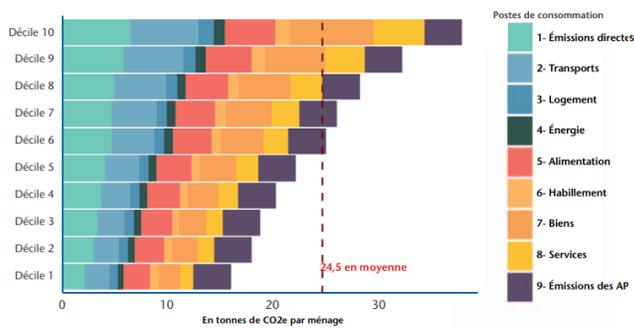
¹⁷ Haut Conseil pour le Climat, « Rapport annuel 2022 : dépasser les constats, mettre en œuvre les solutions » (2022).

¹⁸ Sciences Po - Centre de recherche sur les inégalités sociales, « La conversion écologique des Français ».

¹⁹ FAERE, « Qui émet du CO₂ ? Panorama critique des inégalités écologiques en France ».

FIGURE 5 : DÉCOMPOSITION DES ÉMISSIONS DE GES EN FRANCE PAR SOURCE ET PRODUIT SELON LES DÉCILES DE NIVEAU DE VIE DES MÉNAGES FRANÇAIS

Graphique 3. Décomposition des émissions de GES par source et produit selon les déciles de niveau de vie



Source : EXIOBASE 3, INSEE Bdf 2011, SDES-CGDD, calculs des auteurs.

Source : Paul Maillet, 2020, « L'empreinte carbone des ménages français et les effets redistributifs d'une fiscalité carbone aux frontières », OFCE Policy brief 62, 8 janvier

Enfin, outre les revenus, les contraintes liées à nos lieux de vie (milieu rural, périphérie, centre-ville), notre âge et notre genre influent sur notre empreinte environnementale.

Focus : L'importance des postes « transports » et « logement/ rénovation énergétique » sur nos modes de vie et notre consommation

La saisine gouvernementale à laquelle cet avis répond porte plus spécifiquement sur les biens de consommation. Néanmoins, il convient de rappeler que plus de la moitié de l'empreinte de nos modes de vie résulte des secteurs « logement » et « transports », qui affectent notre capacité à adopter une consommation durable.

Transports

Les modes de déplacement sont un levier majeur d'une consommation plus durable. Or, la qualité de l'offre des transports collectifs est régulièrement questionnée. L'absence de trains régionaux dans certaines zones, rurales notamment, et les problèmes de qualité de service constituent indéniablement un frein à leur adoption. Ce sujet fait actuellement l'objet d'un travail par le CESE²⁰.

S'agissant des véhicules individuels, si le véhicule électrique est aujourd'hui le plus économique et présente un bilan environnemental global plus performant que le véhicule thermique²¹, l'actuelle étiquette énergie, qui porte uniquement sur la phase d'usage, ne permet pas d'orienter les consommateurs vers les véhicules électriques les moins polluants²².

De plus, le système d'aides à l'achat de véhicule électrique, qui reste indispensable²³, présente de nombreuses limites (ciblage insuffisant et progressivité limitée du bonus écologique²⁴). Par ailleurs, une mesure de location longue durée d'un véhicule électrique à 100 €/ mois a été évoquée lors de la campagne des élections présidentielles de 2022 : encore à l'étude, cette mesure ciblerait les ménages les plus modestes, les professions socio-médicales et libérales ainsi que les jeunes, sous conditions de ressources. Elle serait limitée aux véhicules fabriqués en France ou en Europe afin de soutenir la relocalisation de la filière. Cette solution ou d'autres sont nécessaires à la mise en œuvre des Zones à Faibles Émissions (ZFE), qui inquiète de plus en plus certains concitoyens qui se verraient privés d'accès aux centres-villes.

²⁰ Projet d'avis du CESE « Quelles solutions pour des mobilités durables en zones peu denses ? » à l'examen de la plénière du 11 juillet 2023

²¹ Citons l'étude de référence de l'ADEME : « Élaboration selon les principes des ACV des bilans énergétiques, des émissions de GES et des autres impacts environnementaux induits par l'ensemble des filières de véhicules électriques et de véhicules thermiques » (2013).

²² Par exemple, une Dacia Spring émet 10 tonnes de CO₂eq, contre près de 25 tonnes pour une BMW iX xDrive50.

²³ Le coût d'acquisition d'une voiture électrique est, en moyenne, supérieur de 25 % à celui d'une voiture thermique.

²⁴ L'aide est calculée en fonction du prix du véhicule (27 % de celui-ci, plafonné à 5 000 ou à 7 000 € si le revenu fiscal de référence par part est inférieur à 14 089 €). Ainsi, un consommateur très modeste touchera 5 616 € pour l'achat d'une Dacia Spring, alors qu'une personne aisée touchera 5 000 € pour l'achat d'une Tesla Model 3, soit quasiment la même somme.

Enfin, selon une étude récente, l'augmentation des émissions de GES du secteur du transport de voyageurs ces 25 dernières années en France s'explique par la conjonction de l'augmentation de la population (+ 14 %), des distances parcourues par personne (+ 23 %), de la puissance des voitures neuves (+ 55 %), du parc de véhicules (+ 33 %) et de la part de marché de l'avion dans les trajets longue distance (+ 15 %)²⁵.

Logement / rénovation énergétique

Alors que l'énergie est un bien de consommation courante et que l'énergie la plus sobre est celle que l'on ne consomme pas, la rénovation énergétique des logements constitue un enjeu majeur pour les ménages, en particulier pour les plus modestes d'entre eux. Le CESE s'est récemment exprimé sur ce sujet²⁶, enjoignant aux pouvoirs publics de prendre les mesures nécessaires pour massifier cette rénovation (notamment en priorisant la rénovation globale et en assurant la prise en charge totale du montant des travaux pour les copropriétaires-occupants les plus modestes). Parmi les enjeux qui méritent davantage encore d'attention, la lutte contre les mauvaises pratiques dans le secteur (allégations fallacieuses s'agissant des économies promises, malfaçons/inexécution du contrat), les incitations plus fortes en faveur de la rénovation globale (par exemple, en indexant les aides financières au niveau de performance énergétique atteint à la suite des travaux) ou encore la responsabilisation des prestataires sur les résultats de leur travail, constituent autant de leviers susceptibles de rendre plus efficaces les actions engagées.

B. Des comportements et attentes des consommateurs en évolution

1. Gaspillages et surdimensionnement : quelques ordres de grandeur

En 2021, la France a consommé, tous secteurs confondus, plus de 920 millions de tonnes (Mt) de matières, dont 35 % sont importées.

Selon l'INSEE, en 2015, 64 % des biens manufacturés consommés par les ménages français étaient importés, et plus de 85 % des biens fabriqués. Cette part atteint même 87 % pour la consommation de textiles, de produits

de l'industrie de l'habillement ou du cuir et de la chaussure et plus de 92 % pour les biens électriques, électroniques et informatiques²⁷. La part des importations alimentaires est moindre (40 %), avec toutefois une exception notable : 70 % de la consommation annuelle des produits de la mer de la population résidant en France proviennent d'importations, alors même que 730 000 tonnes de produits alimentaires sont extraits de la mer chaque année en France²⁸.

25 Jean-Marie-Beauvais, article « Pourquoi les émissions de CO2 des transports restent à un niveau si élevé », Ville Rail et Transports n°672, juin 2023, pp. 77-84.

26 CESE, avis « Pour des bâtiments plus durables grâce à une ambitieuse politique de rénovation » (2022).

27 INSEE, Etude « Le « made in France » : 81 % de la consommation totale des ménages, mais 36 % seulement de celle des biens manufacturés » (2019).

28 WWF France, Guide « Memo Climat-Biodiv, résumé des enjeux et des données clefs à l'usage des parlementaires » (2022).

En outre, nous produisons annuellement 350 Mt de déchets, dont près de 120 Mt ne sont pas recyclés²⁹. Les ¾ de ces déchets proviennent des entreprises et ¼ des ménages³⁰. La gestion des déchets coûte 20,6 Mds d'euros et constitue le premier poste de dépenses de protection de l'environnement (38 %). Ces coûts sont supportés à 48 % par les entreprises, à 34 % par les ménages et à 15 % par les administrations publiques³¹.

Gaspillages

Le gaspillage alimentaire, évalué à 10 Mt par an, représente une valeur théorique de 16 Mds € annuels. Il pèse 3 % du bilan carbone national³² et suscite d'autres nuisances environnementales : utilisation inutile de ressources naturelles (sols, eau) et d'intrants, production de déchets... Toutes les étapes de la chaîne alimentaire y contribuent³³.

Le plastique est devenu, en moins de cent ans, le troisième matériau le plus fabriqué au monde après le ciment et l'acier. Or, 81 % des produits fabriqués en plastique finissent sous forme de déchets en moins d'un an et les déchets

plastiques représentent 85 % des déchets marins. Ce constat est d'autant plus préoccupant que sa production devrait doubler d'ici 2050³⁴.

Concernant le textile, France Nature Environnement (FNE) relève que « nous consommons 60 % de vêtements de plus qu'il y a quinze ans et nous les conservons moitié moins longtemps³⁵ ». Alors que 624 000 tonnes de produits du secteur « textile habillement, linge de maison et chaussures des ménages, hors vêtements professionnels » (TLC) sont mises en marché chaque année en France, presque les deux tiers, soit 400 000 tonnes, ne sont pas collectées et n'ont donc pas de seconde vie³⁶.

Ce secteur est responsable de 20 % des pollutions du milieu aquatique et les textiles fabriqués à partir de fibres synthétiques, telles que le polyester et l'acrylique, sont l'une des principales sources de rejet non intentionnel de micro plastiques dans l'environnement³⁷.

En 2020, 72 millions d'appareils électroménagers ont été vendus en

29 Ministère de l'Économie et des Finances, Lancement de la Stratégie nationale Economie circulaire (2021).

30 Ministère de la Transition écologique, Bilan environnemental de la France – Edition 2021 (2022).
31 *Ibid.*

32 ADEME, étude « Etat des lieux des masses de gaspillages alimentaires et de sa gestion, aux différentes étapes de la chaîne alimentaire » (2016).

33 CESE, avis « Pour une alimentation durable ancrée dans les territoires » (2020).

34 CESE, avis « Vers un traité international sur la pollution par les plastiques : enjeux, options, positions de négociations » (2023).

35 France Nature Environnement, note de synthèse « Réduisons le gaspillage textile » (2018) d'après chiffres de McKinsey & company « Style that's sustainable : a new fashion formula », N. Remy, E. Speelman, S. Schwartz (2016).

36 *Ibid.*

37 Parlement européen, « Incidences de la production et des déchets textiles sur l'environnement » (2020).

France³⁸ et 23 millions de produits sont jetés tous les ans³⁹. Ainsi, un lave-linge, qui pèse en moyenne 79 kg, mobilise 2,1 tonnes de matières tout au long de son processus de fabrication⁴⁰ (et, au-delà de cette phase, il consommera de l'énergie tout au long de sa vie pour son transport, sa distribution, son utilisation et son traitement en fin de vie). Malgré l'empreinte carbone élevée associée au remplacement des équipements, 90 % des pannes ne sont pas réparées⁴¹. Or, 60 % des appareils électroménagers rapportés au service après-vente (SAV) souffrent seulement d'un défaut d'entretien et ne nécessitent aucune pièce de rechange. L'entretien est essentiel à l'allongement de la durée de vie de nos appareils mais 30 % des clients n'ont pas connaissance de ces gestes.

Invendus

Une enquête conjointe de l'ADEME et de l'Agence du Don en Nature révèle que, tous secteurs confondus, les invendus sont estimés à plus de 4 Mds € de valeur marchande et représentent 3 % du CA des entreprises. Le secteur textile (TLC) est le premier générateur d'invendus en France, avec près d'1,7 Mds € (40 % du total des invendus estimés à 4,2 Mds €).

La génération d'invendus est « *principalement liée à l'obsolescence marketing⁴² des produits ou aux fins de série, aux problèmes de*

surproduction et à l'absence de débouchés commerciaux, et enfin aux défauts mineurs altérant la performance des produits (emballages abimés, produits endommagés, problèmes d'étiquetage) ». Les invendus sont dirigés vers le déstockage (42 % de la valeur marchande), puis le recyclage (27 %), suivis du don (21 %), de la destruction (7 %) et enfin de la réparation (3 %)⁴³.

Suréquipement et surdimensionnement de nos équipements

Selon l'ADEME, 2,5 tonnes d'objets en moyenne sont accumulés dans les logements, soit 45 tonnes de matières mobilisées pour les fabriquer. Alors que les Français pensent posséder 34 appareils électriques et électroniques par foyer, ils en possèdent en réalité 99 en moyenne, dont 6 jamais utilisés. Entre 54 et 110 millions de smartphones « dorment » dans nos tiroirs⁴⁴, véritable « mine urbaine » de métaux rares qui pourraient être valorisés.

En 2020, une étude du WWF portant sur la progression des ventes de SUV (Sport Utility Vehicle), qui atteignent 40 % des ventes de voitures neuves, montre qu'elle « *a constitué, ces dix dernières années, la 2^{ème} source de croissance des émissions de GES en France, derrière le secteur aérien.* » et a concentré 42 % des 4,3 Mds d'euros consacrés aux dépenses de publicité du secteur automobile en 2019⁴⁵.

38 https://www.gifam.fr/wp-content/uploads/2021/04/Communique-de-presse_Bilan-2020-du-secteur-de-lelectromenager-francais.pdf

39 Source ADEME 2014 (<https://murfy.fr/blog/233/>).

40 A titre d'exemple, un téléviseur en panne à la moitié de sa vie et qui est réparé évite l'émission de 384 kg de CO₂, soit 1490 km en voiture. Source : L'économie circulaire en 10 questions – ADEME

41 Lutte contre le gaspillage -Faites réparer vos appareils électriques et électroniques avec le bonus réparation ! | Service-public.fr

42 L'obsolescence marketing désigne les techniques visant à déclencher le remplacement d'un produit alors que celui-ci fonctionne normalement.

43 ADEME, « Etude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement » (2021).

44 ADEME, Opération « Osez changer ! » : 21 foyers désencombrent leur logement avec l'ADEME.

45 WWF France, Rapport « L'impact écrasant des SUV sur le climat » (2020).

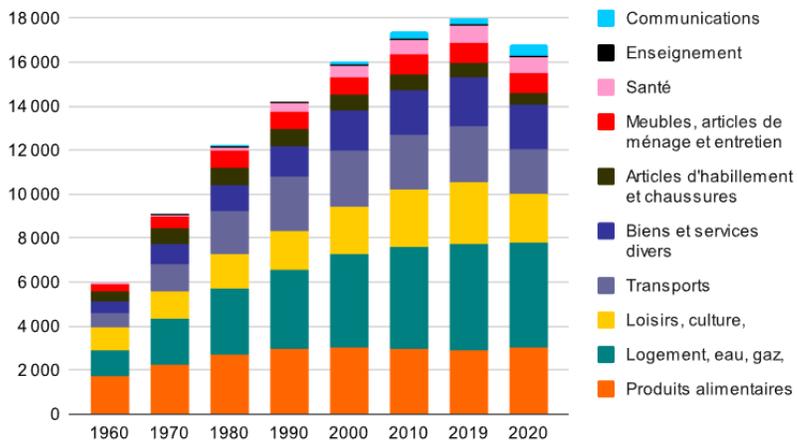
2. Des signaux contradictoires entre l'envie de consommer et la prise de conscience environnementale

Une aspiration à consommer qui perdure

Depuis cinquante ans, la consommation des Français a augmenté chaque année (sauf

en 1993)⁴⁶. D'après le CREDOC, l'aspiration à consommer reste forte, ainsi que la volonté de pouvoir consacrer davantage de budget pour le poste des loisirs et des vacances. De plus, la consommation reste associée à la notion de plaisir⁴⁷.

FIGURE 6 : ÉVOLUTION DES DÉPENSES DE CONSOMMATION DES MÉNAGES DE 1960 À 2020 (PAR UNITÉ DE CONSOMMATION⁴⁸)



Source : INSEE, 2022

Toutefois, cette augmentation de la consommation des ménages tend nettement à ralentir en longue période, passant de + 50 % entre 1960 et 1970 à une augmentation inférieure à + 10 % entre 2010

et 2019 (la réduction entre 2019 et 2020, liée en grande partie au confinement dû au Covid, devant être mise à part).

En 2021, l'avis du CESE « *Mission commerce : saisine*

46 Audition de M. Pierre Galio, chef du Service Consommation Responsable à l'Ademe, 4 avril 2023.

47 Audition de Mme Marianne Bléhaut, directrice du pôle Data et économie au Credoc, 13 avril 2023.

48 L'unité de consommation est un concept qui permet de mesurer la capacité acquiesitive d'un ménage en pondérant son revenu par un coefficient qui rend compte de sa composition (adulte = 1UC, personnes de 14 ans ou plus = 0.5 UC, personnes de moins de 14 ans = 0.3 UC).

gouvernementale » soulignait cette tendance et la liait au ralentissement de la croissance, ainsi qu'à deux autres phénomènes, à caractère démographique : « *la population française s'accroît faiblement (+ 0,3 % par an en moyenne depuis 2017), ce qui contribue à ralentir l'augmentation de la demande. Cette réalité se conjugue avec un vieillissement dont la principale explication est constituée par l'arrivée progressive à l'âge de 65 ans, depuis 2010, des générations nombreuses issues du baby-boom, associée à une durée de vie plus longue. Ce vieillissement est appelé à se poursuivre, avec des effets importants sur la consommation*⁴⁹ ».

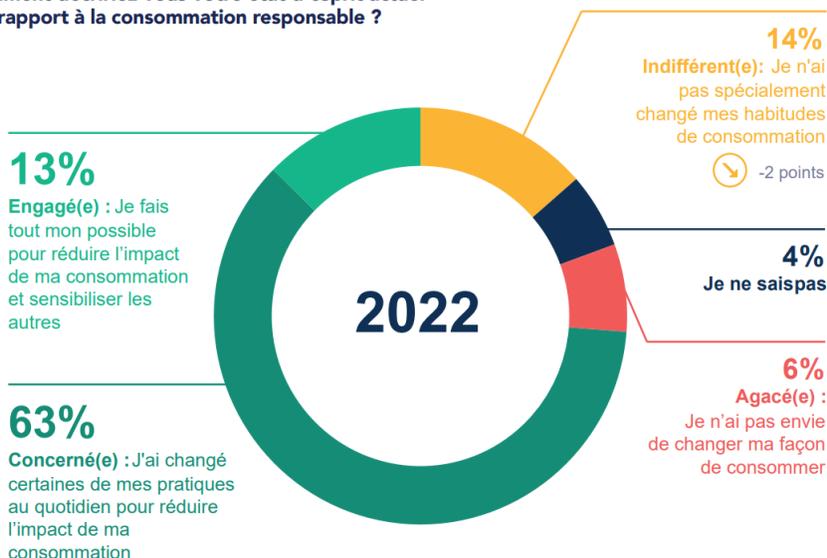
Une tendance qui se confirme en faveur d'aspirations à la consommation durable

Le suivi des tendances du baromètre GreenFlex-ADEME de la consommation responsable confirme que la prise de conscience des Français est réelle et en progression.

Ainsi, l'édition 2022 du baromètre révèle que 7 Français sur 10 déclarent voir le lien entre leurs choix de consommation et l'avenir de la planète. 90 % des Français estiment que l'on vit dans une société qui nous pousse à acheter sans cesse et 83 % souhaiteraient vivre dans une société où la consommation prendrait moins de place.

FIGURE 7 : CONSOMMATION RESPONSABLE : LES ¾ DES FRANÇAIS SE SENTENT « ENGAGÉS » OU « CONCERNÉS »

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



Source : 15ème baromètre GreenFlex-Ademe de la consommation responsable (2022)

49 CESE, avis « Mission commerce : saisine gouvernementale » (2021).

Par ailleurs, le 26 mai 2023, Citeo et l'Observatoire Société et Consommation (ObSoCo) ont publié les résultats de la deuxième vague de l'Observatoire de la consommation responsable. Les figures suivantes confirment les résultats de la première enquête réalisée en décembre 2020 :

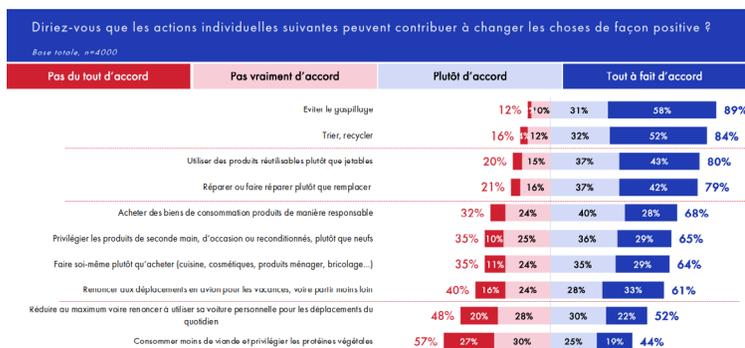
les consommateurs identifient de nombreux leviers et actions individuelles à leur portée, nourrissent de fortes attentes vis-à-vis de l'Etat et des entreprises tout en émettant des réserves sur la capacité de ces acteurs à agir en faveur de la consommation durable.

FIGURE 8 : PLACE DES ACTIONS INDIVIDUELLES DANS LA CONSOMMATION RESPONSABLE (HAUT), ATTENTES VIS-À-VIS DES ACTEURS (MILIEU) ET CONFIANCE DANS LEUR CAPACITÉ D'AGIR (BAS)

L'ALIGNEMENT DES PLANÈTES



Une confiance élevée dans la capacité des actions individuelles



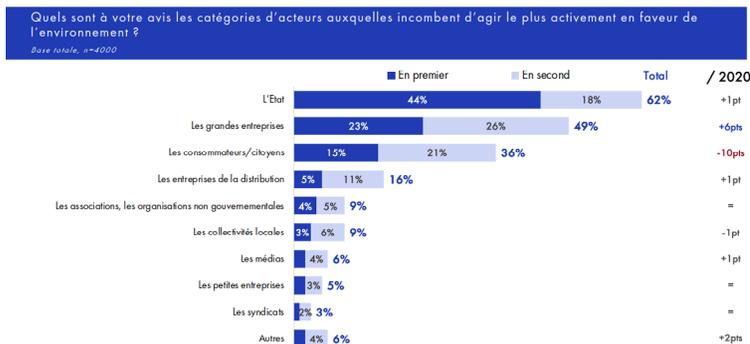
L'ObSoCo, Observatoire de la consommation responsable n°2, 2023

12

COMMENT ALLER PLUS LOIN ?



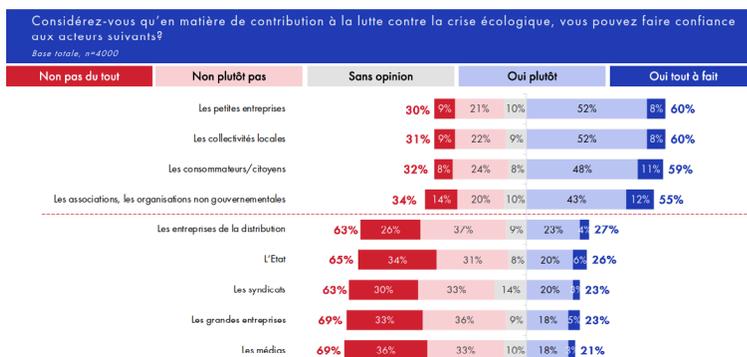
À qui incombe le rôle d'agir ?



L'ObSoCo, Observatoire de la consommation responsable n°2, 2023

34

La confiance dans la capacité des acteurs à agir



l'ObsCo, Observatoire de la consommation responsable n°2, 2023

35

Source : ObSoCo, Observatoire de la consommation responsable, Vague 2 – Principaux enseignements

En outre, il convient de noter que les attentes et les comportements de consommation sont influencés par le genre, comme le précise l'avis du CESE « Inégalités de genre, crise climatique et transition écologique » : « les femmes sont davantage convaincues que les hommes de l'importance de l'impact des modes de consommation. Elles sont elles-mêmes décisionnaires pour 70 à 80 % des achats, adoptent souvent des comportements vertueux en réduisant l'achat de produits impactant l'environnement et sont moteur en matière de sobriété⁵⁰ ».

L'avis poursuit : « L'enquête de l'Observatoire International Climat et Opinions publiques (Obs'COP-IPSOS) montre une sur-mobilisation des femmes en faveur d'une consommation écologique dans tous les milieux sociaux. Cette enquête révèle, en 2020, que les femmes placent davantage que les hommes l'environnement dans leurs préoccupations principales : 52 % d'entre elles le cite comme une priorité contre

42 % des hommes. Cette sensibilité varie selon l'âge : les jeunes femmes se sentent plus concernées (à 68 % chez les 16-24 ans, contre 59 % chez les moins de 35 ans et 38 % pour les plus de 65 ans). Cette préoccupation croît avec le niveau de revenu (51 % pour les faibles revenus contre 65 % pour les revenus les plus élevés). En outre, plus le revenu est élevé, plus l'écart de sensibilité augmente par rapport aux hommes : + 10 points dans les bas revenus, + 18 pour les revenus les plus élevés. La dynamique est la même avec le niveau d'éducation⁵¹ ».

50 CESE, avis et rapport « Inégalités de genre, crise climatique et transition écologique » (2023).

51 *Ibid.*

C. Les obstacles au passage à l'acte d'une consommation durable

Si l'acte de consommation durable est majoritairement souhaité, il rencontre des difficultés à se concrétiser. D'après Fanny Parise, anthropologue, la consommation responsable serait un mythe entretenu par le capitalisme responsable grâce au marketing. Elle se base sur des valeurs sociales et écologiques progressistes mais ne réduit pas, ou très peu, le niveau de consommation et de pollution : il existe ainsi une grande différence entre la pratique et l'imaginaire⁵².

Plusieurs études, dont le baromètre Greenflex, soulignent que le pouvoir d'achat est le premier frein déclaré par les consommateurs à une consommation responsable. Si la nécessité de faire évoluer nos modes de vie et de consommation fait désormais largement consensus, les freins économiques restent forts. Les contraintes financières sont le premier obstacle à la généralisation de la consommation durable tant la consommation est d'abord le reflet du revenu disponible réel des ménages.

Plusieurs autres freins ont été identifiés⁵³ :

Les normes personnelles : faire soi-même *versus* acheter ; effort *versus* facilité ; qualité *versus* quantité ; occasion *versus* neuf ;

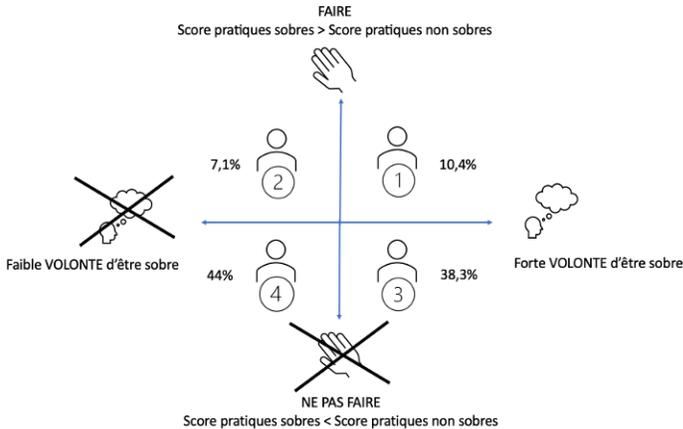
Les normes sociales freinent les pratiques de prêt et de partage : peur de déranger son voisin ou d'abîmer un équipement emprunté ;

Les dispositifs matériels peuvent influencer sur les pratiques : accompagnement des territoires et développement d'une offre nouvelle par les entreprises.

⁵² Audition de Mme Fanny Parise, anthropologue, chercheuse associée à l'Université de Lausanne et spécialiste de l'évolution des modes de vie, 12 avril 2023.

⁵³ Audition de Mme Valérie Guillard, professeure des Universités en marketing à (Paris-Dauphine), 18 avril 2023.

FIGURE 9 : DÉCONNEXION ENTRE « VOULOIR » ET « FAIRE » : PRÈS DE LA MOITIÉ DES PERSONNES ASPIRENT À LA SOBRIÉTÉ, MAIS SEULEMENT 10 % LA METTENT EN PRATIQUE



Source : Audition de Valérie Guillard, professeure des Universités en marketing à Paris-Dauphine, 18 avril 2023

Plusieurs représentants d'associations environnementales auditionnées⁵⁴ ont rappelé qu'information, marketing et publicité diffusent des injonctions paradoxales entre promotion d'une consommation responsable et incitation à consommer davantage en jouant sur un mécanisme de frustration. D'après Philippe Moati, les incitations à consommer sont permanentes et tendent à faire se confondre consommation et bonheur⁵⁵. En outre, l'information du consommateur serait brouillée par la « jungle » des logos et labels plus ou moins auto-déclaratifs⁵⁶.

Enfin, selon une étude de l'institut Veblen, « la publicité accroît le volume

des produits achetés (entre 1992 et 2019 : augmentation de 5,3 %) et invite les consommateurs à remplacer des produits qui sont en parfait état d'usage. L'augmentation des dépenses de communication commerciale entraine celle du sentiment d'insatisfaction des consommateurs et participe ainsi au phénomène d'obsolescence marketing⁵⁷ ».

