



# **LES PROPOSITIONS** de la Convention Citoyenne pour le Climat

---

Thématique  
**CONSOMMER**

Juin 2020



# Sommaire

## LE CONSTAT ET L'AMBITION

4

### FAMILLE A

#### **AFFICHAGE**

**Objectif C1** : Créer une obligation d'affichage de l'impact carbone des produits et services 8

### FAMILLE B

#### **PUBLICITÉ**

**Objectif C2** : Réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation 15

### FAMILLE C

#### **SUREMBALLAGE**

**Objectif C3** : Limiter le suremballage et l'utilisation du plastique à usage unique en développant le vrac et les consignes dans les lieux de distribution 28

### FAMILLE D

#### **NUMÉRIQUE**

**Objectif C4** : Encourager la sobriété numérique afin d'en réduire les impacts environnementaux 39

### FAMILLE E

#### **ÉDUCATION**

**Objectif C5** : Faire de l'éducation, de la formation et de la sensibilisation des leviers d'action de la consommation responsable 41

### FAMILLE F

#### **SUIVI ET CONTRÔLE DES POLITIQUES PUBLIQUES ENVIRONNEMENTALES**

**Objectif C6** : Assurer une meilleure application des politiques publiques environnementales et les évaluer pour les rendre plus efficaces 54

# Le constat et l'ambition

Nos habitudes de consommation, voire de surconsommation, ont un fort impact sur l'environnement. Changer les comportements des consommateurs nous paraît indispensable pour atteindre les objectifs que nous nous sommes fixés. Nous devons donc :

- Moins consommer pour utiliser moins de ressources naturelles, moins d'énergie et générer moins d'émissions de gaz à effet de serre dans la fabrication, l'acheminement, la distribution et l'utilisation des produits et services de consommation, pour produire moins de déchets ;
- Mieux consommer en ayant le choix de consommer des produits moins émetteurs de gaz à effet de serre, en étant mieux informés et en ayant accès à des alternatives accessibles financièrement à toutes et tous.

Une consommation plus sobre et plus vertueuse sur le plan environnemental doit être possible pour tous, quel que soit le pouvoir d'achat. Cela ne doit ni être une contrainte subie, ni un luxe, ni un acte militant. Cela ne doit pas reposer uniquement sur le consommateur, mais également sur une transformation en profondeur des modes de production et de distribution.

Dans cette perspective, nous pensons que l'information, l'éducation et la sensibilisation sont des leviers puissants et efficaces pour effectuer des changements pérennes et durables de la société future tout en agissant rapidement pour inciter à modifier les comportements quotidiens. Finalement nous souhaitons responsabiliser chacun sans pour autant contraindre : chacun doit pouvoir agir selon sa volonté mais aussi et surtout selon ses possibilités, notamment pour respecter nos valeurs en matière de justice sociale.

Toutefois, nous pensons également que certaines propositions sont nécessaires pour faciliter ces changements. Plus particulièrement, nous avons pu constater que notre consommation est fortement génératrice de déchets, notamment d'emballage : nous proposons ainsi de modifier les usages et pratiques de consommation pour réduire l'utilisation du plastique à usage unique.

Également, les travaux de la Convention citoyenne pour le climat nous ont permis de découvrir de nombreuses initiatives et lois existantes pour préserver l'environnement. Pour autant, le constat est souvent le même : pour diverses raisons cela ne fonctionne pas. Ainsi, nous pensons d'abord que les règles existantes doivent être appliquées et respectées par tous sous peine d'être lourdement sanctionnés. Ensuite, les règles en vigueur, même lorsqu'elles sont appliquées, ne semblent pas toujours efficaces. Elles nécessitent d'être évaluées et reconsidérées en toute indépendance.

C'est pourquoi, nous proposons d'agir avec une pluralité d'actions déclinées de la manière suivante :

- Créer une obligation d'affichage de l'impact carbone des produits et services ;
- Réguler la publicité pour réduire les incitations à la surconsommation ;
- Limiter le suremballage et l'utilisation du plastique à usage unique en développant le vrac et les consignes dans les lieux de distribution ;
- Encourager la sobriété numérique afin d'en réduire les impacts environnementaux ;

- Faire de l'éducation, de la formation et de la sensibilisation des leviers d'action de la consommation responsable ;
- Assurer une meilleure application des politiques publiques environnementales et les évaluer pour les rendre plus efficaces.

# Comment lire ce document ?

Les propositions des membres de la Convention sont rangées en **famille d'objectifs**, qui comprennent un ou plusieurs **objectifs**, eux-mêmes constitués de **propositions**.

## FAMILLE D'OBJECTIFS :



Ce pictogramme indique que l'ensemble de la famille d'objectifs est soumis à référendum.

## OBJECTIF :



Ce pictogramme indique l'impact de l'objectif sur les réductions d'émission de gaz à effet de serre. Il fonctionne sur une échelle de 1 étoile à 3 étoiles : une étoile pour une faible réduction d'émissions et trois étoiles pour des réductions d'émissions très significatives. Certains objectifs n'ont pu être évalués et sont indiqués comme "Non évaluable". (Cette évaluation a été opérée par des membres du groupe d'appui, en raisonnant pour chacun des cinq thématiques de la Convention).

## PROPOSITION :



Ce pictogramme indique que cette proposition a été transcrite par le Comité légistique.

## TRANSCRIPTION LÉGISTIQUE :

Le ~~noir barré~~ concerne les parties de textes existant qui devraient être supprimées.

Les parties en **rouge gras** correspondent aux textes qu'il y aurait lieu de créer ou mots à ajouter dans les textes existants.

Famille A

**AFFICHAGE**

# Consommer – Objectif 1

---

## **CRÉER UNE OBLIGATION D’AFFICHAGE DE L’IMPACT CARBONE DES PRODUITS ET SERVICES**

### **Impact gaz à effet de serre :**



Ces propositions impliquent de mettre en place des systèmes de mesures du CO<sub>2</sub> sur une vaste gamme de produits. L'effet direct sur les émissions sera probablement limité à court terme, mais il s'agit d'une proposition qui ouvre de nombreuses perspectives à moyen terme.

### **Résultat du vote :**

Nombre d'inscrits : 151  
Nombre de votants : 148  
Nombre d'abstentions : 3  
Nombre de suffrages exprimés : 147  
OUI : 98 %  
NON : 2 %  
Pourcentage de votes blancs sur le nombre de votants : 0,7 %



## PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'OBJECTIF

---

L'affichage de l'impact environnemental d'un produit nous paraît être un levier important de sensibilisation et d'information du consommateur. Ne souhaitant pas contraindre le consommateur dans ses choix, nous considérons qu'il est nécessaire de lui donner l'information appropriée à une prise de conscience de l'impact de ses choix afin de l'orienter vers des pratiques plus vertueuses.

Pour ce faire, nous proposons de :

- ④ **PROPOSITION C1.1** : Développer puis mettre en place un score carbone sur tous les produits de consommation et les services
- ④ **PROPOSITION C1.2** : Rendre obligatoire l'affichage des émissions de gaz à effet de serre dans les commerces et lieux de consommation ainsi que dans les publicités pour les marques

## PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DE L'OBJECTIF

*Nous voulons développer et rendre obligatoire des modalités d'affichage des émissions de gaz à effet de serre afin de permettre au consommateur d'être informé de l'impact des produits qu'il consomme et finalement parvenir à réorienter les choix de consommation vers des produits plus économes en gaz à effet de serre.*

Nous pensons que mieux et moins consommer passe nécessairement par la responsabilisation et l'information de tous. Ainsi, nous considérons que tous les consommateurs doivent pouvoir connaître facilement et en toute confiance les impacts écologiques et climatiques qui découlent de la consommation de chaque produit.

Dans cette perspective, l'affichage semble être une solution efficace et pertinente pour donner un aperçu rapide et intelligible au consommateur, lui permettant ainsi de consommer librement mais en étant informé en amont de l'impact du produit ou du service. Plus encore, des études montrent que cela agit sur le comportement du consommateur qui s'oriente vers les produits les mieux notés (cf. Étude Nielsen sur le Nutri-Score, 2019).

Pour autant, si le développement de scores évaluatifs semble plus aisé dans certains domaines (exemple : nutrition / santé, consommation énergétique ou encore la réparabilité), la mesure fiable des émissions de gaz à effet de serre d'un produit est considérée par de nombreux experts comme difficile : outre la production et le type de produit concerné, la conservation, l'acheminement ou encore la distribution doivent être pris en compte pour être le plus exhaustif possible.

À l'issue des échanges avec différents acteurs et experts, et au regard de nos expériences individuelles et collectives, nous considérons en tant que citoyens qu'il faudrait prendre les décisions suivantes pour informer les individus des émissions de gaz à effet de serre des produits qu'ils consomment :

### **TL PROPOSITION C1.1 : DÉVELOPPER PUIS METTRE EN PLACE UN SCORE CARBONE SUR TOUS LES PRODUITS DE CONSOMMATION ET LES SERVICES**

Créé par la loi portant Engagement National pour l'Environnement du 12 juillet 2010 et modifié par la loi sur la Transition Énergétique pour la Croissance Verte, le Bilan d'émissions de gaz à effet de serre (BEGES) vise à réaliser un diagnostic des émissions de gaz à effet de serre tous les 4 ans pour les entreprises et tous les 3 ans pour les services de l'État, les collectivités territoriales et les autres personnes morales de droit public. Chaque bilan réalisé depuis 2016 doit être transmis et publié sur un site internet dédié (<https://www.bilans-ges.ademe.fr/>).

S'il a le mérite d'exister, force est de constater que sa visibilité est très restreinte. Ainsi, s'il peut avoir des effets intéressants sur les comportements des organisations, nous considérons que le BEGES n'a que peu, voire pas, d'effets sur le comportement du consommateur.

Ainsi, nous souhaitons que le BEGES soit utilisé non plus comme un simple outil de diagnostic pour les organisations mais comme un véritable outil d'information des consommateurs. Une fois l'obligation du BEGES élargie à l'ensemble des organisations (voir PT 6), il nous semble intéressant qu'une information synthétique sur les émissions de gaz à effet de serre, lisible et fiable, soit facilement accessible aux consommateurs afin de leur permettre de comparer les magasins entre eux (information à rendre disponible sur les lieux de vente) et les marques (sur les lieux de vente mais aussi dans les publicités).

Pour ce faire, nous proposons de :

- Rendre obligatoire l'affichage du BEGES dans tous les commerces et lieux de consommation ainsi que dans les publicités pour des enseignes / marques.

Cela pourrait également passer par l’affichage global du bilan carbone de l’entreprise, ou bien encore par une information sur les émissions de l’entreprise comparées avec les émissions moyennes du secteur à partir des guides sectoriels.

Cet affichage devra être compréhensible et visible par tous pour permettre au consommateur de se faire une opinion des efforts menés ou non par le magasin et ainsi éclairer le choix du consommateur ;

→ Développer une mission de vérification du respect de cette obligation d’affichage et de la véracité de celui-ci : cette mission pourrait être confiée aux directions départementales de la protection des populations.

En cas de non-respect des règles d’affichage, des pénalités au montant dissuasif devront être appliquées.

## **TL PROPOSITION C1.2 : RENDRE OBLIGATOIRE L’AFFICHAGE DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DANS LES COMMERCES ET LIEUX DE CONSOMMATION AINSI QUE DANS LES PUBLICITÉS POUR LES MARQUES**

Certaines initiatives, publiques ou privées (exemple : Agence de l’Environnement et de la Maitrise de l’Énergie – ADEME, Greenpeace, MicMac, Karbone...), existent déjà pour mesurer l’impact carbone de certains produits, d’entreprises ou de comportements individuels. Toutefois, toutes ces initiatives souffrent de difficultés de généralisation et de mise en œuvre de leur mode de calcul ainsi que de freins quant à la récolte des données.

Finalement, à chaque fois qu’une solution nous a été présentée, des limites étaient énoncées pour indiquer toute la difficulté de mise en œuvre d’un CO<sub>2</sub>-score dont les résultats seraient fiables et donc pouvant être utilisés sur tous les produits et services, à l’image du Nutri-score.

Considérant cela, nous proposons la création et la mise en œuvre d’un CO<sub>2</sub>-score fiable à l’horizon 2024, intégré à une note globale environnementale et de l’utiliser pour informer le consommateur sur ses modes de consommation.

Pour ce faire, nous proposons de :

→ Confier la création d’une méthode de calcul harmonisée d’affichage environnemental, dont les émissions de CO<sub>2</sub>, à un organisme public sur la base des normes existantes et/ou du bilan carbone de l’ADEME : cette méthode devra être finalisée d’ici 2024 en étant fiable scientifiquement, prendre en compte l’entièreté du cycle de vie d’un produit ou d’une service et intégrer les émissions directes et indirectes.

Ainsi, chaque étape devra être évaluée : fabrication / extraction et acheminement de matières premières, fabrication, stockage, transport vers le lieu de distribution, distribution, consommation... jusqu’à son traitement en tant que déchet ou son recyclage ;

→ Se référer, en attendant un accord total sur un CO<sub>2</sub>-score, à des mesures existantes et pouvoir en informer le consommateur.

En effet, pour de nombreux produits et services des socles techniques nationaux et/ou européens existent et permettent d’établir des Analyses par Cycle de Vie (ACV)<sup>1</sup> par type de produit ou entre produits du même type.

Ainsi, nous proposons de manière transitoire (jusqu’à 2024), de mettre en place des informations claires, lisibles et à disposition de tous, sur les produits et services pour lesquels les données d’évaluation sont disponibles. Ces informations devront être réactualisées en

1. Dans une analyse du cycle de vie (ACV), la composante carbone est prise en compte. Elle fait l’objet de la norme ISO 14 067. L’ACV complet fait l’objet des normes ISO 14 040 (grands principes) et 14 044 (éléments applicatifs). À la différence d’un BEGES qui porte sur les émissions carbone d’une organisation pendant une période de temps donnée, l’ACV concerne tous les aspects environnementaux sur l’ensemble du cycle de vie du produit.

fonction de l'évolution des socles techniques disponibles. Ainsi nous avons compris qu'un tel affichage pourrait être techniquement opérationnel dès 2020 pour le textile, l'ameublement, l'habillement et la chaussure ;

→ Mettre en place un affichage à partir d'un indice carbone (CO<sub>2</sub>-score) et une note globale environnementale sur l'ensemble des produits de consommation ainsi que des supports de vente des services à partir de la méthode de calcul établie sur le modèle des étiquettes énergies. Il devra être :

- Facilement et intuitivement lisible avec un code couleur clair : utilisation de couleurs vives qui permettent de qualifier rapidement le produit (exemple : couleurs rouges pour les produits qui émettent beaucoup de gaz à effet de serre) ;
- Suffisamment visible par tous en représentant plus de 50 % de l'étiquetage et contenir des informations indiquant l'origine du produit et, le cas échéant, les différents pays traversés au cours du processus de production.

→ Assurer le contrôle de l'application de cet affichage et la fiabilité des données servant au calcul du CO<sub>2</sub>-score par une organisation publique dont le choix reste à déterminer ;

→ Utiliser ce CO<sub>2</sub>-score pour réguler la publicité (cf. proposition C2) en :

- Interdisant la publicité de certains produits qui atteignent un seuil maximum dont les modalités de fixation restent à déterminer ;
- Imposant l'affichage du CO<sub>2</sub>-score de manière claire et suffisamment visible dans toutes les publicités quel que soit le canal utilisé.

→ Mettre en place des modalités de communication sur ce CO<sub>2</sub>-score sur l'ensemble des médiums.

Conscients de la nécessité de mettre en place cette proposition, elle s'avère néanmoins complexe à mettre en œuvre pour les départements d'outre-mer car elle pourrait avoir un impact sur le prix. Dans l'objectif de respecter la justice sociale, une étude d'impact et de faisabilité dans les territoires ultra-marins est nécessaire avant la mise en œuvre de cette proposition. Il serait intéressant de voir si cette mesure ne pourrait pas être appliquée au niveau des centrales d'achat présentes dans les départements d'outre-mer à qui serait confiée la mission de l'affichage d'information pour les consommateurs. Une attention particulière doit être apportée à l'influence du prix dans ces territoires qui importent de nombreux produits.