54 Entretien avec M. Ronan Groussier, responsable des affaires publiques et du plaidoyer de l'association Halte à l'obsolescence programmée, 28 avril et audition de M. Thomas Bourgenot, chargé de plaidoyer accompagné de Mme Sarah Denisse, chargée de campagne «Stop Pubs Climaticides» de l'association Résistance à l'agression publicitaire, 2 mai 2023.

55 Audition de Philippe Moati, Professeur d'économie à l'Université Paris Cité, co-fondateur de l'ObSoCo, 25 avril 2023.

56 Audition de M. Pierre Galio, *op. cit.*

57 Audition de Mme Mathilde Dupré, co-directrice de l'Institut Veblen et de M. Renaud Fossard, cofondateur et DG de l'association Communication et démocratie, 2 mai 2023.

II - Un cadre consultatif et réglementaire en évolution soutenue et multi-dimensionnelle

A. Une actualité dense pour le cadre juridique national et européen

Aux niveaux national et européen, le cadre consultatif et juridique en faveur d'une consommation durable s'est étoffé ces dernières années. On peut ainsi dater l'impulsion de l'accord de Paris en 2015 et d'un nouvel élan porté par le Pacte vert pour l'Europe présenté en 2019 puis, en France, la Convention citoyenne pour le climat.

Bien que les nombreuses mesures contenues dans ces cadres ne soient pas encore pleinement effectives, on constate une forte volonté de mettre en place un cadre et des dispositions favorisant la consommation durable. Il conviendra de mener régulièrement l'évaluation de leur effectivité afin de modifier et d'améliorer le cas échéant les dispositifs en place.

Le CESE recommande aux pouvoirs publics français d'appeler l'Union européenne à mettre en place un cadre favorisant une consommation durable, dans le cadre d'une harmonisation minimale permettant aux États membres d'aller encore plus loin.

L'ensemble de ces textes est détaillé en annexe.

1. Au niveau national

La consommation durable est traitée principalement dans trois lois :

Loi Anti-gaspillage et économie circulaire dite « AGEC » (février 2020)

Cette loi vise à mettre en œuvre certaines des mesures préconisées par la feuille de route pour l'économie circulaire (FREC) présentée par le Gouvernement le 23 avril 2018 dans le cadre du Plan climat. La loi AGEC est adoptée par le Parlement en février 2020 afin « d'accélérer le changement de modèle de production et de consommation pour limiter les déchets et préserver les ressources naturelles, la biodiversité et le climat ». Pour ce faire, plusieurs mesures ont été prévues, déclinées en cinq volets : sortir du plastique jetable ; mieux informer les consommateurs ; agir contre le gaspillage et pour le réemploi solidaire ; agir contre l'obsolescence programmée⁵⁸ ; mieux produire par la Responsabilité Élargie des Producteurs.

Loi Climat et résilience (août 2021)

La loi Climat et résilience est une réponse du gouvernement français

⁵⁸ L'obsolescence programmée consiste pour une entreprise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit afin d'inciter les consommateurs à renouveler ce produit plus fréquemment.

aux conséquences du réchauffement climatique. S'appuyant sur les travaux de la Convention citoyenne pour le climat (CCC), la loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets est composée de 305 articles. Cinq grandes thématiques de la vie quotidienne font l'objet de ces mesures : les modes de consommation ; les transports ; les logements ; l'alimentation ; la production et le travail. La loi Climat et résilience renforce par ailleurs les sanctions pénales en cas d'atteinte à l'environnement avec deux nouveaux délits : le délit de mise en danger de l'environnement et le délit général de pollution des milieux ou le délit d'écocide. Chaque année, le Haut Conseil pour le climat (HCC), en appui de la Cour des comptes, évalue la mise en œuvre des mesures prévues par la Loi.

Loi sur l'empreinte environnementale du numérique (REEN, novembre 2021)

Le texte de loi s'articule autour de cinq objectifs : faire prendre conscience de l'impact environnemental du numérique, en sensibilisant à la sobriété numérique dès l'école et à l'entrée à l'université et via un observatoire des impacts environnementaux du numérique ; limiter le renouvellement des appareils numériques ; favoriser des usages numériques écologiquement vertueux ; promouvoir des centres de données (datacenters) et des réseaux moins énergivores ; promouvoir une stratégie numérique responsable dans les territoires.

De plus, deux autres textes traitent de consommation durable : le projet de loi Industrie verte et la Stratégie d'accélération recyclabilité, recyclage, réincorporation des matériaux recyclés. L'association française de normalisation

(Afnor) a par ailleurs publié en 2018 une nouvelle norme à destination des entrepreneurs voulant mettre en œuvre une démarche d'écoconception qui vise à intégrer "systématiquement" les aspects environnementaux dès la conception et le développement de produits (biens et services, systèmes).

2. Règlementation européenne

Diverses initiatives sont prises au niveau européen avec le déploiement d'écolabels et des étiquetages énergétiques obligatoires sur certains produits (électroménagers et voitures notamment). L'Europe a joué un rôle pionnier et moteur pour déployer l'économie circulaire et l'affichage environnemental.

On peut noter les textes et projets de textes suivants :

Recommandations Performance Environnementale des Produits (PEF) et empreinte environnementale des organisations (OEF) (décembre 2021)

Pour éviter l'éco-blanchiment⁵⁹ à travers des labels auto-déclaratifs, la Commission européenne a publié des recommandations portant obligation pour les entreprises d'étayer leurs allégations environnementales à travers les méthodes normalisées PEF et OEF.

Projet de directive visant à donner aux consommateurs les moyens d'agir pour la transition verte (« Empowering the consumers for the green transition ») (mars 2022)

Le 30 mars 2022, la Commission européenne a présenté une proposition de directive visant à responsabiliser les consommateurs face à la transition écologique, dans le cadre du paquet sur l'économie circulaire.

⁵⁹ Eco-blanchiment : utilisation fallacieuse d'arguments faisant état de bonnes pratiques écologiques dans des opérations de marketing ou de communication. On trouve aussi blanchiment vert, calque de l'anglais greenwashing. - Larousse.

Projet de directive sur les allégations environnementales (mars 2023)

Un autre projet de directive européenne est en cours d'élaboration afin de créer un passeport produit (regroupant des informations sur ses composantes environnementales, relatives notamment à l'agriculture intensive, aux micro-plastiques, etc.).

Proposition de règlement sur l'écoconception pour des produits durables (ESPR)⁶⁰

La proposition de règlement sur l'écoconception pour des produits durables (ESPR) vise à fournir un cadre général concernant les exigences qui favorisent la circularité, la performance énergétique et d'autres aspects de durabilité environnementale des produits.

Directive CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)⁶¹ (novembre 2022)

Ce projet de directive concerne le deuxième pilier de comptabilité normée (le premier étant le pilier financier). Ce texte s'articule autour de trois volets : la conduite des évaluations, le traitement en reporting des standards et la collecte des informations pour l'analyse d'écart de la double matérialité (environnementale/financière).

Projet de directive sur le devoir de vigilance (février 2022)

La directive en cours de négociation obligerait les grandes entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 150 millions d'euros et les petites entreprises actives dans les secteurs à risque à identifier, à prévenir et atténuer les violations des droits humains et les atteintes à l'environnement dans leur chaîne de valeur.

B. Comment mesurer l'apport de la convention citoyenne pour le climat ?

Durant l'élaboration du présent avis, les propositions formulées par la convention citoyenne pour le climat (CCC) sont apparues comme une source à examiner avec attention en raison du caractère emblématique de ce processus impliquant les citoyens à la demande de l'exécutif. Leur mise en œuvre mérite donc

d'être évaluée au regard de leur niveau d'intégration dans le cadre législatif et réglementaire. En effet, « *en charge de définir les mesures structurantes pour parvenir, dans un esprit de justice sociale, à réduire les émissions de gaz à effet de serre d'au moins 40 % par rapport à 1990 d'ici à*

⁶⁰ Proposition de règlement sur l'écoconception pour des produits durables – Commission européenne

⁶¹ Audition de M. Patrick de Cambourg, président du conseil de reporting de durabilité de l'EFRAG (European Financial Reporting Advisory Group), 17 mai 2023.

2030⁶² », la convention citoyenne pour le climat a estimé « *inévitables de revoir nos modes de vie, nos manières de consommer [et] de produire* ». C'est pourquoi ces aspects indissociables des autres constituent deux des cinq axes autour desquels sont structurées ses préconisations (« consommer » et « produire et travailler »). Déterminer l'impulsion qu'elles ont donnée aux politiques publiques en faveur d'une consommation plus durable soulève cependant d'importantes difficultés. D'une part, les 149 préconisations de la convention se révèlent en réalité beaucoup plus nombreuses, chacune ayant fait l'objet de déclinaisons plus ou moins détaillées. Ainsi, les évaluations de la transcription des propositions dans le corpus législatif et réglementaire devraient-elles indiquer le niveau auquel elles se situent, afin d'apprécier à quoi se réfère le suivi gouvernemental établissant que 100 mesures ont été mises en œuvre totalement ou partiellement.

D'autre part, la question se pose de savoir si toutes les préconisations doivent être considérées à un même niveau d'importance ou bien si elles doivent être hiérarchisées et, dans ce cas, selon quels critères. Il s'avère que les appréciations portées par le gouvernement, « Les 150 », association des citoyens de la convention, ou un média tel que Reporterre ne s'inscrivent pas dans une même grille d'analyse.

Ce double flou méthodologique explique que les estimations se situent dans une zone grise où prévaut l'appréciation subjective. Un tableau figurant en annexe illustre différentes appréciations du niveau de reprise des propositions formulées par les membres de la

convention sur le volet « consommation » et quelques-unes de celles figurant dans le volet « produire et travailler » qui se rapportent à la consommation. À titre d'exemple, le ministère de la Transition écologique, chargé du suivi, estime que parmi les 14 propositions relevant de la consommation, 10 sont mises en œuvre partiellement ou totalement (soit 71 %) et 4 en cours de mise en œuvre (soit 29 %). De son côté, Reporterre estime que 57 % des propositions ont été rejetées, 36 % modifiées et 7 % appliquées. Les citoyens de la convention, qui utilisent eux aussi une classification qui leur est propre, considèrent qu'aucune de leurs propositions n'est appliquée, que deux sont « *insuffisantes ou abandonnées* », deux sont « *en danger* », 8 débattues et 2 partiellement reprises. Enfin, le suivi de cet ensemble de propositions s'est souvent limité au projet de loi « climat et résilience ». Le Gouvernement a poursuivi le travail dans la durée, mais la dernière actualisation date du mois de juillet 2022.

Le CESE observe que certaines préconisations sont bel et bien suivies d'effet, en particulier celles dont les enjeux industriels ou financiers sont moindres, et celles s'inscrivant dans des problématiques ou des expérimentations déjà anciennes (redevance pour l'enlèvement des ordures ménagères, développement des emballages biosourcés et fin des emballages plastiques à usage unique, etc.), le plus souvent suivant un échéancier moins ambitieux que celui proposé par la CCC. En revanche, le renoncement voire l'interdiction des incitations à la surconsommation et aux surproductions que celle-ci implique ou, par exemple, l'interdiction de la publicité pour les produits les plus émetteurs de GES,

62 Lettre de mission du Premier ministre au président du Conseil économique, social et environnemental du 2 juillet 2019. La convention s'est déroulée du 4 octobre 2019 au 21 juin 2020.

semblent contournés ou écartés.

Quoi qu'il en soit, il apparaît que la convention citoyenne pour le climat participe d'une évolution de fond de la société et de son cadre juridique. En témoigne le caractère multiple des véhicules législatifs et réglementaires des différentes mesures traduisant dans les textes tout ou partie de ses préconisations (lois « climat et résilience », AGECE, d'orientation des mobilités, visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique en France, France relance, etc., mais aussi décrets, circulaires, feuilles de route, etc.), quelquefois même par anticipation : plusieurs mesures défendues par la convention avaient déjà trouvé une traduction dans des lois promulguées ou sur le point de l'être ou bien par voie réglementaire, comme dans les décrets d'application de la loi AGECE.

Trois ans après son achèvement, l'enjeu du sort réservé aux préconisations de la convention reste suffisamment fort et la charge symbolique et politique suffisamment puissante pour nécessiter une évaluation contradictoire détaillée de son impact sur l'évolution des politiques publiques destinées à transformer nos manières de produire, de consommer et de vivre. Il convient d'aider et d'encourager l'ensemble des acteurs concernés à les mettre en œuvre. De même, il convient d'analyser les impacts et les difficultés rencontrées par les acteurs pour pouvoir envisager des mesures correctrices. Les attentes vis-à-vis des pouvoirs publics en matière de transition écologique, conjuguées à de fortes aspirations à un renouveau démocratique, plaident pour mener ce processus de clarification.

PRÉCONISATION 1

Réexaminer l'ensemble des propositions en lien avec la consommation durable, la production durable et la publicité émises par la Convention citoyenne pour le climat à l'aune de l'urgence climatique afin d'évaluer les suites qui y ont été données et, le cas échéant, réorienter ou introduire les mesures permettant d'atteindre la neutralité carbone de la France en 2050 dans un souci de justice sociale et en accompagnant les acteurs.

Ce processus sera fondé sur une étude d'impact détaillée et associera l'ensemble des parties prenantes, des représentants de la Convention citoyenne, des décideurs politiques et des membres du CESE.

III - Les conditions pour « consommer moins et mieux »

A. Ré-enchanter la sobriété

1. La nécessité d'une nouvelle mise en perspective

Dans l'avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* », le CESE définit la sobriété comme « *un ensemble de mesures, d'organisations collectives et de pratiques du quotidien qui évitent et réduisent la demande en énergie, matériaux, sol et eau tout en assurant le bien-être pour tous dans les limites planétaires*⁶³ ».

Les préconisations qu'il formule s'articulent autour des cinq conditions permettant à la sobriété de s'imposer dans nos modes de vie :

- garantir une sobriété juste ;
- promouvoir une démocratie représentative et participative au service de la sobriété ;
- agir sur l'offre et la demande ;
- mettre en œuvre la sobriété dans le temps et l'espace ;
- de la société de consommation à la société de bien-être : construire de nouveaux récits partagés.

Si les préconisations du présent avis sont prioritairement axées sur « l'offre et la demande », elles sont nécessairement liées aux quatre autres.

S'agissant par exemple du « récit »,

MM. Pierre Galio et Philippe Moati ainsi que Mme Valérie Guillard ont insisté sur l'importance, pour orienter la consommation en faveur des produits plus vertueux ou du remplacement de l'achat par l'usage, de rendre visible et de communiquer sur les bénéfices obtenus à l'échelle individuelle et collective.

Collectivement, les bénéfices sont d'abord environnementaux : moindre consommation de matières et d'énergie, diminution du gaspillage, augmentation de la durée de vie des produits, allongement de la durée d'usage permettant de diminuer le taux de renouvellement, etc. Ils sont également socio-économiques (répartition de la valeur au sein des entreprises, égalité femmes-hommes, etc.) et sociétaux (convivialité, accomplissement de soi, lien social et solidarité).

À l'échelle individuelle, ils permettent une forme de « désintoxication » de la surconsommation et du suréquipement, comme l'ont montré les résultats de l'opération « Osez changer : Mieux consommer et vivre plus léger » lancée par l'ADEME⁶⁴. Enfin, d'un point de vue économique, l'ObSoCo a estimé en 2017⁶⁵ que le « faire » représentait déjà, en France, un marché de 95 milliards d'euros (jardinage, bricolage, pratique d'activités sportives et culturelles,

63 CESE, avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* » (2023).

64 ADEME, *Résultats de l'opération « Osez changer : mieux consommer et vivre plus léger »* (2021).

65 ObSoCo, « *Et si l'avenir de la consommation ne passait plus par L'AVOIR, mais par le «FAIRE» ?* ».

réparation de ses propres objets, etc.) et a confirmé la tendance à l'essor de cette pratique dans la seconde vague de son Observatoire de la consommation responsable publiée en mai 2023⁶⁶.

Des modes de vie plus durables vis-à-vis de l'environnement recèlent donc des opportunités tant économiques que sociétales, pour autant que le modèle productif se transforme pour intégrer ces nouvelles préoccupations.

Il est à noter que plusieurs programmes existants offrent aux familles des informations, des outils et des démarches de type « défi » dont l'objectif est d'aider au passage à l'acte. Ces programmes invitent à des réunions et à des événements pour créer une dynamique de groupe autour d'objectifs définis collectivement ou par famille, dans une ambiance ludique, pour faciliter l'appropriation par l'émulation et la satisfaction d'obtenir des résultats visibles en peu de temps ou d'efforts.

Ainsi, le défi « Familles à Énergie Positive », vise à mobiliser sur les économies d'énergie que l'on peut réaliser au quotidien (électricité, gaz, eau, etc.), sans affecter son confort. Les équipes participantes (constituées de familles, amis, voisins, ou collègues) ont comme mission de réduire leur consommation d'énergie d'au moins 10 %, uniquement en modifiant quelques habitudes. Depuis la première édition mise en place en 2008, près de 40 000 foyers ont rejoint les Familles à

Énergie Positive. Aujourd'hui, cette démarche rebaptisée « DÉCLICS » (DÉfis Citoyens Locaux d'Implication pour le Climat et la Sobriété) propose des défis aux champs d'actions plus larges : énergie mais aussi modes de consommation, alimentation, déchets, mobilité. À Paris, l'Agence parisienne du climat organise le défi DÉCLICS.

Un autre dispositif est constitué des « Familles zéro déchet », qui rassemble différentes initiatives dans les territoires ou à l'échelle nationale et de nombreuses ressources disponibles sur internet. L'association Zero Waste France a mis en place une Maison du zéro déchet à Paris, dont l'objectif est de faire découvrir la démarche zéro déchet, zéro gaspillage à un maximum de citoyens et citoyennes. Par ailleurs, elle forme et donne les outils nécessaires aux ménages et aux professionnels pour leur permettre de réduire les déchets et le gaspillage à différentes échelles (à la maison, au bureau, à l'échelle du quartier ou de la commune...). Enfin, elle vise à réunir les acteurs et actrices de la démarche zéro déchet et à créer des synergies entre des porteurs et porteuses de projets, des entreprises/associations et les habitants.

Enfin, l'ADEME a conduit l'opération « Osez changer ! »⁶⁷, au cours de laquelle 21 foyers ont été accompagnés pour désencombrer leur logement, et qui a permis de mettre en évidence que :

→ après les difficultés à se lancer, les foyers ont trouvé

66 ObSoCo, « Observatoire de la consommation responsable, Vague 2 – Principaux enseignements » (2023).

67 ADEME, Résultats de l'opération « Osez changer : mieux consommer et vivre plus léger » (2021).

l'exercice de plus en plus facile (« et après ça devient automatique ») et ont ressenti des sentiments très gratifiants (soulagement, fierté, démarche « agréable ») les incitant à poursuivre leurs efforts ;

- après l'opération, 86 % des foyers considèrent que stocker des objets qu'ils n'utilisent pas est une forme de gaspillage, contre 69 % pour la moyenne des Français ;
- en termes d'espace au sein des logements, le gain de place est de l'ordre de 30 % à 50 %, voire 60 % selon les foyers.

Le CESE rappelle la préconisation formulée dans son avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution de la société vers la sobriété ?* » visant à « *élaborer et porter un message positif sur la sobriété, orienté vers le mieux-vivre en accompagnant les changements de mode de vie. Développer un imaginaire souhaitable de la sobriété et encourager sa mise en œuvre concrète, en prévoyant le financement d'une offre culturelle intégrant les enjeux climatiques*⁶⁸ ». Une campagne nationale destinée à susciter l'engagement en faveur de la consommation durable constituerait un signal allant dans ce sens.

2. Pour prendre le bon cap, « changeons de boussole »⁶⁹

Les « difficultés à se lancer » évoquées ci-dessus relèvent d'une construction sociale héritée de notre modèle de développement et ne doivent pas être négligées. En effet, après une période de fort rationnement durant la Seconde Guerre mondiale et jusqu'au début des années 1950, les Trente Glorieuses

ont été une étape importante dans la construction de la société autour de valeurs économiques et sociales d'abondance, dans une logique selon laquelle le niveau de développement d'un pays se mesurerait à ses capacités de production de richesses, incitant à des niveaux de production très élevés.

Mme Sophie Dubuisson-Quellier, sociologue et directrice de recherches au CNRS et à Sciences-Po, soulignait lors de son audition pour l'avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution de la société vers la sobriété ?* », la forte cohérence interne de cette conception. L'avis précité résumait ainsi les principales composantes de ce système qui structurent encore largement notre société : « *au niveau macro-économique, les politiques publiques encouragent des niveaux élevés de production fondés sur un accès peu onéreux à l'énergie et aux matières premières, pensées comme abondantes et illimitées. Les politiques publiques de consommation vont dans le même sens, qu'il s'agisse des aides à la construction de logement, de l'aide à l'accession à la propriété ou des primes à la casse pour les automobiles, ensemble d'outils accompagnés d'un discours public qui contribuent à créer ou à maintenir des débouchés à la hauteur de ces niveaux de production élevés. Des dispositifs privés, tel le crédit à la consommation, les complètent et vont dans le même sens. Des valeurs sociales répondent aussi à cette logique, se traduisant par des indicateurs de niveaux de vie qui indexent le bien-être des individus et des ménages sur le bien-être matériel : le fait de disposer d'un nombre de mètres carrés habitables par personne, de tel*

68 CESE, avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* » (2023).

69 Expression empruntée à CESE, « *Rapport annuel sur l'état de la France 2022 : changer de boussole pour sortir de l'urgence et préparer l'avenir* » (2022).

type d'équipement ou de bien de consommation, d'accumuler, de renouveler certains biens, etc. Nombre de personnes pensent ainsi « avoir réussi » si elles accèdent à certains biens et de multiples arguments marketing visent à alimenter en permanence cette consommation. Ce système est d'autant plus difficile à remettre en question que la protection collective contre divers risques sociaux et son financement sont favorisés par la croissance⁷⁰ ».

Les nombreuses alertes qui se sont succédé à partir des années 1970 et de la publication du rapport Meadows de 1972, amplifiées récemment par les rapports du GIEC et de l'IPBES, ont toutefois montré la non-soutenabilité de ce modèle du point de vue écologique et social.

Mme Catherine Larrère, philosophe, faisait état en audition des travaux de Bruno Latour et notait les différences fondamentales d'approches entre les logiques de « la terre dont on vit », où les ressources terrestres sont considérées comme des biens à exploiter, et celles de « la terre où l'on vit », concept qui suppose une prise de conscience de ce que nous ne disposons que d'une seule planète pour l'ensemble de l'humanité et du vivant, et qu'il nous faut donc apprendre à utiliser ses ressources de manière durable,

avec parcimonie et en prenant en compte, non pas les seuls besoins humains, mais aussi les autres composantes du vivant.

S'agissant des enjeux sociaux, pour l'économiste Eloi Laurent, « on postule une loi d'airain entre croissance du PIB et emploi, mais cette loi est sans cesse invalidée (au cours de la décennie 2000 aux Etats-Unis, au cours des dix dernières années en France, au cours des vingt dernières années dans la zone euro y compris l'année 2020, pour tous les pays de l'OCDE depuis dix ans, etc.)⁷¹ ». En outre, « dans la majorité des pays de l'OCDE, la croissance du PIB ces 20 ou 30 dernières années s'est accompagnée d'un accroissement des inégalités de revenus⁷² ».

De fait, un nombre croissant d'experts, issus des disciplines de l'économie, de la sociologie, de la philosophie et des sciences politiques, appellent à « sortir du dogme de la croissance⁷³ » mesurée par le PIB pour intégrer la notion de prospérité sociale et écologique. Pour l'économiste Eloi Laurent, « il faut sortir de la croissance pour entrer dans la pleine santé, qui est un tableau de bord constitué de l'espérance de vie, des inégalités environnementales, de la santé mentale, des liens sociaux⁷⁴ ».

70 CESE, avis « Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ? » (2023).

71 Eloi Laurent : *La transition sociale-écologique : au-delà de la croissance, sans croissance ?*.

72 OCDE : *Croissance et inégalités : une relation étroite*.

73 Expression empruntée à l'article du Monde « Nous devons sortir du dogme de la croissance » : l'appel de 18 eurodéputés.

74 Novethic : L'espérance de vie en bonne santé, un indicateur prisé pour mener des politiques de bien-être.

Pour prendre le cap de la soutenabilité de nos modes de vie, les conséquences à tirer diffèrent toutefois selon les économistes.

M. Timothée Parrique, chercheur en économie écologique à l'Université de Lund, en Suède, estime que produire plus et réduire notre empreinte écologique sont incompatibles. Il propose par conséquent une phase transitoire de réduction de la production et de la consommation définie et planifiée démocratiquement, permettant d'installer par la suite une phase stable de post-croissance propice à la réduction des inégalités, à la création d'emplois, au financement des services publics et à une meilleure qualité de vie.

Lors de son audition, M. Philippe Moati, tout en partageant le constat de la non soutenabilité écologique du modèle actuel, s'interroge sur la capacité du concept de post-croissance ou de décroissance à s'y substituer comme fondement de la société capitaliste. Il considère en effet qu'il n'y a pas de capitalisme sans croissance, celle-ci étant la perspective qui permet d'offrir à l'accumulation du capital et à l'investissement la promesse de rentabilité qui les motive. Il met en avant les potentialités offertes par le développement de l'économie de la fonctionnalité, qui vise à fonder la valeur, au-delà de la seule production de biens matériels, sur le service rendu et la capacité à apporter une réponse et des solutions aux problèmes de la clientèle. Il notait par ailleurs que, quand on interroge la population sur les besoins non satisfaits auxquels il serait important de mieux répondre, sont mis en avant des besoins essentiels tels que l'éducation et

la culture, la santé, la sécurité et la justice ou l'accompagnement de la vieillesse, bien plus que l'acquisition du dernier modèle de smartphone.

Par ailleurs, à l'occasion de la publication en mai 2023 du rapport « *Les incidences économiques de l'action pour le climat* », France Stratégie⁷⁵ établit que « nous ne sommes pas durablement condamnés à choisir entre croissance et climat. À long terme, la réorientation du progrès technique peut conduire à une croissance verte plus forte que ne l'était ou que ne l'aurait été la croissance brune. La chute du coût des énergies renouvelables est l'indice qu'une nouvelle croissance est possible ». L'institution précise en outre que la « sobriété n'est pas nécessairement synonyme de décroissance et peut de plus être source de bien-être », tout en signalant que « d'ici 2030, le financement [des investissements nécessaires à la transition écologique], qui n'accroissent pas le potentiel de croissance, va probablement induire un coût économique et social. »

La diversité des points de vue exprimés par les économistes a fait émerger, au fil de l'élaboration du présent avis, l'intérêt que pourrait revêtir l'organisation ultérieure au sein du CESE d'un processus de débat et de clarification de controverses autour des notions de croissance/ décroissance et de leur compatibilité avec le respect des limites planétaires et de la justice sociale.

Dans son récent avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain*⁷⁶ », le CESE souligne les

75 France Stratégie : *Les incidences économiques de l'action climatique*.

76 CESE, avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain* » (2023).

perspectives offertes par ce modèle économique, à travers lequel la création de valeur repose sur la performance d'usage d'une offre combinant produit et services. Ce modèle est sous-tendu par des objectifs de durabilité du produit, de recentrage sur le lien humain (du consommateur et du travailleur) et sur les territoires.

Nombre de ces dimensions, qui participent du bien-être plus que de la production de biens, relèvent, dans notre pays, en totalité ou en partie, de la sphère des services publics. L'accessibilité à des services publics ou à des services d'intérêt général de qualité constitue un enjeu fort pour l'amélioration du bien-être collectif. Il convient donc que les politiques publiques redonnent à ces services les moyens matériels et humains leurs permettant d'assurer leurs missions dans de bonnes conditions et de maintenir leurs présences sur l'ensemble des territoires.

Au niveau politique, notons que le Parlement européen s'est saisi de ce thème et a organisé un colloque en mai 2023, visant explicitement cet objectif en appelant à développer une économie macro-écologique en Europe (« *Beyond growth : pathways towards Sustainable prosperity in the EU*⁷⁷ »). Au niveau de la Commission européenne, le « Pacte vert pour l'Europe » déploie des politiques visant à favoriser l'évolution concrète de ce modèle.

En France, suivant les travaux de la commission Stiglitz-Sen-Fitoussi en 2009 sur la mesure de la performance économique et du progrès social, et parallèlement aux travaux de préparation de la loi Sas⁷⁸ en 2015, France Stratégie et le CESE ont sélectionné dix indicateurs complémentaires au PIB⁷⁹ que le CESE examine chaque année dans son rapport annuel sur l'état de la France⁸⁰. Dans les prochains rapports annuels, le CESE élargira la focale en abordant la problématique du bien-être, à travers un sondage et des indicateurs supplémentaires.

Contrairement à l'ambition que portait la loi Sas, ces nouveaux indicateurs n'irriguent que peu les décisions et le suivi des politiques publiques, ce qui nuit à leur impact. Le Gouvernement n'a pas suivi l'engagement de présenter l'évolution de ces indicateurs. Il est pourtant impératif de se donner les moyens de mesurer l'évolution de la société française vers des modes de vie plus durables.

Dans le rapport « *Les incidences économiques de l'action pour le climat* » précité, France Stratégie explicite le calcul de la « dette climatique » et suggère que ce passif climatique, commensurable à une dette financière, pourrait :

→ « être calculé et publié chaque année par l'Insee pour l'État et l'ensemble des administrations publiques ;

⁷⁷ Parlement européen : *Au-delà de la croissance*.

⁷⁸ Loi du 13 avril 2015 visant à la prise en compte des nouveaux indicateurs de richesse dans la définition des politiques publiques.

⁷⁹ France Stratégie, Rapport du Gouvernement *Les nouveaux indicateurs de richesse* (2015).

⁸⁰ CESE, « Rapport annuel sur l'état de la France 2022 : changer de boussole pour sortir de l'urgence et préparer l'avenir » (2022).

→ servir de base à la définition de règles européennes sur les conditions d'une fongibilité partielle entre dette climatique et dette financière, sous contrainte de soutenabilité de cette dernière ;

→ être calculé et publié chaque année par les collectivités territoriales, sur la base d'objectifs qu'elles se seraient donnés. De la sorte, celles-ci pourraient rendre compte de leurs efforts pour le climat et des implications de cet effort pour l'évolution de leur dette financière⁸¹. »

PRÉCONISATION 2

Le CESE préconise la prise en compte dans les lois de finances et les programmations pluriannuelles des indicateurs de bon état des écosystèmes, d'inclusion sociale et de solidarité, de bien-être et de santé. En complément, un suivi de la « dette climatique » pourrait être publié annuellement et être discuté au Parlement avant d'évoluer, à terme, vers un suivi de la dette écologique fondé sur une analyse multicritère intégrant l'empreinte écologique.

B. Donner au consommateur les capacités de mieux consommer

L'aspiration des consommateurs à mieux consommer reflète la prise de conscience des impacts de la consommation sur l'environnement et les conditions de vie (travail, bien-être animal, santé...). Cependant, le manque d'informations et de moyens de comparaison, ainsi que le coût relatif de certains produits freinent le changement des comportements.

Pour le CESE, une consommation durable ne peut s'imposer que si l'offre durable existe et qu'elle est visible et financièrement accessible.

1. Permettre la comparaison pour éclairer les choix

En premier lieu, pour faciliter le choix des consommateurs en faveur des produits les plus vertueux, il est nécessaire de les informer de manière pertinente et fiable sur les impacts environnementaux des produits, calculés notamment sur l'ensemble de leur cycle de vie. Le déploiement de l'affichage environnemental constitue une opportunité unique pour communiquer sur les impacts de nos modes de vie sur l'environnement et l'impératif de sobriété et appeler à une consommation durable.

⁸¹ France Stratégie, Rapport à la Première ministre « Les incidences économiques de l'action pour le climat » (2023).

Dans son avis « *L'affichage environnemental, levier pour la mise en œuvre de l'économie circulaire* », le CESE estime que « *c'est un instrument extrêmement efficace puisqu'il agit à la fois sur les consommateurs et sur les producteurs*⁸² ». Prévu dès 2009 par la loi dite « Grenelle I » et repris en 2015 par la loi relative à la transition écologique et à la croissance verte (LTECV), l'objectif de déploiement de l'affichage environnemental s'est concrétisé dans la loi AGECE en 2020.

Cinq secteurs pilotes ont pris part aux expérimentations prévues par la loi :

- l'habillement ;
- l'ameublement ;
- l'hôtellerie (impacts d'une nuitée, petit déjeuner compris) ;
- les produits électriques et électroniques ;
- l'alimentation.

Selon les secteurs, les expérimentations touchent à leur fin ou sont en cours d'évaluation. Dans les prochains mois, les catégories de biens et services concernées, la méthodologie à utiliser ainsi que les modalités d'affichage seront précisées par décret.

L'ADEME a engagé des études et expérimentations depuis 2008 et développé les bases fournissant les données génériques nécessaires

au calcul des impacts des produits. Résultat de la fusion de plusieurs bases préexistantes, la Base Empreinte® constitue la référence officielle unique pour le calcul du bilan carbone et de l'affichage environnemental⁸³, accessible aux entreprises sous licence gratuite.

Lors de leur audition, Mme Audrey Coreau et M. Pascal Dagrás, du CGDD, ont mentionné l'accélération récente des travaux sur l'affichage environnemental, tant à l'échelle nationale (rédaction des décrets d'application, discussions techniques sur les critères, leurs seuils et leur pondération, etc.) qu'à l'échelle européenne. Soulignant que la France a un rôle pionnier et démonstrateur sur ces sujets, ils ont insisté sur la nécessité d'une articulation forte entre les démarches conduites à ces différents niveaux⁸⁴.

Pour le CESE, conformément à l'ambition de la loi « Grenelle I », l'affichage environnemental devrait intégrer le plus large spectre possible de produits afin de concerner tous les segments de la consommation. Dans le domaine de l'alimentation, plusieurs études sur l'impact du Nutriscore ont montré sa capacité à orienter tant le choix des consommateurs⁸⁵ que la qualité nutritionnelle des recettes⁸⁶. Ces résultats, qui laissent présager un effet positif de l'affichage

82 CESE, avis « *L'affichage environnemental, levier pour la mise en œuvre de l'économie circulaire* » (2019).

83 ADEME : Version 23.0 de la Base Carbone .

84 Audition de Mme Audrey Coreau, cheffe de service Economie verte et solidaire au sein du Commissariat général au développement durable (CGDD) accompagnée de M. Pascal Dagrás, chargé de mission Affichage environnemental, 9 mai 2023.

85 Santé Publique France Nutri-score : notoriété, perception et impact sur les comportements d'achat déclarés des adolescents en octobre 2021.

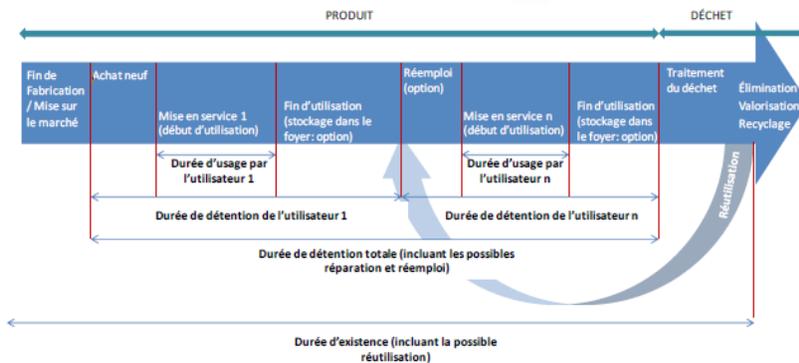
86 UFC Que Choisir L'efficacité du Nutri-Score à améliorer.

environnemental sur la consommation d'autres biens, plaident pour une mise en œuvre résolue et obligatoire de l'affichage environnemental, ainsi que pour son élargissement à de nouveaux secteurs volontaires (tourisme, produits d'hygiène...) dès que possible.

Le dernier cycle de dialogue structuré visant à faire rédiger par de jeunes Français et Européens une résolution européenne pour une Europe durable et inclusive, à l'occasion du festival Provox, a fait des modes de consommation un pilier de transformation majeur. Plusieurs propositions ont soulevé l'importance de créer un outil vecteur de transparence sur les impacts sociaux, environnementaux, de santé, mettre en place un référentiel commun à toute l'Union européenne tout en assurant une traçabilité propre à chaque territoire (adaptation locale des données) et de mettre en avant les initiatives locales des associations et des producteurs.

En outre, la consommation durable impose un allongement de la durée de vie des produits. Pour faciliter le choix des consommateurs en faveur des produits les plus vertueux, il est nécessaire de mettre en évidence les critères qui ont une influence sur la durée de vie, et notamment d'usage, des produits. En effet, lors des auditions, l'importance du facteur « temps » a été pointée, en insistant sur les impacts négatifs du rythme actuel de renouvellement des équipements et des différentes formes d'obsolescence (technique, logicielle, marketing, culturelle...)⁸⁷. La durée d'usage des produits par les consommateurs est influencée par de nombreux facteurs techniques (modularité et démontabilité, disponibilité et prix de pièces détachées...), organisationnels (existence de réseaux de réparation, délais de réparation...) et psychologiques (« envie de changer », mimétisme social...).

FIGURE 10 : PARAMÈTRES DE LA DURÉE DE VIE DES PRODUITS



Source : ministère de la Transition écologique

Pour traiter cet enjeu, la loi AGECE a prévu la mise en place, depuis janvier 2021, d'un indice de réparabilité pour cinq

catégories de produits (smartphones, ordinateurs portables, téléviseurs, tondeuses à gazon, lave-linges hublot),

87 Association HOP, Livre blanc Halte à l'obsolescence programmée pour mettre fin à l'obsolescence programmée en Europe (2020).

étendues à neuf depuis novembre 2022 (lave-linges top, lave-vaisselles, aspirateurs, nettoyeurs haute-pression). Au 1er janvier 2024, cet indice doit être remplacé par un indice de durabilité pour certains équipements électriques et électroniques. Cet indice comprendra de nouveaux critères comme la fiabilité et la robustesse du produit. L'association Halte à l'obsolescence programmée (HOP)⁸⁸ salue cette évolution, tout en regrettant l'absence de critère lié à l'obsolescence culturelle et logicielle et appelant à la transparence sur le calcul de l'indice par les fabricants. En parallèle, l'écoconception doit pousser les industriels à améliorer leurs produits pour les rendre plus robustes, démontables, faciles à recycler, etc. À cet égard, lors de son audition, Mme Géraldine Olivier a présenté le « baromètre de la durabilité » mis en place par le groupe FNAC/DARTY, en signalant que cette initiative constituait un levier pour inciter l'ensemble des fournisseurs à agir sur les caractéristiques de durabilité, de réparabilité et d'efficacité énergétique des produits⁸⁹. De son côté, Mme Julie Soullignac de Décathlon France a souligné que le fait de maîtriser le cahier des charges des produits permettait d'agir à la fois sur les leviers de l'écoconception et de la seconde

vie, en insistant sur l'importance de tenir compte de la durabilité non physique, qui intègre des critères tels que le taux de renouvellement des produits ou l'intensité des promotions⁹⁰. De son côté, le « Grand défi des entreprises pour la planète » propose d'étendre la durée légale de garantie des produits « de 2 à 5 ans pour les produits neufs et de 1 à 2 ans pour les produits reconditionnés⁹¹ ». En outre, le CESE constate que l'écosystème normatif est en voie de se doter de normes sur l'économie circulaire, inspirées d'une expérimentation initiée en France⁹², tout en regrettant qu'à ce stade, les critères sociaux (égalité, conditions de travail, etc.) et l'« empreinte biodiversité » ne soient pas inclus dans les normes d'écoconception des produits.

Enfin, il est à noter que des start-ups d'État ont développé des outils à destination du grand public ces dernières années, à l'image des plateformes liées à un label public, comme « Entreprises engagées » et « Territoires engagés ». Cette démarche d'innovation et ces outils devraient être mieux connus du grand public, des entreprises et des collectivités territoriales.

88 Audition de M. Ronan Groussier, Association Halte à l'Obsolescence Programmée (HOP), 28 avril 2023.

89 Audition de Mme Géraldine Olivier, Directrice RSE Groupe FNAC/DARTY, 9 mai 2023.

90 Audition de Mme Julie Soullignac, cheffe de projet développement durable de Décathlon France, 9 mai 2023.

91 Le Grand défi des entreprises pour la planète, Rapport « 100 propositions pour accélérer la transition écologique des entreprises », (2023).

92 Consultation AFNOR en cours sur les futures normes ISO 59004, 59010 et 59020 sur l'économie circulaire

PRÉCONISATION 3

Le CESE préconise de :

- élargir dès que possible l'expérimentation de l'affichage environnemental à de nouveaux types de produits de grande consommation (produits d'hygiène, fournitures scolaires, mobilier/ décoration...) et y intégrer un indicateur traduisant la prise en compte des impacts biodiversité dans leur analyse de cycle de vie (ACV);
- favoriser la durabilité des produits en étudiant l'extension de la durée légale de garantie et en améliorant l'indice de durabilité (pondération de critères clés comme l'accessibilité et la disponibilité des pièces détachées et intégration de critères tels que l'intensité des promotions, le rythme de renouvellement des références...) et l'information des consommateurs et consommatrices en amont de l'acte d'achat ;
- construire une plateforme publique de référence comparant les produits de grande consommation au fil du déploiement de l'affichage environnemental et communiquer sur son existence, ainsi que sur celle d'autres outils publics de référence ;
- étudier la possibilité de faire figurer sur le ticket de caisse « l'écoscore », contraction du "score environnemental" moyen du panier, qui pourrait être calculé grâce à la déclaration des performances des produits sur la plateforme publique ;
- élargir les dispositions du décret n°2022-748 du 29 avril 2022 encadrant la communication sur les qualités et caractéristiques des produits à l'interdiction des mentions floues, ambiguës ou trompeuses autour du « Fabriqué en France » (ou « *Made in France* ») qui fasse référence à l'ensemble de la chaîne de production, du choix des matériaux, à la fabrication et l'assemblage, au même titre que sont encadrées les mentions liées à l'environnement.

2. Favoriser le « réflexe sobriété » en explorant une panoplie d'outils

Dans un contexte d'inflation croissante qui pèse sur le pouvoir d'achat et remet en cause l'alignement entre aspirations à la consommation durable et arbitrages budgétaires⁹³, plusieurs personnes auditionnées ont insisté sur un point : le respect de l'environnement et des

conditions de travail suppose des coûts qui renchérissent les produits les plus vertueux, estimant qu'il revient aux pouvoirs publics de rendre ces produits accessibles à toutes et tous. En outre, certaines ont plaidé pour que les produits aux impacts néfastes sur l'environnement et sur les conditions de travail soient interdits, une partie y ajoutant des

93 ADEME, Les Français aspirent à changer de modèle de société mais sont pris dans des injonctions contradictoires (2023).

produits « non essentiels », responsables d'effets rebond importants (objets connectés, SUV...).

L'efficacité du signal-prix sur le comportement de consommation est largement démontrée⁹⁴, comme le détaille l'avis « *Financer notre stratégie énergie-climat : donnons-nous les moyens de nos ambitions*⁹⁵ ». Elle dépend toutefois de deux conditions : que les recettes soient fléchées vers la compensation du surcoût pour les ménages les plus affectés par l'augmentation des prix, et que des alternatives abordables soient effectivement disponibles.

Compte tenu de la « marche à franchir » pour diminuer l'empreinte carbone de la France, il est urgent de rendre visibles les impacts de notre consommation sur celle-ci. Or, alors que la stratégie nationale bas carbone (SNBC) prévoyait un renchérissement progressif du carbone, et par suite, des produits et services intensifs en carbone, le mouvement des « gilets jaunes » a marqué un coup d'arrêt à cette trajectoire planifiée par manque de mesures d'accompagnement social pour les populations se trouvant déjà en difficulté.

Au niveau européen, le système d'échanges de quotas d'émission constitue un dispositif de tarification du carbone qui commence à porter ses fruits pour orienter les investissements des entreprises vers des procédés de fabrication moins consommateurs en énergie et moins émetteurs de GES. Il

est désormais complété par le mécanisme d'ajustement carbone aux frontières (MACF) qui vise à taxer les produits importés carbonés dont la compétitivité-prix constitue une menace pour les produits européens qui supportent une tarification du carbone. Dans son récent avis sur l'autonomie stratégique de l'Union européenne, le CESE a souligné l'importance de mettre en place, au niveau européen, des instruments permettant de rétablir les conditions d'une concurrence équitable entre producteurs nationaux et entreprises exportant vers l'UE, les premiers étant soumis à des normes sociales et environnementales plus strictes qui pèsent sur leur compétitivité. Pour rétablir un équilibre, il conviendrait de prévoir dans les accords de commerce des clauses imposant des normes de productions identiques (« clauses miroirs sectorielles tant dans le domaine social qu'environnemental »). Si la question de la compatibilité avec les règles de l'Organisation mondiale du commerce reste posée, il convient de relever que de telles clauses ont été adoptées dans le domaine agricole en juin 2022 lors du Conseil Agriculture et pêche, démontrant la faisabilité de cette approche et la nécessité de continuer sur cette voie. C'est sur la base de ces principes que l'Union européenne devrait mandater ses représentantes et représentants chargés de négocier les accords commerciaux internationaux.

94 Cour des comptes, « La fiscalité environnementale au défi de l'urgence climatique » (2019).

95 CESE, avis « Financer notre Stratégie Énergie-Climat : donnons-nous les moyens de nos engagements » (2023).

Du côté des consommateurs, quatre voies peuvent être envisagées pour orienter favorablement le signal-prix en fonction des produits les plus vertueux du point de vue environnemental.

Modulation de la TVA

La modulation de la TVA permettrait de diminuer le prix de vente des produits les plus vertueux ou issus des filières de réemploi, les rendant accessibles à davantage de ménages.

La directive européenne 2022/542 du Conseil publiée le 5 avril 2022⁹⁶ a introduit une plus grande flexibilité pour les États membres de l'UE dans l'application de taux réduits de TVA. Cette mesure, prise dans le cadre du Pacte vert pour l'Europe, autorise l'application d'un taux réduit sur les biens et services qui protègent la santé publique, l'environnement ou qui favorisent la transition numérique et prévoit, à l'inverse, la suppression des taux réduits et des exonérations sur les biens et services jugés préjudiciables à l'environnement. Les États membres sont donc désormais autorisés à appliquer :

- un taux de TVA normal supérieur à 15 % ;
- deux taux réduits supérieur à 5 % ;

- un taux réduit inférieur à 5 % ;
- un taux à 0 % permettant de déduire en amont la TVA⁹⁷.

Le Comité pour l'économie verte⁹⁸ plaide pour un déploiement de la fiscalité environnementale et indique par exemple qu'« une TVA réduite sur les activités de réparation pourrait également être envisagée⁹⁹ ». À l'inverse, le Conseil des prélèvements obligatoires juge qu'il serait préférable de mobiliser d'autres outils que la TVA pour atteindre les objectifs environnementaux et sociaux, tels que les transferts ciblés, quotas d'émission, investissements et réglementations¹⁰⁰.

Tout en portant des conclusions divergentes, ces rapports s'accordent sur la nécessité d'évaluer l'efficacité et la justification des modulations de TVA existantes, et notamment des exonérations et allègements actuellement en vigueur pour des produits dont l'impact carbone est pourtant élevé (kérosène en particulier).

Plus récemment, le rapport de France Stratégie conclut : « la transition climatique imposera de toute façon une réflexion sur ses implications pour la structure de la fiscalité. En dépit du coup d'arrêt donné à la hausse de la taxe carbone, l'utilisation de la fiscalité à des fins incitatives reste à bien des égards préférable aux

96 Directive (UE) 2022/542 du Conseil du 5 avril 2022 modifiant les directives 2006/112/CE et (UE) 2020/285 en ce qui concerne les taux de taxe sur la valeur ajoutée.

97 En France, les dernières modifications de taux de TVA sont intervenues au 1er janvier 2014. Les taux en vigueur sont les suivants : taux normal : 20 % ; taux intermédiaire : 10 % ; taux réduit : 5,5 % ; taux particulier : 2,1 %. Source : Centre de documentation du ministère de l'Économie.

98 Le Comité pour l'économie verte est un comité de parties prenantes au service des ministres en charge de l'environnement, de l'économie et des finances. Il réunit des représentants de l'administration, des organisations patronales, des syndicats, des associations environnementales, des associations de consommateurs, du parlement national et européen, des collectivités locales. Il est animé par des experts (juristes et économistes) - <https://www.ecologie.gouv.fr/comite-leconomie-verte>.

99 Comité pour l'économie verte, Rapport « Comment construire la fiscalité environnementale pour le quinquennat et après 2022 ? » (2018).

100 Conseil des prélèvements obligatoires, Rapport « La taxe sur la valeur ajoutée (TVA), un impôt à recentrer sur son objectif de rendement pour les finances publiques » (2023).

instruments réglementaires ou aux subventions¹⁰¹ ».

Mise en place d'une tarification incitative

La tarification incitative constitue un levier efficace de modification des comportements de consommation. Pour les déchets, l'instauration de cette mesure permet de diminuer les volumes totaux de déchets, en complément du report des déchets vers le tri ; l'effet s'observe dès la première année et se maintient dans la durée¹⁰². Pour l'eau potable, l'effet est également sensible, la diminution de la consommation s'opérant d'autant plus pour les plus gros consommateurs¹⁰³.

Dans le domaine du stationnement urbain, plusieurs grandes villes s'engagent dans la voie d'une tarification progressive. Ainsi, reprenant une proposition de la Convention citoyenne pour le climat, la ville de Lyon a décidé d'instaurer, à compter du 1^{er} janvier 2024, une tarification progressive, écologique et solidaire. Le dispositif combine une modulation du tarif selon le poids des véhicules avec l'instauration d'un tarif réduit pour les familles nombreuses et les personnes aux plus faibles revenus, et des tarifs préférentiels pour les professionnels. Les villes de Nantes et Bordeaux ont également engagé une réflexion en ce sens.

Instauration de quotas ou compteurs individuels d'empreinte

Cette troisième voie est de plus en plus soutenue par des économistes, intellectuels et députés, mais ne fait pas l'unanimité car jugée potentiellement attentatoire aux libertés¹⁰⁴. Cela étant, un « compte carbone » est jugé socialement plus juste que le signal-prix : chaque individu dispose du même quota et arbitre ses choix de consommation en tenant compte de son « budget carbone », qui est découplé de ses revenus. Les effets sur l'offre et les systèmes de production pourraient être puissants, les industriels devant intégrer les limites imposées par les comptes carbone individuels et étant donc incités à diminuer au maximum l'empreinte de leurs productions.

Envisagés sous une forme pédagogique, les calculateurs d'empreinte environnementale individuelle permettent d'identifier les leviers à la disposition des consommateurs pour faire baisser leur empreinte individuelle. C'est le cas du calculateur d'empreinte carbone personnelle de référence « nosgestesclimat.fr »¹⁰⁵, développé dans le cadre du programme des start-ups d'État¹⁰⁶. Cet outil pourrait constituer la base d'une expérimentation de compteur d'empreinte individuelle, où serait attribué un budget carbone

101 France Stratégie, Rapport à la Première ministre « Les incidences économiques de l'action pour le climat » (2023).

102 Ministère de la transition écologique-CGDD, Déchets ménagers : efficacité de la tarification écologique (2016).

103 Chaire eppp : Quel bilan pour les tarifs progressifs dans l'eau potable en France ? (2017).

104 Pierre Calame, Jean-Marc Jancovici, Delphine Batho, François Rufin, Faut-il instaurer un quota de carbone par personne ? (lemonde.fr).

105 ADEME : [simulateur empreinte climat](https://www.ademe.fr/simulateur-empreinte-climat)

106 Construisons ensemble les services publics numériques de demain

fictif à des citoyens volontaires qui souhaiteraient suivre leurs postes d'émission sur une période donnée et ajuster leur consommation en conséquence. Le CESE n'ignore pas le défi méthodologique d'une telle expérimentation, souligne que cette proposition ne fait pas l'unanimité parmi ses membres et déduit qu'une proposition qui consisterait à envisager, sous une forme plus collective, la fixation de quotas limitant les volumes de produits importés, serait préférable à court terme.

Soutien à l'achat de produits durables pour les besoins essentiels

La hausse de l'inflation entraînant la baisse des ventes de produits « Bio », le Gouvernement a annoncé en mai 2023 la mise en place de chèques alimentaires en faveur des produits biologiques ou porteurs de labels de qualité, à destination des ménages modestes. Cette mesure n'est pas encore effective à l'heure où ce texte est examiné. Ce type de dispositifs de soutien à l'achat, tels que ceux favorisant l'achat de véhicules électriques (voiture, vélos, trottinettes...) ou accélérant la rénovation énergétique des logements, pourrait être déployé pour des produits répondant à des besoins essentiels.

Toutefois, le rapport du Conseil des prélèvements obligatoires précité, tout en relevant l'efficacité de ce type d'outil, indique qu'il est très coûteux pour les finances publiques. Il pourrait, en outre, générer des effets rebond, tel qu'un renouvellement prématuré de biens ou d'équipements en état de fonctionnement. Cette voie est donc à considérer avec prudence, et pourrait être réservée à un périmètre restreint ou rattachée à des événements spécifiques (par exemple, un bonus ou une fraction réservée à ces produits dans l'allocation de rentrée scolaire).

PRÉCONISATION 4

Le CESE préconise de :

- mettre en place des dispositifs de fiscalité progressive et de tarification incitative et sociale en faveur des biens et services les plus vertueux pour l'environnement (en se basant sur les scores d'affichage environnemental et d'indice de durabilité) et ceux issus des filières de réemploi, réparation et don (pour leur rôle dans la prévention des déchets) en s'assurant qu'ils soient éthiquement responsables ;
- mettre en place une éco-contribution additionnelle pour les produits présentant une mauvaise performance et un mauvais indice de durabilité au regard de leur affichage environnemental ;
- intégrer systématiquement, notamment dans les accords commerciaux internationaux, des clauses miroir sectorielles pour les produits importés hors de l'UE dont les processus de fabrication ont des impacts négatifs élevés sur l'environnement ou sur les conditions de travail ;
- organiser un débat démocratique large sur les conditions de mise en place de quotas limitant l'importation de produits à forte empreinte environnementale et de quotas carbone individuels et lancer parallèlement l'expérimentation de compteur individuel d'empreinte auprès de citoyens volontaires disposant d'un « compte carbone fictif ». Cette expérimentation permettrait entre autres que les citoyens établissent une hiérarchisation indicative des usages intégrant l'impact environnemental et social des différents produits et services.

3. Garantir la juste répartition des efforts de réduction de la surconsommation

Toute mesure invitant à la sobriété doit être pensée en tenant compte des inégalités, les contraintes sociales et spatiales limitant la capacité d'agir des citoyens : les ménages aisés et les ménages en situation de pauvreté n'ont ni les mêmes niveaux d'empreinte environnementale, ni les mêmes marges de manœuvre pour la réduire.

De ce fait, une répartition juste implique des efforts de la part des ménages dont la consommation exerce la plus forte empreinte et qui disposent des moyens d'action les plus importants, en adoptant parallèlement des mesures de redistribution destinées aux ménages les plus défavorisés (notamment des recettes tirées de la taxe carbone), comme vu plus haut.

Dans son avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* », le CESE appelle à « *engager une réforme de la fiscalité appliquée à la consommation, au carbone, intégrant les principes de progressivité et de redistribution*¹⁰⁷ ». Le CESE note que le rapport de France Stratégie cité plus haut recommande « *d'instaurer un prélèvement exceptionnel sur les 10 % les plus riches pour financer la transition écologique*¹⁰⁸ ». Ce rapport précise qu'un « *prélèvement dédié, explicitement temporaire et calibré ex ante en fonction du coût anticipé de la transition pour les finances publiques pourrait par exemple être assis sur le patrimoine financier des ménages les plus aisés* », et poursuit ainsi : « *le recours à une hausse temporaire des prélèvements obligatoires – en l'espèce de la fiscalité – ne peut pas et ne doit pas être exclu*¹⁰⁹ ». Enfin, il alerte : « *Quand on sait à quel point les sociétés avancées se sont montrées incapables de distribuer équitablement les gains induits par la mondialisation, on ne peut qu'être dubitatif sur leur capacité à répartir les coûts de la transition de manière équitable*¹¹⁰ ».

C. Mieux réguler la publicité et en faire un levier de la transition écologique

Réfléchir à des modes de consommation plus durables conduit inévitablement à s'interroger sur le rôle de la publicité. Si celle-ci permet de faire connaître des produits et peut de ce fait valoriser l'innovation, ce sujet s'est rapidement imposé lors de la Convention Citoyenne

4. Assurer l'effectivité des droits à une consommation plus durable

Au-delà des comportements individuels, incitations et normes, il importe que le cadre permettant une consommation durable soit effectif et que les abus et délits soient mieux sanctionnés, et les victimes indemnisées. De nombreux scandales environnementaux liés à la consommation sont restés sans suite faute de procédure efficace.

PRÉCONISATION #5

Le CESE préconise de donner les moyens aux consommateurs et à leurs représentants de faire mieux valoir le droit à une consommation plus durable : réforme du délit d'obsolescence programmée, réforme de l'action de groupe pour inclure l'indemnisation de l'ensemble des préjudices pas uniquement patrimoniaux.

pour le Climat dont le second objectif du volet « Consommer » vise clairement à « *Réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation* ».

De même, en 2022, le Groupe d'experts Intergouvernemental sur l'Évolution du

107 CESE, avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* » (2023).

108 France Stratégie, Rapport à la Première ministre « *Les incidences économiques de l'action pour le climat* » (2023).

109 *Ibid.*

110 *Ibid.*

Climat (GIEC), dans le dernier volet de son cycle d'évaluation « Atténuation du changement climatique », a pour la première fois évoqué la régulation de la publicité comme un outil approprié pour promouvoir des modes de consommation plus sobres.

1. Un secteur économique significatif et un outil puissant d'incitation à consommer

Dans leur rapport « Publicité et Transition Écologique » rédigé en 2020 à la demande de la ministre de la Transition écologique, Géraud Guibert et Thierry Libaert expliquent que la publicité utilise des canaux divers correspondant à l'ensemble des dépenses de communication commerciale.

On entend ainsi la communication commerciale comme :

- l'achat d'espace dans différents médias : internet, télévision, presse, affichage, radio, cinéma ;
- les actions de marketing, de parrainage, de communication événementielle ;
- l'utilisation de supports « propriétaires » : applications mobiles, site internet, réseaux sociaux ;
- les actions « encouragées » des influenceurs qui relèvent de la communication publicitaire dès lors que le message vantant un produit ou service est rémunéré de quelque façon que ce soit ;
- le placement de produit défini comme toute forme de communication commerciale audiovisuelle consistant à inclure un

produit, un service ou une marque ou à y faire référence, en l'insérant dans un programme, moyennant paiement ou autre contrepartie.