\*\*\*

*Nous avons conscience que cette proposition d'affichage carbone va avoir un impact sur les entreprises dont les produits pourront subir des dépréciations selon les scores obtenus.*

*Cela nécessite, pour que l'objectif soit atteint, de :*

→ Créer une méthode de mesure fiable, nécessitant ainsi un temps important de conception et de consolidation, en lien avec les acteurs économiques ;

→ À partir de cette méthode de calcul, élaborer un système d'affichage simple et aisément compréhensible par le consommateur, qui ne doivent pas à avoir à passer des heures à décrypter une étiquette.

## PROPOSITION C1.1 : DÉVELOPPER PUIS METTRE EN PLACE UN SCORE CARBONE SUR LES TOUS LES PRODUITS DE CONSOMMATION ET SERVICES

### POINTS D'ATTENTION

La loi économie circulaire, qui vient d'être adoptée en début d'année 2020, prévoit la mise en place d'un dispositif d'affichage environnemental, plus large que le CO<sub>2</sub> score. Elle répond donc à l'objectif de ce thème.

Ce dispositif n'est que volontaire dans l'immédiat. Son caractère obligatoire est prévu, sans date précise car il est subordonné à l'entrée en vigueur d'une disposition adoptée par l'Union européenne poursuivant le même objectif.

Imposer dans l'immédiat une autre méthode comporte le risque important que les acteurs économiques doivent en changer à brève échéance et que le consommateur soit perdu, comme il l'a été avec la multiplicité des logos relatifs au tri et au recyclage, point sur lequel la loi économie circulaire vient justement d'apporter une unification.

Le comité légistique préconise donc de conserver le texte qui vient d'être adopté par le législateur et d'en compléter le dernier paragraphe relatif au caractère obligatoire pour préciser que l'affichage devra faire ressortir de façon claire l'impact carbone de l'ensemble du cycle de vie du produit.

L'ADEME œuvre déjà depuis plusieurs années à la mise en place d'un tel affichage. Demander la finalisation et l'utilisation de ses travaux relève d'une recommandation car ce n'est pas dans la loi que ces méthodologies sont explicitées mais dans des normes beaucoup plus techniques, élaborées avec l'ensemble des parties prenantes (industriels, consommateurs,...).

### TRANSCRIPTIONS JURIDIQUES

Compléter l'article 15 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 :

I. - Un dispositif d'affichage environnemental ou environnemental et social volontaire est institué. Il est destiné à apporter au consommateur une information relative aux caractéristiques environnementales ou aux caractéristiques environnementales et au respect de critères sociaux d'un bien, d'un service ou d'une catégorie de biens ou de services, basée principalement sur une analyse du cycle de vie. Les personnes privées ou publiques qui souhaitent mettre en place cet affichage environnemental ou environnemental et social, par voie de marquage, d'étiquetage ou par tout autre procédé approprié, notamment par une dématérialisation fiable, mise à jour et juste des données, se conforment à des dispositifs définis par décrets, qui précisent les catégories de biens et services concernées, la méthodologie à utiliser ainsi que les modalités d'affichage.

II. - Une expérimentation est menée pour une durée de dix-huit mois à compter de la publication de la présente loi afin d'évaluer différentes méthodologies et modalités d'affichage environnemental ou environnemental et social. Cette expérimentation est suivie d'un bilan, qui est transmis au Parlement, comprenant une étude de faisabilité et une évaluation socio-économique de ces dispositifs. Sur la base de ce bilan, des décrets définissent la méthodologie et les modalités d'affichage environnemental ou environnemental et social s'appliquant aux catégories de biens et services concernés.

III. - Le dispositif prévu au I est rendu obligatoire, prioritairement pour le secteur du textile d'habillement, dans des conditions relatives à la nature des produits et à la taille de l'entreprise définies par décret, après l'entrée en vigueur d'une disposition adoptée par l'Union européenne poursuivant le même objectif.

**Cet affichage environnemental devra faire ressortir de façon claire et facilement compréhensible pour les consommateurs l'impact carbone des produits sur l'ensemble de leur cycle de vie.**

## PROPOSITION C1.2 : RENDRE OBLIGATOIRE L'AFFICHAGE DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DANS LES COMMERCES ET LIEUX DE CONSOMMATION AINSI QUE DANS LES PUBLICITÉS POUR LES MARQUES

*Cette proposition a fait l'objet d'une transcription légistique via la proposition PT6.1*

Famille B

**PUBLICITÉ**

# Consommer – Objectif 2

---

## RÉGULER LA PUBLICITÉ POUR RÉDUIRE LES INCITATIONS À LA SURCONSOMMATION

### Impact gaz à effet de serre :



Ces propositions peuvent agir sur les choix des consommateurs lors de l'achat d'un véhicule, ainsi que sur les stratégies commerciales des constructeurs.

### Résultat du vote :

Nombre d'inscrits : 151

Nombre de votants : 150

Nombre d'abstentions : 1

Nombre de suffrages exprimés : 144

OUI : 89,6 %

NON : 10,4 %

Pourcentage de votes blancs sur le nombre de votants : 4 %

## PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'OBJECTIF

---

La publicité a un impact très fort sur la création de besoins et sur la consommation : nous pensons ainsi qu'il s'agit d'un des principaux leviers à actionner pour faire évoluer les comportements du consommateur de manière durable, du fait de son rôle majeur sur la fabrication de nos modes de vie.

Nous considérons ainsi comme essentiel d'agir sur la publicité afin de limiter les incitations à la consommation des produits les plus polluants et de favoriser l'information et la communication autour de produits, services et comportements écoresponsables.

Ainsi, nous voulons, dès 2023, à la fois interdire la publicité sur les produits les plus polluants (une sorte de loi Evin sur le climat) et réguler la publicité en général, afin de réorienter la consommation sur des produits plus vertueux sur le plan climatique et en mettant un frein à la surconsommation.

Pour ce faire, nous proposons de :

- TL PROPOSITION C2.1** : Interdire de manière efficace et opérante la publicité des produits les plus émetteurs de GES, sur tous les supports publicitaires
- TL PROPOSITION C2.2** : Réguler la publicité pour limiter fortement les incitations quotidiennes et non-choisies à la consommation

**PROPOSITION C2.3** : Mettre en place des mentions pour inciter à moins consommer



## PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DE L'OBJECTIF

*Nous voulons, dès 2023, mettre en place des instruments permettant de réduire significativement les émissions de gaz à effet de serre imputables à la consommation de biens et de services en réduisant les incitations publicitaires à la surconsommation et en créant un nouveau régime juridique d'encadrement de la publicité.*

En tant qu'individu, la publicité fait partie de notre quotidien. Si les chiffres ne sont pas stabilisés selon les diverses sources observées, il faut considérer qu'un individu moyen est exposé chaque jour à des centaines, si ce n'est à des milliers, de messages publicitaires : radio, presse, télévision, application mobile, téléphone portable, boîte à lettres, transport en commun, voie publique... tous les médiums possibles sont utilisés pour inciter à consommer toujours plus.

Nous considérons, d'une part, que cette surexposition incite de manière plus ou moins directe à la surconsommation en créant des besoins nouveaux ou encore en invitant à renouveler des produits pourtant encore fonctionnels (exemple : la « fast fashion »). D'autre part, les publicités émises nous paraissent souvent en contradiction avec l'Accord de Paris : un produit particulièrement nocif pour le climat – sans qu'il soit interdit pour respecter la liberté de commerce et de consommation – ne devrait pas être promu auprès du grand public.

Pourtant, face à cette exposition voire surexposition publicitaire, seuls quelques rares produits et messages sont interdits à la diffusion, notamment pour cause de dangerosité pour les consommateurs (alcool, tabac, médicaments) ou encore du fait de réglementations spécifiques (armes à feu, publicités politiques...). Au-delà de ces interdictions, certaines réglementations sont en œuvre pour faire respecter l'éthique (cf. recommandation « Développement durable » de l'Autorité de régulation professionnelle de la publicité – ARPP) et ainsi limiter l'impact négatif de la publicité.

Toutes ces mesures nous paraissent insuffisantes pour limiter la consommation des produits les plus polluants et plus largement la surconsommation (cf. Affaire ADEME contre Cdiscount dans laquelle l'ARPP a donné raison à Cdiscount) : nous considérons qu'elles nécessitent un durcissement afin de permettre les évolutions en faveur d'une réduction des émissions de gaz à effet de serre liées à la consommation des ménages.

Toutefois, nous pensons que l'information et la communication, sont de puissants vecteurs de message pouvant changer les pratiques ; l'exemple le plus marquant étant celui de la sécurité routière. Nous souhaitons ainsi que ce levier soit actionné pour permettre une prise de conscience élargie des enjeux environnementaux ainsi que des solutions possibles pour y répondre.

Finalement, nous proposons une meilleure gestion de l'espace publicitaire français afin de réduire l'exposition aux comportements et produits nocifs pour le climat tout en favorisant la promotion des comportements et produits les plus vertueux : il s'agit ainsi de faire évoluer les comportements sans les contraindre pour permettre des changements profonds et pérennes des habitudes de consommation.

*À l'issue des échanges avec différents acteurs et experts, et au regard de nos expériences individuelles et collectives, nous considérons en tant que citoyens qu'il faudrait prendre les décisions suivantes pour la régulation de la publicité :*

### **PROPOSITION C2.1 : INTERDIRE DE MANIÈRE EFFICACE ET OPÉRANTE LA PUBLICITÉ DES PRODUITS LES PLUS ÉMETTEURS DE GES, SUR TOUS LES SUPPORTS PUBLICITAIRES**

Génératrice de besoins, la publicité influence le comportement des consommateurs en valorisant des produits et des modes de vie ou de pensée associés. Ainsi, il paraît difficile d'envisager une évolution des modes de consommation vers le consommer mieux sans une évolution de la publicité elle-même.

En effet, la consommation des ménages génère une part importante des émissions de gaz à effet de serre des individus. Toutefois, nous voulons laisser le choix aux consommateurs : nous ne souhaitons pas imposer des nouveaux modes de consommation mais plutôt éviter toutes les incitations à la consommation de produits non-vertueux pour l'environnement.

Si des interdictions et réglementations de la publicité existent déjà en France (voir *supra*), elles restent peu adaptées aux enjeux climatiques. Ainsi, nous proposons le renforcement de la réglementation en vigueur afin de supprimer l'exposition publicitaire des produits les plus polluants.

Pour être applicable, cette réglementation doit alors reposer sur des critères bien établis et objectifs, à l'image des interdictions pour cause de santé publique (cf. Loi Evin).

Pour ce faire, nous proposons de :

→ Interdire sur tous les supports publicitaires (télévision, radio, papier, internet et panneaux physiques, téléphone et SMS, mails, etc.) les produits ayant un fort impact sur l'environnement.

Cet impact sera évalué à partir du CO<sub>2</sub>-score (cf. Proposition C1.1). Le seuil à partir duquel l'interdiction sera appliquée devra faire l'objet d'une fixation suffisamment concertée avec les acteurs économiques, les associations de consommateurs ainsi que les scientifiques mais devra être en accord avec nos ambitions : l'interdiction ne devra pas être uniquement symbolique en touchant seulement quelques produits mais être suffisamment restrictive pour avoir un impact significatif.

D'ici cette interdiction généralisée basée sur des critères objectifs, nous pensons nécessaire de mettre en place au plus tôt des interdictions plus ciblées lorsque des mesures d'impact environnemental existent déjà : les mécanismes d'évaluation sont à recenser pour en dresser une liste exhaustive.

Actuellement, les produits les plus émetteurs ne sont pas tous identifiés. Il faudrait interdire sur tous les supports les publicités des véhicules consommant plus de 4 l/100km et/ou émettant plus de 95gr de CO<sub>2</sub> au km.

→ Mettre en place des moyens pour un contrôle renforcé et un respect effectif des règles, assortis de sanctions financières suffisamment importantes pour être incitatives :

- Les modalités de contrôle restent à déterminer finement mais nous souhaitons que les organismes existants tels que le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), l'ARPP ou encore les autorités municipales soient mobilisés à cet effet et disposent des pouvoirs et moyens adéquats pour faire appliquer les nouvelles règles de diffusions ;
- Notre volonté va vers des modalités et montants suffisamment dissuasifs. S'inspirant des dispositions de la loi Evin (Article 12) nous proposons la disposition suivante :

« Les infractions aux dispositions d'interdiction de publicité des produits polluants sont punies d'une amende de 100.000 €. En cas de propagande ou de publicité interdite, le maximum de l'amende peut être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale et 100 % en cas de récidive ». Par ailleurs, nous ne souhaitons pas que la sanction nécessite d'être prononcée par un tribunal : nous souhaitons une prise de décision rapide pour une sanction immédiate dès la constatation du manquement.

En cas de doute, la publicité sera suspendue jusqu'à la prise de décision. Là encore, nous nous référons à la Loi Evin : « La cessation de la publicité peut être ordonnée soit sur réquisition du ministère public, soit d'office par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Une mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir un effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe. »

Par ailleurs, les associations devront disposer d'un droit d'intenter une action en référé pouvant ester en justice au titre de la protection de l'environnement ou de la lutte contre le changement climatique.



## **PROPOSITION C2.2 : RÉGULER LA PUBLICITÉ POUR LIMITER FORTEMENT LES INCITATIONS QUOTIDIENNES ET NON-CHOISIES À LA CONSOMMATION**

Nous considérons que la surexposition publicitaire n'est pas compatible avec les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre d'au moins 40 % d'ici 2030. En effet, il semble également difficile de consommer moins lorsque les incitations à la consommation, à tous les âges et sans en avoir le choix, sont aussi présentes dans la vie quotidienne.

Nous ne proposons pas pour autant la suppression de la publicité. Celle-ci génère effectivement des recettes importantes pour de nombreux acteurs économiques dont c'est le modèle économique. En revanche, nous proposons que l'exposition publicitaire soit voulue par les individus.

Pour ce faire, nous proposons de :

- Interdire les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs, hors information locale et culturelle ainsi que les panneaux indiquant la localisation d'un lieu de distribution. La régulation de la publicité doit se faire concernant l'affichage et en particulier sur les affichages avec écran vidéo : DOOH (Digital Out Of Home). Les écrans vidéo publicitaires envahissent notre quotidien et les citoyens se trouvent ainsi soumis à une pression publicitaire croissante synonyme avec ce media de gaspillage d'énergie et de ressources et de pollution lumineuse. Nous proposons l'interdiction de ces écrans dans l'espace public, les transports en commun et dans les points de vente ;
- Limiter les publicités sur l'espace numérique en :
  - Donnant systématiquement le choix au consommateur pour les contenus en accès limité entre un service payant sans publicité et un service gratuit avec publicité ;
  - Imposant aux navigateurs internet la mise en place d'un bloqueur de publicité par défaut.
- Interdiction du dépôt de toute publicité dans les boîtes à lettres, à partir de janvier 2021 ;
- Interdire les avions publicitaires ;
- Appliquer strictement l'article 9 de la recommandation «développement durable» de l'ARPP en interdisant les publicités incitant, directement ou indirectement, à des modes de consommation excessifs ou au gaspillage d'énergie et des ressources naturelles. Plus particulièrement cette interdiction concerne les publicités comprenant les éléments suivants :
  - La vente par lot ;
  - La réduction de prix ;
  - Les soldes.

Toutefois, nous précisons que nous avons conscience que pour certains ménages, les réductions, ventes par lot ou encore soldes, sont des moyens de réduire leurs dépenses et ainsi d'avoir un meilleur confort de vie. Aussi, dans un esprit de justice sociale, notre proposition ne vise pas à interdire ces pratiques de vente mais à en interdire la publicité : tout un chacun pourra consommer librement en magasin où l'information sera donnée ;

- Interdire la distribution automatique d'échantillons pour la remplacer par une distribution sur demande et en donnant la possibilité aux consommateurs d'utiliser leurs propres contenants ;
- Interdire le gain dans les jeux télévisés, radiophoniques, internet et autres tombolas, de produits fortement émetteurs de gaz à effet de serre (d'après leur CO<sub>2</sub>-score).

## **PROPOSITION C2.3 : METTRE EN PLACE DES MENTIONS POUR INCITER À MOINS CONSOMMER**

Pour certains produits ou usages (exemple : tabac, alcool, sécurité routière, produits gras, salés ou sucrés, etc.), des mentions viennent informer les consommateurs sur leur dangerosité. Considérant la surconsommation comme un danger pour notre planète, nous proposons d'instaurer ce type de mention afin d'inciter le consommateur à réfléchir à ses besoins avant l'acte d'achat.