Selon les études, nous serions ainsi tous, adultes et enfants, exposés à plusieurs centaines voire à plusieurs milliers de messages chaque jour. Outre l'encouragement à acheter toujours plus, c'est aussi un modèle de vie dans lequel acte d'achat et bonheur seraient intimement liés que promeuvent ces messages. Ainsi, le rapport *“La communication commerciale à l'ère de la sobriété”*¹¹¹ co-rédigé en 2022 par l'institut Veblen et l'association Communication et démocratie, met en évidence que *« le niveau de dépenses publicitaires observé en France a conduit à une augmentation cumulée sur 30 ans de la consommation des ménages de près de 5,3 % »* et que *« l'augmentation de la consommation qui résulte des dépenses publicitaires a en outre permis aux entreprises d'augmenter leur taux de marge de 0,84 %, en renforçant leur position sur le marché face aux concurrents moins actifs sur le volet de la communication commerciale. »*

En 2022, le marché de la communication pèse en France 32,7 milliards d'euros, soit un montant du même ordre de grandeur que les dépenses de recherche et développement réalisées par les entreprises (35 milliards d'euros), alors que sur quelque 4 millions d'entreprises recensées par

¹¹¹ Rapport co-rédigé par Mathilde Dupré et Renaud Fossard (octobre 2022)

l'INSEE, 67 000 seulement recourent à la publicité. En 2019, les 2/3 des dépenses de communication commerciale au niveau national étaient assurés par moins de 500 annonceurs, et 1/5 par 31 annonceurs ayant un budget moyen de campagne d'environ 125 millions d'euros. Parmi les dix premiers annonceurs, cinq appartiennent au secteur de la distribution et représentent 20 % des budgets totaux de communication. Ils sont suivis par la Mode (8 % des budgets), la Banque et Assurance (7 %), les Services, le Tourisme et Restauration, l'Automobile,

l'Alimentation, les Télécoms, la Culture et les Loisirs avec pour chacun 5 à 6 % des budgets et, enfin, par la Beauté avec 3 % des budgets¹¹². Pour l'essentiel, ces dépenses de publicité constituent des charges d'exploitation déductibles du résultat fiscal des entreprises.

Les messages publicitaires utilisent de plus en plus les supports numériques avec une partie ciblée et individualisée et une partie dite contextuelle déversée en nombre, engendrant une consommation énergétique croissante.

FIGURE 11 : ÉVOLUTION DU MARCHÉ DE LA PUBLICITÉ DIGITALE DE 2013 À 2022 FRANCE, RECETTES EN Md€, TOUS LEVIERS CONFONDUS



à l'exception de certaines années moyennes de nos chiffres relatifs à l'année 2020 ont été révisés pour tenir compte des changements de périmètre et de l'ajout de certains acteurs. Sauf de manière exceptionnelle à 9 999 Md€ (soit 9 999 Md€ dans l'industrie publicitaire). Les chiffres relatifs à l'année 2020 ont été révisés pour tenir compte des changements de périmètre et de l'ajout de certains acteurs. Sauf de manière exceptionnelle à 7 777 Md€ (soit 7 777 Md€ dans l'industrie publicitaire). Les chiffres relatifs à l'année 2021 ont été révisés pour tenir compte des changements de périmètre et de l'ajout de certains acteurs. Sauf de manière exceptionnelle à 8 888 Md€ (soit 8 888 Md€ dans l'industrie publicitaire). Source : IREP, Kantar, données relatives aux données de janvier 2022 avec les acteurs de marketing, informations publiques. Analyse Océano Média.

Source : Observatoire de la publicité 2022

Rémunérées « au clic », les annonces publicitaires en ligne doivent viser juste en proposant le bon produit ou service à la bonne personne, au bon moment. Pour augmenter leurs chances, elles s'appuient sur la puissance de l'intelligence artificielle et des algorithmes. Les cookies, « espions numériques »,

s'installent sur nos ordinateurs ou terminaux mobiles à chaque bifurcation de nos parcours internet et enregistrent des milliers de données qui, croisées, permettent de dessiner un profil de consommation détaillé. Leur échapper est difficile. Si une page de consentement aux cookies est obligatoire à l'entrée

112 Sources : Baromètre Unifié du Marché Publicitaire et de la communication France Pub, IREP, KANTAR.

de chaque site, l'option « refuser tout » est parfois bien cachée en caractères discrets ou au bout d'un fastidieux questionnaire aux conclusions obscures.

La CNIL déplore ces pratiques et a émis des recommandations pour y mettre fin mais de nombreux écarts demeurent. Des bloqueurs de publicité sont également disponibles mais les télécharger peut s'avérer complexe pour qui ne maîtrise pas parfaitement internet. De plus, certains sont pointés comme malveillants, bloquant l'accès des concurrents pour garder le monopole d'exploitation des données qu'ils sont censés protéger. Enfin, dernière méthode pour s'affranchir, au moins en partie, des écrans publicitaires, payer : payer ponctuellement ou par abonnement pour visionner des séries ou vidéos, suivre l'actualité ou la météo sans être confronté à une succession de messages promotionnels. On se souvient à ce propos de la célèbre phrase de Tim Cook, directeur général d'Apple, dans la guerre qui l'oppose au créateur de Facebook : « *Quand c'est gratuit, c'est que c'est vous le produit* » ; un état de fait qui revient paradoxalement à faire de celles et ceux qui ont le moins de moyens la cible privilégiée du marketing et de la publicité, créant frustration et sentiment d'exclusion d'une société fondée sur l'avoir et le paraître.

Le CESE souhaite (re)donner aux internautes le pouvoir face aux traceurs ou aux multiples sollicitations dont ils peuvent faire l'objet et préconise en ce

sens plusieurs mesures pratiques spécifiques aux supports numériques. Les règles existantes ne sont pas suffisamment appliquées et opérantes.

En termes d'emplois, en 2019¹¹³, les effectifs des agences de publicité dans notre pays sont évalués à 130 000 salariés, auxquels il faut ajouter 155 000 salariés travaillant pour le secteur publicitaire en entreprise (annonceurs) et plus largement les effectifs des directions de la communication.

Enfin, la publicité assure une part significative du financement des médias, fournissant plus d'un tiers des recettes de la presse écrite et 50 % pour la radio et la télévision. De nombreux médias, fragilisés par l'explosion du numérique, doivent leur survie aux recettes publicitaires et en sont donc dépendants. Une situation qui, pour les défenseurs du secteur, plaide en faveur du maintien, en l'état, de cet « écosystème ».

2. Publicité et environnement, une relation de plus en plus tendue

Pendant longtemps, la publicité n'était réellement contestée que lorsqu'elle apparaissait comme mensongère.

C'est précisément sous cet angle qu'elle a été abordée lors du Grenelle de l'environnement, qui s'est intéressé au « greenwashing ». Il s'est agi alors de mettre fin à l'usage abusif d'arguments environnementaux grâce à un nouveau dispositif de régulation,

¹¹³ Ministère de la Transition écologique et solidaire, rapport de Thierry Libaert et Géraud Guibert « Publicité et transition écologique » (2020).

en lieu et place de l'ancien, reposant sur le BVP (Bureau de Vérification de la Publicité).

C'est ainsi qu'est née l'ARPP (Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité), organisme d'autorégulation fondée sur la responsabilisation de la profession et financé par ses 700 adhérents. L'ARPP émet des recommandations et des règles déontologiques qui s'inscrivent dans le « droit souple ».

Lui sont associées trois instances : le Conseil de l'Éthique publicitaire, organisme de réflexion créé dès 2005, le Conseil Paritaire de la Publicité (CPP) et le Jury de déontologie publicitaire (JDP).

Le JDP est une instance de contrôle chargée de se prononcer sur les plaintes émises à l'encontre des campagnes qui contreviendraient aux règles professionnelles. À titre illustratif, sur 797 plaintes reçues en 2019, 5 % ont été considérées comme fondées. Cette faible proportion, stable à travers les années, peut constituer un indicateur d'efficacité globale du dispositif pour ce qui concerne le respect de la déontologie et la lutte contre les allégations trompeuses. On remarque toutefois que les avis ne sont pas assortis de sanction et font l'objet d'une publication discrète dans les supports professionnels.

Le Conseil Paritaire de la Publicité est, quant à lui, une instance de concertation amont théoriquement composée de 18 membres, pour moitié professionnels des agences de publicité, des médias et des annonceurs, pour l'autre de représentants du secteur associatif, de la consommation et de l'environnement.

L'enjeu climatique et plus largement celui de la RSE devenant plus prégnants, la question de l'éthique publicitaire pouvait difficilement rester circonscrite au seul caractère véridique ou non des arguments avancés. Conscients de

cette évolution, des professionnels du secteur ont spontanément travaillé sur la réduction de leurs émissions directes de GES ou exclu certains produits fortement émetteurs de leurs campagnes.

L'ARPP, pour sa part, a diffusé un certain nombre de recommandations et de bonnes pratiques, a proposé une certification encadrant un label « influenceur responsable », et s'est engagée dans le soutien au Pacte mondial des Nations Unies...

Malgré cela, des tensions au sein du Conseil Paritaire sont apparues, conduisant au départ ou au refus de siéger de certaines associations car la question de la compatibilité même du modèle publicitaire avec les enjeux de la transition écologique restait posée.

Avec le développement de la communication numérique, une nouvelle autorité publique de régulation indépendante a été créée en 2022, l'Autorité de Régulation de la Communication audiovisuelle et numérique (ARCOM), à partir du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et de la Haute Autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur internet (Hadopi). L'ARCOM est garante de la liberté de communication, veille au financement de la création audiovisuelle et à la protection des droits des professionnels et des publics. Outre les supports audiovisuels « classiques », elle intervient sur les plateformes en ligne, réseaux sociaux, moteurs de recherche. Hormis le suivi des Contrats Climats (voir ci-dessous), celle-ci ne mentionne pas d'autres compétences ou missions en matière environnementale.

3. Des voix s'élèvent pour mieux encadrer la publicité et en faire un levier contribuant aux objectifs de transition écologique.

Lors des auditions, il a été relevé que l'ARPP est contrôlée en grande partie par les professionnels qui plaident pour un maintien du *statu quo*, alors que l'ARCOM est indépendante mais cantonnée à l'audiovisuel et au numérique.

Or, de plus en plus de voix s'élèvent, estimant que la régulation devrait avoir un rôle central dans la réorientation du secteur de la communication au service de la transformation de notre société.

Ainsi, le « Grand défi des entreprises pour la planète¹¹⁴ », qui a rassemblé pendant plusieurs mois des « délégués » issus de secteurs et entreprises diversifiés, a publié ses conclusions fin 2022 sous la forme de 100 propositions. Concernant la publicité, il propose d'instaurer une « Loi Publicité Environnement » qui, à l'instar de la Loi Évin (qui réglemente voire interdit la promotion de l'alcool et du tabac), contrôlerait les communications en fonction du score environnemental : pour les produits et services les plus nocifs, la publicité serait interdite ; pour les produits et services avec un fort impact environnemental, l'encadrement serait strict et des canaux et/ou des contenus pourraient être exclus des plans de promotion ; pour les produits et services les moins nocifs, une mention de consommation pourrait être obligatoire, comme « *avant d'acheter, vérifiez...* ». En

complément, plusieurs propositions visent à réduire la « sur promotion » et à renforcer l'écoconception des communications publicitaires : instauration d'un régime de sanction réellement dissuasif (pourcentage du chiffre d'affaires et non fraction du coût de la campagne), suppression progressive des écrans numériques publicitaires, arrêt de la publicité imprimée distribuée non-adressée, avec un objectif de réduction de 90 % d'ici 2026, réduction des « goodies » pour arriver à l'interdiction de la distribution d'objets promotionnels gratuits dans l'espace public et à destination des mineurs.

On rappellera ici également que la Convention citoyenne pour le climat avait demandé l'interdiction de manière opérante de la promotion des produits les plus émetteurs de gaz à effet de serre sur tous les supports publicitaires, une régulation limitant les incitations quotidiennes et non-choisies ainsi que des mentions pour inciter à moins consommer.

Ces dernières années, la réglementation du domaine de la communication marketing et publicitaire s'est notamment renforcée avec la loi « Climat et Résilience » du 22 août 2020. Celle-ci rend obligatoire une information synthétique sur l'impact environnemental des biens et services sur l'ensemble de leur cycle de vie (affichage environnemental) ; une information qui, si elle est disponible, devra apparaître dans les publicités de manière visible et facilement compréhensible. Elle

¹¹⁴ <https://www.legranddefi.org/>

interdit également à terme la publicité relative à la vente ou faisant la promotion des voitures particulières neuves dont les émissions de CO₂ sont supérieures à 123 g par km – [soumis à décret, avec entrée en vigueur prévue en 2028]¹¹⁵, ainsi que l'usage de la mention « *neutre en carbone* » ou équivalent, à moins que les éléments prouvant cette neutralité ne soient disponibles et compréhensibles¹¹⁶. Enfin, mesure très médiatisée et controversée, elle interdit la publicité aérienne.

Plus largement, la loi Climat et Résilience cible la régulation du secteur. Ainsi, elle prévoit que l'ARPP adresse chaque année au Parlement « *un rapport faisant état des dispositifs d'autorégulation existants et présentant le bilan de leur action* » et institue les Contrats-climat qui ont notamment pour objet de réduire significativement les communications commerciales audiovisuelles – y compris en ligne – des biens et services ayant un impact négatif sur l'environnement, en particulier en termes d'émissions de gaz à effet de serre, d'atteintes à la biodiversité et de consommation de ressources naturelles sur l'ensemble de leur cycle de vie.

Le suivi de ces contrats est confié à l'ARCOM.

À quelques mois du premier bilan de mise en œuvre des contrats-climat prévu mi-2023, la plupart des observateurs – y compris l'ARCOM – restent très mitigés quant à leur portée réelle. En effet, sur le nombre d'assujettis, c'est-à-dire d'annonceurs dont les investissements publicitaires sont supérieurs à 100 000€ par an, seuls 18 % ont souscrit un

contrat climat et près d'un tiers de ces contrats ne comporte aucun engagement de réduction des communications commerciales. On note également une insuffisance en matière de prévention de l'éco blanchiment, un manque d'indicateurs de suivi et, parfois, des engagements portant sur des dispositifs réglementaires déjà en vigueur. En revanche, on peut souligner l'engagement volontaire de certains acteurs, puisque 45 % des signataires de contrats-climat n'y seraient pas assujettis.

Dans le cadre de la loi, une expérimentation « *Oui Pub* » est lancée au sein de 14 collectivités territoriales volontaires entre 2022 et 2025, en interdisant la distribution d'imprimés publicitaires non adressés sauf lorsque l'autorisation de les recevoir est indiquée de manière visible sur la boîte aux lettres afin d'aller vers une publicité « *voulue* » plutôt que « *subie* » et de réduire le gaspillage.

Un comité de pilotage et d'évaluation associant l'ensemble des collectivités a été mis en place sous la présidence de l'ADEME. Il mesurera l'impact de l'expérimentation sur la production et le traitement des déchets papier, ses conséquences sur l'emploi, sur les secteurs d'activités concernés, sur les comportements des consommateurs, mais aussi sur les éventuelles difficultés de généralisation d'une telle mesure.

Enfin, la Commission européenne s'intéresse elle aussi au secteur publicitaire. En 2020, elle dresse le constat que, sur les seules allégations environnementales, plus de la moitié seraient vagues, trompeuses ou infondées. Elle relève en outre plus de

¹¹⁵ Il convient de rappeler que, en vertu de l'article 25 de la loi Climat-Résilience, la mise sur le marché de ces véhicules sera interdite deux ans plus tard, en 2030. Concrètement, il n'y aura alors déjà plus de publicité en 2028 pour ce type de véhicules dont la fin des lignes de production aura déjà été engagée entre-temps.

¹¹⁶ De leur côté, les associations et l'ADEME proposaient d'interdire l'usage de la mention « *neutre en carbone* ».

230 labels environnementaux sur le marché, dont la moitié serait accordé sans vérifications probantes. Afin de lutter contre l'écoblanchiment, elle lance le projet de directive « *Green Claims* ». La proposition adoptée en mars 2023 vise à mieux encadrer les labels et à renforcer la fiabilité des étiquettes environnementales. Dans son dossier de presse, la Commission souligne que la fiabilisation et l'harmonisation de ces données seront bénéfiques pour les consommateurs qui pourront faire des choix éclairés, pour l'environnement en orientant réellement vers une consommation plus durable, mais également pour les entreprises plus crédibles et dans une concurrence plus saine. En France, le CESE note l'actualisation du guide des allégations environnementales¹¹⁷ fin mai 2023 par le Conseil national de la consommation.

PRÉCONISATION 6

Concernant l'encadrement de la publicité, le CESE préconise :

- une régulation renforcée et indépendante des contenus publicitaires et de communication commerciale, en élargissant les compétences de l'ARCOM (validation *a priori* des contenus, examen des plaintes, pouvoir de sanction, labellisation...);
- un renforcement des dispositions relatives aux Contrats-climat : élargissement des secteurs assujettis, obligation de conclure un contrat-climat pour tous les assujettis, fiabilité et transparence des indicateurs, suivi et évaluation de l'atteinte des objectifs fixés selon une méthode harmonisée, augmentation de la sanction en cas de manquement ;
- que les écoles de publicité, commerce, marketing, intègrent un module de formation aux impacts de la production et de la consommation sur les enjeux du climat et de la biodiversité et au rôle de la publicité.

PRÉCONISATION 7

Concernant les contenus et message diffusés, le CESE préconise de :

- instaurer une éco-contribution progressive, prélevée sur les budgets publicitaires et les dépenses de communication commerciale, alimentant un fonds de financement de campagnes de sensibilisation aux impacts de la surconsommation (et non une simple mention de type « consommer moins consommer mieux », que le CESE considère comme inefficace). Ces campagnes seraient créées et définies suite à appel d'offres de l'autorité indépendante et viseraient à diffuser de manière proportionnée et sur les grands supports de « publicité classique » des messages désincitatifs ;
- sur le modèle de la loi Évin, interdire, selon un calendrier prédéfini, la publicité pour certains produits aux scores environnementaux et de santé les plus médiocres ;
- imposer une proportion obligatoire de messages de sobriété dans les algorithmes de recommandation publicitaires ;
- étudier un droit à l'image pour l'utilisation des espaces naturels ou des espèces.
- supprimer les labels privés non vérifiés par des organismes certifiés et faire évoluer les labels existants vers un label « consommation durable » de référence. Œuvrer pour son extension à l'échelle européenne. Au niveau national, cette labellisation serait attribuée par l'ADEME

PRÉCONISATION 8

Pour renforcer le pouvoir des consommateurs, le CESE préconise de :

- rendre obligatoire une mention visible et simple permettant de refuser les « cookies » dès la page de connexion sur les sites et plateformes numériques ; imposer la conservation du refus sur la même durée que le consentement aux traceurs conformément aux recommandations de la CNIL ;
- mettre à disposition des internautes une liste de bloqueurs de publicités public de référence, facilement téléchargeables en *open source* et approuvés par l'Agence nationale de la sécurité des systèmes d'information.

IV - Favoriser une économie de la sobriété et du lien

A. Accompagner la transformation des modèles productifs pour faire d'un impératif une réelle opportunité

La question des interactions entre consommation et production se pose : le consommateur achète les biens disponibles et les industriels produisent pour répondre à la demande. L'acte de consommation n'étant pas détachable de l'acte de production, une consommation plus durable implique une production plus durable¹¹⁸. Or, il convient ici de rappeler que la phase de production d'un produit est la plus impactante en termes d'émissions carbone et de consommation de matières. Pour une entreprise comme Décathlon, par exemple, entreprise intégrée qui englobe dans ses activités les phases de conception, production, distribution et réparation, les activités de production représentent 80 % de son bilan carbone¹¹⁹.

L'exigence de sobriété ne saurait donc peser exclusivement sur le consommateur, partagé entre ses aspirations et ses contraintes d'une part, et incité à consommer

toujours plus d'autre part¹²⁰. Pour certains experts auditionnés, « consommer moins et mieux » impose en parallèle de « produire moins et mieux », en commençant par dépasser l'économie linéaire, qui « repose sur la recherche d'une production infinie avec des ressources limitées en utilisant au maximum les matières premières disponibles (bois, pétrole, charbon, etc.) [et] peut se résumer en quatre mots : extraire, fabriquer, consommer, jeter¹²¹ ». Plusieurs personnes auditionnées¹²² ont insisté sur le fait que, si certaines filières peuvent développer des innovations permettant de gagner en efficacité dans l'utilisation de matières et d'énergie via l'écoconception, l'efficacité seule ne saurait suffire et la sobriété doit rester la priorité. En outre, l'innovation doit répondre à de réels besoins et être mise en regard de ses impacts et potentiels effets rebonds, notamment sur les marchés

118 Audition de M. Timothée Parrique, chercheur en économie écologique à l'université de Lund en Suède, 13 avril 2023.

119 Audition en table-ronde de Mme Julie Soullignac, cheffe de projet développement durable réparabilité chez Decathlon France, 9 mai 2023.

120 Auditions de M. Philippe Moati et de Mme Catherine Larrère, philosophe et professeure de philosophie émérite, 25 avril 2023.

121 Institut national de la consommation, Fiche « L'économie circulaire, qu'est-ce que c'est ? » (2020).

122 Auditions de MM. Pierre Galio (4 avril 2023) et Timothée Parrique (13 avril 2023), entretien avec M. Bertrand Bohain (21 avril 2023).

déjà saturés (ex. TV, smartphones, objets connectés, automobile...). Enfin, la plupart des auditions¹²³ ont conclu que la réglementation est nécessaire, notamment dans le domaine de l'environnement, pour catalyser les changements d'habitude des consommateurs ou la régulation du marché, garantissant ainsi des contraintes équitables et d'égales opportunités.

Dans le Rapport annuel sur l'état de la France 2021, le CESE appelle à « *favoriser une croissance d'un nouveau type en orientant mieux les investissements matériels et immatériels* » et à « *accompagner les entreprises, en particulier les TPE et PME vers une transition écologique de l'économie et une nouvelle politique industrielle : dans cet effort, l'appui aux entreprises doit être conditionné à des critères environnementaux (diminution des émissions de gaz à effet de serre, protection de la biodiversité), sociaux (participation au développement local, partage de valeur ajoutée, formation des salariés/salariées) et économiques (soutien au développement de l'économie circulaire, études d'impact sur la croissance à long terme, limites aux délocalisations)*¹²⁴ ».

Cette « nouvelle politique industrielle » permettrait de redévelopper des filières nationales (textile, électroménager, automobile, etc.) dont l'offre serait compatible avec les objectifs de consommation durable. Alors que la place de l'industrie dans l'économie

française recule depuis cinq décennies, la crise sanitaire de 2020 a mis en lumière la dépendance critique de notre économie dans plusieurs filières, conduisant le Gouvernement à adopter un programme de réindustrialisation et de relocalisation financé notamment par France 2030 : en 2022, 49 entreprises se sont réimplantées sur le territoire français et l'industrie manufacturière a enregistré une création nette de 80 usines (après 123 en 2021)¹²⁵. Le CESE constate que le projet de loi « Industrie verte » (cf.II.A.) prévoit de nombreuses dispositions incitatives en ce sens, tout en relevant que la sobriété mériterait d'être promue. Il fait aussi le constat de la nécessité de mettre en cohérence les politiques industrielles et commerciales, qui permettront aux secteurs concernés de pérenniser leurs activités.

Les nécessaires transformations du modèle productif sont déjà entamées et la France y fait figure de pionnière : feuille de route, plan et lois en faveur de l'économie circulaire, initiation des normes d'écoconception¹²⁶, évolution du cadre général de prévention et de gestion des déchets, encadrement des allégations environnementales et information des consommateurs sur les produits, etc. En témoignent le développement des secteurs de l'économie de la fonctionnalité et le regain d'intérêt pour les produits de seconde main (voir les avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance*

¹²³ En particulier, auditions de MM. Thomas Bourgenot et Renaud Fossard et de Mmes Sarah Denisse et Mathilde Dupré (2 mai 2023), entretien avec M. Ronan Groussier, responsable des affaires publiques et du plaidoyer de l'association Halte à l'obsolescence programmée (28 avril 2023).

¹²⁴ CESE, « Rapport annuel sur l'état de la France 2021 - Face au choc, construire ensemble la France de demain » (2021).

¹²⁵ Trendeo, Rapport « L'emploi et l'investissement en 2022 en France » (2023).

¹²⁶ Consultation en cours sur les futures normes ISO 59004, 59010 et 59020 sur l'économie circulaire.

au service de l'environnement et de l'humain¹²⁷ » et « Mission commerce – saisine gouvernementale¹²⁸ ») ou encore la progression de la vente en vrac (passé d'à peine 100 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2013 à 1,2 Mds d'euros en 2019¹²⁹). Les entreprises ont tout à gagner à cette transformation : amélioration de la compétitivité, réduction des coûts internes, mobilisation des personnels de l'entreprise, facteur de différenciation et d'image en phase avec les aspirations des citoyennes et citoyens à une consommation plus durable¹³⁰.

De précédents travaux du CESE ont émis des préconisations, non reprises en détail ici, qui restent d'actualité en matière de politiques publiques nationales :

→ mettre en place une Programmation pluriannuelle de l'industrie (PPI) élaborée avec toutes les parties prenantes, révisable à échéances régulières, qui permettrait d'établir les politiques publiques en termes de recherche et d'innovation, de formation, de financements, de services publics et d'infrastructures¹³¹ ;

→ reconquérir notre indépendance économique, en orientant la production vers les biens et services essentiels à la vie du pays, en faisant de l'enjeu environnemental un élément structurant et transverse et du maintien et de la création d'emplois un élément central, en lien avec le développement de la gestion prévisionnelle des emplois et compétences¹³² ;

→ encourager l'adoption d'un traité international sur la pollution par les plastiques, prévoyant la mise en œuvre de stratégies nationales fixant les objectifs et prévoyant les moyens d'accompagnement des entreprises et des collectivités dans la réduction de l'usage des plastiques et la mise en œuvre d'une économie circulaire des produits plastiques et de leurs alternatives¹³³ ;

→ mettre en œuvre, dans chaque filière, une économie circulaire et de l'usage qui limite les extractions de ressources naturelles, favorise l'écoconception, la réparation, le réemploi, la transformation des matières, pour réduire les quantités de déchets¹³⁴.

127 CESE, avis « Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain » (2023).

128 CESE, avis « Mission commerce – Saisine gouvernementale » (2021).

129 *Ibid.*

130 CESE, « Rapport annuel sur l'état de la France 2021 - Face au choc, construire ensemble la France de demain » (2021).

131 CESE, avis « Industrie : un moteur de croissance et d'avenir » (2018).

132 CESE, avis « Filières stratégiques : définir et mettre en œuvre les priorités » (2021).

133 CESE, avis « Vers un traité international sur la pollution par les plastiques : enjeux, options, positions de négociations » (2023).

134 CESE, « Consultation sur le Projet du programme national de réformes 2023 » (2023).

De plus, à l'échelle des entreprises, les préconisations suivantes restent également à mettre en œuvre :

- engager et accompagner les acteurs économiques *via* une politique de réindustrialisation soutenable et favoriser l'émergence de filières nouvelles d'excellence, encourageant l'innovation et la recherche et développement et prévoyant les moyens de formation aux nouvelles compétences ¹³⁵ ;
- développer des outils au sein des entreprises : pour inciter au suivi de critères non financiers dans les PME, utiliser des référentiels stabilisés aux critères simples et vérifiables afin de mieux évaluer les activités selon leurs impacts économiques, sociaux et environnementaux ; dans l'objectif de mettre en œuvre une comptabilité environnementale, prendre en compte la sobriété dans les rapports d'activité et intégrer la sobriété dans les critères d'attribution sur les aides aux entreprises relatives à la transition écologique en tenant compte de la taille de celles-ci ¹³⁶ ;
- renforcer les démarches d'accompagnement technique et financier des entreprises du commerce et de l'artisanat dans leur transition écologique et massifier les diagnostics des TPE afin de leur proposer des plans d'action individualisés leur permettant d'intégrer l'écologie dans la gestion quotidienne de leur entreprise ¹³⁷.

Pour le CESE, il s'agit d'accélérer les transformations à l'œuvre, en renforçant le pilotage transversal des politiques publiques, qui relèvent aujourd'hui, selon les objectifs et secteurs concernés, du ministère de la Transition écologique, de celui de l'Économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique, ou, pour les industries agro-alimentaires, de celui de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire et, à l'intérieur de chaque ministère, de plusieurs directions. Il en résulte un risque de dilution de la dynamique de mise en œuvre des politiques (par exemple, la relocalisation de l'industrie aux dépens de la lutte contre l'artificialisation des sols).

Comme l'a rappelé le CESE dans son avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* », aller vers une « économie de la sobriété », impose des transformations systémiques et multisectorielles qui relèvent des arbitrages de la Première ministre. Ils recouvrent plusieurs chantiers de la planification écologique, aussi le Secrétariat général à la planification écologique doit y jouer un rôle premier.