Pour ce faire, nous proposons de :

- Rendre obligatoire dans toutes les publicités, quel que soit le médium utilisé, l'inscription d'une mention du type « En avez-vous vraiment besoin ? La surconsommation nuit à la planète » ;
- Rendre obligatoire avant la confirmation des achats sur internet l'inscription d'un message du type « En avez-vous vraiment besoin ? La surconsommation nuit à la planète » ;
- Porter des messages positifs sur les comportements de consommation : par exemple sur l'alimentation, sur la qualité de l'alimentation, le « mieux manger » ou le « manger plus sain » tout en rassurant sur le fait que les agriculteurs seront accompagnés dans cette transition (cf. proposition SN2 sur les nouvelles pratiques agricoles) ;
- Imposer, dès sa création, l'indication du CO<sub>2</sub>-score sur tous les produits et supports de vente des services, ainsi que sur toutes les publicités (cf. proposition C1.1) ;
- Promouvoir le CO<sub>2</sub>-score par des campagnes de communication omnicanales (cf. proposition C1.1) ;
- Faire porter ces messages par des initiatives citoyennes : par exemple, des concours de courts-métrages pourront être organisés dans les établissements scolaires et notamment au sein des quartiers prioritaires de la ville, avec comme objectif de porter un message sur la réduction de la consommation de viande ;
- Porter des messages comparatifs : par exemple dans le cadre de l'alimentation « manger de la viande 1 fois par jour pollue autant que ... ».

\*\*\*

Nous avons conscience que cette proposition de régulation de l'exposition à la publicité va avoir un impact sur les entreprises du secteur publicitaire, les médias et la presse ainsi que les communes dont les pratiques et les recettes vont être considérablement modifiées.

Aussi, nous considérons important de rappeler que la Convention citoyenne pour le climat ne souhaite pas la suppression totale de la publicité mais la réorientation vers la promotion des produits et initiatives vertueuses pour changer les mentalités et la manière dont le consommateur choisit ses produits et services. Par ailleurs, la suppression d'emplois que cela engendrerait est en contradiction avec les objectifs de la Convention.

Et donc cela nécessite, pour que l'objectif soit atteint, que des actions d'accompagnement ou de compensations soient mises en œuvre :

- Mise en œuvre en 2023 afin de permettre la transition du secteur publicitaire et des médias.

## PROPOSITION C2.1 : INTERDIRE DE MANIÈRE EFFICACE ET OPÉRANTE LA PUBLICITÉ DES PRODUITS LES PLUS ÉMETTEURS DE GES, SUR TOUS SUPPORTS PUBLICITAIRES

### POINTS D'ATTENTION

→ Une interdiction générale et absolue de la publicité encourt un fort risque d'inconstitutionnalité.

Pour lever le risque, il faudrait intégrer une exclusion de même nature que celle introduite par la loi Evin dans sa rédaction initiale pour les publicités visant le tabac : « Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes de commercialisation de ces produits ou services, ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles de l'extérieur, à condition que ces enseignes ou ces affichettes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel » (II. De l'article I. de la proposition du comité).

→ Les documents sur l'affichage environnemental ne permettent pas, en l'état, d'identifier un seuil à partir duquel la publicité devrait être interdite.

La clarté et l'objectivité de ce seuil détermine la constitutionnalité de l'interdiction. Le comité légistique propose une transcription allant le plus loin possible en liant l'interdiction de la publicité à l'information sur l'évaluation carbone dont l'obligation est renforcée par l'article 15 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 : mesure en lien avec C.1.1. Dans la mesure C2.1 le lien est fait avec l'ajout d'un nouvel article L. 122-25 dans le code de la consommation auquel la fiche C.2.2 renvoie également.

→ pour l'interdiction transitoire de la publicité, préalable à l'élaboration d'un score carbone, les critères permettant l'interdiction n'ont pas été tous précisés.

Ces critères sont indispensables pour assurer la conformité du dispositif à la Constitution. Les interdictions doivent se baser sur des critères objectifs et rationnels. À défaut, elles portent une atteinte disproportionnée à la liberté d'expression mais aussi elles encourraient d'être censurée sur le fondement du principe d'égalité et de la liberté d'entreprendre. Le comité légistique propose une rédaction aux membres, rédaction qu'il juge toutefois encore imprécise.

→ La proposition communiquée au comité légistique fait état de la volonté d'instaurer une sanction pénale en cas de violation du dispositif d'interdiction.

De ce fait, elle doit être conforme au principe de légalité des délits et des peines qui exige que la loi définisse très clairement le comportement prohibé et la sanction encourue. Eu égard à la définition de l'interdiction, cette sanction risquerait d'être frappée d'un vice d'inconstitutionnalité. Aussi, le comité légistique propose une autre transcription de la volonté des membres en prévoyant un mécanisme de sanction administrative qui présente également l'avantage de pouvoir être prononcée plus rapidement et qui permet de frapper la diffusion de chaque spot illégal.

### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

→ Pour le dispositif pérenne, une fois le carbone score entré en vigueur :

Dans la Section 3 du Chapitre II du Titre II du 1<sup>er</sup> Livre du code de la consommation relatif aux pratiques commerciales réglementées, ajouter **une sous-section 7 intitulée « Publicité sur les produits et services ayant un impact environnemental excessif » qui comporte les dispositions suivantes :**

#### **Article L. 122-24 :**

**À compter du 1<sup>er</sup> janvier 2024, toute propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur des produits ou des services présentant un impact environnemental excessif, est interdite.**

**Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes de commercialisation de ces produits ou services, ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles de l'extérieur, à condition que ces enseignes ou ces affichettes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel [proposition d'exclusion identique à la loi EVIN I]**

**II - Toute opération de parrainage est interdite lorsqu'elle a pour objet ou pour effet la propagande ou la publicité directe ou indirecte en faveur des produits ou des services dont l'impact environnemental est excessif.**

#### **Article L. 122-25 :**

**L'impact environnemental d'un produit ou d'un service est mesuré selon la méthodologie mise en œuvre pour l'application de l'article 15 de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020. Un décret en Conseil d'État fixe, après concertation, pour chaque catégorie de produit et de service le seuil au-delà duquel l'impact environnemental est jugé excessif.**

#### Article L. 122-26 :

Est considérée comme propagande ou publicité indirecte au sens de la présente section, toute propagande ou publicité en faveur d'un organisme, d'un service, d'une activité, d'un produit ou d'un article autre que l'un disposant d'un affichage environnemental lorsque, par son graphisme, sa présentation, l'utilisation d'une marque, d'un emblème publicitaire ou de tout autre signe distinctif, il rappelle un produit ou un service dont l'impact environnemental est excessif.

Toutefois, ces dispositions ne sont pas applicables à la propagande ou à la publicité en faveur d'un produit ou d'un service ayant un impact environnemental excessif qui a été mis sur le marché avant le 1<sup>er</sup> janvier 2024 par une entreprise juridiquement et financièrement distincte de toute entreprise qui fabrique, importe ou commercialise ce produit. La création de tout lien juridique ou financier entre ces entreprises rend caduque cette dérogation [Exclusion loi Evin I].

**Dans le Titre III du 1<sup>er</sup> Livre du code de la consommation, ajouter une sous-section 12 intitulée « Publicité en faveur des produits et services ayant un impact environnemental excessif »**

#### Article L. 132-24-5 :

Les manquements aux interdictions définies aux articles L. 122-24, L. 122-26 et L.122-27 sont punies d'une amende d'un montant maximal de 100.000 €. En cas de propagande ou de publicité interdite le maximum de l'amende peut être porté à 50 % du montant des dépenses consacrées à l'opération illégale et 100 % en cas de récidive.

La cessation de la publicité peut être ordonnée soit sur réquisition du ministère public, soit d'office par le juge d'instruction ou le tribunal saisi des poursuites. La mesure ainsi prise est exécutoire nonobstant toutes voies de recours. Mainlevée peut en être donnée par la juridiction qui l'a ordonnée ou qui est saisie du dossier. La mesure cesse d'avoir effet en cas de décision de non-lieu ou de relaxe.

#### **Autre proposition de sanction : Article L132-27**

Le fait pour tout annonceur de diffuser ou faire diffuser une publicité interdite dans les conditions fixées par les articles L. 122-24, L. 122-26 et L. 122-27 est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 30.000 euros pour une personne physique et 100 000 euros pour une personne morale.

→ Pour le dispositif transitoire, avant l'entrée en vigueur du carbone score :

Il est inséré à la suite de la sous-section 7 du code de la consommation un article :

#### L. 122-27 :

À compter de [l'entrée en vigueur de la présente loi] et avant le 1<sup>er</sup> janvier 2024, la propagande ou publicité, directe ou indirecte, en faveur des véhicules de tourisme frappés d'un malus écologique au sens du a) du III de l'article 1011 bis du code général des impôts est interdite.

Ces dispositions ne s'appliquent pas aux enseignes de commercialisation de ces produits ou services, ni aux affichettes disposées à l'intérieur de ces établissements, non visibles de l'extérieur, à condition que ces enseignes ou ces affichettes soient conformes à des caractéristiques définies par arrêté interministériel [proposition d'exclusion identique à la loi EVIN I].

## **PROPOSITION C2.2 : RÉGULER LA PUBLICITÉ POUR LIMITER FORTEMENT LES INCITATIONS QUOTIDIENNES ET NON-CHOISIES À LA CONSOMMATION**

### **POINTS D'ATTENTION**

L'ensemble des propositions appelle un point d'attention commun. La publicité est protégée par le principe de la liberté d'expression en vertu notamment de l'article 10 de la Convention européenne de sauvegarde des droits de l'Homme et des libertés fondamentales et peut également être protégée au titre de la liberté d'entreprendre (ou liberté du commerce et de l'industrie). Elle est également au sens du droit de l'Union européenne considérée comme une prestation de service dont aucune loi nationale ne peut entraver la libre circulation.

L'interdiction générale et absolue de la publicité extérieure encourt un risque de censure sur le fondement de la liberté d'entreprendre, de la liberté du commerce et de l'industrie et de la libre administration des collectivités territoriales.

Le comité légistique signale que certaines interdictions – notamment de lots dans le cadre des jeux et de la distribution de publicité dans les boîtes aux lettres – apportent à la liberté d'entreprendre une restriction sans relation avec l'objectif poursuivi ou excessif au regard de l'objectif poursuivi à savoir limiter fortement les incitations quotidiennes et

non choisies à la publicité. De ce point de vue, elle encourt une censure par le Conseil constitutionnel.

L'interdiction générale et absolue d'une modalité d'exercice de la publicité doit être justifiée par un objectif d'intérêt général fort et être en relation avec une différence de traitement par rapport aux autres modalités d'exercice de la publicité. À défaut, la réglementation proposée encourt également un risque de censure sur le fondement du principe d'égalité devant la loi.

Enfin, l'application dans le temps des nouvelles interdictions n'est pas évoquée par les membres. Ce silence fait encourir un risque d'atteinte à la liberté d'entreprendre.

## **Proposition C.2.2.1 : Interdire les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs hors information locale, culturelle, et la signalétique de localisation**

### **POINTS D'ATTENTION**

L'interdiction nécessite de redéfinir le droit d'expression et de diffusion d'information exprimé dans les articles **L. 581-1 à L. 581-3 du code de l'environnement**. La notion d'espace public extérieur n'existe pas en droit. En revanche, par cette référence, le comité légistique comprend que les membres ont souhaité interdire la publicité extérieure d'une part, et d'autre part, la publicité extérieure sur les voies de circulation publique, à l'exclusion des espaces privés extérieurs (murs d'immeubles, baies, palissades de chantier, baies, logement résidentiels, commerciaux, etc....) et enfin que les membres ne visent que la publicité, à l'exclusion des enseignes et pré-enseignes.

Si la volonté des membres était de tout interdire, la proposition conduirait à apporter une contrainte disproportionnée à la liberté d'expression, à la liberté d'entreprendre et au droit de propriété. En effet, l'objectif des membres – limiter fortement les incitations quotidiennes et non-choisies à la consommation – peut être atteint par des mesures moins fortes : soumettre cet affichage à un régime d'autorisation ou de déclaration préalable... des mesures actuellement en vigueur. En revanche, la transcription juridique serait simple : il suffirait de supprimer tout le chapitre 1<sup>er</sup> du Titre VIII du code de l'environnement. À supposer que telle serait l'intention des membres, le comité légistique leur recommande plutôt de solliciter un durcissement des règles encadrant l'élaboration des règlements locaux de publicité.

Déjà, le champ de l'interdiction retenu par le comité légistique provoquerait une profonde modification de la partie législative et réglementaire du code et commanderait pour les collectivités territoriales de réviser l'ensemble des règlements locaux de publicité.

Une telle modification impliquerait également une modification ultérieure des articles R. 581-1 à R. 581-88 du code de l'environnement, des articles R. 418-1 à R. 418-9 du code de la route, de l'article 1649 B du code général des impôts.

Enfin, le comité légistique signale qu'une telle interdiction implique un questionnement sur la pérennité de la taxe locale sur les enseignes et publicités extérieures (TLPE), source de financement des EPCI, et donc une modification potentielle des parties législative (articles L. 2333-6 à L. 2333-15) et réglementaire (articles R. 2333-10 à R. 2333-17) du code général des collectivités territoriales.

### **TRANSCRIPTION JURIDIQUE**

Compléter l'article L 581-4 du code de l'environnement :

“ I. - Toute publicité est interdite :

1° sur les immeubles classés parmi les monuments historiques ou inscrits à l'inventaire supplémentaire ;

2° Sur les monuments naturels et dans les sites classés ;

3° Dans les cœurs des parcs nationaux et les réserves naturelles ;

4° Sur les arbres ;

**5° Sur le domaine public routier et ses accessoires en agglomération. “**

## **Proposition C.2.2.2 : Limiter les publicités sur l'espace numérique : imposer les bloqueurs de publicité sur les navigateurs et laisser le choix au consommateur entre accès libre avec publicité et accès payant sans publicité**

### **TRANSCRIPTION JURIDIQUE**

Le cadre de la publicité en ligne provient de l'article 20 de la loi n° 2004-575 pour la confiance dans l'économie numérique (articles L. 122-8 à L. 122-10 du code de la consommation).

Modifier l'article L. 122-8 du code de la consommation :

“ Les publicités, et notamment les offres promotionnelles, telles que les rabais, les primes ou les cadeaux, ainsi

que les concours ou les jeux promotionnels, adressés par courrier électronique **ou visibles par voie de service de communication public en ligne**, doivent pouvoir être identifiés de manière claire et non équivoque dès leur réception par leur destinataire, **ou en cas d'impossibilité technique, dans le corps du message. Le consommateur doit avoir expressément signifié au préalable son accord pour la réception de ces publicités ou pour leur visionnage sur un service de communication public en ligne.**"

### Proposition C.2.2.3 : Interdiction du dépôt de toute publicité dans les boîtes aux lettres, à partir de janvier 2021

#### POINT D'ATTENTION

Comme toute interdiction, elle doit être nécessaire et proportionnée à l'objectif poursuivi, ce qui ne paraît pas certain dans ce cas. Par ailleurs, le délai retenu paraît insuffisant au regard du temps nécessaire à l'adoption d'une loi. Enfin, le comité légistique a compris que l'intention des membres serait d'interdire tous les catalogues promotionnels distribués par les grandes enseignes. À ce titre, la réglementation des pratiques commerciales dans le cadre des marges arrière lui paraît plus à même d'atteindre l'objectif poursuivi par les membres.

### Proposition C.2.2.4 : Interdire les avions publicitaires

#### TRANSCRIPTION JURIDIQUE :

Au chapitre Ier du titre II du Livre I<sup>er</sup> de la partie législative du Code de la consommation, créer une section 12 ainsi rédigée :

#### Section 12 – Publicité portant sur ou ayant recours à certains modes de transport.

**« Art. L. 121-23 – Toute publicité opérée au moyen d'une banderole tractée par un aéronef est interdite ».**

À la section 2 du chapitre II du titre III du Livre I<sup>er</sup> de la partie législative du Code de la consommation, créer une sous-section 10 ainsi rédigée :

#### Sous-section 10 – Publicité portant sur ou ayant recours à certains modes de transport.

**« Art. L. 132-24-1 – Le fait pour tout annonceur de diffuser ou faire diffuser une publicité interdite dans les conditions prévues à l'article L. 121-23 est passible d'une amende administrative dont le montant ne peut excéder 30 000 euros. »**

### Proposition C.2.2.5 : Appliquer strictement l'article 9 de la recommandation « développement durable » de l'Autorité de Régulation Professionnelle de la Publicité (ARPP) (C.2.2.5.1) en interdisant les publicités sur les ventes en lot, les réductions et les soldes (C.2.2.5.2)

#### POINTS D'ATTENTION DE LA SOUS-PROPOSITION C.2.2.5.1

La recommandation de l'ARPP n'est pas obligatoire. Il s'agit de règles de nature déontologiques fixées par l'ARPP pour ses adhérents. Aussi, le comité légistique a compris que les membres souhaitent rendre obligatoire l'esprit de la recommandation de l'ARPP.

La recommandation de l'ARPP a pour objet de contraindre les annonceurs à ne pas trahir l'idée du développement durable. À ce titre, cette recommandation encadre la véracité des actions, la proportionnalité des messages, leur clarté, leur loyauté, l'usage de signes, labels, logos et symboles et le vocabulaire employé par l'annonceur de sorte qu'ils soient conformes aux trois piliers du développement durable.

Pour rendre compte de cet objectif dans la loi, le comité légistique propose de synthétiser sous l'expression : **« la banalisation, la valorisation de pratiques ou idées contraires aux objectifs du développement durable ou discréditant les principes et objectifs communément admis en matière de développement durable ».**

#### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Compléter l'article L121-4 du code de la consommation :

« Sont réputées trompeuses, au sens des articles L. 121-2 et L. 121-3, les pratiques commerciales qui ont pour objet : (...)

**24° Dans une publicité, de banaliser, de valoriser les pratiques ou idées contraires aux objectifs du développement durable ou discréditant les principes et objectifs communément admis en matière de développement durable.»**



## POINTS D'ATTENTION DE LA PROPOSITION C.2.2.5.2

Le titre I<sup>er</sup> du Livre III de la partie législative du Code de commerce définit les liquidations, ventes au déballage, soldes et ventes en magasins d'usine. Interdire la publicité pour ces pratiques commerciales implique de redéfinir ces pratiques aux articles L. 310-1 à L. 310-7 du code de commerce.

En cas de modification des définitions de ces pratiques commerciales pour y exclure la publicité qui leur est actuellement intrinsèque, prévoir une disposition garantissant l'accès pour le consommateur au même niveau d'information afin de lui permettre de bénéficier de ces offres dans l'esprit de justice sociale défendu.

### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Modifier l'article L. 310-1 du code de commerce :

“Art. L. 310-1 – Sont considérées comme liquidations les ventes ~~accompagnées ou précédées de publicité et annoncées~~ comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de la totalité ou d'une partie des marchandises d'un établissement commercial (...). **Ces ventes ne peuvent être accompagnées ou précédées de publicité.**”

Modifier l'article L. 310-3 :

“Art. L. 310-3 – I. – Sont considérées comme soldes les ventes ~~qui sont accompagnées ou précédées de publicité et sont annoncées~~ comme tendant, par une réduction de prix, à l'écoulement accéléré de la totalité ou d'une partie des marchandises d'un établissement commercial (...). **Ces ventes ne peuvent être accompagnées ou précédées de publicité.**”

## Proposition C.2.2.6 : Interdire la distribution systématique d'échantillons pour la remplacer par une distribution sur demande, en donnant la possibilité au consommateur d'utiliser ses propres contenants

### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Compléter l'article L. 121-7 du code de la consommation :

**8° De fournir à un consommateur sans demande expresse de sa part un échantillon de produit dans le but de lui vendre ce produit sauf si cet échantillon n'est contenu dans aucun emballage ou s'il suffit au consommateur d'apporter lui-même le contenant nécessaire au recueil dudit échantillon.**

## Proposition C.2.2.7 : Interdire le gain, dans les jeux télévisés, radiophoniques, internet et autres tombolas, de produits fortement émetteurs de GES (d'après leur CO2-score)

### POINT D'ATTENTION

Voir point général. Cette proposition est à mettre en relation avec la fiche C.1. relative à l'affichage environnemental ainsi qu'avec les fiches C.2.1 (impact environnemental successif). La transcription juridique proposée vise à une cohérence avec celles de ces fiches ainsi qu'avec celle en PT 7 (pour la référence à l'évaluation sur le cycle de vie).

### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Modifier l'article L. 121-20 du code de la consommation :

“ Art. L. 121-20 – Sont interdites les pratiques commerciales mises en œuvre par les professionnels à l'égard des consommateurs, sous la forme d'opérations promotionnelles tendant à l'attribution d'un gain ou d'un avantage de toute nature par la voie d'un tirage au sort, quelles qu'en soient les modalités, ou par l'intervention d'un élément aléatoire, **dès lors qu'elles sont déloyales au sens de l'article L. 121-1, ou que l'impact sur le climat, évalué en cycle de vie du bien ou du service distribué au titre du gain ou de l'avantage est négatif au sens de l'article L. 122-25 du code de la consommation**”.

Modifier l'article L322-7 du code de la sécurité intérieure :

“Le quatrième alinéa de l'article L. 320-1 ne s'applique ni aux frais d'affranchissement, ni aux frais de communication ou de connexion, surtaxés ou non, engagés pour la participation aux jeux et concours organisés dans le cadre des programmes télévisés et radiodiffusés ainsi que dans les publications de presse définies à l'article 1er de la loi n° 86-897 du 1er août 1986 portant réforme du régime juridique de la presse, dès lors que la possibilité pour les participants d'obtenir le remboursement des frais engagés est prévue par le règlement du jeu et que les participants en sont préalablement informés. Ces jeux et concours ne peuvent constituer qu'un complément auxdits programmes et publications. **Ne peuvent être distribués au titre des gains des biens ou des services dont l'impact sur le climat, évalué en cycle de vie est négatif au sens de l'article L. 122-25 du code de la consommation**”.

## PROPOSITION C.2.2.8 : Interdire les panneaux publicitaires dans les espaces publics extérieurs hors information locale et culturelle

### POINTS D'ATTENTION

L'objet de la proposition est d'interdire certaines modalités d'expression de la publicité. Est concernée la publicité réalisée par affichage sur un support spécifique l'écran vidéo. Il s'agit de la publicité dite numérique. Les points d'attention sont identiques à ceux relevés pour la proposition C.2.2.1. Ils tiennent notamment au risque de censure d'une interdiction générale et absolue. Ce risque frapperait tout particulièrement l'interdiction de cette publicité pour tous « les points de vente ». La notion de point de vente n'est pas juridique. Le comité légistique propose de lui substituer la notion « d'entreprise commerciale accueillant du public ».

Une telle interdiction générale et absolue de la publicité dans ces entreprises serait disproportionnée eu égard à l'objectif poursuivi puisque dans l'enceinte des entreprises, la publicité numérique ne menace pas le cadre de vie et que la consommation d'électricité qu'elle charrie peut-être limitée par une réglementation qui encadrerait, par exemple, leur temps d'allumage, la dimension des écrans, leur nombre... Enfin, dans le cadre de ces entreprises, la publicité numérique se trouve dans la même situation que la publicité par voie d'affichage en général, ce qui conduit à s'interroger sur la conformité de cette restriction de la liberté d'affichage au regard du principe d'égalité.

En toute hypothèse, il conviendrait de modifier en conséquence la partie réglementaire du code de l'environnement relative à la publicité lumineuse, notamment les articles R581-41 et suivants du code, pour intégrer le régime d'interdiction propre à la publicité numérique.

### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Ajouter dans le code de l'environnement un article L. 581-15-1 qui énonce que :

**“La publicité numérique est interdite dans des conditions fixées par décret en Conseil d'État.**”

Famille C

**SUREMBALLAGE**

# Consommer – Objectif 3

---

## **LIMITER LE SUREMBALLAGE ET L'UTILISATION DU PLASTIQUE À USAGE UNIQUE EN DÉVELOPPANT LE VRAC ET LES CONSIGNES DANS LES LIEUX DE DISTRIBUTION**

### **Impact gaz à effet de serre :**



L'impact de ces propositions sur les émissions sera sans doute limité car les emballages uniques représentent une part faible des émissions, et les alternatives sont parfois tout aussi carbonées, voire davantage.

### **Résultat du vote :**

Nombre d'inscrits : 151

Nombre de votants : 149

Nombre d'abstentions : 2

Nombre de suffrages exprimés : 148

OUI : 95,9 %

NON : 4,1 %

Pourcentage de votes blancs sur le nombre de votants : 0,7 %

## PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'OBJECTIF

Nos habitudes de consommation quotidiennes sont fortement génératrices de déchets liés en partie aux emballages. En effet, l'utilisation des emballages à usage unique dans les produits de consommation courante représente une partie non négligeable des émissions de gaz à effet de serre. Si le recyclage est une solution qui ne doit pas être écartée notamment *via* les mécanismes mis en place dans la loi pour l'économie circulaire, nous considérons que cela doit être évité autant que possible : le meilleur emballage est celui qui ne se jette pas ou qui n'existe pas.

Ainsi, nous voulons qu'à partir de 2022 les déchets d'emballage soient massivement évités à la source grâce au développement du vrac et de la consigne. Finalement, nous voulons modifier les usages et pratiques de consommation pour réduire l'utilisation du plastique à usage unique jusqu'à la fin de sa mise sur le marché en 2030.

Pour ce faire, nous proposons de :

- TL PROPOSITION C3.1 :** Mettre en place progressivement une obligation de l'implantation du vrac dans tous les magasins et l'imposition d'un pourcentage aux centrales d'achat
- TL PROPOSITION C3.2 :** Mise en place progressive d'un système de consigne de verre (lavable et réutilisable) jusqu'à une mise en place généralisée en 2025
- PROPOSITION C3.3 :** Favoriser le développement des emballages biosourcés compostables pour assurer la transition avant la fin de l'emballage plastique à usage unique
- TL PROPOSITION C3.4 :** Remplacer une part significative de la Taxe d'Enlèvement des Ordures Ménagères (TEOM) par des modalités plus justes et favorisant les comportements écoresponsables

## PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DE L'OBJECTIF

Nous voulons, dès 2022, modifier les usages et pratiques de consommation pour réduire progressivement l'utilisation du plastique à usage unique et le suremballage jusqu'à leur suppression en 2030 en développant le vrac ainsi qu'en déployant progressivement un système de consigne du verre et du plastique.

En effet, la production et l'incinération du plastique représentent, chaque année, environ 400 millions de tonnes de gaz à effet de serre rejetées dans l'atmosphère (source: Parlement européen, 2018). En France, les déchets ménagers représentent plus de 5 millions de tonnes par an, l'impact étant alors majeur sur les émissions de gaz à effet de serre.

Si le recyclage est une solution qui ne doit pas être écartée notamment *via* les mécanismes mis en place dans la loi pour l'économie circulaire, nous considérons que cela doit être évité autant que possible : le meilleur emballage est celui qui ne se jette pas ou qui n'existe pas. La réduction des émissions de gaz à effet de serre passe donc surtout par la réduction des déchets d'emballage et en dernier recours par leur recyclage.

Au-delà de l'impact sur la réduction des gaz à effet de serre, nous comprenons que ce sujet concerne plus largement les habitudes de consommation et leurs effets plus généraux sur l'environnement. Aussi, nous estimons que si le consommateur doit avoir sa part de responsabilité dans les changements nécessaires face à l'urgence de la situation, nous considérons également que cela ne pourra se faire sans que les producteurs et distributeurs ne proposent des alternatives et des solutions facilitant la transition vers des modes de consommation plus écoresponsables.

Si la loi pour l'économie circulaire prévoit la fin de mise sur le marché des emballages plastiques à usage unique à l'horizon 2040, la Convention citoyenne pour le climat considère, au regard de l'urgence climatique à laquelle nous faisons face, que cette échéance est trop lointaine. Ainsi, nous proposons de revoir cette échéance à la baisse et de se fixer un cap plus ambitieux : la fin de la mise sur le marché des plastiques à usage unique d'ici 2030.

En conséquence, d'ici 2030, les producteurs et distributeurs devront progressivement faire évoluer leurs offres en faveur de la suppression de l'utilisation des plastiques à usage unique en proposant des modalités de consigne accessibles à tous ainsi que des produits emballés avec des matières végétales compostables.

Considérant ces évolutions comme lourdes pour les acteurs économiques mais aussi pour les collectivités territoriales, l'État devra accompagner ce changement pour en faciliter le financement, la mise en œuvre et l'effectivité.

À l'issue des échanges avec différents acteurs et experts, et au regard de nos expériences individuelles et collectives, nous considérons en tant que citoyens qu'il faudrait prendre les décisions suivantes pour la suppression anticipée des emballages à usage unique :

### **TL PROPOSITION C3.1: METTRE EN PLACE PROGRESSIVEMENT UNE OBLIGATION DE L'IMPLANTATION DU VRAC DANS TOUS LES MAGASINS ET L'IMPOSITION D'UN POURCENTAGE AUX CENTRALES D'ACHAT**

Si le vrac tend à se développer fortement en France (+ 41 % par an selon Réseau Vrac), cela reste une modalité de consommation ultra-minoritaire (environ 0,75 % des parts de marché hors produits frais selon Réseau vrac), du fait du manque d'offre ainsi que des prix proposés, régulièrement plus chers que les produits emballés.

Considérant qu'il s'agit d'une solution essentielle pour changer les habitudes de consommation vers plus d'écoresponsabilité et pour réduire les émissions de gaz à effet de serre liées aux emballages, nous proposons de mettre en place de manière progressive des obligations pour les

producteurs et les distributeurs, afin qu'ils proposent au consommateur une quantité minimum de produits alimentaires et non-alimentaires en vrac.

Les objectifs de cette modalité sont :

- Faciliter l'accès à tous en élargissant l'offre de vrac proposée aux consommateurs ;
- Rendre les produits en vrac compétitifs en réduisant les prix par des effets de volume.

Plus particulièrement, nous proposons de :

- Imposer aux producteurs le développement d'une offre de produits en vrac :
  - 25 % de l'offre en vrac dès 2023 ;
  - 35 % de l'offre en vrac dès 2025 ;
  - 50 % de l'offre en vrac dès 2030.

Cette mise en œuvre devra être accompagnée de la fourniture obligatoire de contenants réutilisables pour les différents types de consommable (alimentaires et non-alimentaires, secs et liquides). Toutefois, tout consommateur – sauf à déroger aux règles d'hygiène – pourra apporter son propre contenant ;

- Imposer aux grandes et moyennes surfaces un pourcentage du linéaire de rayonnage en remplacement des produits emballés en produits en vrac dans :
  - Chaque rayon de 25 % sec et liquide en 2023 ;
  - Chaque rayon de 35 % sec et liquide en 2025 ;
  - Chaque rayon de 50 % sec et liquide en 2030.
- Imposer aux centrales d'achat de proposer une offre de produits en vrac (secs et liquides) à hauteur de :
  - 25 % en 2023 ;
  - 35 % en 2025 ;
  - 50 % en 2030.



### **PROPOSITION C3.2 : MISE EN PLACE PROGRESSIVE D'UN SYSTÈME DE CONSIGNE DE VERRE (LAVABLE ET RÉUTILISABLE) JUSQU'À UNE MISE EN PLACE GÉNÉRALISÉE EN 2025**

Dans la lutte contre le suremballage et la pollution que cela génère, la consigne nous paraît être un élément fondamental et une solution pérenne. Conscients toutefois que cela génèrera des changements importants pour les acteurs des filières d'emballage et de gestion / retraitement des déchets, nous comprenons que cela ne pourra être généralisé immédiatement.

L'objectif de cette modalité est double :

- Retourner à l'usage de la consigne pour tous les contenants en verre ;
- Supprimer l'utilisation des contenants plastiques réutilisables.