135 CESE, avis « SFEC : quelle gouvernance pour la transition écologique ? » (2022).

136 CESE, avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* » (2023).

137 CESE, avis « Mission commerce – Saisine gouvernementale » (2021).

PRÉCONISATION 9

Le CESE préconise de :

- intégrer dans toutes les dimensions des politiques économiques des considérations de sobriété et de justice sociale au travers de la planification écologique ;

- définir par filière (par exemple dans le cadre des comités stratégiques de filières avec l'ensemble des parties prenantes), des objectifs, une trajectoire ambitieuse de réduction de l'empreinte environnementale (carbone, bilan matière, biodiversité...) et en prévoyant des points d'étape réguliers pour permettre un pilotage effectif, en associant l'ensemble des parties prenantes pour la fixation des priorités ;
- mettre en place des mesures d'accompagnement à la transition et à la relocalisation industrielle et commerciale en faveur des entreprises et des collectivités territoriales : financement, compétences, dialogue social et management, éducation et formation, etc.

Pour garantir la transversalité de ce plan, le Secrétariat général à la planification écologique devrait en coordonner le pilotage et s'appuyer sur la déclinaison du plan d'action européen pour l'économie circulaire. Cette politique devrait pouvoir s'appuyer sur un nouveau programme d'intervention sur crédits État, inspiré de la proposition d'amendement au projet de loi de finances 2023 visant à créer un « Plan France soutenable pour l'économie circulaire, le réemploi et la réutilisation ».

B. Faire de la France une nation championne de « l'économie de la sobriété »

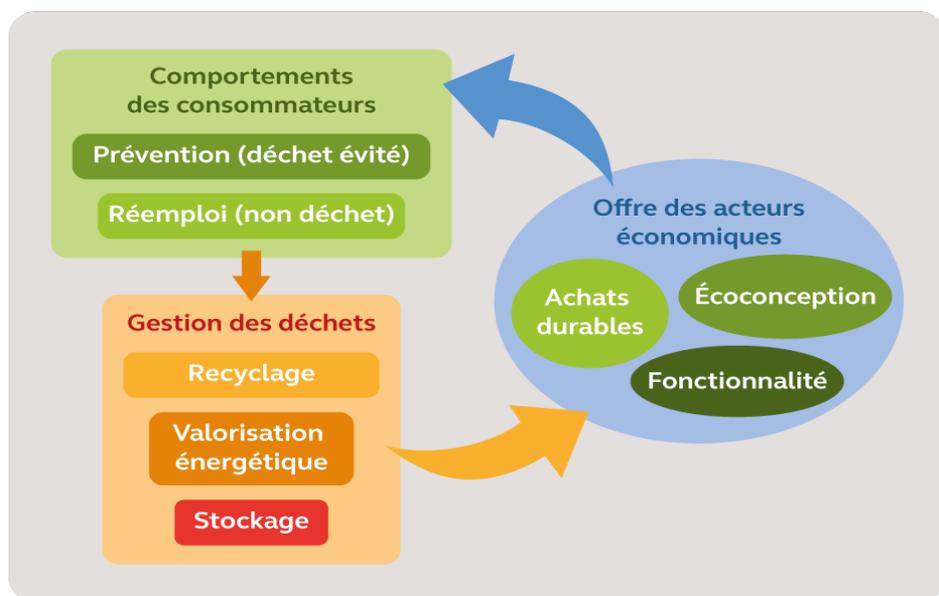
1. Garantir l'atteinte des objectifs de la loi AGEC en matière de réduction des déchets

Les ambitions de la loi AGEC ont été saluées lors des auditions. Si le présent avis n'a pas pour ambition d'examiner de façon détaillée la question des déchets, de nombreuses personnes auditionnées ont néanmoins insisté sur la forte influence de nos modèles de production et de consommation sur la production de

déchets et, par suite, sur les enjeux de leur prévention et de leur gestion¹³⁸. Le schéma suivant résume le cadre général des leviers d'action des consommateurs, des entreprises et du secteur des déchets.

¹³⁸ En particulier, auditions de MM. Pierre Galio, Thomas Bourgenot et Renaud Fossard et de Mmes Flore Berlingen, Sarah Denisse et Mathilde Dupré, entretien avec M. Ronan Groussier, responsable des affaires publiques et du plaidoyer de l'association Halte à l'obsolescence programmée, *op. cit.*

FIGURE 12 : HIÉRARCHIE DES MODES DE TRAITEMENT DES DÉCHETS ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE



Source : Cour des comptes, Rapport annuel 2023 – Chapitre 5 – Les déchets ménagers : un défi au quotidien pour les intercommunalités et un nouvel enjeu pour les régions (2023)

Lors des auditions, le cadre actuel a fait l'objet de nombreuses remarques, interrogations ou critiques portant sur :

- la capacité réelle des éco-organismes à inciter et à financer l'écoconception, la réparation, le réemploi et le don, pourtant prioritaires dans la hiérarchie des déchets par rapport au recyclage (avec un point d'attention particulier sur les invendus) ;
- la difficulté pour les collectivités de voir les coûts de collecte et de traitement des déchets correctement couverts par les éco-organismes ;
- la gouvernance des éco-organismes, composés des metteurs sur le marché (industriels et distributeurs), et l'absence de place des associations (consommateurs, réemploi solidaire, environnement) et des pouvoirs publics (État et collectivités territoriales) dans la prise de décision de ces structures ;
- la capacité, en temps et moyens humains, des pouvoirs publics à contrôler les objectifs fixés en matière d'écoconception, réparation et réemploi, de sanctionner les éventuels écarts et de renforcer les objectifs le cas échéant ;
- la multiplicité des fonds « réparation » et « réemploi » pour lesquels les négociations, mises en place filière par filière, sont jugées tendues et particulièrement chronophages par les associations ;
- le niveau qui sera atteint par le fonds « réemploi » au regard des ambitions de la loi AGECE (50 M €) et le risque de sous-consommation des crédits ;
- le niveau d'ambition et le suivi des écomodulations (primes et pénalités) de la contribution versée par les producteurs aux éco-organismes en fonction de critères environnementaux

tels que l'écoconception ou la part de matières recyclées des produits.

Le CESE note que les trois premières préoccupations listées ci-dessus rejoignent des enjeux pour lesquels la Cour des comptes a formulé des recommandations dans son rapport : « *Les éco-organismes : une performance à confirmer, une régulation à renforcer*¹³⁹ » ; les trois dernières intervenues après à la publication du rapport de la Cour des Comptes, qui ne s'est pas prononcée sur ces enjeux depuis.

Par ailleurs, concernant le « bonus réparation » mis en place pour couvrir une partie des coûts de réparation de certains produits pour le consommateur, le ministre de la Transition écologique et de la cohésion des territoires a constaté que « *les premiers résultats ne sont pas à la hauteur des attentes : en 4 mois, 0,5 M€ de bonus ont été reversés aux Français alors que 62 millions d'euros restent disponibles cette année pour financer la réparation*¹⁴⁰ » et a demandé aux éco-organismes de proposer des mesures correctives d'ici l'été 2023.

Au regard du caractère évolutif et non stabilisé du contexte réglementaire à la date de rédaction du présent avis (nouvelles filières REP à créer, manque de recul sur le comité inter filières-REP, agrément des éco-organismes en

cours, décrets d'application restant à paraître, écomodulations à fixer...), un travail ultérieur approfondi sur ce sujet apparaît nécessaire. Ce travail, auquel le CESE pourrait prendre part, permettrait d'actualiser les préconisations formulées dans son dernier avis relatif aux déchets, adopté en 2008¹⁴¹.

PRÉCONISATION 10

Le CESE préconise qu'une évaluation des évolutions du cadre général de la politique de prévention et de gestion des déchets introduites par les lois en faveur de l'économie circulaire soit réalisée et donne lieu à un débat public. Il appelle à ce que cette évaluation interroge la pertinence et l'efficacité du cadre actuel, et propose le cas échéant les modifications jugées nécessaires.

Ce processus, auquel le CESE pourrait prendre part, devrait impliquer l'ensemble des parties prenantes et examiner l'ensemble des leviers à mobiliser, de nature réglementaire, financière, fiscale et de gouvernance.

¹³⁹ Cour des comptes, Rapport Les éco-organismes : une performance à confirmer, une régulation à renforcer (2020) page 413.

¹⁴⁰ Bonus réparation : Christophe Béchu et Bérangère Couillard demandent une accélération : ecologie.gouv.fr le 23 avril 2023.

¹⁴¹ CESE, avis « *Les enjeux de la gestion des déchets ménagers et assimilés en France en 2008* » (2008).

2. Renforcer le soutien au réemploi et à la réparation, deux secteurs porteurs d'opportunités

Pour le CESE, la réparation et le réemploi doivent être privilégiés autant que possible à l'achat de produits neufs d'une part, et au recyclage d'autre part. Lors de son audition, Mme Flore Berlingen a insisté sur l'effet contreproductif de laisser croire que la consommation pourrait s'affranchir de la sobriété grâce au recyclage, le recyclage à 100 % n'existant pas¹⁴².

Une étude de l'ADEME identifie trois leviers pour lever les freins persistants à la réparation : réduire le coût de la réparation par rapport au remplacement, favoriser l'accès aux circuits de réparation et mettre en place une garantie sur la réparation¹⁴³. Pour le CESE, il relève de la responsabilité partagée des producteurs et des pouvoirs publics de lever ces freins, par un soutien renforcé et la planification des besoins financiers et humains d'une part, et par l'assurance de disponibilité des pièces détachées de la part des industriels d'autre part.

Le CESE note la mise en place récente de l'observatoire national du réemploi et de la réutilisation et l'adoption de sa feuille de route, qui comprend des missions de recueil et de diffusion d'informations, d'expertise, d'évaluation et d'animation¹⁴⁴, ainsi que d'observatoires liés aux fonds réparation¹⁴⁵. Le recul manque pour une analyse de ces outils, qui pourrait donner lieu à un travail ultérieur du CESE.

Concernant les moyens humains, les auditions ont mis en évidence que ces filières apparaissent déjà en tension vis-à-vis des besoins de recrutement (techniciens, réparateurs, logisticiens, etc.) et que cette tension est appelée à s'accroître encore. A titre d'exemple, un groupe comme FNAC/DARTY emploie déjà actuellement 2500 personnes dédiées à la réparation, a ouvert 41 *tech academies* pour former ses collaborateurs et prévoit l'ouverture d'un centre de formation pour les apprentis afin de faire face aux besoins que le groupe anticipe pour les prochaines années¹⁴⁶.

142 Audition de Mme Flore Berlingen, ancienne directrice de Zéro Waste France, 4 avril 2023.

143 ADEME : [Rapport « Les Français et la réparation » \(2019\)](#).

144 ADEME : Feuille de route Observatoire national du réemploi et de la réutilisation.

145 CLCV : Premier bilan de l'observatoire du fonds réparation des équipements électriques et électroniques.

146 Audition de Mme Géraldine Olivier, Directrice RSE Groupe FNAC/DARTY, le 9 mai 2023.

PRÉCONISATION 11

Le CESE rappelle sa préconisation, formulée à de multiples reprises depuis 2014, d'établir un Plan de programmation des emplois et compétences pour l'ensemble des métiers et filières de la transition écologique. Il renouvelle cette demande en particulier pour les métiers des secteurs de la réparation et du réemploi, et plus largement pour ceux de l'ensemble des piliers de l'économie circulaire.

Il appelle à différencier, dans les statistiques d'emplois et de valeur ajoutée, les contributions spécifiques du secteur de la réparation, en les segmentant par filière et en distinguant, à l'intérieur de chacune, les types de structures (associations, entreprises).

S'agissant des financements, le CESE constate que, alors que les moyens consacrés par l'État aux investissements en faveur du recyclage atteignent plusieurs centaines de millions d'euros¹⁴⁷, les soutiens aux secteurs du réemploi et de la réparation relèvent d'un

ordre de grandeur inférieur : soutiens directs de l'ADEME pour 2 à 4 M€, hors fonds « réparation » et « réemploi » en cours de mise en place et hors conventions avec les éco-organismes, dispositif ponctuel des « contrats à impact social et environnemental », doté de 27,3 M€ pour le volet économie circulaire et qui a soutenu 15 lauréats¹⁴⁸.

Un amendement au projet de loi de finances pour 2023 proposait la création d'un « Plan France soutenable pour l'économie circulaire, le réemploi et la réutilisation », doté annuellement de 230 M€¹⁴⁹. Cette disposition n'a pas été retenue alors qu'elle aurait constitué un signal fort en direction, notamment, des associations qui œuvrent dans ces secteurs. Elle pourrait être utilement examinée dans le cadre du PLF 2024. Dans un contexte où la part des subventions dans les modèles économiques des associations a diminué de 41 % et où 13 % des associations employeurs ont disparu ces dernières années¹⁵⁰, il devient urgent d'engager un programme structurel sécurisant leur action.

En outre, l'accès aux financements constitue un frein pour les plus petites structures, notamment associatives (dépendance aux conventions avec les éco-organismes, multiplicité des fonds réemploi et des règles afférentes, recours croissant au financement par appels à projets et incitation au

147 La Stratégie d'accélération recyclabilité, recyclage, réincorporation des matériaux recyclés est dotée de 370 M€ sur la période 2022-2027, en complément des 200 M€ du plan de relance.

148 2021-MINEFI - Lauréats des contrats à impact.

149 Source : Assemblée nationale

150 Entretien avec Mme Valérie Fayard, directrice générale déléguée de l'association Emmaüs France et Mme Catherine Mechour-Di Maria, secrétaire générale du Réseau National des Ressourceries et Recycleries, 5 mai 2023.

regroupement pour faciliter l'instruction des demandes, part élevée de co-financement nécessaire, etc.) ; ceci se traduit par des difficultés croissantes pour sécuriser leur activité et par une augmentation du temps à y consacrer (jusqu'à 85 % du « temps de cerveau » des responsables d'associations¹⁵¹).

Enfin, les associations s'inquiètent des perspectives économiques pour le secteur non marchand, du fait d'une concurrence nouvelle avec des entreprises du secteur marchand disposant de moyens de communication considérables vis-à-vis des consommateurs (par exemple, BackMarket, Vinted, etc.). Dans ce contexte, la force du tissu associatif est incontestablement son maillage territorial, sa contribution à la création d'emplois locaux et non délocalisables, son rôle dans l'insertion des personnes éloignées de l'emploi, son utilité sociale et économique, ainsi que sa capacité à créer des espaces d'entraide, de partage, d'éducation populaire et de lien social. Ces contributions doivent être reconnues à leur juste valeur et, pour cela, faire l'objet d'un soutien différencié par les pouvoirs publics.

Dans le rapport « *Impact de la concurrence lucrative sur le modèle économique associatif et sur la multiplication des exclusions* », le Haut conseil à la vie associative recommande ainsi « *de faire évoluer la doctrine fiscale actuelle afin de retenir comme critère principal, outre celui de la gestion désintéressée de l'organisme, sa réelle utilité sociale, c'est-à-dire l'impact réel de son action sur le bien-être des populations accueillies ou bénéficiaires de ses prestations. L'utilité sociale d'une*

*association pourrait ainsi être évaluée à partir de l'impact social de son action et non plus de la seule question de savoir si l'association exerce ou non une activité concurrentielle*¹⁵² ».

Plusieurs modalités de soutien sont envisageables et mériteraient d'être expertisées : aide à l'installation, soutien au fonctionnement, fixation de quotas réservés aux associations dans l'affectation des moyens des fonds créés pour le réemploi et la réparation, adoption d'un taux de TVA très réduit sur les produits issus du réemploi, de la réparation et du don, etc.

151 *Ibid.*

152 Impact de la concurrence lucrative sur le modèle économique associatif et sur la multiplication des exclusions Haut Conseil à la vie associative – 2021.

PRÉCONISATION 12

Le CESE préconise de :

- définir une politique publique ambitieuse de soutiens à l'ensemble des structures de la réparation et du réemploi (associations et autres structures de l'économie sociale et solidaire, artisans de la réparation ou s'appuyant sur le réemploi, entreprises), avec l'objectif de créer une filière française de la réparation ;
- construire une réelle politique de soutien pérenne aux associations, notamment celles œuvrant à la réparation et au réemploi solidaire à l'issue d'une évaluation du régime juridique des structures de l'économie sociale et solidaire ;
- expertiser les leviers les plus adaptés pour favoriser le réemploi et la réparation, leur combinaison possible ou les choix à arbitrer entre eux : aide à l'installation et soutien au fonctionnement, fixation de quotas réservés aux associations dans l'affectation des moyens des fonds réparation, adoption d'un taux de TVA réduit sur les produits issus du réemploi, de la réparation et du don, etc.

C. S'appuyer sur les territoires pour aller vers une économie de la collaboration et de la régénération

1. Inscrire l'économie de la sobriété dans la planification territoriale

Pour le CESE, la transformation vers une économie de la sobriété, protectrice de l'environnement et productrice de lien social, doit s'appuyer sur les territoires et leurs forces vives.

Les politiques territoriales et outils de planification doivent se saisir des enjeux de consommation et de production durable à toutes échelles. Or, historiquement, les collectivités ont concentré leurs

moyens sur les enjeux de traitement des déchets. L'élargissement des préoccupations envers les autres piliers de l'économie circulaire a été engagé au tournant des années 2010, notamment via le programme « *Territoires zéro déchet, zéro gaspillage* ». Coordonné par l'ADEME entre 2014 et 2019, il a concerné 153 territoires de toute taille et touché 33,6 millions d'habitants¹⁵³. Depuis 2020, un nouveau programme d'accompagnement a été mis en place (Territoires engagés dans la transition écologique) dont l'économie circulaire représente l'un des deux volets.

153 ADEME : Suivi et bilan de l'appel à projets «Territoires Zéro Déchet, Zéro Gaspillage»

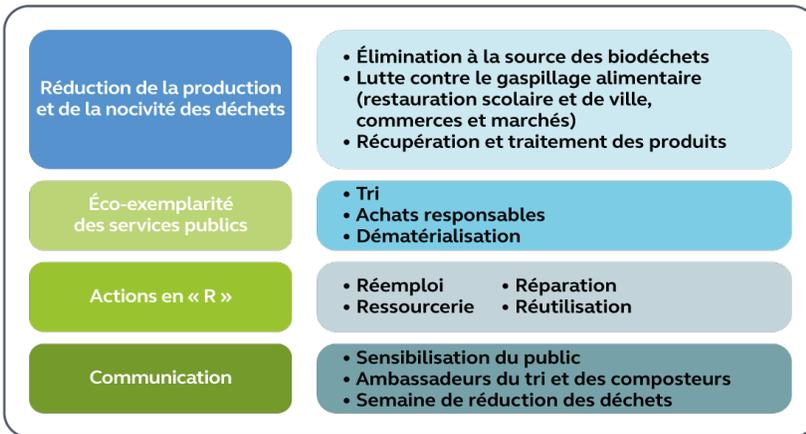
Pour le CESE, il s'agit de franchir une nouvelle étape dans cette dynamique d'élargissement, en s'appuyant en premier lieu sur le levier des achats publics.

En effet, en application de la loi AGEC, le décret n° 2021-254 du 9 mars 2021 oblige les collectivités et leurs groupements à acquérir entre 20 et 40 % de biens issus du réemploi, de la réutilisation ou de matières recyclées pour 17 catégories de produits. Par ailleurs, le déploiement du tri à la source pour les biodéchets, la tarification incitative, l'extension des consignes de tri des emballages, ou encore le soutien

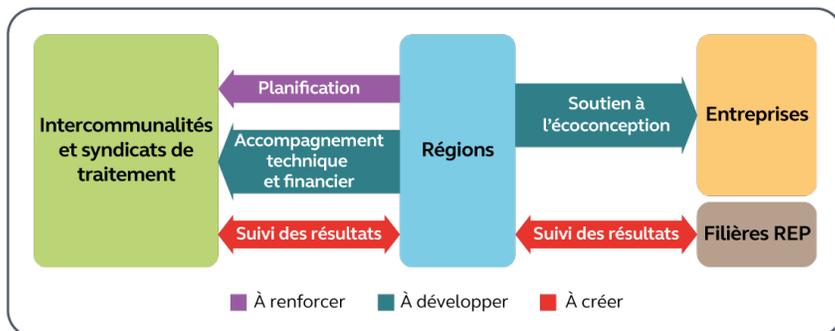
au développement de la vente en vrac et au renouveau de la consigne, sont susceptibles de provoquer de profonds changements dans nos modèles de consommation.

En outre, le CESE note que dans son rapport annuel 2023, la Cour des comptes fournit une analyse détaillée concernant les déchets ménagers¹⁵⁴, invitant à s'appuyer sur le réemploi et la réutilisation pour diminuer la production de déchets et à renforcer le rôle des régions dans la planification et le financement.

FIGURE 13 : LEVIERS D'ACTION À DISPOSITION DES COLLECTIVITÉS POUR FAVORISER L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE (EN HAUT) ET LEVIERS DE RENFORCEMENT DU RÔLE DES RÉGIONS (EN BAS)



¹⁵⁴ Cour des comptes, Rapport annuel 2023 – Chapitre 5 – Les déchets ménagers : un défi au quotidien pour les intercommunalités et un nouvel enjeu pour les régions (2023).



Source : Cour des comptes, Rapport annuel 2023, op. cit.

Ainsi, la Cour des comptes formule les recommandations suivantes :

- confier en 2023 aux observatoires régionaux de la gestion et de la prévention des déchets le suivi de la mise en œuvre par les intercommunalités des objectifs nationaux ;
- généraliser les contrats entre éco-organismes et régions pour la déclinaison des objectifs nationaux de ces filières au niveau régional ;
- intégrer dans chaque contrat de plan État-région la délégation des crédits de l'ADEME en matière de transition énergétique et d'économie circulaire.

Pour le CESE, il convient de mettre en œuvre des dispositions de la loi AGEC de façon résolue et de les inscrire dans un cadre cohérent et intégré de planification territoriale. Comme l'illustre la figure suivante, l'économie circulaire interagit avec de nombreux champs de l'action publique.

PRÉCONISATION 13

Le CESE préconise de :

- mettre en œuvre au plus vite les dispositions favorisant l'utilisation de biens issus du réemploi et de la réparation dans la commande publique ;
- doter chaque région d'une stratégie régionale en faveur de l'économie circulaire, permettant notamment de valoriser la production locale et les circuits courts ou de proximité ;
- intégrer des critères de circularité, de sobriété et d'autres indicateurs sociétaux et environnementaux pertinents (impacts sur les milieux et la biodiversité, mesures prises en faveur des mobilités actives, etc.) dans la commande publique et dans le cadre des dispositifs de soutien au développement économique des entreprises.

2. Mettre en débat le modèle de consommation et de production souhaité à l'échelle territoriale

Pour le CESE, il est nécessaire de sensibiliser et de mettre en débat auprès des habitants les enjeux de production, de consommation, de relocalisation industrielle et commerciale, de besoins en services publics, en structures d'entraide et de collaboration, tiers lieux, etc.

La planification fournirait cette opportunité d'envisager les questions économiques sous un nouvel angle, en intégrant aussi d'autres critères que ceux du nombre d'emploi et de la rentabilité des entreprises. Elle constituerait un moyen, un moment, pour envisager les enjeux de consommation et de production sous l'angle de leur réponse aux besoins, en les évaluant à l'aune de nouveaux indicateurs liés au bien-être des salariées et salariés, à l'épanouissement des citoyennes et citoyens, à la soutenabilité environnementale de la création de richesses, à la revitalisation des villages et centres bourgs par le lien social, à la viabilité économique des activités non marchandes, etc.

Lors de son audition, M. Timothée Parrique a suggéré la mise en place de tels espaces de dialogue en les nommant « forums d'identification des besoins non satisfaits¹⁵⁸ ». D'autres personnes auditionnées ont insisté sur l'importance de cette mise en débat pour questionner nos besoins dans un cadre collectif plutôt qu'individuel, mettant en perspective les aspirations individuelles du consommateur avec les choix collectifs du citoyen¹⁵⁹.

Pour le CESE, ces espaces de mise en débat devront associer l'ensemble des parties prenantes et prévoir des dispositifs permettant de toucher tous les publics, en particulier les jeunes, les familles, les personnes éloignées de l'emploi et celles en situation de handicap ou de pauvreté.

Lors des auditions, la mise en place de conventions citoyennes a été évoquée à plusieurs reprises, tantôt à l'échelle nationale ou à celle des territoires (sur le bien-être, sur le modèle économique et la croissance/ décroissance, sur les initiatives sociales et solidaires, etc.). Le CESE, qui a accueilli les deux conventions citoyennes organisées à l'échelle nationale, soutient naturellement ce type de propositions et note que les CESER ou les conseils de développement (Codev) pourraient héberger ces démarches à l'échelle régionale.

PRÉCONISATION 14

À l'échelle des territoires, le CESE préconise l'instauration d'espaces de dialogue destinés à mettre en débat les enjeux de production, de consommation, de relocalisation industrielle et commerciale, et à identifier les « besoins non satisfaits » en services publics, en structures d'entraide et de collaboration, tiers lieux, ressourceries, etc. Ces processus devront associer l'ensemble des parties prenantes du territoire, en particulier les jeunes, les familles et les personnes vulnérables. Ils pourraient prendre la forme de conventions citoyennes, le cas échéant avec l'appui des CESER ou des conseils de développement

158 Audition de M. Timothée Parrique, *op. cit.*

159 Auditions de MM. Pierre Galio et Philippe Moati et de Mmes Valérie Guillard, Fanny Parise et Catherine Larrère, *op. cit.*

3. Soutenir les projets innovants dans les territoires

Pour le CESE, il convient de s'appuyer, valoriser et faciliter les initiatives déjà développées en matière de consommation et de production durables : projets alimentaires territoriaux, jardins partagés, AMAP¹⁶⁰, ateliers de réparation, tiers lieux, bourses d'emprunt d'outils et objets, développement de monnaies locales, activités de loisirs nature contribuant à la préservation des territoires, à la restauration des milieux et à l'éducation et sensibilisation à la nature, etc.

Les limites à la mise en œuvre de ces actions ne tiennent pas au manque d'idées mais bien au manque de moyens ou aux difficultés pour les porteurs d'initiatives d'identifier et de mobiliser les dispositifs existants.

À cet égard, le CESE rappelle sa préconisation de « reconnaître et conforter le rôle et l'apport des initiatives citoyennes et associatives pour mettre en place des actions de sobriété et favoriser leur diffusion : créer et soutenir des projets de sobriété territoriaux, avec des espaces non lucratifs ou à lucrativité limitée d'échanges, de création de liens sociaux et d'éducation populaire. Valoriser les initiatives au caractère exemplaire en les inaugurant, en les finançant mieux et en mettant en place des modes de contractualisation adaptés à leurs spécificités¹⁶¹ ».

¹⁶⁰ AMAP : association pour le maintien d'une agriculture paysanne.

¹⁶¹ CESE, avis « Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ? » (2023).

Focus : l'économie circulaire dans les territoires : des emplois, du lien social et de la solidarité

De nombreuses initiatives de développement solidaire sont déployées dans les territoires, notamment à l'initiative des structures associatives. Lors de la préparation de l'avis, le CESE a eu l'opportunité d'échanger avec plusieurs d'entre elles : toutes portent un modèle axé à la fois sur les enjeux environnementaux et sociaux. La sobriété constitue leur ADN, tant dans les buts (ce qu'elles revendiquent) que dans les moyens (ce qu'elles déplorent).

Réseau national des ressourceries et recycleries (RNRR)¹⁶²

Créé en 2000, ce réseau regroupe 211 adhérents sur tout le territoire, dont plus de 60 % sont des ateliers et chantiers d'insertion. L'activité des ressourceries et recycleries comprend de actions de collecte, tri, valorisation et sensibilisation à la prévention des déchets, ainsi qu'un volet de partage et d'entraide. Le réseau porte le projet d'implanter des ateliers de réparation et des ressourceries dans les universités (« Campus market ») pour aider les étudiants précaires, et porte l'ambition que la France se dote d'« une ressourcerie pour 25 000 habitants ». Pour comparaison, on est actuellement à 1 ressourcerie ou recyclerie pour 317 000 habitants.

Emmaüs France¹⁶³

Impliqué dans la lutte contre la pauvreté depuis 70 ans, Emmaüs France emploie 15 000 personnes (7 000 compagnons et 8 000 travailleurs en insertion) et récolte 320 000 tonnes de produits qui sont proposés en seconde main dans 500 points de vente, lieux de rencontres et d'échanges. Emmaüs défend une société « valorisant les liens plutôt que les biens », ainsi que le développement de tiers-lieux (vente, rencontres, débats, cours de yoga, etc.) pour renforcer la résilience des territoires et le lien social, et a notamment suggéré d'améliorer l'accès au foncier. Face à la baisse des dons due à une concurrence avec les plateformes de vente en ligne, Emmaüs France a lancé en mars 2023 une campagne remarquée pour inciter les consommateurs à donner, en détournant le slogan de la plateforme Vinted : « *Si tu ne le portes pas, donne-le !* ».

¹⁶² Entretien avec Mme Catherine Mechlour-Di Maria, secrétaire générale du Réseau National des Ressourceries et Recycleries, 5 mai 2023.

¹⁶³ Entretien avec de Mme Valérie Fayard, Directrice générale déléguée de l'association Emmaüs France, 5 mai 2023.