Plus particulièrement, nous proposons de :

- Imposer aux distributeurs la mise en place d'un système de consigne rémunérée (en numéraire ou en bon d'achat) pour les contenants réutilisables en verre et ce dès 2021 selon le calendrier suivant :
  - Obligatoire pour les grandes surfaces dès 2021 ;
  - Obligatoire pour les moyennes surfaces dès 2022 ;
  - Obligatoire pour les petites surfaces dès 2023.
- Obliger les grandes surfaces à mettre en place un système de consigne rémunérée (en numéraire ou en bon d'achat) pour les contenants plastiques réutilisables dès 2021 permettant l'écoulement des stocks et la récupération des contenants plastiques en vue de leur réutilisation obligatoire (actuellement seul un quart des bouteilles plastiques est recyclé)

en France) ;

- Interdiction pour les producteurs d'utiliser des contenants plastiques réutilisables dès 2022 afin de les remplacer par du verre.

→ Harmoniser les contenants consignés :

- Création de contenants standards par type de besoin (liquide / solide, taille, etc.) avec la possibilité de personnalisation par les marques via des étiquettes en papier recyclé dès 2021 ;
- Mise en place d'une taxe de 30 % du prix net sur les contenants non-standardisés afin de laisser aux marques le choix de l'utilisation d'un packaging distinctif et d'assurer le surcoût de traitement.

→ Mettre en place des filières territorialisées de réutilisation des contenants consignés afin de compenser les pertes de recettes communales liées à la réduction des déchets et d'éviter les dérives constatées sur le tri sélectif. Une particularité doit être prise en compte pour les départements d'outre-mer, il faut impérativement investir massivement dans ces territoires dans la filière verre et spécifiquement dans les matériaux biosourcés. Les territoires ultramarins pouvant être des exemples à suivre pour la mise en œuvre de matériaux biodégradable (par exemple à base de bagasse [résidu de la canne à sucre]) :

- Création obligatoire pour les intercommunalités d'une mission de gestion des consignés, de la récupération dans les lieux de distribution au renvoi vers les sites de production, sans possibilité de délégation à un tiers. Cela devra permettre des gains de 51 % à 84 % sur tous les indicateurs environnementaux par rapport à un usage unique, tout en créant de l'emploi au niveau local (source : ADEME) ;
- Obligation de réutiliser l'eau lors de l'étape de lavage.

### **PROPOSITION C3.3 : FAVORISER LE DÉVELOPPEMENT DES EMBALLAGES BIOSOURCÉS COMPOSTABLES POUR ASSURER LA TRANSITION AVANT LA FIN DE L'EMBALLAGE PLASTIQUE À USAGE UNIQUE**

L'industrie de l'emballage représente en France environ 90 milliards d'euros (Chiffre d'affaire 2018 ; source : ALL4PACK, 2018). Sur l'ensemble des emballages, 17 % sont en matière plastique (source : ADEME, 2015).

Par ailleurs, nous sommes bien conscients que tous les produits de consommation ne peuvent pas faire l'objet de mise sous consigne ou de vente en vrac. L'emballage reste nécessaire dans de nombreux cas pour garantir les aspects sanitaires (produits médicaux, produits pharmaceutiques, produits chimiques toxiques, etc.) ou pour préserver la qualité du produit (plats préparés, plats surgelés, etc.).

Ainsi, afin de changer les pratiques et de permettre aux acteurs économiques d'effectuer une transition sans perte d'emploi, nous recommandons de mettre en place des mécanismes favorisant l'utilisation de matériaux biosourcés dans la production d'emballage pour finalement tendre vers l'utilisation de matériaux biosourcés compostables, voire – à terme – pleinement biodégradables (ce qui n'existe actuellement pas).

L'objectif de cette modalité est double :

- Raccourcir le temps de suppression de l'utilisation des plastiques à usage unique ;
- Accompagner la transition des industriels de l'emballage vers la production de produits plus respectueux de l'environnement.

Plus particulièrement, nous proposons de :

- Développer des modalités d'accompagnement pour les usines de fabrication du plastique dans la transition vers la fabrication en matières biosourcées compostables ;
- Mettre en place un emprunt sur 10 ans à taux négatif pour les investissements en recherche et développement concernant les emballages biosourcés compostables.





## PROPOSITION C3.4 : REMPLACER UNE PART SIGNIFICATIVE DE LA TAXE D'ENLÈVEMENT DES ORDURES MÉNAGÈRES (TEOM) PAR DES MODALITÉS PLUS JUSTES ET FAVORISANT LES COMPORTEMENTS ÉCORESPONSABLES

Aujourd'hui, seulement 10 % des recettes de la TEOM sont utilisées pour l'enlèvement des déchets des ménages et bon nombre des sommes collectées servent à financer des dépenses non-liées à la gestion des déchets (source : arrêt du Conseil d'État du 17 octobre 2018, n°42058).

Si ces recettes servent à financer les services publics communaux, nous considérons cette taxe comme n'ayant aucun effet sur la réduction des déchets d'emballage. Ainsi, afin d'éviter d'augmenter la pression fiscale sur les ménages tout en créant une taxation agissant sur la réduction des emballages, nous proposons de remplacer une part significative de la TEOM par des modalités plus incitatives pour réduire les emballages, tout en assurant des recettes aux communes.

L'objectif de cette modalité est double :

- Inciter financièrement les consommateurs à choisir des produits sans emballage par la mise en place d'un principe de « pollueur-payeur » ;
- Compenser la perte de recettes des communes.

Plus particulièrement, nous proposons de supprimer la TEOM pour :

- Instaurer une taxe à la source sur les produits générant des déchets d'emballage : plus un produit génère des déchets d'emballage plus il sera taxé. Cela sera possible dès la mise en place d'un affichage environnemental (cf. proposition C1.1) ;
- Instaurer une taxe supplémentaire à celle précédemment indiquée sur les produits non-issus du recyclage et les composants ou packagings complexes ou assemblages de plusieurs matériaux qui rendent le recyclage impossible.

Cette proposition n'est pas applicable aux DOM-TOM, une réflexion plus poussée doit être menée pour limiter le suremballage dans les départements d'outre-mer.

\*\*\*

*Nous avons conscience que cette transformation de nos pratiques de consommation va avoir un impact sur l'ensemble de la société française notamment en nous obligeant à revoir nos usages quotidiens et en obligeant les producteurs et distributeurs à revoir leurs pratiques de conditionnement, d'acheminement et de vente. Par ailleurs, le manque à gagner pour les communes du fait de la réduction des déchets devra être considéré et compensé.*

*Et donc cela nécessite, pour que l'objectif soit atteint, que des actions d'accompagnement ou de compensations soient mises en œuvre :*

- Accompagnement des consommateurs vers le changement des habitudes de consommation en :
  - Développant des campagnes d'informations nationales et locales sur l'intérêt de cette proposition et sur les modalités concrètes et localisées qui sont proposées ;
  - Rendant les produits en vrac plus économiques que les produits emballés par des effets d'échelle ;
  - Rendant le vrac facilement accessible à tous par la fourniture de contenants réutilisables attractifs et efficaces ;
  - Proposant un système de consigne, facile d'usage, suffisamment incitatif (une rétribution plus que symbolique : quelques centimes ne peuvent suffire), performant et générateur d'emplois au niveau local.
- Accompagnement des industriels vers la transition en :
  - Donnant le temps nécessaire à l'écoulement des stocks et aux changements d'équipement ;
  - Finançant la transition.
- Compensation des pertes de recettes par les communes.

## PROPOSITION C3.1 : METTRE EN PLACE PROGRESSIVEMENT UNE OBLIGATION DE L'IMPLANTATION DU VRAC DANS TOUS LES MAGASINS ET L'IMPOSITION D'UN POURCENTAGE AUX CENTRALES D'ACHAT

### POINTS D'ATTENTION

→ La proposition des membres de la Convention impose cette obligation aux producteurs. Cela paraît très difficile : les producteurs ne sont pas tous en France ; ce ne sont pas systématiquement eux qui réalisent le conditionnement ; il n'y a pas de motif direct de santé ou sécurité pour imposer cette atteinte à la liberté d'entreprendre et la liberté du commerce.

→ La loi n° 2010-105 du 10 février 2020 prévoit déjà d'encourager la vente en vrac. Le comité légistique préconise donc de prendre appui sur la disposition récemment adoptée et de la compléter selon les préconisations du GT.

Il attire cependant l'attention sur le caractère probablement irréaliste des dates fixées, notamment pour tenir compte des délais d'adoption de la loi nécessaire et de l'adaptation de l'offre.

→ Le GT veut imposer l'obligation aux « grandes et moyennes surfaces ». Il est préférable de fixer un seuil de superficie. Celui de 300 m<sup>2</sup> correspond à la désignation habituelle des « moyennes surface ».

→ Il n'est pas utile juridiquement de décliner l'obligation aux producteurs et centrales d'achat ; la fixation de l'obligation de résultat paraît suffisante pour que l'objectif soit atteint.

### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Compléter l'article L. 120-1 du code de la consommation :

Art. L. 120-1. La vente en vrac se définit comme la vente au consommateur de produits présentés sans emballage, en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables. La vente en vrac est proposée en libre-service ou en service assisté dans les points de vente ambulants.

« Elle peut être conclue dans le cadre d'un contrat de vente à distance.

« Tout produit de consommation courante peut être vendu en vrac, sauf exceptions dûment justifiées par des raisons de santé publique.

« La liste des exceptions est fixée par décret.

#### L'offre de produits secs et liquides vendus en vrac devra représenter :

**En 2023, 25 % de l'offre proposée par les centrales d'achat et de celle mise à la disposition des consommateurs par les commerces de vente au détail d'une superficie de plus de 300 m<sup>2</sup> ;**

**En 2025, 35 % des mêmes offres ;**

**En 2030, 50 % des mêmes offres.**

## PROPOSITION C3.2 : MISE EN PLACE PROGRESSIVE D'UN SYSTÈME DE CONSIGNE DE VERRE (LAVABLE ET RÉUTILISABLE) JUSQU'À UNE MISE EN PLACE GÉNÉRALISÉE EN 2025

Cette proposition en regroupe plusieurs, numérotées ci-dessous pour faciliter la lecture :

C3.2.1 : imposer aux distributeurs un système de consigne rémunérée en numéraire ou bon d'achat pour les contenants réutilisables en verre : 2021 pour les grandes surfaces ; 2022 pour les moyennes ; 2023 pour les petites ;

C3.2.2 : imposer aux grandes surfaces de mettre en place un système de consigne rémunérée pour les contenants plastiques réutilisables dès 2021 ;

C3.2.3 : interdire aux producteurs d'utiliser des contenants plastiques réutilisables dès 2022 ;

C3.2.4 : créer des contenants standards par type de besoin dès 2021 et mettre en place une taxe de 30% sur le prix net des contenant non standardisés ;

C3.2.5 : imposer aux intercommunalités, sans possibilité de délégation, la gestion des consignes depuis la récupération

dans les lieux de distribution jusqu'au renvoi vers les sites de production ;

C 3.2.6 : rendre obligatoire la réutilisation des eaux de lavages.

## POINTS D'ATTENTION

Sur C3.2.1 à C3.2.4 : Toutes les dates indiquées sont irréalistes compte tenu des délais nécessaires pour l'adoption de la loi puis l'adaptation de l'offre, même de façon volontariste.

Sur C3.2.1 et C3.2.2 : Il est préférable de préciser des superficies de vente plutôt qu'utiliser des adjectifs. Habituellement, plus de 2 500 m<sup>2</sup> désigne les grandes, plus de 300 m<sup>2</sup> les moyennes.

Sur C3.2.1, C 322 et C3.2.5 : La mise en place d'une consigne suppose une chaîne qui implique tous les acteurs, depuis les producteurs jusqu'au vendeur final.

Le verre et les emballages des produits destinés aux ménages relèvent déjà d'un régime de responsabilité élargie des producteurs.

Les producteurs ayant déjà une responsabilité sur l'ensemble du cycle de vie des produits, depuis leur conception jusqu'au traitement de leurs déchets, il n'est pas pertinent d'imposer la mise en place d'un système de consigne aux seules grandes surfaces ni d'en imposer la gestion aux intercommunalités sans possibilité de délégation.

Au surplus, une telle interdiction de déléguer à un prestataire l'exercice d'une compétence à caractère économique et concurrentiel est une atteinte inhabituelle à la libre organisation des collectivités locales (principe constitutionnel) dont la justification ne semble pas suffisante.

Sur C3.2.4 : Une taxation sur le prix de vente peut être répercutée sur le consommateur final. On ne voit pas en quoi la préconisation C3.2.4 concourt à l'objectif.

Sur C3.2.6 : Les eaux de lavage doivent nécessairement être traitées avant de pouvoir être réutilisées. Les eaux traitées sont de fait réutilisées ultérieurement. Si la préconisation vise à imposer un circuit fermé, elle est en l'état imprécise et son impact (efficacité au regard de l'objectif de réductions des GES, coûts économiques et environnementaux) n'est pas du tout mesuré.

La loi du 10 février 2020 sur l'économie circulaire (article 66 de la loi créant un article L. 541-10-11 du code de l'environnement) prévoit déjà que pourront être mis en place des systèmes de consignes :

- pour les bouteilles plastiques à usage de boisson, à partir de 2023 au vu des bilans de collecte réalisés par l'ADEME à partir de 2021 ;
- pour tous les autres produits : « Il peut être fait obligation aux producteurs ou à l'éco-organisme dont ils relèvent de mettre en œuvre d'autres dispositifs de consigne lorsque ces dispositifs sont nécessaires à l'atteinte des objectifs nationaux ou européens de prévention ou de gestion des déchets, sous réserve que le bilan environnemental global de ces dispositifs soit positif »
- des initiatives volontaires individuelles tendant à la mise en place de consigne pour réemploi peuvent être prises ;
- des dispositifs supplémentaires de consigne pour réemploi et recyclage sont mis en œuvre à l'échelle régionale sur demande des collectivités et de leurs groupements compétents en matière de déchets.
- Le législateur vient donc d'instaurer un système progressif, alliant volontariat et pouvoir d'adaptation locale pour la mise en place de consignes notamment pour le verre.

## TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Afin de renforcer l'obligation spécifiquement pour le verre, on peut envisager de compléter le II du nouvel article L. 541-10-11 du code de l'environnement :

« -Il peut être fait obligation aux producteurs ou à l'éco-organisme dont ils relèvent de mettre en œuvre d'autres dispositifs de consigne lorsque ces dispositifs sont nécessaires à l'atteinte des objectifs nationaux ou européens de prévention ou de gestion des déchets, sous réserve que le bilan environnemental global de ces dispositifs soit positif. En particulier, l'obligation de mise en place d'une consigne pour le verre, de manière à ce qu'il soit lavable et réutilisable, pourra être généralisée à partir de 2025 ».

Pour les autres mesures, compte tenu de l'évolution très récente de la législation, le comité légistique préconise que les objectifs détaillés en C 3.2 soient des recommandations, qui pourront inspirer le gouvernement notamment dans la préparation du décret d'application prévu par l'article 66 de la loi sur l'économie circulaire.

## PROPOSITION C3.4 : REMPLACER LA TAXE D'ENLÈVEMENT DES ORDURES MÉNAGÈRES (TEOM) PAR DES MODALITÉS PLUS JUSTES ET FAVORISANT LES COMPORTEMENTS ÉCORESPONSABLES

### 1/ Sur la suppression de la TEOM

#### POINTS D'ATTENTION

La suppression de la TEOM est juridiquement facile à écrire.

Mais le comité légistique attire l'attention sur la nécessité que soient compensées les pertes de ressources pour les communes et EPCI. En effet, la TEOM est la principale source de financement des services locaux de collecte et de traitement des déchets. Son rendement est de près de 6,79 milliards pour l'année 2017.

Or le document du GT ne précise pas comment faire la « compensation des pertes de recettes par les communes » (qui pourrait être par l'augmentation d'autres taxes locales payées par les ménages ou les entreprises ; par l'augmentation de la dotation globale de fonctionnement versée par l'État moyennant l'augmentation d'impôts d'État à due concurrence,...).