Réseau Envie¹⁶⁴

Depuis 1984, Envie (Entreprise Nouvelle Vers l'Insertion Économique) fédère un réseau de 54 magasins d'électroménager et 18 magasins de matériel médical. Ces entreprises autonomes agissent dans les domaines de l'insertion sociale par le retour à l'emploi de personnes exclues ou éloignées du monde du travail (plus de 3 000 salariés dont près de 2 200 en contrat d'insertion, avec des taux d'emploi à l'issue des contrats de 68 %), ainsi que de la collecte au traitement des déchets, en passant par la réparation, réutilisation et vente d'équipements électriques et électroniques (plus de 108 000 appareils rénovés et remis en vente, plus de 200 000 tonnes de DEEE collectés, soit 1/3 du marché français). Envie porte le projet d'une école du réemploi.

Ecoscience Provence¹⁶⁵

L'association accompagne 550 acteurs économiques et collectivités en « Provence verte » sur les thématiques de l'économie circulaire, de la consommation durable et du tourisme durable et a développé un dispositif de labellisation territoriale « Commerce engagé », complété au fil des partenariats avec les entreprises du territoire en « Restaurant engagé », « Marché engagé » et « Producteur engagé », et porte un projet « Demain mon commerce » autour de l'économie de la fonctionnalité et de la coopération. Ecoscience Provence a créé un réseau de consigne de verre (100 000 bouteilles, 70 points de collecte), pour laquelle elle assure le lien entre producteurs, commerçants, grandes et moyennes surfaces et entreprises d'hôtellerie-restauration. Une réflexion est engagée pour pérenniser ce projet et trouver le modèle économique d'une entreprise d'ici 2025. Membre de France consigne créée en 2023, elle a été sollicitée pour travailler à l'élaboration d'un label ou d'une norme nationale de consigne par l'ADEME.

Ces initiatives, nécessairement diffuses du fait de la diversité des associations, fondations, coopératives, entreprises et citoyens impliqués, doivent être mieux identifiées, soutenues dans la durée et leur déploiement territorial doit être facilité.

Depuis 2018, l'Agence nationale de cohésion des territoires (ANCT)

anime plusieurs programmes d'accompagnement des collectivités à la revitalisation des territoires et à la transition écologique : les programmes « Action cœur de ville » et « Petites villes de demain » et le dispositif de Contrats de relance et de transition écologique (CRTE). Le succès de ces programmes témoigne des fortes attentes des collectivités dans

¹⁶⁴ Entretien avec M. Ali Talib, Réseau Envie, 12 mai 2023.

¹⁶⁵ Entretien avec M. Mikhaël Schneider, directeur d'Ecoscience Provence, 12 mai 2023.

les territoires¹⁶⁶. Le CESE estime que ces programmes pourraient utilement être mobilisés afin de développer de nouvelles coopérations entre collectivités, entreprises et associations en faveur d'une consommation durable et d'une économie de la sobriété.

Enfin, les pôles territoriaux de coopération économique, cadre visant à « développer des projets coopératifs

économiques innovants et solidaires à l'échelle d'un territoire¹⁶⁷ » ont été relancés en 2021 par l'État (après une première phase de projets en 2013, puis une seconde en 2016). L'économie circulaire s'inscrit pleinement dans les objectifs décrits, aussi ce cadre permettrait d'impulser, soutenir et mettre en valeur des projets de territoire relevant de ce secteur.

PRÉCONISATION 15

Le CESE préconise de :

- resserrer le maillage de tiers lieux et autres espaces dédiés au « faire » et au lien social (bricothèques, ressourceries et recycleries, ateliers, jardins partagés, etc.) en l'inscrivant comme un objectif de politique publique dans par l'ensemble des territoires, urbains comme ruraux ;
- mettre à disposition des associations et des entreprises un portail d'accompagnement en ingénierie technique et financière, associé à un dispositif d'information sur l'économie circulaire et les initiatives solidaires, permettant par exemple d'identifier les possibilités d'approvisionnement de proximité ;
- inscrire l'économie circulaire dans les plans « Action cœur de ville », « Petites villes de demain » et pérenniser les pôles territoriaux de coopération économique, en finançant des projets, issus des forums d'identification des besoins non satisfaits, dédiés au soutien à l'investissement et au fonctionnement pour les structures de l'économie sociale et solidaire (réemploi, réparation, don, insertion par l'activité...), en complémentarité avec des soutiens aux entreprises de l'économie de proximité (artisans, commerçants de détail, professionnels libéraux...) intervenant sur les mêmes champs d'activité ;
- animer un réseau des associations, entreprises et collectivités impliquées et valoriser leur engagement, au moyen d'un portail public, d'une labellisation et d'une campagne nationale de communication.

¹⁶⁶ Programme « Action cœur de ville » : 234 villes moyennes, touchant plus de 20 millions de Français fin novembre 2022 - Programme « Petites villes de demain » : plus de 1600 communes bénéficiaires début octobre 2022 - CRTE : plus de 800 CRTE conclus, pour plus de 500 territoires fin avril 2023.

¹⁶⁷ Ministère de l'Économie [Un nouveau souffle pour les pôles territoriaux de coopération économique \(2021\)](#).

V - Focus sectoriel - La mode, un secteur en mutation

Le secteur TLC (textile, linge de maison, chaussures) représente en Europe la quatrième source d'impact sur l'environnement et le changement climatique. Le Pacte vert pour l'Europe, le Plan d'Action pour l'Économie Circulaire et la Stratégie Industrielle pour l'Europe ont identifié le textile comme un secteur prioritaire dans lequel l'UE doit ouvrir la voie à une économie circulaire neutre en carbone.

Dans sa Stratégie pour des textiles durables et circulaires de mars 2022, l'UE exprime des ambitions fortes : *« D'ici 2030, les produits textiles mis sur le marché de l'UE sont durables et recyclables, en grande partie composés de fibres recyclées, exempts de substances dangereuses et produits dans le respect des droits sociaux et de l'environnement. Les consommateurs profitent plus longtemps de textiles de haute qualité et abordables, la fast fashion n'est plus à la mode et les services de réutilisation et de réparation économiquement rentables sont largement disponibles. Dans un secteur textile compétitif, résilient et innovant, les producteurs assument la responsabilité de leurs produits tout au long de la chaîne de valeur, y compris lorsqu'ils deviennent des déchets. L'écosystème circulaire du textile est florissant, porté par des capacités suffisantes de recyclage innovant de fibre à fibre, tandis que l'incinération et la mise en décharge des textiles sont réduites*

au minimum. »

C'est donc aujourd'hui l'intégralité de la chaîne de valeur qui doit être repensée de l'écoconception au recyclage en passant par les habitudes d'achat, entraînant professionnels et consommateurs à revoir leurs pratiques. Or, le secteur de la mode est emblématique d'une consommation-plaisir. Récompense, affirmation de soi, manifestation de sa réussite, signe de son appartenance à une catégorie ou un groupe, l'achat d'un vêtement ou d'un accessoire de mode est rarement indispensable et souvent superflu. Un rôle de la parure bien antérieur à l'ère industrielle comme en témoignent les tout premiers bijoux de l'humanité il y a 84 000 ans. Si les notions de plaisir et de valorisation sociale liés à la consommation ont longtemps animé la société d'abondance, il est aujourd'hui nécessaire que la recherche du plaisir puisse passer par d'autres voies que l'acte d'achat. Rappeler les conséquences négatives de la surconsommation, montrer qu'il existe d'autres façons de s'affirmer par la culture et le partage, le faire ensemble et la pratique d'activités individuelles et collectives pourrait avoir un impact non nul sur les habitudes de consommation.

A. Surconsommation et « sous recyclage »

En France, près de 3 milliards de pièces, représentant 700 000 tonnes de Textiles, Linge de maison et Chaussures (TLC), sont mis sur le marché chaque année, répartis en 61 % de vêtements, 21 % de linge de maison 18 % de chaussures. Avec le développement de la *fast fashion* (mode éphémère), les vêtements sont portés deux fois moins longtemps qu'il y a quinze ans. L'*ultra fast fashion* devrait accélérer ce phénomène avec la conjugaison de prix de plus en plus bas et d'une durabilité de plus en plus limitée, encourageant à acheter davantage et à renouveler plus souvent.

Corollaire de la surconsommation, ce sont désormais 245 000 tonnes de TLC qui sont collectées chaque année dans les containers, via les structures de l'économie sociale et solidaire ou en boutique. Cela ne représente que 30 % de ce qui est mis en marché, mais le tonnage de collecte est amené à doubler dans les prochaines années, passant de 30 à 60 %.

Dans le cadre de son 4^{ème} agrément pour la période 2023-2028, l'éco-organisme *Refashion*, créé en 2008, s'engage à industrialiser le recyclage et indique que lorsqu'ils sont déposés au bon endroit, 99,7 % des TLC sont valorisés. Une part importante mais qui ne résout malheureusement pas le problème de pays d'Afrique comme le Ghana, vers lesquels la France a exporté 60 000 tonnes de vieux vêtements en 2021, soit 599 par minute¹⁶⁸. La piètre qualité des pièces majoritairement issues de la *fast fashion* les rend inutilisables, ce qui fait de ces pays la poubelle des textiles du monde.

Lors de son audition, M. Bertrand Bohain, délégué général du Cercle du recyclage, a estimé que l'interdiction d'exporter des déchets textiles pourrait être envisagée¹⁶⁹. Dans sa stratégie mentionnée plus haut, l'Union européenne prévoit d'encadrer strictement ces exportations, en exigeant que les pays destinataires notifient leur souhait d'importer ces déchets et démontrent leur capacité à les gérer de manière durable.

Après la collecte, le tri s'avère également complexe. Il faut tout d'abord extraire ce qui est en bon état (environ 50 % de ce qui est collecté) et l'orienter vers les boutiques de seconde vie. Pour le reste, il s'agit de séparer les matières selon leur possibilité de réemploi. Celles-ci sont parfois difficiles à identifier (plus d'étiquette, composition mixte...), boutons, fermetures éclair ou autres doivent être retirés. Pour ces opérations, l'intervention humaine semble difficile à remplacer, les coûts demeurent de ce fait élevés. L'industrialisation du recyclage apparait bien comme un défi à relever.

168 Source : Reportage TF1 - Comment les vêtements jetés en Europe échouent sur les plages du Ghana.

169 Audition de M. Bertrand Bohain, délégué général du Cercle du recyclage, 21 avril 2023.

B. Ultra fast fashion contre fast fashion, la guerre de tous les excès

Longtemps pointée pour son impact environnemental considérable, la *fast fashion*, qui tentait de « verdir » progressivement ses activités en réponse aux critiques, se voit aujourd'hui doublée par l'ultra fast fashion, qui mène une guerre des prix et des volumes au détriment de

toute autre considération. Le secteur textile est particulièrement symptomatique de la « hauteur de la marche » qui nous sépare d'une consommation durable : chaque année, nous achetons 8 fois trop de vêtements neufs.

FIGURE 15 : L'EXEMPLE DE LA CONSOMMATION DE VÊTEMENTS EN FRANCE



Source : audition de Mme Flore Berlingen, ancienne directrice de Zéro Waste France, 4 avril 2023

Les ordres de grandeur sont éloquentes : au premier trimestre 2022, les deux principales enseignes de *fast fashion* (ZARA et H&M) ont présenté respectivement 6 850 et 4 400 nouveaux articles. Leur principale rivale de l'ultra fast fashion (la marque chinoise Shein), 315 000. Des articles souvent inspirés voire copiés sur des sites de mode conventionnels européens qui ont en retour peu de moyens de défendre leurs créations originales. Quant aux conditions de travail et méthodes de production, les prix de vente (nombre de vestes ou robes à moins de 10 euros) laissent deviner le peu d'attention qui y est portée. Dans le cadre de La stratégie européenne pour des textiles

durables la commission de l'environnement du Parlement européen a voté en avril dernier un rapport et des recommandations qui ciblent spécifiquement ces dérives. Selon la rapporteure du texte, « *les consommateurs ne peuvent pas à eux seuls réformer le secteur textile mondial par leurs habitudes d'achat. Si nous laissons le marché s'autoréguler, nous laissons la porte ouverte à un modèle de "fast fashion" qui exploite les personnes et les ressources de la planète* ». L'enjeu est de taille pour l'UE, parmi les premiers importateurs mondiaux de vêtements, pour une valeur cumulée de 80 milliards € en 2019.

C. Une filière en pleine réflexion

Au cours de la présentation officielle de l'étude Paris Good Fashion / Climate Chance « *État d'avancement des acteurs français de la mode en matière de développement durable* » (avril 2023), des professionnels du secteur ont fait part de leur engagement, mais aussi de leurs difficultés à s'appuyer sur des références fiables en matière d'analyse du cycle de vie et ce, au stade même de la conception des vêtements. Avec des matières composites mêlant fibres naturelles et synthétiques, des lieux de fabrication parfois multiples pour une même pièce, l'impact de la phase de conception/fabrication reste difficile à détailler alors que, comme pour la plupart des produits, elle représente 80 % du poids carbone. Le reste correspond à 12 % pour la distribution, 7 % pour l'utilisation et 4 % pour la fin de vie.

L'ADEME, qui mène actuellement l'expérimentation d'un éco-score textile, devrait rendre ses conclusions fin 2023. Auditionnés par le groupe de travail du CESE, Mme Audrey Coreau et M. Pascal Daugras du CGDD, commanditaire de l'expérimentation, citent, à titre d'exemple, les questions que pose le comparatif entre le coton et le polyester : le premier, plus naturel mais consommateur d'eau, et parfois de pesticides s'il n'est pas bio, est moins solide ce qui en réduit l'usage mais le rend moins nocif en tant que déchet ; le second, issu de la pétrochimie, émetteur de nano particules mais à la longévité bien supérieure en termes d'usage et donc plus problématique s'il est abandonné dans la nature...

Les conclusions de l'ADEME sont donc particulièrement attendues par la filière, et permettront de lever le brouillard dans lequel certains estiment se trouver, entre manque de critères précis et partagés, multiplicité de labels plus ou moins contrôlés et manque de cap fixé pour progresser.

Encadré : La complexité des paramètres de l’affichage environnemental -l’exemple du textile (source CGDD)

Les 8 critères de l’affichage environnemental des textiles et le modèle d’étiquette éco-score textile :

- consommation d’eau ;
- durabilité physique des textiles ;
- conditions de production ;
- utilisation de pesticides et produits chimiques ;
- rejets de microplastiques ;
- valorisation des matières recyclées ;
- valorisation des matières reconditionnées ;
- impact de la fast fashion.



Par ailleurs, le marché des vêtements de seconde main s’est structuré et développé de façon rapide, que ce soit en boutiques ou sur les plateformes en ligne. En 2022, 31 % des Français déclarent avoir acheté au moins un vêtement d’occasion. Ils étaient 18 % en 2018. En allongeant la durée d’utilisation de certains vêtements, le marché de l’occasion réduit la consommation de matière et le volume de déchets tout en étant financièrement intéressant. Ce nouveau marché représente désormais plus d’1 milliard d’euros¹⁷⁰. Le mariage de la préoccupation environnementale avec celle du

pouvoir d’achat le rend assurément attractif. Mais, en offrant des facilités d’achat/revente, il entretient parallèlement l’habitude de surconsommer – y compris des pièces neuves - sans se préoccuper de l’impact final.

170 Article Matthieu Jahnich Campagne Label Emmaüs : vous avez le pouvoir d’écrire le e-commerce de demain.

D. Une ambition de relocalisation qui fait consensus

L'industrie du luxe française est la première exportatrice au monde et les savoir-faire français rayonnent internationalement. Paradoxalement, 87 % des TLC consommés en France sont importés, l'une des parts les plus importantes de tous les secteurs de consommation, pour une facture de 20 Mds €, dont la moitié en Asie.

Dans son étude « *Relocalisation et mode durable* », le Comité Stratégique de la filière Mode et Luxe milite pour un effort de relocalisation, bénéfique tant pour l'environnement que pour l'emploi, et donc globalement pour notre économie. Il émet 36 recommandations afin d'accompagner la filière, dispenser les formations nécessaires, sensibiliser les distributeurs, développer l'innovation et le recyclage. Le contrat stratégique de filière 2023-2027 s'inscrit dans cette démarche de relocalisation incluant décarbonation, traçabilité, affichage environnemental et traitement des déchets.

Cette relocalisation prometteuse que défendent les acteurs du secteur est également souhaitée par les consommateurs. Durant la période de confinement, dans un sondage OpinionWay pour l'agence Insign, 81 % d'entre eux affirmaient qu'ils pourraient acheter moins de produits en quantité pour acheter un produit fabriqué en France et 70 % qu'ils seraient prêts à déboursier 7 € de plus pour un tee-shirt « *Made in France* ».

Cependant, seulement un Français sur deux estime que la mention « Fabriqué en France » signifie que le produit est réellement conçu et fabriqué en France et 31 % ont des doutes sur le sens de cette formule. Un affichage officiel sans ambiguïté s'impose donc. Mais il ne suffira pas. En effet, le niveau très bas des prix présentés par l'*ultra fast fashion* conduit peu à peu les acheteurs à considérer qu'entre un jeans fabriqué au Bangladesh, vendu quelques dizaines d'euros, et un jeans fabriqué en France pour plus de 100 euros, l'écart de prix ne se justifie pas vraiment. Pourtant, de l'effondrement du Rana Plaza en 2013 faisant plus de 1 100 morts et 2 500 blessés parmi les ouvrières et ouvriers de la couture, aux plages africaines envahies par les déchets textiles, le coût humain, social et environnemental des vêtements à bas prix est considérable. C'est bien ce coût, entre autres, que devraient révéler les campagnes de publicité que le CESE préconise dans l'objectif d'une consommation plus durable – et donc plus responsable.

Une consommation moindre en volume mais d'articles de meilleure qualité, pour un budget équivalent rapporté au temps d'usage, permettrait de renforcer la filière française et de créer des emplois tout en réduisant l'empreinte environnementale. Cet objectif paraît aisément fédérateur et mobilisateur.

PRÉCONISATION 16

À partir de ces constats, le CESE préconise :

- une rationalisation des labels, qui devront être moins nombreux mais fiables tant pour les producteurs que pour les consommateurs sur le modèle de l'ISO 14024 ;
- un affichage « Fabriqué en France » sans marge d'interprétation et donc sans ambiguïté pour l'acheteur ;
- des campagnes de sensibilisation aux impacts de la surconsommation de textile ainsi qu'au coût humain et environnemental des articles à bas prix ;
- l'expérimentation dans quelques grandes villes d'un tri plus ciblé chez le particulier avec des lieux de collecte réservés aux pièces en bon état. Cela permettra d'alléger le tri aval et de mieux orienter ces pièces vers les circuits de seconde main, notamment de l'Économie sociale et solidaire

Agir autrement pour l'innovation sociale et environnementale

Nous avons tous accepté la sobriété l'an dernier, année de crise et de prix de l'énergie, de prix tout court, élevés. Sommes-nous prêts à la prolonger pour réussir la transition écologique ? Nous l'espérons, en sachant que cela dépendra des conditions et de la perception que nous aurons du partage de l'effort. Dois-je faire plus que mes voisins, que les autres acteurs, que mes collègues, que les entreprises, que les autres pays, les plus riches, les plus pauvres ? Pensons au Niger aujourd'hui représenté.

Le grand mérite de cet avis est d'acter que tous les acteurs de la société ont un rôle à jouer, consommateurs, entreprises et pouvoirs publics et de reconnaître que, même si ces efforts sont encouragés, même si la publicité nous crée de nouveaux imaginaires, il faudra aller au-delà de la seule action volontaire. L'action volontaire marche, mais trop lentement par rapport aux enjeux auxquels nous faisons face. Oui, il faut plus de régulation et nous soutenons la plupart des préconisations de l'avis.

L'avis répartit les efforts sur tous, c'est un succès de l'avoir fait avec trois rapporteurs et deux commissions – pas toujours facile, bravo aux deux Présidents, au groupe de travail ainsi qu'aux deux équipes administratives.

Notre point de désaccord avec l'avis porte sur la proposition de dispositifs de fiscalité, contribution appliquée à certains produits et à la publicité. Nous avons déjà la perspective d'un prix du carbone

croissant institué au niveau européen. Faisons-le marcher, faisons-le monter. Faut-il en ajouter ? Ou plutôt réduire les subventions dommageables à l'environnement ? La fiscalité doit être un mécanisme économique de dernier recours, pas un premier.

Pour cette seule raison, notre groupe s'est abstenu.

Agriculture

La méthode choisie pour élaborer cet avis a montré ses limites. Réserver l'élaboration du texte à quelques conseillers réunis dans un groupe de travail réduit a rendu plus difficile l'appropriation du texte par l'ensemble des deux commissions. Le groupe salue toutefois les efforts engagés par les rapporteurs pour entendre toutes les remarques et faire évoluer favorablement le texte.

L'enjeu, tout au long des travaux, a été de trouver un point d'équilibre entre les contraintes imposées à l'acte de consommation et la dynamique économique nécessaire à la bonne santé de notre pays. Le groupe rejoint la proposition présentée dans cet avis de mener un travail, qui pourrait prendre la forme d'une étude de controverse sur ce qu'il faut entendre par croissance et décroissance et les impacts des choix opérés sur les conditions de vie de chacun, sur les équilibres environnementaux, sur les activités productives et bien entendu sur l'emploi. Le groupe de l'agriculture participera pleinement à la réflexion sur la croissance économique, si notre institution prend la décision de s'y engager

Le groupe partage certaines préconisations de cet avis, notamment celles privilégiant une approche territoriale des politiques de consommation et celles soutenant la nécessité d'organiser la transition vers la sobriété sur le long terme. D'une manière générale, si nous ne sommes pas opposés à l'objectif affiché, nous tenons à ce que les acteurs soient respectés et accompagnés dans leurs adaptations et leurs efforts. Un pas de temps suffisant est indispensable pour parvenir à un résultat.

Le groupe émet des réserves sur quelques points : la mise en place d'un compteur d'empreinte carbone, la fiscalité des biens dits « vertueux » et aussi globalement, cette manière de considérer, parfois, le consommateur comme dénué de tout libre-arbitre.

Le groupe a voté pour.

Alternatives sociales et écologiques

Notre groupe considère que les préconisations de cet avis, si elles sont prises en compte par les pouvoirs publics, nous mettront sur la bonne voie pour construire un nouveau modèle de croissance et de consommation nous permettant de préserver à la fois notre environnement et notre modèle social.

Mais pour vraiment construire une société plus sobre, plus juste et plus solidaire nous pensons qu'il nous faudra aussi revoir en profondeur nos modèles de développement, nos modes de production et la répartition des richesses. Car la soutenabilité et la durabilité dont nous avons besoin aujourd'hui ne sont plus compatibles avec le productivisme débridé et la recherche constante du profit.

Nous pensons que la richesse ne doit pas se réduire à l'accumulation de marchandises, à des valeurs d'échange qui rapportent un profit monétaire. Un pan entier de la vie en société est constitué des rapports non marchands, au sein desquels sont produits des services dont le financement est socialisé (éducation, santé, retraites), et des rapports non monétaires qui induisent production et lien social (dans le cadre du travail domestique, du bénévolat et de la réciprocité).

Après plusieurs décennies de dénigrement libéral, nous devons réhabiliter ce « non-marchand » et ce « non monétaire », lieux où se produisent d'authentiques valeurs d'usage, éléments primordiaux de la richesse collective. Il importe donc de favoriser toutes les expériences montrant qu'il est possible de produire, d'échanger et de consommer autrement qu'en se pliant à la seule logique des marchés et de la concurrence. Il faut articuler les nouvelles pratiques de production contrôlée par les travailleurs et travailleuses et les usagers, de crédit solidaire, de commerce équitable, etc., avec les remises en cause globales de la circulation des capitaux, du libre-échange aveugle, de la privatisation et de la libéralisation des services collectifs et de la protection sociale, du laminage ou de la négation du droit du travail, qui ont fait tant de dégâts dans notre société.

Nous regrettons, alors que cet avis répond à une saisine gouvernementale, qu'aucun membre du Gouvernement ne soit présent sur les bancs de notre assemblée.

Artisanat et Professions libérales

Les études montrent que les Français ont conscience de la nécessité de changer leurs modes de vie et de consommation, face aux enjeux écologiques et climatiques. Des changements s'observent déjà en ce sens, notamment sur les économies d'énergie dans le logement. Mais ces études montrent aussi que la consommation reste encore, une aspiration forte pour la grande majorité.

L'enjeu est donc d'identifier les leviers qui permettent de promouvoir une consommation plus durable.

Selon nous, le préalable est de rendre celle-ci attractive et, à ce titre, le concept « *consommer moins, mais mieux* » nous semble plus désirable que celui de sobriété.

Il s'agit de mettre en valeur la qualité sur la quantité, en privilégiant notamment les biens français, locaux mais aussi les services de proximité. Si de tels choix peuvent être plus chers, ils apportent la satisfaction d'être mieux-disants en particulier sur le plan social et environnemental.

Il s'agit aussi de développer les modes de consommation basés sur l'achat d'usages et non de biens, ou encore de faire entretenir et réparer ses objets plutôt que de les remplacer, autant de moyens de réduire la surconsommation et le suréquipement, tout en faisant des économies qui pourront être destinées aux loisirs, au sport, à la culture.

De tels choix de consommation doivent être promus, d'autant qu'en plus d'être vertueux pour l'environnement, ils peuvent l'être aussi pour l'économie, en contribuant aux enjeux de relocalisation industrielle comme de revitalisation commerciale des territoires.

Il faut aussi les encourager. A ce titre, le signal-prix est un outil efficace pour détourner le consommateur des produits peu performants sur le plan écologique, dès lors qu'il tient compte des contraintes des acteurs économiques les plus fragiles et qu'il existe des alternatives accessibles, et il peut être utilement complété par des mécanismes rendant les produits vertueux plus attractifs, à l'instar d'une TVA réduite, comme le préconise l'avis pour les biens issus de la réparation et du réemploi.

En revanche, la proposition de quotas carbone individuels nous semble peu réaliste et difficilement acceptable. Pour faire évoluer les modes de consommation, il faut selon nous, privilégier l'approche incitative.

Mais il faut aussi permettre au consommateur de se repérer dans ses achats, et par conséquent garantir le sérieux, l'objectivité et la lisibilité des labels, y compris de la mention « *Fabriqué en France* », comme le préconise l'avis.

Pour notre groupe, l'objectif de consommation durable ouvre des opportunités pour des pans entiers de notre économie : à la fois pour l'industrie, appuyée par les politiques de relocalisation, mais aussi pour l'économie de proximité, à travers un renforcement des politiques locales en faveur de

l'économie circulaire et des programmes de revitalisation des territoires.

Mais cela suppose aussi de faire évoluer les modèles productifs pour répondre aux besoins d'évolution de la consommation.

Or, la réussite de ces évolutions implique de conjuguer des trajectoires bas-carbone ambitieuses et claires définies au niveau des filières, avec des mesures d'accompagnement et de soutien aux transitions.

Cela dépendra enfin du portage qui en sera fait au niveau national dans le cadre de la planification écologique qui devra croiser les enjeux environnementaux, économiques et sociaux.

L'avis porte des préconisations sur ces différents points et le groupe Artisanat et Professions libérales l'a voté.

CFDT

La saisine de la Première ministre l'affirmait sans ambiguïté : « nous devons nous engager collectivement dans une transformation radicale de nos manières de produire, de consommer, de vivre au quotidien ». Cet avis répond aux questions posées et formule des préconisations fortes. Certaines ont fait débat, sans toujours trouver un consensus, ni pour autant donner lieu à dissensus.

L'avis s'inscrit en cohérence et en continuité d'autres avis récents qui visent à favoriser une économie du lien et de la transition juste. Il rappelle l'enjeu des stratégies de filières pour fixer des trajectoires et un pilotage impliquant les acteurs économiques et sociaux dans les territoires, misant sur le dialogue social, la programmation des formations et l'accompagnement.

La CFDT soutient le développement d'un dialogue social territorial, appuyé par une participation citoyenne autour

des besoins en services publics, des relocalisations, des espaces de collaboration ou de ressourcerie. C'est la condition d'une transformation co-construite et acceptée.

Cet avis propose un équilibre entre la réglementation, l'accompagnement, la fiscalité, la redistribution, le lien social, la formation et l'éducation.

Oui, il est nécessaire de réglementer pour garantir la crédibilité des informations aux consommateurs et consommatrices et pour favoriser la durabilité en assurant la visibilité pour les investisseurs.

Oui, la fiscalité est un levier d'action publique qu'il faut pouvoir actionner en lien avec les dispositifs de tarification incitative ou progressive.

L'avis s'empare du sujet de la publicité en visant à préciser les préconisations d'avis précédents. Réguler la publicité et en faire un outil de la transformation écologique exige de rompre avec le modèle qui vise à consommer toujours plus.

Au regard de l'urgence, la croyance dans une technologie salvatrice, les lois du marché ou l'absence de règles équivalentes dans toute l'Europe ou le monde ne peuvent justifier l'inaction, ou de différer sans cesse les actions transformatrices de nos modèles.

Cet avis est ambitieux. La CFDT l'a voté.

CFE-CGC

La CFE-CGC souligne l'importance de la consommation durable pour nos travailleurs et travailleuses, ainsi que pour l'ensemble de la société. La consommation durable est un concept qui vise à concilier nos besoins actuels avec la préservation des ressources naturelles et de l'environnement pour les générations futures.

Tout d'abord, la consommation durable a un impact direct sur les conditions de travail de toutes et tous. En encourageant des modes de production respectueux de l'environnement, nous favorisons des pratiques industrielles durables qui réduisent les risques pour la santé et la sécurité des travailleurs.

De plus, la consommation durable favorise également la création d'emplois verts. En encourageant les industries axées sur les énergies renouvelables, la gestion des déchets, la mobilité durable et d'autres secteurs écologiques, des opportunités d'emploi durables et qualitatifs sont créés. Cela contribue à une transition juste vers une économie verte et pour le plein emploi pour tous nos territoires.

Par ailleurs, le rôle d'une information claire et transparente est primordiale. Le groupe CFE-CGC apporte son soutien à la préconisation 3 qui vise à élargir dès que possible l'expérimentation de l'affichage environnemental à de nouveaux types de produits de grande consommation, ainsi qu'à la préconisation 5 relative à une régulation renforcée et indépendante des contenus publicitaires et de communication commerciale par l'élargissement des compétences de l'ARCOM.

Enfin, la consommation durable a un impact positif sur l'ensemble de la société mais il faudra veiller à ne pas creuser plus d'inégalité d'accès et de revenus nécessaires à cette consommation durable pour les plus précaires. Il sera nécessaire d'y inclure les produits de première nécessité de qualité au juste prix pour le logement, la mobilité notamment pour les ultra marins.

Le groupe CFE-CGC sera vigilant à ce qu'une partie de la population la plus modeste ne soit pas écartée de cette consommation.

Le gouvernement et les entreprises ont un rôle essentiel en créant un cadre réglementaire simplifié et favorable, en investissant dans la recherche et le développement de technologies durables, en assurant la ré médiation (ou revitalisation) environnementale et en garantissant des conditions de travail équitables et décentes.

En cultivant la confiance, avec le dialogue social, la pédagogie, l'information à tous les niveaux, nous pouvons construire un avenir durable et équitable pour toutes et tous.

Le groupe CFE-CGC a voté cet avis.

CFTC

Il en est de l'économie comme de ces rivières qui, gonflées par des pluies torrentielles, sortent de leur lit et divaguent emportant tout sur leur passage, causant des dommages à l'humanité et à son environnement. Aucun secteur de l'activité humaine n'échappe à ce fléau et aux catastrophes sociales et environnementales qu'il provoque ou amplifie.

Dans ce contexte, l'indispensable transition vers une économie soucieuse des contraintes environnementales et sociales n'en est pas moins possible, à condition de changer de perspective et de remettre l'économie à sa place, de la ré-encastrier dans le vivant.

Les solutions à mettre en œuvre pour endiguer l'économie ne sauraient être que techniques ; elles doivent s'inscrire dans un projet de société qui place les femmes et les hommes – et leur environnement – au cœur de ses préoccupations. Si ce projet est de permettre à l'humanité de vivre dans des conditions décentes, il est nécessaire de revoir l'ensemble de nos comportements et de changer de paradigme. Cela consisterait à passer d'une économie dont les ressorts sont la croissance effrénée de la production, de la consommation et l'accumulation, à une économie dont la finalité deviendrait le « plein développement des Hommes » par la satisfaction de leurs besoins fondamentaux dans le respect de leur environnement.

Parce que le présent avis s'inscrit dans cette perspective, la CFTC ne peut que le soutenir, plus particulièrement la préconisation 3 en faveur de la durabilité des produits et un meilleur encadrement des mentions « floues ou ambiguës » sur le Fabriqué en France et la 15 sur les labels.

La CFTC appuie également la préconisation 10 sur la nécessité d'établir un Plan de programmation de l'emploi et des compétences et la 12 sur l'urgence de tout mettre en œuvre pour favoriser l'économie circulaire.

Un regret toutefois : la timidité des propositions concernant l'encadrement de la publicité.

La CFTC a voté en faveur de l'avis.

CGT

La saisine gouvernementale nous rappelait d'emblée « l'urgence absolue de la transition écologique » et demandait au CESE des propositions - je cite - « *sur l'évolution de l'appareil productif en lien avec les objectifs de réindustrialisation de notre pays* » poursuivant notamment sur la nécessité « *d'engager collectivement une transformation radicale de nos manières de produire, de consommer, de vivre au quotidien* ».

L'avis s'est centré sur les leviers d'une consommation plus durable et sur l'économie de la réparation et du réemploi. Les préconisations sont dans les pas des précédentes concernant la Transition Écologique et la sobriété et vont globalement dans le bon sens et sont nécessaires. Mais elles sont rarement contraignantes et risquent dans la période de manquer ainsi d'opérationnalité. Enfin, certains sujets sont manquants malheureusement comme la question du travail, le pouvoir d'achat, la conciliation des temps...

La CGT soutient la réalisation d'un bilan et d'une étude d'impact concernant les mesures proposées par la CCC, tout comme les mesures visant à mieux informer et sécuriser le consommateur ou celles proposant de mobiliser les leviers de la fiscalité et de la tarification. Nous regrettons cependant que nos débats collectifs n'aient pas permis de proposer des préconisations plus contraignantes concernant la publicité dont le rôle sur la surconsommation est indéniable.

Notre modèle économique actuel n'est pas soutenable. La transformation profonde et radicale de l'appareil productif, et du travail qui en découle, doit dorénavant être posée en grand au CESE. Cela aurait été possible avec cette saisine gouvernementale. C'est essentiel pour

que nos préconisations puissent s'appliquer efficacement, tant celles sur la transition environnementale, la sobriété, que les toutes récentes issues de l'avis Travail santé-environnement.

Enfin, à l'occasion des conditions de traitement de cet avis, nous pensons nécessaire de réaffirmer le besoin de tirer collectivement les bilans de nos méthodes de travail visant la transversalité, pour donner plus de force et d'efficacité à nos travaux.

Aussi, nous avons fait le choix de l'abstention, en forme d'alerte pour l'ensemble du CESE sur le besoin dorénavant de nous emparer pleinement de ces questions.

CGT-FO

Comment passer de la prise de conscience aux actes pour aller vers une consommation durable ?

Si les enjeux environnementaux et les déséquilibres climatiques provoquent une réelle prise de conscience sur la nécessité d'agir, ce contexte à priori favorable au passage à l'acte a du mal à trouver des concrétisations à la hauteur des efforts que chacun doit fournir.

Pour le groupe FO, cette exigence d'agir ne pourra aboutir que si elle est construite autour de l'humain dans une vision qui ne soit ni punitive, ni brutale, ni imposée. Elle doit être conduite en impliquant les usagers et consommateurs, en tenant compte de leurs conditions de vie et de travail et en favorisant des changements comportementaux qui valorisent l'adhésion à des pratiques adaptées aux nouvelles contraintes environnementales. Cet avis plaide pour une transformation des modes de vie, pour repenser

nos habitudes et comportements de consommation et plus globalement pour aller vers une société plus ancrée dans le mieux-être et moins tournée vers une surconsommation néfaste pour l'environnement et les ressources. En ce sens, nous sommes en accord avec les préconisations portant sur une meilleure information du consommateur, sur la durabilité des produits ou encore sur l'encadrement de la publicité.

Le groupe FO soutient cette nécessaire transition pour assurer l'adaptation de nos sociétés et de nos économies aux contraintes environnementales et pour mettre l'économie au service du social et du progrès humain. FO soutient ainsi toutes les préconisations qui vont dans le sens d'une plus grande solidarité permettant à l'ensemble des couches sociales d'accéder à une consommation de qualité et à des produits durables et moins nocifs pour la santé. La réflexion autour de la mise en place d'un nouveau modèle de consommation doit par ailleurs constituer une opportunité pour relocaliser les activités. Ce modèle sera bénéfique pour l'environnement et pour notre autonomie stratégique. Il faut ainsi réindustrialiser notre pays en privilégiant une haute qualité environnementale, créer de l'emploi et favoriser une économie permettant l'accès à des produits de qualité et une consommation saine. Cependant, pour le groupe FO, cette transition a plus de chances d'aboutir si elle s'inscrit dans une démarche collective et solidaire. C'est pourquoi notre groupe s'interroge sur la modulation de la tva pour valoriser certains produits, entraînant une diminution

des recettes de l'Etat sans garantie d'atteindre l'objectif d'un accès plus large aux produits concernés notamment pour les consommateurs à bas revenus. Nous ne sommes pas plus convaincus par la pertinence du signal prix, par l'utilisation des systèmes de taxations et de fiscalité comme moyen de dissuasion ou l'individualisation des quotas carbone. Malgré nos réserves, nous avons voté pour ce texte.

Coopération

Comment concilier les impératifs écologiques et sociaux, qui impliquent de consommer moins et mieux, et l'existence de la publicité, dont l'objectif est d'orienter les choix des personnes, mais également, ne nous le cachons pas, d'inciter à l'achat ?

La communication, en particulier publicitaire, dispose d'un très fort pouvoir d'influence sur la société. Elle transmet des messages, des valeurs et des modèles culturels qui contribuent eux-mêmes à faire évoluer les imaginaires et les normes ou représentations qu'elle véhicule.

En fonction de la promotion qu'elle fait de tels ou tels modes de vie, elle donne une image d'une société idéalisée.

Et c'est assurément un vecteur de poids pour valoriser de nouvelles mobilités, de nouvelles façons d'habiter, de s'équiper, de se nourrir ou de vivre ensemble... mais aussi un filtre grossissant d'un certain mode de vie.

C'est en cela que nous soutenons tout particulièrement la préconisation n° 3 qui vise à donner au consommateur la capacité de mieux consommer, les préconisations n° 6, 7 et 8 qui ambitionnent de mieux réguler la publicité pour en faire un véritable levier de la transition écologique et la préconisation

n° 9 qui appelle à favoriser une économie de la sobriété et du lien en accompagnant la transformation des modèles productifs.

Nous émettons cependant une réserve au sujet de la préconisation n° 4 qui encourage la mise en place d'une nouvelle écocontribution.

En effet, au-delà du fait que ces dispositifs peinent à démontrer leur réelle efficacité au regard notamment des critiques de plus en plus nombreuses adressées aux éco-organismes et à l'utilisation des fonds collectés, nous sommes convaincus que la taxation n'est pas le meilleur levier de transformation de nos modèles productifs.

En dépit de cela et au regard de la qualité globale de l'Avis, nous l'avons voté favorablement.

Entreprises

Face à l'ampleur de la situation écologique et au changement de comportement des consommateurs, les entreprises sont concernées. La plupart d'entre elles s'engagent en faveur d'une consommation durable en innovant via leur circuit de production et leur communication et en révisant leur modèle. Leur implication en fait des interlocuteurs naturels sur la question d'une nouvelle consommation prenant mieux en compte les contraintes écologiques.

C'est pourquoi le groupe Entreprises regrette que les travaux présentés aujourd'hui soient très loin de porter une vision de croissance responsable et durable. Au contraire, le message itératif de décroissance ne peut pas être partagé par le groupe Entreprises. Il ne sera d'ailleurs pas partagé au niveau européen, ni international : soulignons-le !

Cet avis ne répond pas non plus à certains points de la saisine gouvernementale notamment sur les leviers dont le secteur publicitaire pourrait s'emparer pour participer activement à cette transition : représentations des comportements, éducation à l'usage, participation à la réparabilité et au recyclage des produits etc.. Il réduit le sujet de la publicité et son rôle à un vecteur de surconsommation. Cet avis préfère préconiser taxes et encore plus de régulation... sans tenir compte des réglementations et actions menées depuis la Convention pour le Climat. Il se concentre sur des débats auxquels ont été apportés des éléments de réponse lors de l'adoption de la loi Climat et résilience.

Le groupe Entreprises regrette par ailleurs le manque de préconisations visant à soutenir le développement des actions responsables des acteurs, à interroger sur le déploiement effectif de certaines réglementations européennes comme le Digital Services Act qui sont de nature à encadrer des pratiques .

Sans doute la multitude de sujets et l'angle très large de cet avis n'ont pas assez permis une approche plus mesurée, plus constructive et plus consensuelle. Le groupe Entreprises ne partageant pas une majeure partie des préconisations a voté contre cet avis.

Environnement et Nature - Organisations étudiantes et mouvements de jeunesse - Santé et Citoyenneté - Associations

Comment imaginer qu'il soit possible de maintenir le modèle de consommation et de gaspillage que les pays occidentaux ont imposé à l'ensemble de la planète ?

En 70 ans, l'équivalent d'une couche d'1,5cm de plastique a été rejeté sur l'ensemble de la surface terrestre. En France, 23 millions d'appareils électroniques sont jetés tous les ans et 90% des pannes ne sont pas réparées. Alors même que nous savons qu'il ne nous est pas possible de recycler à l'infini, peut-on réellement continuer à penser que la question de la réduction de notre consommation ne mérite pas d'être posée ?

Pourquoi avons-nous laissé autant d'espace à l'instrument de la fabrique du désir consumériste qu'est la publicité, sans réellement la questionner et la réguler, sans donner de place à ses contradicteurs, aux scientifiques et aux organisations qui alertent depuis tant d'années sur les limites de notre planète ?

Reconstruire notre économie et changer en profondeur nos sociétés, dopées par la surconsommation mais suffocantes de chaleur et de pollutions, n'est plus une option. Face à l'urgence, c'est donc un élan global et massif qu'il nous faut engager.

De nouveaux instruments doivent permettre aux citoyens de faire des choix plus éclairés et bénéfiques à leur santé mais aussi de maîtriser leur empreinte sur le climat et leur empreinte écologique. Tout changement nécessite de la conviction, nourrie par la connaissance, la compréhension et l'appropriation. Cela passe donc par l'éducation et la sensibilisation, par l'accès à une information claire, fiable et accessible à tous les publics.

Mais par-delà la responsabilité individuelle, ces choix sont indissociables des modes de production et des produits qui sont proposés.

A cet égard, les groupes des Associations, Environnement et Nature, Organisations Etudiantes et Mouvement de Jeunesse, Santé & Citoyenneté, appellent d'une même voix le monde économique à poursuivre sa prise de conscience de la nécessité d'un changement de modèle et à la traduire dans les faits en s'affranchissant des tentations du déni, de la passivité, de l'opposition ou encore de l'évitement. Ce sursaut est d'autant plus impératif pour le monde économique lui-même que les dérèglements environnementaux qui se renforcent chaque jour produisent et produiront des chocs qui mettront en péril tant les entreprises qui tentent de changer, que celles qui ferment les yeux. Nombre d'entreprises ou de syndicats patronaux sont déjà conscients du problème à venir, mais les tiraillements subsistent et les faits tardent à se concrétiser dans un temps si contraint.

Et par-dessus tout, nous appelons l'ensemble d'entre-nous à faire de cette spirale de marché, qui pousse à la surproduction et au gaspillage un problème à caractère politique : il nous faut construire de nouvelles règles communes en adéquation réelle avec les enjeux actuels.

Cet avis du CESE traite de consommation durable. Il précise qu'il ne s'agit pas de maintenir la consommation actuelle dans la durée, mais bien de satisfaire un confort individuel et collectif raisonné : produire des objets faits pour durer et dont nous avons réellement besoin, en prendre soin et leur assurer de nouvelles vies lorsque nous n'en avons plus l'usage.

Ce travail commun sollicite un renforcement des politiques publiques qui touchent à la prévention et la gestion des déchets, à l'économie circulaire, à l'écoconception, à l'économie du partage ou encore à l'affichage environnemental. Il interroge le devenir des propositions issues de la Convention citoyenne sur le climat.

Il propose également une ambitieuse régulation du secteur de la publicité, afin de dépasser son actuelle vocation de propagande consumériste théorisée dès les années 1920 par Edward Bernays. Au contraire, la publicité doit en partie jouer un rôle bénéfique, tant pour l'humain que pour l'environnement, et informatif pour accompagner un imaginaire cohérent avec le respect des limites planétaires et la construction du récit collectif de la transition.

L'appropriation des préconisations de cet avis doit passer par des politiques publiques nationales et locales assumant de promouvoir une économie de la sobriété et une économie du lien. Les instances de dialogue que sont les CESER et le CESE doivent y prendre leur part, en mettant au débat les besoins non satisfaits, la juste répartition de l'effort, les enjeux de relocalisation et de production, ainsi que les mesures d'accompagnement qui s'imposeront à destination des acteurs économiques et sociaux.

Les groupes Associations, Environnement et Nature, Organisations Etudiantes et Mouvements de Jeunesse et Santé & Citoyenneté ont voté en faveur de ce texte. Ils tiennent à remercier les 3 rapporteurs qui ont permis d'arriver à des préconisations opérationnelles que le Gouvernement pourra mettre en œuvre facilement, afin de respecter les engagements de la France et ouvrir enfin une nouvelle voie vers un futur désirable.

Familles

C'est au sein des familles que se prennent les habitudes de consommation. Éduquer les enfants à une consommation durable relève donc de la responsabilité parentale.

La troisième édition du baromètre « Approuvé par les Familles » pointe justement une évolution dans les comportements de consommation de celles-ci. Si l'épanouissement de l'enfant reste leur priorité, les parents appréhendent aujourd'hui davantage ce nouvel aspect de leur rôle éducatif que représente l'initiation à la consommation.

Le présent avis formule 14 préconisations pour permettre et encourager une consommation durable et lutter contre la surconsommation.

Le groupe Familles retient particulièrement les préconisations ayant trait à l'affichage environnemental. L'information du consommateur lui permet de comparer et d'acheter « responsable » et de devenir ainsi un consomm'acteur. A l'instar du nutriscore pour la consommation d'aliments trop gras, trop sucrés et trop salés, l'écoscore

pourrait responsabiliser l'acte de consommation plus respectueux de l'environnement et plus économe en ressources primaires et de fait plus protecteur pour notre santé.

Enfin, il est aujourd'hui établi que l'influence des enfants sur les décisions d'achat de leurs parents en font des cibles marketing prioritaires. Les préconisations concernant la publicité et son encadrement sont donc essentielles. Faire en sorte que la publicité puisse servir aussi la transition écologique doit devenir un objectif en matière de consommation.

Le groupe Familles a voté l'avis.

Non-inscrits

Inverser nos modes de consommation écologiquement non viables est nécessaire pour parvenir à une croissance qui soit en accord avec nos objectifs de développement durable et économique.

Nous exerçons des effets sur l'environnement par notre consommation d'énergie, d'eau, nos habitudes de transports, choix alimentaires et vestimentaires etc. et la conséquence de ces actes est que nous avons dépassé six de nos limites planétaires.

Par nos consommations d'énergie, d'eau, nos habitudes de transports, nos choix alimentaires et vestimentaires, nous exerçons chacun des effets sur l'environnement. La conséquence de ces actes est que nous avons dépassé six de nos limites planétaires.

Or nous assistons depuis quelques années à une volonté de consommer moins mais mieux de la part de la population.

Un nombre croissant de nos concitoyens aspire à une société plus équitable, plus respectueuse de l'environnement.

Si pour certains, il ne s'agit que d'une tendance passagère, il nous doit en tant que membres de la société civile organisée de faire en sorte que cela tende à devenir la norme à compter d'aujourd'hui.

Cette transformation n'est possible que si nous arrivons à impliquer le plus de monde possible.

Nous nous devons d'avoir un impact en matière de durabilité et d'orienter les comportements des consommateurs afin de leur permettre d'acheter plus équitablement.

Les valeurs des consommateurs se ressentent de plus en plus dans leurs nouvelles habitudes d'achat.

La demande est là et les pouvoirs publics ont un rôle à jouer pour continuer à démocratiser et accompagner ces pratiques vertueuses.

Les mettre en place dès maintenant, c'est montrer que la consommation durable n'est pas qu'une question d'obligation mais de nécessité.

Notre groupe remercie les rapporteurs et a voté cet avis.

Outre-Mer

« Une société qui survit en créant des besoins artificiels pour produire efficacement des biens de consommation inutiles ne parait pas susceptible de répondre à long terme aux défis posés par la dégradation de notre environnement. » Pierre Joliot-Curie résume avec qualité les limites de l'économie linéaire.

Ce travail mené en réponse aux questions posées dans la saisine gouvernementale est une sonnette d'alarme sur notre modèle de consommation, excessif dans sa fabrication, dans sa longévité ou encore dans ses pollutions en tout genre. La France mais aussi d'autres Etats ont engagé une démarche incitant au verdissement de l'économie mais cette approche se révèle encore trop insuffisante.

Aujourd'hui, l'impérative nécessité de transition qu'il faut opérer ne doit non seulement intégrer le tryptique production, transport et consommation mais nécessite une révolution des politiques publiques actuellement balbutiantes.

C'est pourquoi, « réenchanter » une société plus sobre ne peut se contenter d'activer qu'un seul levier de la production plus durable.

Encourager, mieux converger vers une consommation plus durable nécessite une véritable révolution des politiques publiques qui consisterait à repenser à une nouvelle consommation visant à élargir les comportements vertueux.

Par voie de conséquences, la mise en place d'une véritable politique en faveur de la consommation durable nécessitera:

- D'abord, de faire évoluer les modes de vie et les cultures ;
- Puis, des investissements publics et privés pour soutenir les politiques publiques en priorisant les TPE/PME ;
- Des moyens humains pour accompagner et contrôler les productions ;
- Enfin en renforçant et en harmonisant les cadres réglementaires.

De plus, il est d'une impérative nécessité de redessiner le cadre d'un véritable secteur de l'économie circulaire surtout dans les Outre-mer tout en structurant les filières de production locales dans ces territoires.

Notre société ne peut plus consommer sans se soucier du comment elle le fait.

C'est pourquoi, l'affichage environnemental constitue aussi un levier essentiel pour une consommation durable et responsable.

Le groupe des Outre-mer a voté l'avis

UNSA

Notre consommation est le reflet de nos modes de vie, de nos fonctionnements et les résultats de cette surconsommation aggravent le dérèglement climatique et les inégalités.

Nous consommons trop, nous consommons mal, et nous gaspillons. Ces constats sont connus, documentés, dénoncés depuis maintenant quelques décennies. Pourtant, les habitudes de consommation peinent à évoluer. Cet avis étudie de manière fine les ressorts de ces difficultés malgré une réelle prise de conscience environnementale.

A la lecture de cet avis et particulièrement de la première partie, un constat s'impose alors, pour changer nos modes de consommation, nous ne ferons pas l'économie d'un changement profond de nos modes de production.

L'UNSA salue la première préconisation qui tend à réexaminer l'ensemble des propositions en lien avec la consommation durable, la production durable et la publicité émises par la Convention Citoyenne pour le climat en y associant l'ensemble des parties prenantes. Cette démarche correspond au principe de redevabilité défendu au Conseil.

Dans la poursuite de l'avis « Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ? » cet avis contribue par ses préconisations à dessiner un nouveau récit, condition indispensable pour faire évoluer de manière forte et pérenne nos modes de consommation. Car, au de là de la sobriété, c'est une transformation profonde de nos modes de vie qu'il faut impulser. Et dans ses transformations, le rôle de la puissance publique est majeur. L'UNSA adhère aux préconisations concernant l'encadrement de la publicité, à la main de l'Etat.

C'est le sens des préconisations présentes dans l'avis, dépassant le consommateur individuel et tendant vers une politique globale présentée dans les préconisations 8 et suivantes.

Enfin, l'UNSA salue le focus fait par les commissions sur l'ultra fast fashion, symbole de modes de consommation obsolètes et destructeurs.

Scrutin sur l'ensemble de l'avis. Le CESE a adopté.

**Nombre de votantes
et de votants : 126**

Pour : 97

Contre : 14

Abstentions : 15

Ont voté pour 97

GROUPE	COMPOSITION
Agriculture	MM. Amécourt (d'), Biès-Péré, Mme Blin, MM. Coué, Dagès, Durand, Férey, Mme Fournier, M. Gangneron, Mmes Lion, Pisani.
Alternatives sociales et écologiques	Mmes Gondard-Lalanne, Groison, M. Le Queau.
Artisanat et Professions libérales	MM. Anract, Fourny, Mmes Munoz, Vial.
Associations	Mme Belhaddad, MM. Bobel, Boivin, Deniau, Deschamps, Mmes Dorese Dewas, Martel, M. Miribel, Mmes Monnier, Sivignon, M. Thomasset.
CFDT	Mme Blancard, M. Cadart, Mmes Duboc, Gresset-Bourgeois, MM. Guihéneuf, Lautridou, Mariani, Mmes Meyling, Pajarès y Sanchez, M. Ritzenthaler, Mme Thiery.
CFE-CGC	Mmes Biarnaix-Roche, Gayte, MM. Nicoud, Souami.
CFTC	Mmes Chatain, Coton, MM. Heitz, Lecomte.
CGT-FO	MM. André, Busiris, Cambou, Mmes Clicq, Marot, M. Sabot, Mme Veitl.
Coopération	M. Mugnier.

Environnement et nature	MM. Abel, Beauvais, Boucherand, Chabason, Mme Claveirole, M. Gatet, Mmes Journé, Marsaud, Martinie-Cousty, M. Mayol, Mmes Ostria, Rattiez, M. Richard, Mme Van Den Broeck.
Familles	Mmes Balducchi, Blanc, MM. Desbrosses, Erbs, Mme Gariel, M. Marmier, Mme Picardat.
Non-inscrits	M. Bazot, Mme Beauflis, MM. Breton, Chir, Noël, Pouget.
Organisations étudiantes et mouvements de jeunesse	M. Eyriey.
Outre-mer	Mmes Arlie, Bouchaut-Choisy, MM. Leung, Marie-Joseph, Mme Mouhoussoune, M. Yan.
Santé et Citoyenneté	MM. Boroy, Da Costa, Mme Joseph, M. Raymond.
UNSA	MM. Darwane, Truffat, Mme Vignau.

Ont voté contre 14

GROUPE	COMPOSITION
Entreprises	MM. Asselin, Blachier, Brunet, Mme Couderc, MM. Creyssel, Gardinal, Goguet, Mmes Guerniou, Hafidou, M. Kling, Mmes Pauzat, Salvadoretti, MM. Vermot Desroches, Vidor.

Se sont abstenu.e.s 15

GROUPE	COMPOSITION
Agir autrement pour l'innovation sociale et environnementale	MM. El Jarroudi, Hammouche, Levy-Waitz, Mmes Roux de Bezieux, Tordeux Bitker, Tutenuit.
CGT	Mmes Barth, Chay, M. Dru, Mme Gallet, MM. Garcia, Naton, Mmes Rouchy, Tatot.
Outre-mer	Mme Sirder.

Annexes

1

Composition de la commission Environnement

Président

Sylvain BOUCHERAND

Vices-Présidents

Evanne JEANNE-ROSE
Gilles VERMOT DESROCHES

**Agir autrement pour
l'innovation sociale
et environnementale**
Claire TUTENUIT

Agriculture

Antoine AMÉCOURT (d')
Thierry COUÉ
Alain DURAND
Pascal FERÉY

**Alternatives sociales
et écologiques**
Serge LE QUEAU

**Artisanat et professions
libérales**
Aminata NIAKATÉ

CFDT

Soraya DUBOC
Pascal GUIHÉNEUF
Marie-Hélène MEYLING
Albert RITZENTHALER

CFTC

Eric HEITZ

CGT

Claire BORDENAVE
Fabienne TATOT

CGT-FO

Béatrice CLICQ
Hervé QUILLET

Entreprises

Pierre GOGUET
Catherine GUERNIOU
Nadine HAFIDOU
Gilles VERMOT DESROCHES

Associations

Martin BOBEL
Jean-Pascal THOMASSET

Environnement et nature

Sylvain BOUCHERAND
Julie MARSAUD
Élodie MARTINIE-COUSTY
Nicolas RICHARD

Familles

Marie-Josée BALDUCCHI

Non Inscrits

Corine BEAUFILS

OEMJ

Evanne JEANNE-ROSE

Outre-mer

Ghislaine ARLIE
Hélène SIRDER

UNSA

Fanny ARAV

2

Composition de la commission Économie et finances

Président

Jacques CREYSSEL

Vice-présidents

Jean-Marie BEAUVAIS
Marie-Claire CAILLETAUD

Agir autrement pour l'innovation sociale et environnementale

Claire TUTENUIT
Marianne TORDEUX BITKER

Agriculture

Véronique BLIN
Manon PISANI

Artisanat et professions libérales

Fabienne MUNOZ

Associations

Martin BOBEL
Claire THOURY

CFDT

Patricia BLANCARD
Pascal GUIHENEUF
Marie-Hélène MEYLING
Jean-Yves LAUTRIDOU

CFE-CGC

Véronique BIARNAIX-ROCHE

CFTC

Manuel LECOMTE

CGT

Marie-Claire CAILLETAUD
Benoît GARCIA
Mohammed OUSSÉDIK

CGT-FO

Sébastien BUSIRIS
Hervé QUILLET

Coopération

Jacques LANDRIOT

Entreprises

François-Xavier BRUNET
Jacques CREYSSEL
Fany RUIN
Michèle SALVADORETTI

Environnement et nature

Jean-David ABEL
Jean-Marie BEAUVAIS
Julia GRIMAUTL

Familles

Bernard DESBROSSES

Non-inscrits

Alain BAZOT
Daniel-Julien NOËL

Outre-mer

Pierre MARIE-JOSEPH

Santé et citoyenneté

Dominique JOSEPH

UNSA

Fanny ARAV

3

Liste des personnes auditionnées et entendues

M. Pierre-Yves APPERT

En vue de parfaire son information, les commissions environnement et économie et finances ont successivement entendu :

Pierre Galio

Chef de service consommation responsable à l'ADEME

Flore Berlingen

Autrice de plusieurs enquêtes et essais critiques en écologie et ex-directrice de l'ONG Zéro Waste France

Timothée Parrique

Chercheur en économie écologique à l'Université de Lund en Suède et spécialiste de la décroissance

Marianne Blehaut

Directrice du pôle Data & Economie du CREDOC

Valérie Guillard

Docteure en science de gestion et professeure de marketing à l'université Paris-Dauphine

Bertrand Bohain

Délégué général du Cercle national du recyclage

Philippe Moati

Professeur d'économie à l'Université Paris Cité, co-fondateur de #obsoco

Catherine Larrère

Philosophe

Ronan Groussier

Responsable des affaires publiques et du plaidoyer de l'association Halte à l'Obsolescence Programmée (HOP)

Valérie Fayard

Directrice générale déléguée d'Emmaüs France

Catherine Mechkour-Di Maria

Secrétaire générale du Réseau National des Ressourceries et Recycleries

Thierry Libaert

Conseiller au Comité économique et social européen, président de l'Académie des controverses et de la communication sensible

Mathilde Dupré

Co-directrice de l'Institut Veblen

Renaud Fossard

Co-fondateur et directeur général de l'association Communication et démocratie

Thomas Bourgenot

Chargé de plaidoyer de l'association Résistance à l'agression publicitaire

Sarah Denisse

Chargée de campagne «Stop Pubs Climaticides» de l'association Résistance à l'agression publicitaire

Géraldine Olivier

Directrice RSE du Groupe FNAC/DARTY

Julie Soullignac

Cheffe de projet développement durable réparabilité chez Decathlon France

Isabelle Lefort

Co-fondatrice de l'association Parisgoodfashion

Audrey Coreau

Cheffe de service de l'économie verte et solidaire au sein du Commissariat général au développement durable (CGDD)

Pascal Dagrás

Chef de projet affichage environnemental au Commissariat général au développement durable (CGDD)

Ali Talib

Directeur d'Envie Trappes (Entreprise d'insertion)

Mikaël Schneider

Directeur Eooscience Provence

François d'Aubert

Président de l'Autorité de Régulation
Professionnelle de la Publicité (ARPP)

Magali Jalade

Directrice des affaires publiques et
juridique de l'Autorité de Régulation
Professionnelle de la Publicité (ARPP)

Stéphane Martin

Directeur général de l'Autorité de
Régulation Professionnelle de la Publicité
(ARPP)

Arnaud Boyer

Directeur de projets à la Direction
générale des entreprises (DGE)

Florence Le Bon

Chargée de mission Régulation de la
publicité à la Direction générale des
entreprises (DGE)

4

Lettre de saisine de la Première ministre

La Première Ministre

Paris, le 2 MARS 2023

Monsieur le Président,

Notre pays fait face à un impératif absolu, celui de la transition écologique. Si nous voulons atténuer l'impact de la crise climatique, enrayer l'érosion de la biodiversité, comme prévenir l'épuisement des ressources naturelles et nous adapter au climat futur, il est en effet impérieux que nous nous engageions collectivement dans une transformation radicale de nos manières de produire, de consommer, de vivre au quotidien. Cette réorientation concerne l'ensemble de la Nation, des pouvoirs publics aux entreprises, des citoyens aux acteurs de la société civile.