Dans ces conditions, le comité légistique suggère aux membres 2 autres scénarios possibles, moins coûteux pour les finances publiques locales : l'un imposé par la loi ; l'autre laissé à l'appréciation des communes ou EPCI (décidé par délibération au niveau local) :

- diminuer le coût de la TEOM pour les contribuables en réduisant par la loi l'assiette de cette taxe. Elle est actuellement la même que celle de la taxe foncière (art. 1522 CGI). Il est possible pour le législateur de la diminuer, d'un certain pourcentage qui serait à fixer.
- TEOM Incitative (TEOMi) : il faudrait qu'elle soit mise en œuvre dans davantage de communes et EPCI. La taxe comporte alors une part fixe (qui finance le coût de mise en œuvre du service et qui, comme pour la TEOM classique, est calculée sur les bases locatives du logement) et une part variable dite « incitative », calculée en fonction du nombre de sorties du bac gris et de son volume – le prix du litre est voté par les élus chaque début d'année.

Dans tous les cas, il serait important de réfléchir aux sources de financements qui viendraient compenser une perte de recettes pour les communes. Cette perte de recettes serait plus ou moins importante en fonction des scénarios (perte maximale en cas de suppression de la TEOM sans solution de remplacement, réduite voire nulle en cas de TEOMi).

La suppression pure et simple d'une ressource des collectivités locales pose au surplus une difficulté au regard du principe constitutionnel de libre administration des collectivités territoriales.

#### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

- Pour une suppression de la TEOM :

Inscrire dans une loi la disposition suivante : **“Les articles 1520 à 1526 du code général des impôts sont abrogés”.**

- Pour une baisse de l'assiette de la TEOM :

Compléter l'article 1522 du code général des impôts : « I. – La taxe est établie d'après le revenu net servant de base à la taxe foncière, défini par l'article 1388, **diminué de [20% ? 30% ? 50% ?...]**. »

- Pour une baisse du taux de la TEOM ou instauration d'une TEOMi : cela relève de **délibérations des communes** ou des EPCI.

### 2/ Sur une taxe à la source sur les produits générant des déchets d'emballage

#### POINTS D'ATTENTION

Ce qui existe déjà :

Depuis un décret n°92-377 du 1<sup>er</sup> avril 1992<sup>1</sup>, chaque entreprise de la grande consommation, au titre de la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) appliquée aux emballages ménagers, paye une écocontribution à des organismes agréés par l'État (aujourd'hui Citeo) pour financer la fin de vie des emballages qu'elle met sur le marché. Le niveau de cette contribution dépend notamment du poids des emballages et des matériaux utilisés (en 2019, par exemple 35 centimes par kilogramme d'emballages plastiques, 1,4 centime par kilogramme pour le verre ou 25 centimes pour le kilogramme de brique en papier carton). Une étude de décembre 2019<sup>2</sup> montre que les écocontributions n'internalisent que 43 % du coût externe, avec des différences selon les matériaux. Ainsi l'écocontribution payée pour un emballage en verre ne représente que 12 % de son coût externe, loin derrière le plastique (63 %) et le papier-carton (62 %).

1. Décret n°92-377 du 1<sup>er</sup> avril 1992 portant application pour les déchets résultant de l'abandon des emballages de la loi no 75-633 du 15 juillet 1975 modifiée relative à l'élimination des déchets et à la récupération des matériaux.

2. <http://i3.cnrs.fr/workingpaper/la-responsabilite-elargie-du-producteur-incite-t-elle-suffisamment-a-la-prevention-des-dechets-demballages/>

De plus, la loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire va également dans le bon sens. Les fabricants concevant leurs produits de manière écologique bénéficieront d'un bonus sur la contribution qu'ils versent pour la gestion et le traitement de la fin de vie de leurs produits. A contrario, les fabricants n'intégrant pas l'éco-conception dans leur manière de produire verront cette contribution augmenter avec un malus. Cela permettra de réduire le prix des produits vertueux.

La proposition souhaitée par les membres

Dans ce contexte, la taxe envisagée pourrait prendre la forme d'une modification et augmentation des différentes lignes de la grille tarifaire de Citeo<sup>3</sup>.

#### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Citeo pourra modifier sa grille tarifaire applicable à l'année 2021, avec des différences selon les matériaux (détails à définir par les experts, ceux de Citeo, ceux qui ont rédigé l'étude précitée...).

### **3/ Sur la « taxe supplémentaire à celle précédemment indiquée sur les produits non-issus du recyclage et les composants ou packagings complexes ou assemblages de plusieurs matériaux qui rendent le recyclage impossible (taux à définir) »**

#### POINTS D'ATTENTION

Le plus simple serait peut-être d'assujettir le producteur à cette taxe en augmentant le tarif appliqué à ce type de matériau par l'éco-organisme Citeo.

#### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Citeo pourra aggraver le tarif applicable à ces produits en modifiant sa grille tarifaire applicable à l'année 2021 (détails à définir par les experts, ceux de Citeo, ceux qui ont rédigé l'étude précitée...).

### **4/ Sur « un système de consigne, facile d'usage, suffisamment incitatif (rétribution plus que symbolique : quelques centimes ne peuvent suffire), performant et générateur d'emploi au niveau local »**

Cette proposition tendant à instaurer une consigne est traitée dans l'objectif C 3.2.

3. Citeo modifie annuellement sa grille. Celle pour 2020 : [https://bo.citeo.com/sites/default/files/2019-11/20191106\\_Citeo\\_Tarif%202020\\_Grille%20tarifaire.pdf](https://bo.citeo.com/sites/default/files/2019-11/20191106_Citeo_Tarif%202020_Grille%20tarifaire.pdf)

Famille D

**NUMÉRIQUE**

# Consommer – Objectif 4

---

**ENCOURAGER LA  
SOBRIÉTÉ NUMÉRIQUE  
AFIN D'EN RÉDUIRE  
LES IMPACTS  
ENVIRONNEMENTAUX**

*Cet objectif a fait l'objet d'une fusion avec l'objectif PT 12 : Accompagner l'évolution du numérique pour réduire ses impacts environnementaux.*

Famille E

**ÉDUCATION**



# Consommer – Objectif 5

---

## **FAIRE DE L'ÉDUCATION, DE LA FORMATION ET DE LA SENSIBILISATION DES LEVIERS D'ACTION DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE**

### **Impact gaz à effet de serre :**

#### **NON ÉVALUABLE**

La sensibilisation et l'éducation sont des actions qui peuvent porter leurs fruits à long terme, mais dont l'effet est difficile à évaluer. Les réductions d'émissions attendues à très court terme seront faibles, mais à long terme, elles peuvent être extrêmement structurantes en contribuant à faire émerger de nouveaux comportements individuels et de nouvelles orientations pour les politiques nationales de transition bas-carbone.

### **Résultat du vote :**

Nombre d'inscrits : 151  
Nombre de votants : 150  
Nombre d'abstentions : 1  
Nombre de suffrages exprimés : 146  
OUI : 97,9 %  
NON : 2,1 %  
Pourcentage de votes blancs sur le nombre de votants : 2,7 %

## PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'OBJECTIF

---

Nous voulons, promouvoir et apprendre les comportements écoresponsables dès le plus jeune âge et tout au long de la vie, en faisant de l'éducation, de la formation et de la sensibilisation des leviers d'action de la consommation responsable et ainsi changer les pratiques en profondeur dans notre société.

Pour cela, nous proposons d'agir sur plusieurs dimensions, en s'appuyant notamment sur des préconisations formulées par l'UNESCO :

**TL** **PROPOSITION C5.1** : Modifier le code de l'éducation pour une généralisation de l'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD) dans le modèle scolaire français

**PROPOSITION C5.2** : Renforcer les modalités d'éducation à l'environnement et au développement durable en en faisant une mission transversale des enseignants

**TL** **PROPOSITION C5.3** : Sensibiliser l'ensemble de la population française en reliant compréhension de l'urgence climatique et passage à l'action

## PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DE L'OBJECTIF

*Nous voulons promouvoir et apprendre les comportements écoresponsables dès le plus jeune âge et tout au long de la vie, en faisant de l'éducation, de la formation et de la sensibilisation des leviers d'action de la consommation responsable et ainsi changer les pratiques en profondeur dans notre société.*

Si les publics les plus jeunes ne doivent pas être l'unique cible pour des changements de mode de consommation, nous considérons que la préparation de l'avenir et les évolutions en profondeur doivent passer par l'éducation des plus jeunes : nos jeunes sont les futurs décideurs et consommateurs, en faire une priorité pourra nous permettre de préparer l'avenir tout en se concentrant sur le présent via d'autres mesures proposées.

Par ailleurs, nous pensons que l'éducation des jeunes peut avoir une incidence sur le comportement des adultes, ramenant ainsi dans leur foyer les bonnes pratiques et les enseignements prodigués à l'école.

Dans ce domaine, des mesures et initiatives d'engagement existent déjà, notamment sur la mise en place des éco-délégués qui constitue une avancée notable. Pour autant, elles ne sont pas toujours visibles et reposent souvent sur les bonnes volontés de chacun. Nous estimons donc qu'elles doivent être structurées, généralisées et obligatoires pour sensibiliser, dès l'entrée à l'école, tous les jeunes aux enjeux environnementaux.

Aussi, toutes ces initiatives, ne peuvent se substituer à un aménagement des programmes, c'est-à-dire à une évolution profonde qui prendra plus de temps. En effet, même si en juin 2019, le Ministre de l'Éducation a saisi le Conseil supérieur des programmes afin d'imaginer « *des enseignements plus explicites, plus précis et plus complets ayant trait au changement climatique, à la biodiversité et au développement durable, intégrés dans toutes les disciplines avec une base scientifique progressivement consolidée* », bon nombre de jeunes ayant fait leur scolarité en France n'ont reçu que peu d'enseignement sur les enjeux climatiques et les pratiques écoresponsables.

Quant aux adultes, force est de constater que 20 ans de campagnes sur le développement durable et l'urgence climatique n'ont pas modifié en profondeur nos modes de vie, même si la prise de conscience progresse très vite. Il est temps de changer de manière de faire et de rendre acteurs les citoyens.

*À l'issue d'échanges avec différents acteurs et experts, et au regard de nos expériences individuelles et collectives, nous considérons en tant que citoyens qu'il faudrait prendre les décisions suivantes pour faire de l'éducation, de la formation et de la sensibilisation des leviers d'action de la consommation responsable, autour de 3 dimensions, dont les deux premières concernent l'éducation des plus jeunes.*

### **TL PROPOSITION C5.1 : MODIFIER LE CODE DE L'ÉDUCATION POUR UNE GÉNÉRALISATION DE L'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE (EEDD) DANS LE MODÈLE SCOLAIRE FRANÇAIS**

Même si des mesures ont été prises, il nous paraît primordial de revoir le modèle scolaire à l'aune de l'urgence climatique à laquelle nous faisons face et ainsi entériner un modèle de scolarité écoresponsable.

Pour ce faire, nous proposons d'inscrire dans le code de l'éducation la mission de l'éducation à l'environnement en intégrant les objectifs de la Charte de Belgrade de 1975 qui n'a jamais été appliquée et en créant au sein des établissements scolaires un comité de « l'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable » (EEDD) à l'image du CESC :

→ Proposition d'article à inscrire dans le code de l'éducation (Mission EEDD) :

« Au titre de sa mission d'éducation à l'environnement et au développement durable (EEDD), le service public de l'éducation prépare les élèves à réaliser ces choix éclairés dans leur manière de consommer, de se nourrir, de se déplacer, de se loger, de travailler et de vivre dans une société respectueuse de l'environnement. Des écocitoyens responsables et conscients de la mesure des problèmes, mais également des solutions. Les enseignements mentionnés à l'article L.312-19 et les actions engagées dans le cadre du comité prévu (CEEDD).

II. – Le champ de la mission de promotion de l'éducation à l'environnement et au développement durable comprend :

1° La mise en place d'un environnement scolaire favorable à l'enseignement de l'éducation à l'environnement et au développement durable ;

2° L'élaboration, la mise en œuvre et l'évaluation de programmes d'éducation à l'environnement et au développement durable destinés à développer les connaissances des élèves à l'égard des problématiques environnementales et de ses solutions ;

3° L'application et la diffusion des objectifs de l'éducation à l'environnement et au développement durable de la Charte de Belgrade ;

- La prise de conscience : l'éducation à l'environnement et au développement durable doit permettre aux individus de prendre conscience de son impact sur l'environnement qui l'entoure et des problèmes qui en résultent. L'éducation à l'environnement et au développement durable doit alors l'aider à se sensibiliser à ces questions ;
- Les connaissances : l'éducation à l'environnement et au développement durable doit permettre aux individus de comprendre les responsabilités et le rôle que joue l'humanité dans l'environnement global ;
- L'attitude : l'éducation à l'environnement et au développement durable doit permettre aux individus d'acquérir une motivation à vouloir améliorer et changer son comportement dans l'unique but de protéger l'environnement ;
- Les compétences : l'éducation à l'environnement et au développement durable doit permettre aux individus de trouver les solutions adéquates aux problèmes environnementaux ;
- La capacité d'évaluation : l'éducation à l'environnement et au développement durable doit permettre aux individus de faire un état des lieux des mesures et des programmes d'éducation mis en place pour l'environnement. Tout cela en fonction des différents facteurs écologiques, politiques, économiques, etc. ;
- La participation : l'éducation à l'environnement et au développement durable doit permettre aux individus de voir l'urgence de trouver des solutions aux problèmes environnementaux tout en développant leur sens des responsabilités. Ainsi les individus doivent participer activement à la mise œuvre des solutions.

La promotion de l'éducation à l'environnement et au développement durable à l'école telle que définie aux 1° à 3° du présent II relève de l'ensemble du personnel de l'Éducation nationale.

Elle est conduite, dans tous les établissements d'enseignement, y compris les instituts de formation, conformément aux priorités de la politique environnementale et dans les conditions prévues dans le code de l'environnement, par les autorités académiques en lien avec la direction de l'environnement, de l'aménagement et du logement (DEAL), les collectivités territoriales, les différents acteurs dans le domaine de l'environnement et du développement durable. Elle veille également à sensibiliser l'environnement familial des élèves afin d'assurer une appropriation large des problématiques environnementales.

Des acteurs de proximité non professionnels de l'éducation à l'environnement et au développement durable concourent également à la promotion de l'EEDD à l'école. Des actions tendant à rendre les publics cibles acteurs de leur propre environnement sont favorisées. Elles visent, dans une démarche de responsabilisation, à permettre l'appropriation des outils de l'éducation à l'environnement et au développement durable. »

→ Proposition d'article à inscrire dans le code de l'éducation (CEEDD) :

« Le Comité d'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable (CEEDD), présidé par le chef d'établissement, a pour mission d'apporter un appui aux acteurs de l'éducation à l'environnement et au développement durable.

Ce comité a pour mission de renforcer sur le terrain les liens entre l'établissement d'enseignement, les parents et l'ensemble des acteurs du domaine de l'éducation à l'environnement. En lien avec les axes du projet d'établissement, approuvés par le conseil d'administration, il contribue à des initiatives en matière de lutte contre les problématiques environnementales, de sensibilisation des familles et de changement des comportements. ».

## **PROPOSITION C5.2 : RENFORCER LES MODALITÉS D'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE EN EN FAISANT UNE MISSION TRANSVERSALE DES ENSEIGNANTS**

Nous proposons la mise en place de 6 axes primordiaux d'action et d'organisation sur la base des recommandations faites par l'UNESCO et des syndicats de l'éducation, pour faire de l'éducation à l'environnement une cause commune pour la communauté éducative.

Nous sommes conscients que bien des établissements scolaires sont déjà engagés dans le développement durable, ces actions restent trop souvent expérimentales, liées à l'investissement de telle ou telle équipe éducative. Nous estimons essentiel de renforcer et de généraliser les modalités d'éducation à l'environnement et au développement durable, en pariant sur l'action.

### **C5.2.1. Constituer une équipe chargée de coordonner l'éducation à l'environnement et au développement durable**

Dans les établissements, tout le monde, filles et garçons, femmes et hommes, a un rôle à jouer en vue d'atteindre les objectifs de l'éducation à l'environnement et au développement durable. Il est cependant indispensable de répartir les rôles et les responsabilités pour travailler efficacement, par exemple en constituant une équipe chargée de coordonner et d'organiser les activités associées en relation avec le Comité d'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable (CEEDD).