Comme vous le savez, j'ai engagé, avec l'aide de l'ensemble du Gouvernement, le chantier ambitieux de la planification écologique, afin de répondre à ce défi sans précédent. Nous y travaillons avec tous les partenaires et tous les acteurs, et animés d'une conviction : la transition écologique sera synonyme de mieux vivre. Loin des clichés, elle ouvre des perspectives pour une meilleure qualité de vie, une meilleure santé, une société nouvelle et apaisée.

Pour autant, nos concitoyens ressentent aujourd'hui une anxiété aussi marquée que compréhensible : il nous revient dès lors de les accompagner, de construire ensemble ce futur désirable et les chemins pour y parvenir.

Dans ce cadre, un des grands enjeux sera celui de nos modes de consommation, qui doivent devenir plus sobres, plus circulaires, plus respectueux de l'environnement et plus durables en général.

Afin d'alimenter les réflexions initiées au sein du Gouvernement sur ce volet éminemment sociétal, je souhaite que vous apportiez les propositions et recommandations des membres du CESE en la matière, notamment sur les aspects suivants :

- Comment orienter de manière convaincante et acceptable nos concitoyens, et les acteurs économiques, vers des modes de consommation et d'usage plus sobres et responsables ?
- Comment concilier les conséquences de ces nouveaux modes de consommation sur notre appareil productif avec nos objectifs de réindustrialisation, et quelles évolutions des modèles économiques et commerciaux seraient à même de les accompagner ?
- Quel rôle des politiques publics et des acteurs publics en général pour encourager et accompagner ces évolutions ?

Le cas échéant, vous pourrez accorder une attention particulière à certains grands secteurs de consommation (la mode, l'électroménager, le numérique...).

Monsieur Thierry BEAUDET
Président
Conseil économique, social et environnemental
9, place d'Iéna
75775 Paris cedex 16

Je souhaiterais également que vous vous penchiez, le cas échéant dans un deuxième temps, sur la question liée et complémentaire du rôle de la publicité. Plusieurs questions pourront notamment être considérées :

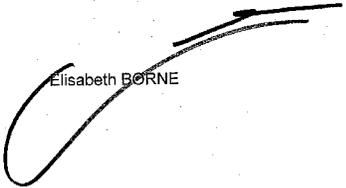
- Comment rendre désirable cette société de sobriété et de consommation responsable ?
- Quels leviers appropriés d'évolutions de la publicité peuvent contribuer à limiter la surconsommation ?
- Quels modèles d'affaires peuvent être envisagés pour le secteur dans cette perspective ?
- Quel rôle pour l'éducation à la publicité ?

Le Gouvernement et l'ensemble des acteurs publics et privés pourront ainsi se saisir de vos propositions pour promouvoir les modes de consommation cohérents avec la transition vers une société sobre et résiliente.

Pour mener ces travaux, vous pourrez vous appuyer sur l'ensemble des administrations concernées, en particulier les services du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires et du ministère de l'Economie, des Finances et de la Souveraineté industrielle et numérique.

Je souhaite dans la mesure du possible recueillir l'avis de votre conseil, le cas échéant en deux temps, d'ici l'été, afin de pouvoir alimenter les travaux susmentionnés.

Je vous prie de croire, Monsieur le Président, à l'assurance de mes salutations les meilleures.



Elisabeth BORNE

5

Bibliographie

ADEME : « *Élaboration selon les principes des ACV des bilans énergétiques, des émissions de GES et des autres impacts environnementaux induits par l'ensemble des filières de véhicules électriques et de véhicules thermiques* » (2013)

ADEME, « *Connaissez-vous votre empreinte sur le climat ?* », 2023

ADEME, « *Etat des lieux des masses de gaspillages alimentaires et de sa gestion aux différentes étapes de la chaîne alimentaire* », Etude, 2016

ADEME, « *Etude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement* », 2021

ADEME, « *La version 23.0 de la Base Carbone est disponible sur le site !* », 2023

ADEME, « *L'économie circulaire en 10 questions - Vers un modèle plus vertueux pour l'homme et la planète* » (2019)

ADEME, « *Les Français et la réparation* », Perceptions et pratiques, Rapport, Édition 2019

ADEME, « *Observatoire national du réemploi et de la réutilisation* », Feuille de route, 2022-2023

ADEME, « *Opération « Osez changer : Mieux consommer et vivre plus léger* », 2021

ADEME, Opération « *Osez changer ! - 21 foyers français désencombrent leur logement avec l'ADEME* », 2022

ADEME, Suivi et bilan de l'appel à projets « *Territoires Zéro Déchet, Zéro Gaspillage* »

ADEME, « *Les Français aspirent à changer de modèle de société mais sont pris dans des injonctions contradictoires* », 2023

AFNOR, « *Économie circulaire : votre avis pour une vision à 360 degrés* » Consultation en cours sur les futures normes ISO 59004, 59010 et 59020 sur l'économie circulaire, (2023)

Agence nationale de la cohésion des territoires, « *Contrats de relance et de transition écologique* », L'actualité des CRTE (2023)

Agence nationale de la cohésion des territoires, Programme « *Petites villes de demain* », « *plus de 1600 communes bénéficiaires début octobre 2022* » (2022)

Association HOP, « *Livre blanc inédit pour mettre fin à l'obsolescence programmée en Europe*, 2020

Beta.gouv.fr, [Construisons ensemble les services publics numériques de demain](#)

Biodiversité.gouv.fr, « *Les causes majeures de l'érosion de la biodiversité* »

Centre ressource du développement durable, Rapport « *Les limites planétaires, un socle pour repenser nos modèles de société* » (2021)

CESE, avis « *Rapport annuel sur l'état de la France 2022 : changer de boussole pour sortir de l'urgence et préparer l'avenir* » (2022)

CESE, avis « *Du sol au foncier, des fonctions aux usages, quelle politique foncière ?* » (2023)

CESE, avis « *Filières stratégiques : définir et mettre en œuvre les priorités* » (2021).

CESE, avis « *Financer notre Stratégie Energie-Climat : donnons-nous les moyens de nos engagements* » (2023)

CESE, avis « *Industrie : un moteur de croissance et d'avenir* » (2018).

CESE, avis « *L'affichage environnemental, levier pour la mise en œuvre de l'économie circulaire* » (2019)

CESE, avis « *Les enjeux de la gestion des déchets ménagers et assimilés en France en 2008* » (2008)

CESE, avis « *Les recommandations du CESE pour un pacte ambitieux entre l'agriculture et la société française* » (2023)

CESE, avis « *Mission commerce – Saisine gouvernementale* » (2021).

CESE, avis « *Pour des bâtiments plus durables grâce à une ambitieuse politique de rénovation* » (2022)

- CESE, avis « *Pour une alimentation durable ancrée dans les territoires* » (2020)
- CESE, avis « *Pour une économie servicielle sociale et soutenable : de la propriété à l'usage – Conjuguer performance et confiance au service de l'environnement et de l'humain* » (2023)
- CESE, avis « *Quelles politiques pour favoriser l'évolution des modes de vie vers la sobriété ?* » (2023)
- CESE, avis « *Quels besoins de gouvernance pour les différents usages de la biomasse ?* » (2023)
- CESE, avis « *SFEC : quelle gouvernance pour la transition écologique ?* » (2022)
- CESE, avis « *Vers un traité international sur la pollution par les plastiques : enjeux, options, positions de négociations* » (2023)
- CESE, avis et rapport « *Inégalités de genre, crise climatique et transition écologique* » (2023)
- CESE, avis, « *Quelles solutions pour des mobilités durables en zones peu denses ?* » à l'examen de la plénière du 11 juillet 2023.
- CESE, avis, « *Rapport annuel sur l'état de la France 2021 - Face au choc, construire ensemble la France de demain* » (2021)
- CESE, Consultation, « *Consultation sur le Projet du programme national de réformes 2023* » (2023)
- CESER Ile-de-France, « *Avis sur la Stratégie régionale en faveur de l'économie circulaire* » (2020)
- Chaire eppp, « *Quel bilan pour les tarifs progressifs dans l'eau potable en France ?* », chaire Economie des Partenariats Public-Privé de l'IAE de Paris, (2017)
- CLCV, « *Premier bilan de l'observatoire du fonds réparation des équipements électriques et électroniques (EEE)* », Communiqué de presse (2023)
- Code de l'environnement, *Modification des articles R.541-147 et R.541-148 du code de l'environnement par le décret n° 2021-1904 du 30 décembre 2021* portant diverses dispositions d'adaptation relatives à la responsabilité élargie des producteurs
- Comité pour l'économie verte, Rapport « *Comment construire la fiscalité environnementale pour le quinquennat et après 2022 ?* », Bénédicte Peyrol, Députée de l'Allier et Dominique Bureau, Président du Comité pour l'Économie Verte (2018)
- Commission européenne, « *Proposal for Ecodesign for Sustainable Products Regulation* », 30 mars 2022 : https://environment.ec.europa.eu/publications/proposal-ecodesign-sustainable-products-regulation_en
- Commission européenne, « *Proposition de règlement sur l'écoconception pour des produits durables* » (2022)
- Conseil des prélèvements obligatoires, Rapport « *La taxe sur la valeur ajoutée (TVA), un impôt à recentrer sur son objectif de rendement pour les finances publiques* » (2023)
- Cour des comptes, « *La fiscalité environnementale au défi de l'urgence climatique* » (2019)
- Cour des comptes, Rapport « *Les éco-organismes : une performance à confirmer, une régulation à renforcer* » (2020) page 413.
- Cour des comptes, Rapport annuel 2023 – Chapitre 5 – « *Les déchets ménagers : un défi au quotidien pour les intercommunalités et un nouvel enjeu pour les régions* » (2023)
- Eloi Laurent, « *La transition sociale-écologique : au-delà de la croissance, sans croissance ?* » (2021)
- Emmanuel Delannoy, Rapport à la ministre de l'Environnement, de l'énergie et de la mer « *La biodiversité : une opportunité pour le développement économique et la création d'emplois* » (2016)
- FAERE, « *Qui émet du CO2 ? Panorama critique des inégalités écologiques en France* » (2020)
- France Nature Environnement, note de synthèse « *Réduisons le gaspillage textile* » (2018) d'après chiffres de McKinsey & company "Style that's sustainable : a new fashion formula", N. Remy, E. Speelman, S. Schwartz (2016)
- France Stratégie, Rapport à la Première ministre « *Les incidences économiques de l'action pour le climat* » (2023)

France Stratégie, Rapport à la Première ministre « *Les incidences économiques de l'action pour le climat* » (2023)

France Stratégie, Rapport du Gouvernement, « *Les nouveaux indicateurs de richesse* » (2015)

GIEC 6^{ème} rapport en trois volets : « *Les bases physiques du changement climatique* » (août 2021), « *Impacts, adaptation et vulnérabilité* » (février 2022), « *Atténuation du changement climatique* » (avril 2022)

GIFAM, « *Marché de l'électroménager français : +5%* de croissance en 2020* » : https://www.gifam.fr/wp-content/uploads/2021/04/Communique-de-presse_Bilan-2020-du-secteur-de-lelectromenager-francais.pdf (2020)

Gouvernement, Programme « *Action cœur de ville* », « *Dynamisation et accompagnement des villes moyennes à la transition écologique du sur-mesure pour 20 millions de français* », dossier de presse (2022)

Grand Paris Circulaire, « *Stratégie régionale en faveur de l'économie circulaire 2020-2030 (SREC)* » (2020)

Haut Conseil à la vie associative, « *Impact de la concurrence lucrative sur le modèle économique associatif et sur la multiplication des exclusions* » (2021)

Haut Conseil pour le Climat, « *Rapport annuel 2022 : dépasser les constats, mettre en œuvre les solutions* » (2022)

INSEE, Etude « *Le « made in France » : 81 % de la consommation totale des ménages, mais 36 % seulement de celle des biens manufacturés* » (2019)

Institut national de la consommation, Fiche « *L'économie circulaire, qu'est-ce que c'est ?* » (2020)

IPBES, « *Rapport d'évaluation mondiale de la biodiversité et des services écosystémiques* » (2019)

J., Steffen, W., Noone, K. et al. « *A safe operating space for humanity* ». Source : <https://doi.org/10.1038/461472a> Traduction d'après Rockström, (2009)

Jean-Marie-Beauvais, article « *Pourquoi les émissions de CO2 des transports restent à un niveau si élevé* », Ville Rail et Transports n°672, pp. 77-84 (2023)

KANTAR, « *BUMP : Baromètre Unifié du Marché Publicitaire et de la communication de janvier à septembre 2022* » (2022)

Le Grand défi des entreprises pour la planète, Rapport « *100 propositions pour accélérer la transition écologique des entreprises* » : <https://www.legranddefi.org/>, (2023)

Le Monde, « *Nous devons sortir du dogme de la croissance* » : l'appel de 18 eurodéputés, (2023)

Le Monde, « *Faut-il instaurer un quota de carbone par personne ?* », Nabil Wakim (lemonde.fr) (2023)

Légifrance, Décret n° 2022-748 du 29 avril 2022 relatif à l'information du consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets, NOR : TRED2203154D : <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000045726094>

Loi du 13 avril 2015 visant à la prise en compte des nouveaux indicateurs de richesse dans la définition des politiques publiques.

Mathilde Dupré et Renaud Fossard, « *La communication commerciale à l'ère de la sobriété* », Rapport (octobre 2022)

Matthieu Jahnich Article, « *Label Emmaüs : vous avez le pouvoir d'écrire le e-commerce de demain* », Campagne (2022)

Météo France, « *Météo-France éclaire le climat en France jusqu'en 2100* » : <https://meteofrance.com/actualites-et-dossiers-0/meteo-france-eclaire-le-climat-en-france-jusqu'en-2100> » (2021)

Ministère de l'Économie et des finances, « *Guide pratique des allégations environnementales* » (2023)

Ministère de l'Économie et des finances, « *Lancement d'une stratégie nationale pour accélérer la transition vers l'économie circulaire* » (2021)

Ministère de l'Économie et des finances, « *Lauréats du contrat à impact « Economie circulaire » - Une forme inédite de financement public-privé au service des causes sociales et environnementales* » (2021)

Ministère de l'Économie et des finances, « *Un nouveau souffle pour les pôles territoriaux de coopération économique* » (2021)

Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, « Bonus réparation : Christophe Béchu et Bérangère Couillard demandent une accélération » : [ecologie.gouv.fr le 23 avril 2023](https://www.ecologie.gouv.fr/le-23-avril-2023)

Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, « Stratégie d'accélération recyclabilité, recyclage, réincorporation des matériaux recyclés » (2022)

Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, « Convention citoyenne pour le climat », 22 août 2022 : https://www.ecologie.gouv.fr/suivi-convention-citoyenneclimat/?id_rubrique=3#affiner (2021)

Ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, les propositions de la convention citoyenne pour le climat, 29 janvier 2021 : <https://propositions.conventioncitoyennepourleclimat.fr/pdf/ccr-rapport-final.pdf>

Ministère de la Transition écologique et solidaire, « Publicité et transition écologique », rapport de Thierry Libaert et Géraud Guibert, (2020)

Ministère de la Transition écologique, « Bilan environnemental de la France » – Edition 2021 (2022)

Ministère de la Transition écologique, « Chiffres clés du climat - France, Europe et Monde » - Édition décembre 2022

Ministère de la transition écologique-CGDD, « Déchets ménagers : efficacité de la tarification écologique » (2016)

Nature France, « Indicateurs ONB », Source : <https://naturefrance.fr/indicateurs>, (2022)

Novethic, « L'espérance de vie en bonne santé, un indicateur prisé pour mener des politiques de bien-être » (2022)

ObSoCo, « Et si l'avenir de la consommation ne passait plus par L'AVOIR, mais par le «FAIRE» ? » (2017)

ObSoCo, « Observatoire de la consommation responsable, Vague 2 – Principaux enseignements » (2023)

OCDE, « Croissance et inégalités : une relation étroite » (2014)

Parlement européen, « Beyond Growth, Pathways towards Sustainable Prosperity in the EU », 15-17 may 2023 : Parlement européen : Au-delà de la croissance. (2023)

Parlement européen, « Production et déchets textiles : les impacts sur l'environnement » (infographies) « Incidences de la production et des déchets textiles sur l'environnement » (2020)

Régions de France, « Transition écologique : Les Régions à l'initiative d'actions concrètes et innovantes » (2022)

REPORTAGE TF1, « Comment les vêtements jetés en Europe échouent sur les plages du Ghana », Sarah Sissmann, Samuel Bernard et Oscar Sanga (2023)

Santé Publique France, « Nutri-score : notoriété, perception et impact sur les comportements d'achat déclarés des adolescents en octobre 2021 » (2022)

Sciences Po - Centre de recherche sur les inégalités sociales, « La conversion écologique des Français - Contradictions et clivages », Philippe Coulangeon, Yoann Demoli, Maël Ginsburger, Ivaylo Petev

Service-public.fr, « Lutte contre le gaspillage -Faites réparer vos appareils électriques et électroniques avec le bonus réparation ! » (2022)

Stockholm resilience center, « portail de la coordination scientifique Planetary boundaries »(2022)

Trendeo, Rapport « L'emploi et l'investissement en 2022 en France », David Cousquier, Analyses, Économie France (2023)

UFC Que Choisir, « L'efficacité du Nutri-Score à améliorer les recettes bridées par son application volontaire », Étude sur l'évolution entre 2015 et 2022 de la qualité nutritionnelle des aliments en lien avec l'adoption du Nutri-Score, (2023)

Union européenne, « Directive (UE) 2022/542 du Conseil du 5 avril 2022 modifiant les directives 2006/112/CE et (UE) 2020/285 en ce qui concerne les taux de taxe sur la valeur ajoutée » (2022)

WWF France, « L'impact écrasant des SUV sur le climat », Rapport, (octobre 2020)

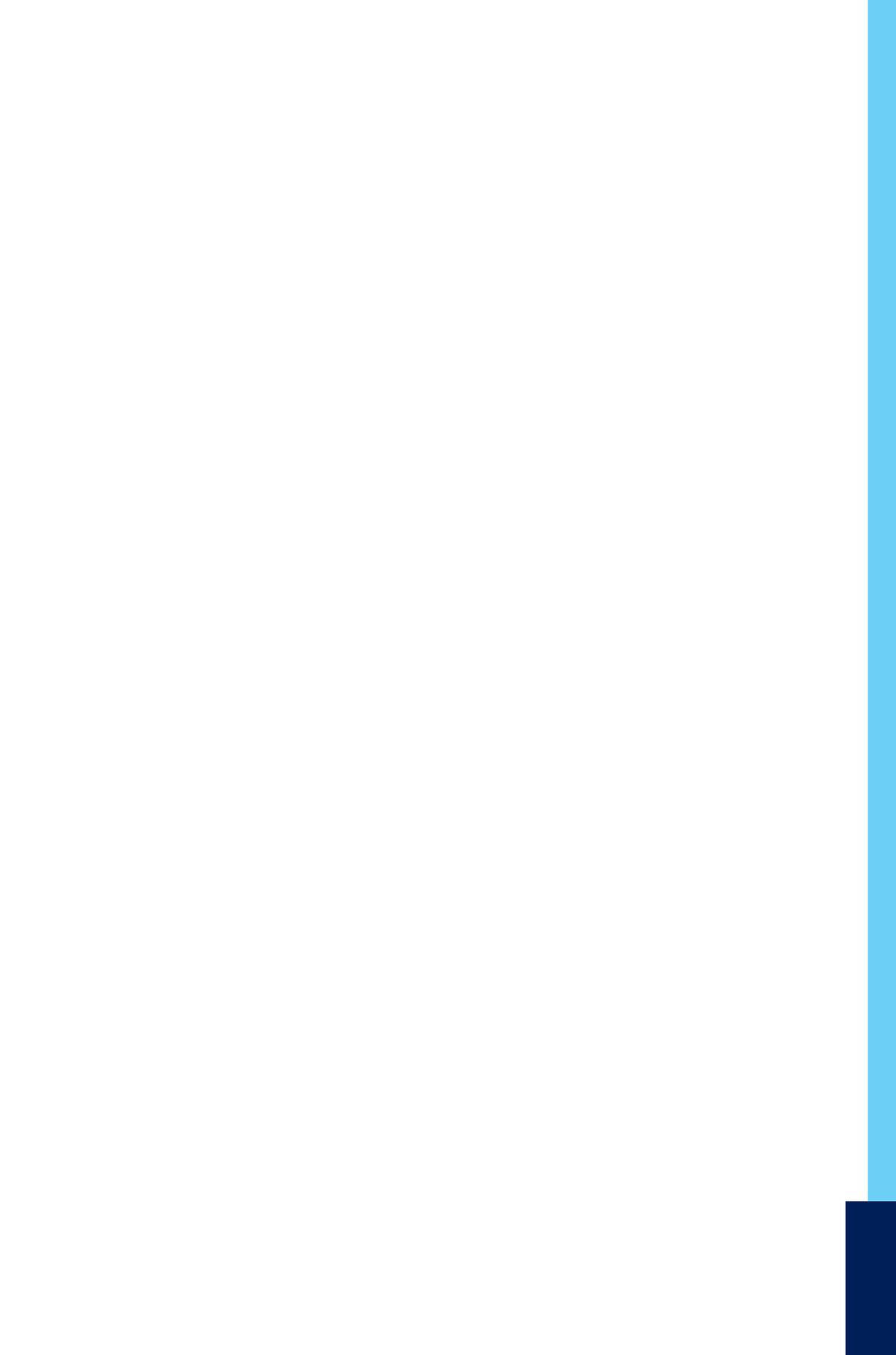
WWF France, Guide « Memo Climat-Biodiv, résumé des enjeux et des données clés à l'usage des parlementaires » (2022)

6

Sigles

ACV	Analyse de cycle de vie
ADEME	Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie
AFNOR	Association française de normalisation
AMAP	Association pour le maintien d'une agriculture paysanne
ANCT	Agence nationale de cohésion des territoires
ARCEP	Autorité de régulation des communications électroniques, des postes et de la distribution de la presse
ARCOM	Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique
ARPP	Autorité de régulation professionnelle de la publicité
BEGES	Bilan d'émissions de gaz à effet de serre
CCC	Convention citoyenne pour le climat
CESCE	Comité d'éducation à la santé, à la citoyenneté et à l'environnement
CESE	Conseil Economique, Social et Environnemental
CESER	conseil économique, social et environnemental régional
CGDD	Commissariat général au développement durable
CITEO	Organisme chargé de piloter le tri et le recyclage en France
CLCV	Association nationale de défense des consommateurs et usagers
CNIL	Commission nationale de l'informatique et des libertés
CNRS	Centre national de la recherche scientifique
CO2	Dioxyde de carbone
CODEV	Conseils de développement
CPP	Conseil paritaire de la publicité
CRD	Directive sur les droits des consommateurs
CREDOC	Centre de Recherche pour l'Étude et l'Observation des Conditions de Vie
CRTE	Contrats de relance et de transition écologique
CSA	Conseil supérieur de l'audiovisuel
CSRD	Corporate Sustainability Reporting Directive
DECLICS	Défis citoyen locaux d'Implication pour le climat et la sobriété
DEEE	Déchets d'équipements électriques et électroniques
DGCCRF	Direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes
DMA	Digital Market Act
DPE	Diagnostic de performance énergétique
DSA	Digital Services Act
EEDD	Education à l'environnement et au développement durable
EFRAG	European financial Reporting Advisory Group
ENM	Ecole nationale de la magistrature
ESPR	Ecoconception pour des produits durables
ESS	Economie sociale et solidaire
ESUS	Entreprise solidaire d'utilité sociale
FAERE	French Association of Environment and Resources Economists
FNE	France nature environnement
FREC	Feuille de route pour l'économie circulaire
GES	Gas à effet de serre

GIEC	Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat
HADOPI	Haute autorité pour la diffusion des œuvres et la protection des droits sur Internet
HCC	Haut conseil pour le climat
HOP	Association Halte à l'obsolescence programmée
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
IPBES	Plate-forme intergouvernementale scientifique et politique sur la biodiversité
IPSOS	Institut français d'opinion publique
ISO	Organisation internationale de normalisation
JDP	Jury de déontologie publicitaire
LDDS	Livret de développement durable et solidaire
LOI AGEC	Loi anti-gaspillage et économie circulaire
LOI LTECV	Loi relative à la transition écologique et à la croissance verte
LOI REEN	Loi sur l'empreinte environnementale du numérique
LOI SAS	Loi visant à la prise en compte des nouveaux indicateurs de richesse dans la définition des politiques publiques
MACF	Mécanismes d'ajustement carbone aux frontières
MINEFI	Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie
MOOC	Massive open online course
OBS'COP-IPSOS	Observatoire International Climat et Opinions publiques
OBSOCO	Observatoire Société et Consommation
OCDE	Organisation de coopération et de développement économiques
OEF	Empreinte environnementale des organisations
OFB	Office français de la biodiversité
OFCE	Observatoire français des conjonctures économiques
PEF	Performance environnementale des produits
PIA4	Stratégie du quatrième programme d'investissements d'avenir
PIB	Produit intérieur brut
PLF	Projet de loi de finances
PME	Petite et moyenne entreprise
PPI	Programmation pluriannuelle de l'industrie
REP	Responsabilité élargie des producteurs
RNRR	Réseau national des ressourceries et recycleries
RSE	Responsabilité sociétale des entreprises
SAV	Service après-vente
SDES	Service de la donnée et des études statistiques
SMS	Short Message Service
SNBC	Stratégie nationale bas carbone
SREC	Stratégie régionale en faveur de l'économie circulaire
SUV	Sport Utility Vehicle
tCO ₂ eq	Tonne de CO ₂ équivalent
TEOM	Taxe d'enlèvement des ordures ménagères
TICFE	Taxe intérieure de consommation finale d'électricité
TLC	Textile, linge et chaussures
TPE	Très petites entreprises
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UCPD	Directive sur les pratiques commerciales déloyales
UE	Union européenne
WWF	World Wildlife Fund
ZFE	Zone à faibles émissions



Dernières publications du Conseil économique, social et environnemental



Retrouvez l'intégralité des travaux du CESE sur le site

cece.fr

Retrouvez le CESE sur les réseaux sociaux



Imprimé par la Direction de l'information légale et administrative, 26, rue Desaix, Paris 15^e, d'après les documents fournis par le Conseil économique, social et environnemental • N° 411230021-000723 - Dépôt légal : juillet 2023 • Crédit photo : Dicom

ecese.fr

9, place d'Éléna
75 775 Paris Cedex 16
01 44 43 60 00



**PREMIÈRE
MINISTRE**

Direction de l'information
légale et administrative

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Les éditions des
Journaux officiels

N° 41123-0021

ISSN 0767-4538 ISBN 978-2-11-167393-9



9 782111 673939