Le rôle de l'équipe serait alors de coordonner l'élaboration, la mise en œuvre et l'examen du plan d'éducation à l'environnement et au développement de l'établissement, en consultation avec l'ensemble des parties prenantes au sein de l'établissement. Cela passe par l'organisation de plusieurs réunions au début de l'année scolaire pour planifier les projets et les activités, ainsi que tout au long de l'année scolaire pour faire le point sur les progrès accomplis et ajuster le plan si nécessaire. Ainsi, il s'agira également de :

- Inclure des représentants d'élèves, les éco-délégués de classes. Il ne faut pas oublier d'expliquer dans quelle mesure les élèves détiendront (ou non) un pouvoir de décision. Cela évitera que certains soient déçus lorsqu'ils constateront que toutes leurs idées n'ont pas été mises en pratique ;
- Solliciter des représentants adultes issus de toute la communauté scolaire : gestionnaires, enseignants, surveillants, personnels de restauration, administrations, personnels administratifs et familles ;
- Inviter des personnes et des associations des environs qui pourraient être concernées par les projets de l'établissement et apporter leurs savoir-faire techniques et d'autres moyens de soutien lors des initiatives. Il peut s'agir d'associations environnementales, de voisins de l'école, d'entreprises ou d'élus locaux ;
- Veiller à ce que les filles et les garçons, les femmes et les hommes, participent et prennent des décisions sur un pied d'égalité.

Dans la mesure du possible, faire élire les membres de l'équipe chargée de l'EEDD plutôt que de les nommer, afin qu'ils puissent parler et agir au nom du groupe qu'ils représentent, ainsi que consulter et mobiliser les membres.

### **C5.2.2. Renforcer les modalités d'éducation à l'environnement et au développement durable, sous la forme d'une nouvelle matière à part entière, et indépendante des autres matières déjà enseignées**

Nous proposons de renforcer les modalités d'éducation à l'environnement et au développement durable, sous la forme d'une nouvelle matière à part entière, et indépendante des autres matières déjà enseignées. Cette nouvelle matière (Écologie par exemple) devra donc faire l'objet d'une nouvelle formation universitaire. Cependant, dans l'attente de l'arrivée des premiers enseignants en écologie qui seront issus de cette nouvelle formation, cette matière pourra être enseignée dans un premier temps par des professeurs de SVT.

### **C5.2.3. Enseigner la réflexion critique, créative et tournée vers l'avenir**

Dans un monde complexe et en constante mutation, s'agissant de problématiques environnementales, il ne suffit pas d'enseigner des idées précises et approuvées par des experts. Les enseignants doivent également enseigner la réflexion critique, créative et tournée vers l'avenir.

- Réflexion critique : déterminer les informations ou les points de vue nécessaires pour étudier une problématique, analyser les données appuyant une prise de position spécifique, faire des recommandations, etc. ;
- Réflexion créative : rechercher de nouvelles possibilités, tirer des enseignements d'autres cultures, époques et contextes, imaginer des solutions, etc. ;
- Réflexion tournée vers l'avenir : anticiper des futurs probables, possibles et souhaitables, comparer les effets à court et à long termes des décisions, appliquer le principe de précaution, etc.

Réussir la transition écologique va nous obliger à être imaginatifs et solidaires ! L'apprentissage coopératif est une bonne méthode pour soutenir les mutations à venir. Dans ce cadre, les élèves travaillent avec des personnes d'origines diverses, dont les valeurs et les points de vue sont différents, afin de trouver ensemble des réponses à des questions complexes. Cela amène les élèves à réfléchir sous divers angles aux problèmes, aux solutions et aux stratégies avant de prendre position.

Cette méthode ne consiste pas simplement à demander aux élèves de répondre à des questions comme lors des devoirs sur table. Pour que l'apprentissage coopératif soit efficace, il faut structurer le travail de groupe de telle sorte que chaque élève participe activement à la réalisation d'objectifs communs.

### **C5.2.4. Donner aux élèves les moyens d'agir**

Étant donné la gravité de la crise climatique, l'apprentissage doit s'appuyer sur l'action. Il y a trois leviers pour permettre aux élèves de prendre des mesures et d'agir par eux-mêmes :

- L'apprentissage de l'action : enseigner aux élèves les connaissances et les compétences dont ils ont besoin pour réussir. Comme par exemple : faire étudier l'historique des mesures prises aux niveaux local et mondial pour susciter des changements, faire travailler sur les compétences nécessaires pour agir (ex. instauration de consensus, écoute active, plaidoyer, empathie, etc.) ;
- L'apprentissage par l'action : demander aux élèves de choisir, de planifier et d'exécuter des projets entrant dans le cadre de l'éducation à l'environnement et au développement durable. Ils peuvent travailler sur leurs projets en classe ou dans le cadre d'activités extrascolaires. L'objectif des actions est de donner aux élèves les moyens d'appliquer les connaissances acquises pour apporter des changements positifs à leur vie, à leur établissement scolaire et à la communauté dans son ensemble. Ainsi, ce n'est pas tant l'objectif poursuivi qui compte, mais le fait que le projet soit à l'initiative des élèves et que ces activités soient utilisées pour les aider à perfectionner leurs compétences et les encourager à agir ;
- L'apprentissage à partir de l'action : proposer aux élèves de réfléchir à ce qu'ils ont accompli, à ce qu'ils ont appris et à ce qu'ils feront différemment la prochaine fois.

L'enceinte de l'établissement constitue un endroit idéal pour agir. Il est plus facile d'y appliquer des principes respectueux de l'environnement qu'à l'ensemble de la collectivité, de la région ou du pays. En imaginant les changements à apporter à l'établissement et en les réalisant, les élèves découvriront les possibilités et les enjeux associés à cette mobilisation.

À l'image des ouvrages scolaires, nous proposons la création d'une gamme de jeux éducatifs officiels fabriqués en respect de l'environnement et favorisant les comportements écoresponsables à utiliser durant la récréation et pendant les temps d'instruction.

### **C5.2.5. Faire de l'établissement scolaire un exemple en matière d'action pour l'environnement et le développement durable**

L'expression « *joindre le geste à la parole* » s'applique à l'établissement scolaire. C'est certainement dans les salles de classe que les élèves en apprennent le plus sur les problématiques environnementales : celles-ci doivent donc refléter les valeurs de l'établissement.

Les établissements scolaires devront ainsi s'engager dans une démarche de développement durable en prenant des mesures pour résoudre les problématiques environnementales et entrer dans un développement durable : planter des arbres, faire du compost, économiser l'électricité, l'eau et le papier, etc.

Bien que ces gestes soient importants, les établissements doivent aller plus loin et devenir un exemple en matière de développement durable : acheter des produits locaux, éteindre les appareils électriques inutilisés, encourager le zéro déchet, etc.

### **C5.2.6. Éducation à l'utilisation du numérique**

Dans nos écoles et établissements les ordinateurs, tablettes et autres outils en fin de vie doivent impérativement être triés pour être recyclés ou reconditionnés.

Il faut aussi veiller à les faire durer le plus longtemps possible. Pour cela une maintenance régulière est indispensable et leur usage doit être raisonné ; l'utilisation des logiciels les mieux optimisés qui restent utilisables le plus longtemps possible avec des machines vieillissantes doit être favorisée. Les collectivités doivent embaucher en nombre suffisant des personnels formés et compétents pour la maintenance, et fournir des suites de logiciel adaptées à ces problématiques.

Le tout numérique doit être remis en question. Le numérique a toute sa place à l'école à condition de ne pas être un dogme aveugle. L'ordinateur et les réseaux ne sont pas la réponse aux questions pédagogiques ou sociales, et ils sont au contraire de nouvelles sources de problèmes. Ce ne sont pas des milliers de tablettes dont les élèves ont besoin, mais de personnels d'éducation formés.

Enfin, l'Éducation Nationale doit intégrer la problématique écologique dans son approche du numérique. Les bonnes pratiques doivent être diffusées auprès des personnels, l'étude de l'impact écologique de cette industrie doit être intégrée aux programmes scolaires, et les pratiques permettant une sobriété numérique doivent être enseignées aux élèves à tous les niveaux.

Nous recommandons donc :

- La mise en place de la collecte et du tri des déchets numériques dans les établissements scolaires et collectivités ;
- Le recrutement en nombre de personnels formés à l'entretien et la maintenance des outils informatiques ;
- La généralisation de l'usage de systèmes d'exploitation et de suites logicielles économes en énergie et à longue durée de vie sur l'ensemble des parcs informatiques, en favorisant les logiciels libres ;
- La sortie du tout numérique pour un usage raisonné et réfléchi de l'outil informatique ;
- L'intégration des enjeux environnementaux du numérique aux programmes scolaires de tous les niveaux ;

→ La diffusion des bonnes pratiques écologiques dans l'usage du numérique au sein de l'éducation nationale.

### **C5.2.7. Instaurer des partenariats**

Les établissements scolaires doivent contribuer au changement des comportements. Cependant, de nombreuses questions ne peuvent pas être réglées par les établissements scolaires seuls et appellent donc une collaboration avec des intervenants extérieurs. C'est pourquoi il faut tisser des partenariats étroits avec l'ensemble des acteurs.

Ces relations peuvent également faciliter l'apprentissage des élèves. Lorsque les élèves apprennent en dehors des salles de classe, ils se sentent davantage en lien avec la société.

Nous recommandons donc de :

- Transformer l'enceinte de l'école en laboratoire pédagogique : offrir aux élèves la possibilité d'examiner, de créer et d'apprécier les systèmes qui rendent l'établissement plus respectueux de l'environnement ;
- Donner cours à l'extérieur : emmener les élèves aux abords de l'établissement pendant l'heure d'EEDD ;
- Organiser des excursions locales : faire visiter aux élèves des endroits tels que des exploitations agricoles, des zones humides, des champs, des services d'appui en cas de catastrophe, des installations de traitement des eaux ou de recyclage des déchets. Ces sorties donnent l'occasion de saisir concrètement les enjeux des problématiques environnementales et d'appréhender les solutions pour y répondre ;
- Enseigner par l'expérience : les élèves peuvent découvrir les activités quotidiennes des entreprises et des associations locales en participant à des programmes d'éducation coopérative et d'apprentissage par le service à la communauté (ex. bénévolat associatif) ;
- Inciter les élèves à agir : demander aux élèves d'élaborer et de mener des projets fondés sur les besoins réels définis par une association locale de protection de l'environnement. Les familles et d'autres membres de la communauté peuvent être utiles en partageant leurs savoirs, compétences, temps et ressources.

Les partenariats avec la communauté peuvent profiter non seulement aux élèves, mais aussi à la collectivité au sens large. L'établissement peut servir de point de convergence afin que les membres de la communauté locale se renseignent sur les problématiques environnementales.

### **C5.2.8. Participation des familles et liens avec la société**

Enfin, nous pensons que la journée écocitoyenne doit être développée en y intégrant les dispositifs existants, notamment celui des éco-délégués. Considérant les parents comme un élément essentiel dans la réussite de cette proposition, nous recommandons de les impliquer via des ateliers éducatifs sur les comportements écoresponsables parents / enfants pour un minimum obligatoire de 2h par trimestre.

De plus, nous pensons que les relations intergénérationnelles doivent être établies pour que puissent se transmettre entre les générations des idées, des histoires, des habitudes. L'intergénérationnel permet en effet de favoriser une plus grande cohésion sociale ainsi qu'une plus forte solidarité. Cet échange permet de faire émerger une dynamique sociale partagée par toutes les tranches d'âges. Nous recommandons à travers des liens de partenariat avec les associations, les Centres Communaux d'Action Sociale (CCAS) et les différents acteurs sociaux des territoires, de mettre en place des échanges intergénérationnels autour de l'éducation à l'environnement et au développement durable pour un minimum obligatoire de 2 fois par année scolaire.





## **PROPOSITION C5.3 : SENSIBILISER L'ENSEMBLE DE LA POPULATION FRANÇAISE EN RELIANT COMPRÉHENSION DE L'URGENCE CLIMATIQUE ET PASSAGE À L'ACTION**

L'éducation à l'environnement touche majoritairement les jeunes à l'école ou dans les centres de loisirs. Pourtant, les adultes ont davantage les moyens de changer leurs pratiques et de participer ou d'initier des projets favorisant la réduction de notre impact environnemental. De plus, la réduction de notre impact environnemental rime souvent avec économies financières et création de lien social, ce qui peut être un levier pour certains publics adultes.

### **C5.3.1. Encourager la participation citoyenne**

Parce que la sensibilisation peut passer par le « *faire ensemble* » plutôt que par de l'information descendante, nous recommandons de favoriser les démarches de participation citoyenne autour du développement durable, sous toutes ses formes :

- Projets participatifs comme les jardins partagés, les animations dans les quartiers dans le cadre de projets de réaménagement, les ateliers de quartier autour de l'écologie pratique : cuisine, cosmétique, produits d'entretien, vêtements, etc. ;
- Soirées débat entre citoyens, où les citoyens échangent d'égal à égal, comme nous l'avons fait dans nos clim'apéro ;
- « *Mini conventions citoyennes pour le climat* » pour élaborer collectivement des propositions concrètes pour l'environnement dans nos villes, nos campagnes, nos quartiers, nos régions, etc.

### **C5.3.2. Sensibiliser par l'exemple et l'action**

Nous recommandons de diffuser des spots de sensibilisation mettant en action des acteurs du quotidien. Les exemples de la réalité du terrain pourront ainsi créer un sentiment d'identification à l'idée développée, à l'action présentée.

### **C5.3.3. Partager les propositions de la Convention citoyenne pour le climat**

Le livrable produit par la Convention citoyenne pour le climat, qui sera complet et détaillé, doit faire l'objet d'un rendu accessible à tous.

Nous recommandons, au nom des membres de la Convention citoyenne pour le climat, l'enregistrement de spots vidéo pour les diffuser sur l'ensemble des chaînes du service public et des chaînes privées (lorsque cela est possible). Cette vidéo tournée en « Face caméra » par les membres présentera les mesures de manière synthétique et claire.

### **C5.3.4. Valoriser les actions de bénévolat pour la protection de l'environnement**

Nous recommandons que le Passeport bénévole (livret personnel de reconnaissance de l'expérience bénévole et de valorisation des compétences mobilisées et/ou acquises, mis en place par France Bénévolat<sup>1</sup>) soit davantage promu et reconnu. Cela inciterait davantage encore les citoyens à donner du temps pour le développement durable et à être valorisés socialement pour cela.

### **C5.3.5. Former tout au long de la vie, notamment dans l'enseignement supérieur**

La transition écologique induit des changements de compétence importants dans de nombreux secteurs. De ce fait, le périmètre des métiers concernés par les problématiques du développement durable est plus large que celui des seules « *professions vertes* » : il englobe les professions affectées dans leurs évolutions et leurs pratiques par la montée en particulier des exigences environnementales. Ces problématiques font désormais pleinement partie des cahiers des charges de la rénovation et de la création des diplômes.

Nous recommandons :

- La prise en compte du développement durable dans l'ensemble des formations supérieures, comme cela est déjà intégré dans de nombreux BTS, DUT, Licences professionnelles et Masters,

1. <https://www.francebenevolat.org/documentation/le-passeport-benevole>

pour faire de la transition écologique un des piliers des formations aux métiers de demain ;

→ La mise à disposition des ressources numériques dédiées (comme les MOOC développés par l'Université virtuelle Environnement et Développement durable ou encore les 15 MOOC dédiés à l'environnement sur la plateforme France Université Numérique [FUN]) ;

→ La mise en place de formations continues obligatoires pour les personnes en charge de définir et d'appliquer les politiques environnementales : fonctionnaires, élus, magistrats, (liste à définir précisément). Nos élus doivent être sensibilisés et formés aux enjeux environnementaux dès leur prise de fonction dans l'optique d'élaborer une politique en adéquation avec le respect de l'environnement. L'ensemble des élus devront signer une charte d'engagement (incluant la Charte de l'environnement présente dans la Constitution). Cette charte engagera les élus dans la prise en compte de l'environnement dans l'ensemble de leurs projets. Cette Charte concerne les élus mais aussi les personnes nommées comme le gouvernement.

\*\*\*

Cela nécessite donc, pour que l'objectif soit atteint, que des actions d'accompagnement ou de compensations soient mises en œuvre, notamment :

→ La formation des professionnels (Éducation Nationale, personnels des établissements scolaires) car ce système repose en très grande partie sur le personnel des établissements. Ainsi, des formations devront être mises en place et renforcées pour l'ensemble des personnels sur ces enjeux (personnels d'éducation et de formation, personnels administratifs et personnels techniques). Cela pourrait passer par un tronc commun renforcé sur le développement durable pour tous les étudiants des Instituts nationaux supérieurs du professorat et de l'éducation ;

→ La mobilisation des moyens matériels et financiers pour le développement uniforme de l'éducation à l'environnement et au développement durable en France, y compris dans les choix d'équipement ou de produits des établissements pour plus d'écoresponsabilité (énergie, mobilier, consommables, alimentation, manuels scolaires), mais également dans la gestion des déchets et des ressources ;

→ Une prise en compte des spécificités ultramarines, à la fois dans le caractère encore plus contraint de leurs ressources mais également leur capacité d'être innovants et exemplaires : par exemple, en matière d'autonomie énergétique solaire des établissements scolaires dans les territoires ultra-marins.

## PROPOSITION C5.1 : MODIFIER LE CODE DE L'ÉDUCATION POUR UNE GÉNÉRALISATION DE L'ÉDUCATION À L'ENVIRONNEMENT ET AU DÉVELOPPEMENT DURABLE (EEDD) DANS LE MODÈLE SCOLAIRE FRANÇAIS

C5.1 comporte deux propositions distinctes, qui appellent deux transcriptions juridiques différentes. Elles sont donc sous-numérotées pour plus de clarté en C5.1.1 et C 5.1.2.

Ce qui est proposé en C5.2 consiste en pratique en des recommandations pour la mise en œuvre de l'objectif énoncé en C5.1.1. Le comité dont la création est préconisée en C5.1.2 devrait logiquement être l'instance utilisée pour instaurer une équipe de coordination (C 5.2.1) et des partenariats (C 5.2.7).

### C5.1.1 : Inscrire dans le code de l'éducation la mission d'éducation en l'environnement en intégrant les objectifs de la Charte de Belgrade de 1975

#### POINTS D'ATTENTION

La proposition des citoyens propose d'insérer dans le code de l'éducation un article très long et comportant un degré de détails qui ne relève pas entièrement de la loi.

Il se réfère à « la charte de Belgrade ». Il s'agit d'un texte adopté à l'issue d'un séminaire international en 1975. Il ne lie pas les Etats, qui n'en sont pas parties prenantes. Il n'a pas la valeur d'un traité international. Il ne peut donc pas être une norme de droit opposable, mais seulement une référence, une inspiration pour les pouvoirs publics et tous les acteurs de l'éducation.

Le comité légistique préconise :

- une mesure consistant à ajouter dans le code de l'éducation, dès les dispositions générales relatives aux objectifs et missions du service public de l'enseignement, un article relatif à l'éducation à l'environnement et au développement durable reprenant ceux des éléments proposés par le GT qui ont le plus leur place dans un texte de niveau législatif ;
- une recommandation tendant à ce que les pouvoirs publics s'inspirent des préconisations issues de la Charte de Belgrade et des travaux ultérieurs de la commission des Nations Unies sur l'environnement et le développement.

#### TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Créer dans le code de l'éducation un article L. 121-8, en s'inspirant du mode d'écriture des précédents articles relatifs à l'éducation artistique et culturelle, à la technologie, à l'éducation physique et sportive... :

**« Article L. 121-8 : L'éducation à l'environnement et au développement durable prépare les élèves et étudiants à réaliser des choix éclairés dans leur manière de consommer, de se nourrir, de se déplacer, de se loger, de travailler et de vivre dans une société respectueuse de l'environnement, en les sensibilisant particulièrement aux enjeux liés au changement climatique et à la préservation de la biodiversité.**

**Les enseignements sont dispensés tout au long de la formation scolaire et supérieure, en visant à développer, d'une façon adaptée à chaque niveau et à chaque spécialisation dans les formations supérieures, la prise de conscience, les connaissances, les compétences sur les enjeux liés à l'environnement et au développement durable, ainsi que des comportements favorables à la préservation de l'environnement. »**

### C5.1.2 : Créer un comité d'éducation à l'environnement et au développement durable dans chaque établissement d'enseignement

#### POINTS D'ATTENTION

Le comité légistique comprend la proposition des citoyens , qui est peu explicitée, comme souhaitant un comité auprès de chaque établissement d'enseignement, avec un rôle consultatif.

Si tel est bien l'intention, le comité légistique préconise un ajout en tête de la partie réglementaire du code de l'éducation, dans le livre 1er relatif aux principes généraux, dans le chapitre relatif aux dispositions générales. Actuellement celles-ci ne comportent que des dispositions relatives aux parents d'élèves.

Il n'y a pas systématiquement de conseil d'administration dans les établissements d'enseignement. Cette mention n'est donc pas conservée dans la transcription.

## TRANSCRIPTION JURIDIQUE

Regrouper les trois sous-sections relatives aux parents d'élèves, à leurs associations et représentants dans une Section1

Créer à la suite : « section 2 : Le comité d'éducation à l'environnement et au développement durable

Comportant un article :

**« Article D 111-16 : Dans chaque établissement, un comité d'éducation à l'environnement et au développement durable, présidé par le chef d'établissement, a pour mission de renforcer les liens entre l'établissement, les parents d'élèves et l'ensemble des acteurs du domaine de l'éducation à l'environnement. En lien avec les axes du projet d'établissement, le comité contribue à des initiatives en matière de lutte contre les problématiques environnementales, de sensibilisation des familles et de changement des comportements. »**

## PROPOSITION C5.3 : SENSIBILISER L'ENSEMBLE DE LA POPULATION FRANÇAISE EN RELIANT COMPRÉHENSION DE L'URGENCE CLIMATIQUE ET PASSAGE À L'ACTION

Les propositions faites par le GT relèvent de recommandations, à l'exception de celle visant à imposer la prise en compte du développement durable dans les formations supérieures.

Pour cette proposition, la transcription juridique proposée en C 5.1.1 inclut déjà l'obligation d'une formation à l'environnement et au développement durable dans l'enseignement scolaire et supérieur.

On peut signaler que le code de l'éducation a été complété par la loi du 10 février 2020 sur l'économie circulaire pour imposer des obligations spécifiques dans les écoles d'architectes (L. 752-2 code de l'éducation).

Les recommandations contenues en C 5.3 ne sont pas assez précises pour ajouter des obligations spécifiques dans des formations déterminées puisqu'elles ne sont pas identifiées.

Famille E

**SUIVI ET CONTRÔLE  
DES POLITIQUES  
PUBLIQUES  
ENVIRONNEMENTALES**

# Consommer – Objectif 6

---

## **ASSURER UNE MEILLEURE APPLICATION DES POLITIQUES PUBLIQUES ENVIRONNEMENTALES ET LES ÉVALUER POUR LES RENDRE PLUS EFFICACES**

### **Impact gaz à effet de serre :**

#### **NON ÉVALUABLE**

L'impact sur les émissions de GES est difficile à évaluer ici : il dépendra fortement de la façon dont ces propositions sont concrètement implémentées.

Plusieurs organismes travaillent déjà à évaluer les politiques climat (HCC, France Stratégie, CESE, think tanks).

### **Résultat du vote :**

Nombre d'inscrits : 151

Nombre de votants : 149

Nombre d'abstentions : 2

Nombre de suffrages exprimés : 145

OUI : 95,9 %

NON : 4,1 %

Pourcentage de votes blancs sur le nombre de votants : 2,7 %

## PRÉSENTATION SYNTHÉTIQUE DE L'OBJECTIF

---

Nous avons pu constater durant les travaux de la Convention citoyenne pour le climat que de nombreuses initiatives existent et que des lois sont mises en place. Pour autant, le constat est souvent le même : cela ne fonctionne pas. Les raisons sont alors diverses : manque de moyens, manque de contrôles voire de sanctions, manque de connaissances du grand public, mesures pas forcément adaptées en pratique ou encore manque de coordination et d'approche globale du sujet...

Ainsi, nous pensons que les règles existantes doivent être appliquées et respectées par tous. Le non-respect des règles en matière environnementale doit devenir une exception lourdement sanctionnée.

Toutefois, les règles en vigueur, même lorsqu'elles sont appliquées, ne semblent pas toujours efficaces. Aussi, nous considérons essentiel de porter un regard critique, en toute indépendance, sur les politiques publiques environnementales françaises et leurs effets pour finalement proposer des solutions d'amélioration et de mobiliser tous les moyens financiers et humains pour y parvenir.

Pour ce faire, nous proposons de :

**PROPOSITION C6.1:** Contrôler et sanctionner plus efficacement et rapidement les atteintes aux règles en matière environnementale

**PROPOSITION C6.2:** Renforcer et centraliser l'évaluation et le suivi des politiques publiques en matière environnementale

## PRÉSENTATION DÉTAILLÉE DE L'OBJECTIF

Nous voulons, dès 2021, renforcer l'application et l'évaluation des politiques publiques en matière environnementale, afin de les rendre d'une part plus effectives et, d'autre part, plus efficaces.

Rapports français et internationaux, mesures communales ou étatiques, lois promulguées ou en cours d'adoption, associations et Organisations Non Gouvernementales (ONG) œuvrant pour l'environnement ou encore entreprises proposant des modes de production et de consommation écoresponsables sont autant de types d'initiative qui existent et œuvrent à la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

Toutefois, le constat est trop souvent partagé : cela ne fonctionne ou ne suffit pas. Beaucoup d'objectifs sont annoncés mais ne sont que trop rarement respectés, mettant à mal la crédibilité des pouvoirs publics et réduisant la confiance des citoyens.

Les raisons de cet échec sont alors diverses : manque de moyens, manque de contrôle voire de sanction, manque de connaissances du grand public, mesures pas forcément adaptées en pratique ou encore manque de coordination et d'approche globale du sujet.

Pour répondre à cet échec, la Convention citoyenne pour le climat considère que la France doit se donner les moyens de ses ambitions, à savoir la réduction d'au moins 40% par rapport à 1990 des émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030.

D'abord, il nous paraît essentiel de faire respecter les lois et règlements en vigueur de manière stricte. Ainsi, tout manquement doit faire l'objet de sanctions suffisamment fortes pour faire changer les comportements vers plus d'écoresponsabilité.

Ensuite, l'efficacité même des lois et règlements en vigueur doit pouvoir être remise en question, faire l'objet de mesures correctives et ainsi permettre d'atteindre les objectifs fixés. Nous pensons que cette évaluation est une condition essentielle de succès. Celle-ci doit pouvoir se faire de manière indépendante de l'État mais aussi de tous les lobbies et en disposant de moyens conséquents pour réaliser ces missions.

### **PROPOSITION C6.1 : CONTRÔLER ET SANCTIONNER PLUS EFFICACEMENT ET RAPIDEMENT LES ATTEINTES AUX RÈGLES EN MATIÈRE ENVIRONNEMENTALE**

Si bon nombre de mesures proposées visent à faire évoluer les comportements de consommation sans les contraindre, nous pensons que les lois et réglementations en matière environnementale doivent faire l'objet d'une stricte application : pour cela, la sanction doit être utilisée.

Si des actions ont été mises en œuvre, notamment via les pouvoirs de police administrative (exemple Agence Française de la biodiversité, Affaires maritimes, Directions départementales de la Protection des Populations, etc.), elles ne nous paraissent pas assez fortes pour être réellement efficaces. Aussi, nous souhaitons renforcer les contrôles et les sanctions en matière environnementale pour en réduire les atteintes.

Pour ce faire, nous proposons de consolider et renforcer le pouvoir judiciaire en matière environnementale :

- Création d'un parquet spécialisé sur les questions environnementales (à l'image de ce qui se fait en Espagne). Ce parquet aurait pour objectif de coordonner et animer l'action des sections environnementales créées dans chaque Cour d'appel ;
- Création d'un juge spécialisé aux affaires environnementales ;
- Renforcement de la formation sur l'environnement des juges dans toutes les branches du droit et quelles que soient les spécialités ;
- Créer au niveau local un pouvoir de police judiciaire spécialisé dans les questions environnementales sur l'ensemble du territoire français pour constater les infractions au



droit pénal environnemental et en recueillir les preuves. À défaut de la création d'un nouvel organisme, cela pourrait être un renforcement des pouvoirs de la gendarmerie, par exemple sur les infractions environnementales, en les formant davantage à ce sujet, et en leur confiant davantage de moyens ;

→ Donner les moyens juridiques d'agir en faveur de la réduction des émissions de gaz à effet de serre par l'inscription au code de l'environnement, voire dans le code pénal, des engagements pris dans le cadre de l'Accord de Paris.

## **PROPOSITION C6.2 : RENFORCER ET CENTRALISER L'ÉVALUATION ET LE SUIVI DES POLITIQUES PUBLIQUES EN MATIÈRE ENVIRONNEMENTALE**

Très utilisée dans certains pays (par exemple au Royaume-Uni), l'évaluation des politiques publiques ne semble être pas une pratique pleinement institutionnalisée en France. Or, spécialement en matière environnementale, nous pensons absolument fondamental de pratiquer l'évaluation afin de quantifier l'impact des mesures prises pour répondre aux objectifs fixés par l'Accord de Paris et, à défaut, les faire évoluer ou mettre en place des mesures correctives.

Si le Haut Conseil pour le Climat pourrait remplir cette mission, nous pensons que son champ de compétence et ses moyens ne le lui permettent actuellement pas.

Aussi, nous proposons la création d'un nouvel organisme de toute pièce ou à partir de l'existant (exemple : Conseil économique, social et environnemental, Haut Conseil pour le Climat, ADEME, etc.) afin d'évaluer, de coordonner l'évaluation et de suivre l'application des politiques publiques en matière environnementale, à l'échelle nationale et territoriale.

Pour être efficace, cet organisme devra selon nous être :

- Indépendant de l'État et des lobbies : sa composition devra être paritaire, intégrant notamment des représentants des citoyens, ONG, entreprises, experts, etc. Ici, la représentation citoyenne nous paraît être un élément fondamental pour garantir l'acceptabilité sociale et la légitimité de cet organisme ;
- Intégré dans le paysage institutionnel français : cet organisme devra être reconnu comme une institution de la République française pour disposer d'une assise et d'une légitimité correspondant à son rôle ;
- Suffisamment doté pour remplir sa mission : son financement devra être assuré par l'argent public pour lui permettre de remplir ses missions ;
- Décliné au niveau régional pour contrôler les politiques publiques locales (à l'image des chambres régionales des comptes) et évaluer la trajectoire globale de neutralité sur l'ensemble du territoire ;
- Impliqué obligatoirement dans les études d'impacts sur les projets de lois et de décrets du Conseil d'État : l'avis préalable de cette institution devra précéder l'étude d'impacts et servir de base. Les éléments divergeant avec l'analyse du Conseil d'État devront rester apparents dans le rapport d'évaluation. Par ailleurs, l'inscription des engagements pris dans le cadre de l'Accord de Paris dans le code de l'environnement permettra d'en apprécier la légalité ;
- En capacité de diffuser largement le résultat de ses évaluations : sa communication devra être adaptée au grand public et relayée via des campagnes de publication massives.

À ce stade, nous serions plutôt favorables pour cela à renforcer les moyens d'action du Haut Conseil pour le Climat (HCC), qui peut déjà en termes de compétences, évaluer et coordonner les évaluations des politiques publiques gouvernementales et territoriales, et élargir son pouvoir à rendre un avis sur les études d'impact sur les projets de loi et sur les décrets d'application. La question de l'implication des citoyens dans les travaux du HCC devra être étudiée.

Enfin une dernière modalité complémentaire serait d'inciter le Conseil d'État à davantage intégrer la dimension environnement et climat dans les avis qu'il rend au gouvernement et notamment les études d'impact sur les projets de loi (par une modification du L 132 05 du code de l'environnement).

**[propositions.conventioncitoyennepourleclimat.fr](https://propositions.conventioncitoyennepourleclimat.fr)**

**[conventioncitoyennepourleclimat.fr](https://conventioncitoyennepourleclimat.fr)**



**@Conv\_Citoyenne**



**@Conv\_Citoyenne**



**ConvCitoyenne**

**Organisée par :**

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE  
LIBERTÉ - ÉGALITÉ - FRATERNITÉ



CONSEIL ÉCONOMIQUE  
SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL