

# LA SOCIÉTÉ CIVILE AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

CYCLE ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET TERRITOIRES

CAHIER TECHNIQUE N°4



DECEMBRE 2018

41.17.04



[www.arenedf.org](http://www.arenedf.org)



ENERGIE CLIMAT  
**ARENE**

**IAU**

**\* iledeFrance**



# LA SOCIÉTÉ CIVILE AU SERVICE DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

CYCLE ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET TERRITOIRES  
CAHIER TECHNIQUE N° 4

DÉCEMBRE 2018

**IAU île-de-France**

15, rue Falguière 75740 Paris cedex 15  
Tél. : +33 (1) 77 49 77 49 - Fax : +33 (1) 77 49 76 02 - [www.iau-idf.fr](http://www.iau-idf.fr)

Directeur général : Fouad Awada

Département énergie et climat - ARENE de l'IAU île-de-France

Directrice : Christelle Insergueix

Étude rédigée par Thomas Hemmerding

En collaboration avec Samuel Sauvage et Marguerite des Gayets, Auxilia

Maquette : Sophie Dolivet

Numéro d'ordonnement : 41.17.04



# SOMMAIRE

## **P.9 INTRODUCTION**

## **P.5 MOBILISER LES CONSOMMATEURS POUR L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE**

P.5 LE CONSOMMATEUR, ACTEUR CLÉ

P.6 UN DÉVELOPPEMENT DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

P.8 LES POLITIQUES PUBLIQUES DE SOUTIEN

## **P.9 S'APPUYER SUR LES CITOYENS**

P.9 LE RÔLE DES ASSOCIATIONS

P.10 LES CITOYENS COMME AMBASSADEURS

P.13 LES CITOYENS COMME CONTRIBUTEURS

## **P.9 CONCLUSION**

## **P.22 RESSOURCES BIBLIOGRAPHIQUES**

# INTRODUCTION

Par son appel à préserver nos ressources naturelles comme autant de « biens communs », l'économie circulaire constitue un système collectif efficient de gestion d'un capital naturel partagé à l'échelle de l'humanité. Elle n'en demeure pas moins souvent réduite aux activités de recyclage, à la seule proposition des acteurs économiques ou aux dimensions culpabilisantes de production de déchets de la société civile.

Concept complexe, « La société civile » a fait l'objet, au cours de l'histoire, de notions opposées. Si, durant l'Antiquité, « la société civile » fait référence à la communauté politique voire à l'État, dès le XVII<sup>e</sup> siècle, les critiques du système royaliste font émerger une conception de la société civile en opposition à la puissance publique. Aujourd'hui, la société civile peut s'entendre comme un ensemble complexe d'institutions non-gouvernementales ou encore comme l'auto-organisation de la société en dehors de tout cadre institutionnel. Ainsi, il est loisible d'y intégrer les organisations que sont les associations, mais également l'ensemble des actions collectives des citoyens. Par extension nous intégrons à ce spectre les actions de consommation responsable des citoyens.

La société civile peut agir en parallèle et en complémentarité des pouvoirs publics et des entreprises pour basculer vers une économie plus circulaire, c'est-à-dire plus sobre en ressources et en production de déchets. Ni strictement liée aux intérêts des sphères publiques ni privées, la société civile constitue l'une des clés pour dépasser l'économie linéaire. À la manière d'un puzzle, elle peut jouer différents rôles en la matière, dont quatre principaux :

- *Bénéficiaire*, qu'il s'agisse des politiques publiques en la matière ou de la finalité de ces politiques, par exemple la réduction des déchets ;
- *Usager*, à travers les services publics que les citoyens utilisent mais qu'ils sont également censés préserver, comme le service public des déchets (collecte, traitement) ;
- *Consommateur*, renvoyant aux biens et services consommés par les individus et leurs organisations ;

- *Déclencheur*, à travers les actions des organisations citoyennes qui impulsent des actions nouvelles ou qui en proposent aux pouvoirs publics.

La société civile peut jouer d'autres rôles de façon plus minoritaire mais tout aussi importants en termes d'influence que les quatre rôles cités. Ainsi, des « opposants » (du type « not in my backyard »), des « vigies » (défense de l'intérêt général en contrôle des projets mis en place) ou plus largement des « votants » (à travers les élections mais également chaque acte de consommation responsable) peuvent être au cœur de dynamiques issues de la société civile.

Sans viser l'exhaustivité, ce cahier technique propose quelques clés de lecture pour mieux s'appuyer sur la société civile dans les démarches d'économie circulaire : comment mobiliser les consommateurs, les citoyens et leurs organisations pour encourager et développer une production et une consommation circulaire ? Sur quelles forces vives les territoires peuvent-ils compter pour engager une plus grande variété d'acteurs ?

Deux leviers sont ici développés : le premier relève de la consommation responsable, de son importance pour l'économie circulaire, des pistes pour la développer ; le second appelle à co-construire, avec les citoyens et leurs organisations, des démarches où les pouvoirs publics ne sont pas les seuls porteurs de l'intérêt général mais davantage des facilitateurs.

Ce cahier technique est le quatrième d'une série de quatre, traitant de l'économie circulaire et des collectivités territoriales. Il a été réalisé dans le prolongement du quatrième atelier du cycle « Économie circulaire et territoires » développé par le Département énergie et climat – ARENE de l'IAU îdF. Les autres cahiers techniques sont :

1. Vers une stratégie territoriale d'économie circulaire
2. L'économie circulaire et la commande publique
3. Collectivités et acteurs économiques locaux : comment développer ensemble l'économie circulaire ?

# MOBILISER LES CONSOMMATEURS POUR L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Si chaque acte de consommation peut être considéré en faveur d'un modèle de production, il est important de préciser le rôle que peuvent jouer les consommateurs pour développer l'économie circulaire, ainsi que le rôle que peuvent jouer les pouvoirs publics pour mieux les mobiliser.

## Le consommateur, un acteur clé

La controverse économique sur les interrelations entre offre et demande n'a jamais été complètement résolue : les consommateurs suivent-ils l'offre de produits, ne faisant que réagir à ce que proposent les entreprises ? Ou au contraire façonnent-ils l'offre de produits à travers leurs préférences ? Aujourd'hui, la plupart des théories incluent ces deux effets, reconnaissant au consommateur un relatif pouvoir sur l'offre qui lui est destinée. De plus, les préférences des consommateurs ne peuvent se limiter aux considérations financières. Si les théories économiques de la consommation étudient généralement les comportements des consommateurs à l'aune de leur revenu, à travers notamment un calcul de l'élasticité de leurs comportements d'achat par rapport aux prix, les comportements prenant en compte des éléments extra-financiers se développent et modifient en profondeur le rôle joué par les consommateurs.

Sur chacun des piliers de l'économie circulaire mis en avant par l'ADEME, les consommateurs ont un rôle clé à assurer. Ainsi, ils peuvent stimuler par leurs achats les produits qui respectent un approvisionnement durable, qui sont écoconçus ou qui s'inscrivent dans un modèle de l'économie de la fonctionnalité. Par des pratiques de réemploi, de réutilisation et de réparation, ils permettent d'allonger la durée de vie des produits. Ce faisant, ils encouragent les entreprises à développer ces productions et services, au détriment des produits inscrits dans l'économie linéaire. Seule l'écologie industrielle et territoriale, davantage centrée sur la coopération entre acteurs économiques et la mise en place de symbioses industrielles, n'est pas directement en prise avec le consommateur.

Un concept tend à rassembler l'ensemble des comportements des consommateurs en faveur de l'économie circulaire : « la consommation responsable ». Elle se définit par le fait d'intégrer les critères du développement durable dans l'achat de biens et de services. Dès lors, la consommation responsable n'est pas réductible aux enjeux environnementaux. Elle intègre :

- La consommation de produits plus écologiques ;
- La consommation de produits en fonction de leur



Questions dans la salle lors de l'atelier organisé le 9 novembre 2017 à la maison du zéro déchet à Paris  
Photo extraite de la vidéo [Économie circulaire : quels sont les leviers pour les collectivités ?](#)

## LES 4 LEVIERS DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE



Source : Auxilia - Traitement IAU idF

respect des normes sociales ;

- La consommation de produits plus « sains » ;
- La consommation de produits ayant un impact économique positif (emplois locaux notamment, juste rémunération des producteurs, commerce équitable) ;
- La consommation de produits fabriqués dans des conditions respectant certains principes éthiques ou moraux.

La consommation responsable renvoie également à la notion de *consomm'acteur*, qui caractérise la capacité d'un consommateur à peser sur l'offre à travers ses choix. Dans le champ de l'économie circulaire, la consommation responsable peut être déclinée en quatre actions principales comme illustré dans le schéma.

Ainsi, la consommation responsable peut tout à la fois être associée à l'achat de produits neufs, mais guidés par des critères de développement durable, et à celui de produits de seconde main, afin de leur donner une seconde vie. Les comportements qui consistent à allonger la durée de vie des produits, à travers la réparation par un professionnel ou par l'autoréparation, voire la création de nouveaux objets à partir d'anciens matériaux (« *upcycling* ») participent de la même dynamique.

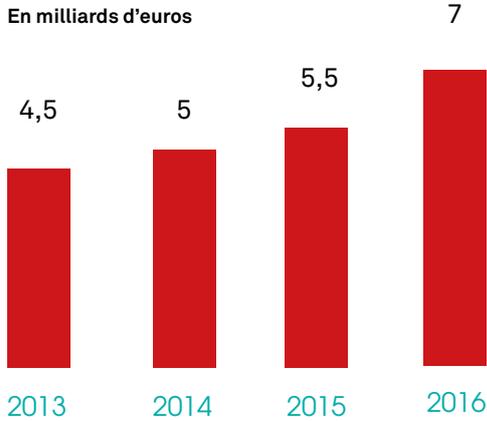
Enfin, la consommation responsable invite à repenser les besoins et à renoncer aux achats inutiles. Louer ou partager les biens entre pairs devient alors des options alternatives qui permettent aux objets de maximiser leur utilisation tout en répon-

dant aux besoins des consommateurs. L'économie de la fonctionnalité auprès des consommateurs est depuis longtemps répandue sur le secteur du logement (location) et se développe de façon exponentielle sur de nombreux secteurs du fait de la numérisation massive des pratiques de consommation : mobilité (location avec option d'achat, location longue durée auprès des fabricants de voiture, covoiture, location entre particuliers, service de mobilité à la demande, etc.), outillage et bricolage (location d'outils, partage de compétences, etc.), divertissement (vidéo et musique à la demande), etc. Une récente étude prospective de l'ADEME propose une vision de l'économie de la fonctionnalité à haute valeur environnementale et sociale en 2050 comme un nouveau modèle de développement « abouti »<sup>1</sup>. Un biais cependant peut être évoqué sur l'économie de la fonctionnalité : l'émergence de ces pratiques de consommation liées à l'usage et non à la possession peut entraîner de nouvelles demandes et in fine, une consommation plus forte de ressources (par exemple, un utilisateur de location de véhicule change plus fréquemment de véhicule neuf, tous les 3 ans en moyenne, par rapport à un acheteur de véhicule neuf).

### Un développement de la consommation responsable

La plupart des indicateurs signalent un accroissement de la consommation responsable en France dans les dernières années. Chacune des catégories précédemment décrites a fait l'objet de développement d'initiatives porteuses.

## ÉVOLUTION DES VENTES DE PRODUITS ALIMENTAIRES BIO



Source : Comité francilien de l'économie circulaire - Traitement IAU idF

## LES RESSOURCERIES ET RECYCLERIES EN ÎLE-DE-FRANCE

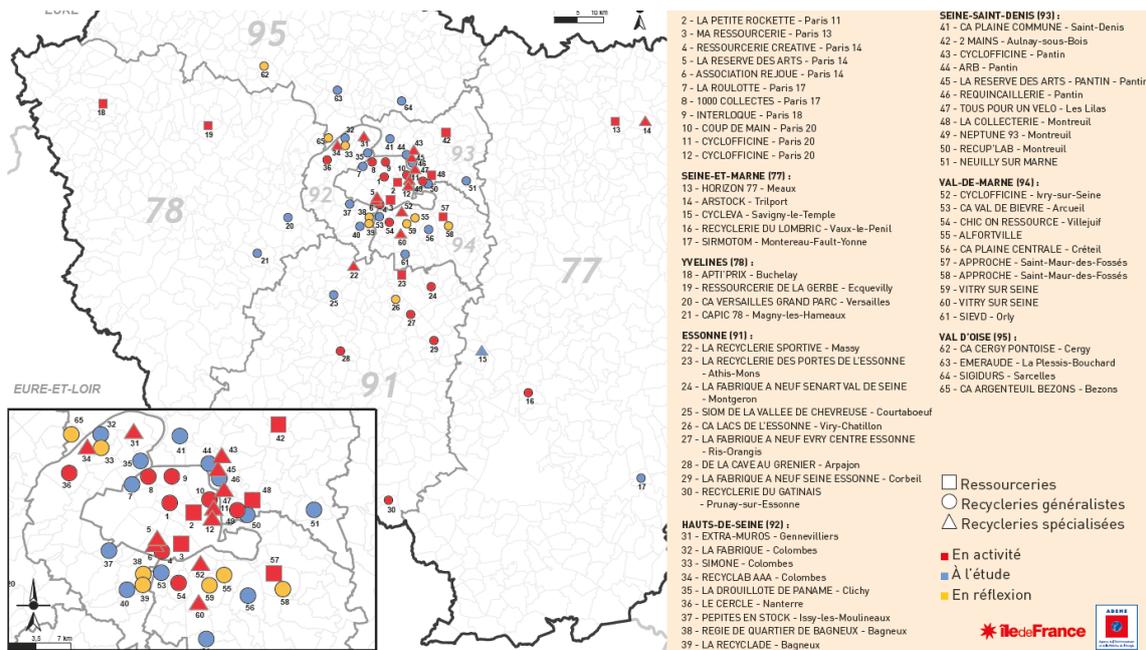
Depuis la directive européenne de novembre 2008, « la préparation à la réutilisation » est devenue une filière à part entière de gestion des déchets. Les recycleries/ressourceries en sont un outil central. Ce sont des lieux de dépôt de proximité où les déchets peuvent être préparés et orientés vers la réutilisation, le recyclage ou la valorisation. Lieux de tri, valorisation et revente à bas coût d'objets, les ressourceries se développent fortement depuis une dizaine d'années. Le terme de ressourcerie correspond à un cahier des charges précis, défini par le Réseau National des Ressourceries. Les recycleries se distinguent par une collecte spécialisée, tout en poursuivant les mêmes objectifs de réemploi.

Quatre fonctions principales sont attachées aux ressourceries :

- La collecte séparative des déchets en cherchant à préserver leur état
- La valorisation, en assurant le tri, le nettoyage et la réparation des objets
- La vente, directe, à bas prix et sans distinction de publics
- La sensibilisation à la protection de l'environnement et à la gestion des déchets.

En Île-de-France, 36 ressourceries et recycleries sont en activité, dont 23 généralistes et 13 spécialisées. Le REFER, réseau des acteurs du réemploi, fédère 31 ressourceries, recycleries et acteurs du réemploi. Certaines sont spécialisées dans des secteurs ou flux d'importance en Île-de-France : meubles de bureau, matériel sportif, matériaux issus du spectacle et de l'audiovisuel, etc.

## LES RECYCLERIES ET RESSOURCERIES FRANCILIENNES EN 2015



Source : Données open data Région Île-de-France 2015 sur <https://data.iledefrance.fr> - Carte tirée du Tableau de bord des déchets 2017 ORDIF

### **L'achat de produits neufs**

Concernant l'achat de produits neufs, le développement des labels permet de mesurer les progrès réalisés ces dernières années. Le graphique ci-contre montre ainsi un fort développement d'achats de produits pouvant être considérés comme responsables, à savoir les produits alimentaires bio. Il est à noter aussi le développement récent d'offres de distribution alimentaire en vrac dans des commerces spécialisés mais aussi dans la grande distribution.

Ce progrès est également visible pour les produits issus du commerce équitable, qui ont enregistré une progression des ventes de 121 % entre 2013 et 2016. Autre exemple : les ventes des produits issus de la pêche responsable labellisés (Marine Stewardship Council) ont augmenté de 35 % entre 2016 et 2017. Le développement des ventes de produits cosmétiques bio et naturels participe de la même dynamique. Ces progrès ne doivent cependant pas éclipser le chemin restant à parcourir. La consommation « classique » continue d'être dominante et certains comportements restent fortement corrélés à la catégorie socioprofessionnelle : ainsi, les catégories socioprofessionnelles supérieures étaient deux fois plus nombreuses en 2012 à consommer bio (au moins une fois par semaine) que les catégories socioprofessionnelles inférieures<sup>2</sup>.

### **L'achat de produits d'occasion**

L'achat de produits d'occasion connaît également une forte percée dans la consommation française. Selon une enquête TNS / Observatoire de la confiance du Groupe La Poste de 2013<sup>3</sup>, 40 %



Logo de Repar'acteurs, campagne des Chambres de Métiers et de l'Artisanat en région



Flacons consignés de produits vendus à la Maison du Zéro Déchet à Paris - Photo extraite de la vidéo [Économie circulaire : quels sont les leviers pour les collectivités ?](#)

des Français ont déjà acheté un produit courant d'occasion, 37 % un véhicule d'occasion et 28 % des vêtements d'occasion. Toujours selon cette enquête, les raisons principales de cette percée sont majoritairement des considérations liées au pouvoir d'achat, mais aussi des considérations relatives au caractère alternatif de ce mode de consommation (durée de vie des produits, responsabilité sociétale, considération personnelle, etc.). Des freins demeurent comme notamment des besoins de garanties, de services après-vente et de sécurisation des transactions, de logistique de récupération des produits (lieu, horaires, disponibilité, etc.) ainsi qu'un plus fort attachement à la propriété qu'à l'usage.

Les lieux traditionnels de vente de produits de seconde main, tels que les brocantes ou les friperies, laissent la place à de nouvelles places d'échanges physiques (« gratifieria », marchés de biffins, zones de gratuité) et surtout numériques (« LeBonCoin » restant la plateforme privilégiée des Français). Les ressourceries et recycleries s'intègrent dans ces lieux, dans le sillage des actions débutées par Emmaüs il y a plusieurs dizaines d'années (voir encadré). Selon le tableau de bord des déchets de l'Ordif<sup>4</sup>, 36 des 175 déchèteries fixes franciliennes proposaient des caissons dédiés au réemploi fin 2015. Ces caissons permettent d'assurer une deuxième vie aux objets en développant des partenariats avec des structures de l'économie sociale et solidaire qui récupèrent ces objets ; 377 tonnes ont été collectées en déchèterie en 2015.

### **L'allongement de la durée de vie des produits**

L'allongement de la durée de vie des produits à travers la réparation constitue également un enjeu de

## ÉTAT DES LIEUX ET ÉVOLUTION DE LA RÉPARATION EN FRANCE

Activité	Évolution 2007-2009	Évolution 2009-2011	Évolution 2007-2011
Automobiles	5%	14%	19%
Motocycles	7%	8%	16%
Électroniques : TV, hifi, radio (produits bruns)	10%	-3%	-13%
Électroménager (produits blancs)	-2%	12%	10%
Cordonnerie	-1%	2%	1%
Horlogerie et bijouterie	-2%	17%	15%
Autres	6%	92%	103%
TOTAL	4%	21%	26%

Source : Ademe 2012 - Traitement : IAU idF

taille, dans la mesure où de nombreux appareils électroménagers sont jetés alors qu'ils auraient pu être réparés. Sur ce point, le développement exponentiel des produits électroniques (téléphonie, télévision, ordinateurs, etc.), dépendant fortement de l'avancée technologique, de la consommation de métaux rares et de changements fréquents d'appareils constitue un axe prioritaire de l'économie circulaire. Le nombre de structures pratiquant la réparation (majoritairement dans l'automobile) n'augmente pas uniformément, comme en atteste le tableau ci-dessus. S'ajoutent à ces problèmes celui du coût de la réparation, parfois supérieur à celui des produits neufs, la conception des produits ne facilitant pas la réparation (démontage impossible, obsolescence programmée, maintien de la garantie, etc.) et le manque de disponibilité des pièces détachées.

### La réparation

Des initiatives se sont récemment développées pour favoriser la réparation. Il peut aussi bien s'agir de répertoires pour mieux identifier les réparateurs (tels que [www.oureparer.com](http://www.oureparer.com)), de solutions facilitées pour l'achat de pièces détachées (tels que Spareka), que d'appuis à l'auto-réparation (tels que [www.commentreparer.com](http://www.commentreparer.com)). Le développement des « repair cafés », association qui propose des lieux itinérants et gratuits d'aide à la réparation

d'objets, montre la dimension fortement citoyenne de ce mouvement. Les Chambres de métiers de l'artisanat proposent dans plusieurs régions avec le soutien des pouvoirs publics et de l'ADEME des campagnes « Repar'Acteurs » de recensement et de promotion des artisans pratiquant la réparation auprès du grand public<sup>5</sup>.

### Le renoncement aux achats inutiles

Le renoncement aux achats inutiles à travers la location ou le partage complète l'éventail de comportements de consommation responsable, en posant la question essentielle de la réalité du besoin. La sobriété dans les achats est ainsi la première pierre à la mise en place d'une consommation responsable. Pour éviter le gaspillage lié à la propriété individuelle de biens qui servent peu souvent, les options liées à la location ou au partage des biens s'affirment dans l'économie française, souvent sous le vocable de « consommation collaborative ». Celle-ci désigne « un modèle économique favorisant l'usage sur la possession et permettant d'optimiser les ressources via le partage, le troc, la revente, la location, le prêt ou le don de biens et services » (R. Botsman, 2010).

## LE SMICVAL MARKET®, D'UNE DÉCHÈTERIE À UN SUPERMARCHÉ INVERSÉ DANS LE LIBOURNAIS

Le Smicval (syndicat mixte intercommunal de collecte et de valorisation) du Libournais Haute-Gironde a lancé une stratégie territoriale d'économie circulaire appelée « Nouvel'R »<sup>®</sup>, dans le cadre de l'appel à projets national « Territoire zéro déchet zéro gaspillage ».

Dans ce cadre, le Smicval a remplacé en avril 2017 son ancienne déchèterie en un lieu hybride, lieu de collecte, de réemploi et reprise d'objets et matériaux pour favoriser le don, le réemploi, le recyclage et réduire au maximum l'enfouissement. Un travail de sensibilisation des ménages a été fait en amont ainsi qu'un aménagement convivial du site pour changer le regard sur les déchets et les déchèteries en général. Trois espaces distincts sont présents sur le site : la maison des objets qui accueille les objets réutilisables et en bon état de marche, le préau des matières qui réunit des matériaux de chantier pouvant être réutilisés, et le dépôt au sol destiné aux déchets verts, gravas et

bois. Les agents du site ont été formés aux mécanismes de sélection, mise en rayon, valorisation des objets dans un espace de vente classique (bien que le lieu n'en constitue pas une), et deviennent des experts du réemploi. Selon le Président du Smicval, Alain Marois, « c'est un lieu qui a pour fonction première de changer le regard du citoyen sur ce qu'il appelle des déchets et qui, en réalité, continuent à être des ressources ». Six mois après la mise en service, les résultats sont très positifs : réduction de 50 % des déchets par rapport à l'ancien site et jusqu'à 65 % pour les déchets enfouis, taux de recyclage de plus de 80 %, modification sociologique de la fréquentation (davantage de femmes, familles et enfants), temps de fréquentation plus long (45 minutes au lieu de 10 minutes), etc. Depuis, de nombreuses collectivités visitent le site afin d'essaimer le concept.

**Le Smicval Market à Vayres en Gironde.**

La déchetterie fonctionne comme un «supermarché inversé» où le public dépose des objets et en récupère d'autres gratuitement.



### **Le développement du collaboratif**

Il ne fait pas de doute, à en croire les 40 millions d'inscrits sur Blablacar dans le monde en 2016. De même, selon l'étude TNS / Observatoire de la confiance déjà citée, le troc de biens et de services avait déjà séduit 16 % des Français en 2013. Dans le sillage des « systèmes d'échanges locaux », des systèmes d'échange de services (tels que les « accorderies ») ou de biens (tels que le proposent les plateformes Sharevoisins ou Mutum) se sont développées. Et cet essor n'est pas près de s'arrêter : d'après une étude du cabinet PwC de 2014 actualisée en 2016<sup>6</sup>, l'économie collaborative pourrait représenter en 2025 un marché européen de 570 milliards d'euros, contre 28 milliards en 2016.

Malgré des objectifs proches de l'économie circulaire, la consommation collaborative ne doit pas être confondue avec la consommation responsable. En effet, ses motivations sont largement fondées sur le gain en pouvoir d'achat qu'elle permet : 63 % des « usagers du partage » le faisaient parce que « c'était moins cher », contre 38 % pour donner une seconde vie aux objets<sup>7</sup>. Partant de cela, la consommation collaborative peut favoriser un « effet rebond », c'est-à-dire un surcroît de consommation lié au pouvoir d'achat économisé ou se dirigeant vers des biens auparavant inaccessibles. Dans ces cas, la consommation collaborative ne participe pas de l'économie circulaire.

### **Les politiques publiques de soutien à la consommation responsable**

Compte tenu de l'impact positif de la consommation responsable pour un territoire, tant en termes environnementaux qu'en emplois ou en conditions sociales de production, il est important d'étudier dans quelle mesure les pouvoirs publics peuvent l'encourager. Comme pour toutes les politiques publiques, plusieurs leviers peuvent être actionnés en la matière pour arriver à un changement des pratiques de consommation.

#### **Développer des infrastructures**

Les collectivités peuvent développer des infrastructures en créant ou soutenant des lieux et dispositifs pour une consommation responsable sur un territoire (ressourceries, déchèterie fixe ou mobile, points d'apports volontaires de proximité, magasins de vrac, tiers lieux...), et accueillir des événements ou lieux structurants (repair cafés, ateliers de réparation, brocantes, gratifierias, etc.).

#### **Réglementer**

Les collectivités peuvent réglementer selon leur niveau: interdire les produits nuisibles, ou obliger les metteurs sur le marché à respecter certaines règles, etc.

## **ÉCONOMIE CIRCULAIRE ET BONUS DE CONSTRUCTIBILITÉ : VALORISATION DES DÉCHETS DE CHANTIER ET MATÉRIAUX BIOSOURCÉS**

Le décret du 28 juin 2016 issu de la Loi de la transition énergétique pour la croissance verte<sup>10</sup> a rétabli le bonus de constructibilité. Les constructions et bâtiments les plus performants peuvent augmenter jusqu'à 30 % de leur surface constructible à condition de respecter au moins un critère d'exigibilité sur trois : exemplarité énergétique, exemplarité environnementale, bâtiments à énergie positive.

La collectivité doit au préalable avoir mis en place ce dispositif dans son plan local d'urbanisme (PLU ou PLUi) et avoir défini les niveaux de dépassements octroyés sur chacun des critères. Elle peut choisir d'octroyer un niveau de bonification différent selon les trois critères. Ceux-ci sont par ailleurs non cumulatifs.

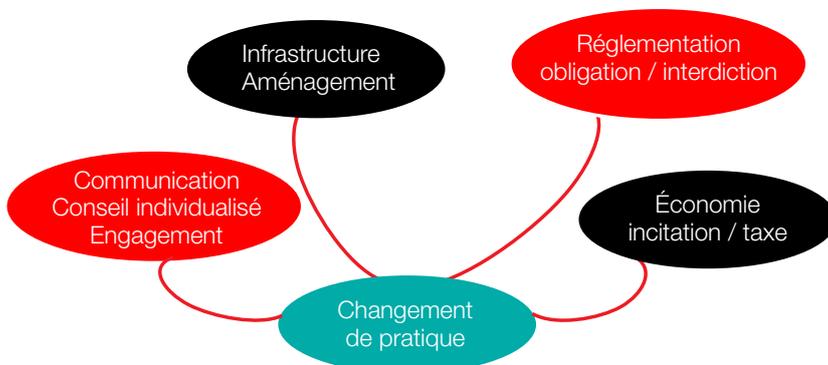
Pour l'exemplarité environnementale, le bâtiment devra respecter un seuil d'émissions de CO<sub>2</sub> sur son cycle de vie et respecter deux de trois critères de performance suivants :

- La valorisation d'au moins 40 % en masse des déchets de chantier de construction (hors terrassement) ;

- la présence d'une quantité minimale de matériaux faiblement émetteurs de polluants ainsi que la vérification du bon fonctionnement du système de ventilation,
- l'incorporation d'un taux minimal de matériaux biosourcés, correspondant au 1er niveau du label « Bâtiment biosourcé<sup>11</sup> » (au moins deux produits de construction biosourcés et un taux d'incorporation de 42 kg/m<sup>2</sup> de surface de plancher pour une maison individuelle).

Pour justifier de l'exemplarité environnementale, la construction doit faire l'objet d'une certification par un organisme accrédité par le Comité français d'accréditation (Cofrac). Cette attestation est à produire par le maître d'ouvrage au dépôt du permis de construire. Pour le résidentiel, deux organismes ont signé une convention avec l'État : Céquami pour la labellisation des maisons individuelles et CERQUAL pour les logements collectifs et individuels groupés.

## POLITIQUES PUBLIQUES DE SOUTIEN À LA CONSOMMATION RESPONSABLE



Source : T. Hemmerding, IAU îdF, 2018

### **Inciter**

Les collectivités peuvent inciter en encourageant les activités apportant des externalités positives (bonus-malus, éco-modulations, etc.). Depuis quelques années, une proposition soutenue par un certain nombre d'acteurs (la Fondation 2019 en est le fer de lance) est la TVA « circulaire », à savoir une TVA réduite pour des produits écoconçus et intégrant des composants réparables et issus du réemploi, de la réutilisation ou du recyclage. Une expérimentation est en cours par l'ADEME et la Fondation 2019 en partenariat avec plusieurs industriels pour évaluer et donner un prix à l'im-

pact positif de l'économie circulaire et d'en tirer des propositions de modulation de la TVA sur une première série de produits.

### **Communiquer, éduquer, informer**

Au-delà des instruments normatifs et fiscaux non forcément accessibles aux collectivités territoriales (notamment communales et intercommunales), il est important de pouvoir outiller les consommateurs pour promouvoir la consommation responsable. Les « politiques douces » complètent cet aperçu des leviers de politiques publiques.

## LA TARIFICATION INCITATIVE AU SERVICE DE LA RÉDUCTION DES DÉCHETS ET DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE

La mise en place d'une tarification incitative peut encourager la consommation responsable car elle conduit les ménages à s'acquitter d'une redevance ou d'une taxe relative au volume et poids de leurs déchets. Depuis 2009, plus de 190 collectivités se sont engagées dans la démarche, couvrant 4,8 millions d'habitants, grâce notamment aux aides financières de l'ADEME. Dans la mesure où la mise en place de la tarification incitative présente de nombreux avantages (réduction des productions d'ordures ménagères, amélioration des collectes séparées, baisse du coût du Service public de gestion des déchets...), la loi TEPCV vise à ce que 15 millions d'habitants soient couverts par cette tarification d'ici 2020. L'ADEME a suivi les résultats de la tarification incitative mise en place par une soixantaine de collectivités. Des fortes baisses sur la production d'ordures ménagères résiduelles de l'ordre de 30 à 50 %, ainsi qu'une progression de la collecte séparée des emballages et papiers sont observées. En 2016, quatre collectivités en Île-de-France, soit 106 000 habitants, ont institué un mode

de financement incitatif (redevance incitative pour les usagers du service de collecte - RI, taxe d'enlèvement des ordures ménagères incitative en fonction du foncier bâti - TEOMI) :

- Le SEDRE de la région d'Étampes (RI-91) ;
  - La Communauté de communes du Val d'Essonne (RI-91) ;
  - Le SICTOM de la région d'Auneau (TEOMI-28-91) ;
  - Le SIROM de la région de Milly-la-Forêt (TEOMI-91).
- Le déploiement de la tarification incitative demeure complexe en Île-de-France du fait notamment de la population majoritairement concentrée en habitat vertical dense, avec des difficultés pour suivre l'utilisation du service par usager et des performances de tri plus faibles qu'en habitat individuel. Des territoires urbains et périurbains souhaitent tout de même étudier la mise en place de la tarification incitative et expérimenter sur de l'habitat mixte, comme par exemple la Communauté d'agglomération de Versailles Grand Parc<sup>12</sup>.

## LES ÉVÈNEMENTS AUTOUR DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'économie circulaire est au cœur de plusieurs événements à l'échelle internationale, européenne, nationale et régionale. Ces événements, auxquelles les collectivités peuvent s'inscrire, soutenir ou participer, permettent de valoriser l'économie circulaire à une grande échelle auprès de nombreuses cibles diverses :

- La *Semaine Européenne de la Réduction des Déchets* au mois de novembre,
- la *Semaine nationale du Compostage de proximité* au printemps,
- la *Journée mondiale du recyclage* le 18 mars (inaugurée en 2018), initiée par le Bureau International du Recyclage (BIR),
- la *Semaine Européenne du Développement Durable* en mai/juin,
- la *Fête de la Récup*<sup>14</sup> organisée par le REFER Île-de-France en juin,
- le *Festival Zero Waste*<sup>15</sup> organisé par Zero Waste France en juin,
- le *Grand Paris Circulaire*, organisée par la Métropole du Grand Paris et la Ville de Paris en octobre chaque année,

Elles consistent à convaincre les citoyens, par différentes actions de communication et de conseil à changer leurs pratiques d'eux-mêmes. Il peut s'agir d'actions de valorisation des produits inscrits dans l'économie circulaire (concours, défis<sup>13</sup>, etc.) ou de campagnes de communication spécifiques à l'occasion de plusieurs événements réguliers ou exceptionnels (voir encadré). Ces pratiques sont théorisées depuis de nombreuses années par la communauté scientifique et des praticiens de la communication avec la « communication engageante », le changement de comportement et des outils comme les « nudges » environnementaux.

Dès l'enfance, les politiques éducatives peuvent favoriser la sensibilisation à ces enjeux, éventuellement avec l'appui d'associations spécialisées. L'éducation à l'environnement et au développement durable peut ainsi intervenir dès le plus jeune âge et favoriser les changements de pratiques de la famille dans son ensemble. À plus court terme, il est possible d'encourager les initiatives qui renforcent l'information des consommateurs en amont de l'acte d'achat. Il peut s'agir :

- de sites web spécialisés tels que Mes courses pour la planète, qui constitue un guide pratique en ligne de la consommation responsable ;
- de répertoires tels que les Eco Pros des pages Jaunes, qui recensent plus de 60 000 professionnels qui ont des engagements durables ou

- le *Ouishare Fest*<sup>16</sup>, autour de l'économie collaborative et du partage, organisé par Ouishare en juillet,
- le *Festival Bellastock*, organisé chaque été depuis 2005 par l'association d'architectes du même nom autour du réemploi et des matériaux.

Des événements plus ponctuels peuvent être mis en place par les acteurs, comme par exemple le *Tour de France économie circulaire* en CCI de mai 2017 à mars 2018, ou la *Nuit de l'économie collaborative et circulaire*<sup>18</sup> (2e édition le 9 avril 2018), organisée par Valdélia et MDC.

Aussi, les événements organisés localement peuvent s'inscrire dans une démarche zéro déchet et être accompagnés par la collectivité. Plusieurs guides<sup>19</sup> existent pour faciliter les démarches zéro déchet auprès des organisateurs. Une certification internationale ISO 20121 « Systèmes de management responsable appliqués à l'activité événementielle »<sup>20</sup> a été créée et expérimentée lors de l'organisation des Jeux Olympiques et Paralympiques de Londres 2012.

Repar'Artisans des Chambres de Métiers et de l'Artisanat ;

- d'applications comme Ecompare, qui permet de rechercher les produits les plus responsables en fonction des préférences personnelles, ou encore Planet Ocean qui informe sur les poissons en surpêche.

Les collectivités peuvent sensibiliser à la question des étiquettes et des emballages. De nombreuses marques utilisent, à défaut de label, des affirmations ou allégations environnementales. Qu'elles revendiquent des produits « bio », « compostables », « écoconçus » ou encore « naturels », ces dernières n'ont majoritairement pas de valeur scientifique. Elles relèvent souvent, en réalité, d'un affichage commercial qui n'est pas à même d'orienter de manière pertinente le choix des consommateurs. À l'inverse des allégations environnementales, les labels résultent d'un protocole d'évaluation des produits et sont délivrés par une entité tierce. En la matière, force est de constater qu'avec plus de 450 logos environnementaux analysés par l'ADEME dans son guide « Les labels environnementaux » (2014), il est difficile pour le consommateur de connaître les différentes approches et d'effectuer le meilleur choix. Cette situation crée également une compétition entre labels qui peut tirer vers le bas. Très exigeant, l'écolabel européen semble souffrir d'une concurrence de la part de labels beaucoup plus souples (voire trop peu engageants), comme



en témoigne la baisse de 10 % des titulaires français de ce label entre 2016 et 2015.

L'ADEME invite les pouvoirs publics à valoriser les écolabels de type I, répondant à la norme internationale ISO 14024. C'est notamment le cas des labels « AB » (bio), de l'écolabel européen ou encore du label « Haute valeur environnementale » délivré par le Ministère de l'agriculture. Lors de l'établissement de critères pour attribuer des aides ou valoriser des entreprises, les pouvoirs publics doivent ainsi montrer que les écolabels ne se valent pas nécessairement, afin d'aider les plus pertinents à s'imposer et à clarifier le paysage.

Les « étiquettes énergie » peuvent également utilement guider le consommateur quant à l'impact énergétique de la consommation des produits. Apparue en 1994, l'étiquette énergie visait d'abord le matériel électroménager (réfrigérateurs et congélateurs, lave-linge, lave-vaisselle...), avant de toucher les biens de consommation tels que les lampes, téléviseurs, climatiseurs, mais aussi logements, véhicules, pneumatiques, etc.. Elle a également progressivement intégré de nouvelles indications (bruit, consommation d'eau, etc.). Selon une étude TNS / ADEME, elle était en 2013 connue de 87,5 % des consommateurs et elle aurait influencé 76 % d'entre eux. Depuis 2010, la présentation est commune à toute l'Union Européenne.

Enfin, les avancées législatives en matière d'affichage de la disponibilité des pièces détachées traduisent les difficultés à concrétiser les changements de pratiques des distributeurs. Si la loi Hamon de 2014 oblige à afficher ladite disponibilité, le décret d'application ne l'a imposé que de manière restrictive aux seuls industriels proposant des pièces détachées. Mais même cette obligation relative reste peu appliquée, comme en attestait une étude conduite par Les Amis de la Terre avec l'association 60 millions de consommateurs montrant que l'information était absente de 60 % des 500 magasins visités.

Les outils actuels ne permettent pas à la consommation responsable d'insuffler, à elle seule et sans un changement massif de comportements, une conversion de l'économie linéaire vers l'économie circulaire. Ce constat appelle à dépasser le concept restrictif de consommateur pour mobiliser les citoyens et leurs organisations en tant que telles.

## LA NÉCESSAIRE EXPLICATION DES LOGOS SUR LE TRI ET LE RECYCLAGE

Il est important de rappeler les confusions entourant parfois les logos affichés. Le logo « Triman », obligatoire depuis 2015 et qui rappelle l'obligation de trier le produit, n'est pas compris de tout un chacun. À terme, il devrait remplacer le logo « point vert » de Citeo, qui, d'après la Cour des Comptes, serait fréquemment compris comme une consigne de tri alors qu'il rappelle simplement que l'entreprise s'est acquittée d'une contribution auprès de Citeo pour financer la collecte et le tri. Dans le même esprit, la confusion existe entre les logos indiquant des produits incluant des éléments « recyclés » et ceux indiquant leur caractère « recyclable ».



Triman



Citeo



Recyclé



Recyclable

1. <http://www.ademe.fr/vers-economie-fonctionnalite-a-haute-valeur-environnementale-sociale-2050>
2. Centre d'Etudes et de prospective, « Les différences sociales en matière d'alimentation », octobre 2013.
3. <https://legroupe.laposte.fr/profil/le-groupe-en-bref/l-observatoire-de-la-confiance/le-barometre-de-la-confiance>
4. <http://www.ordif.com/nos-etudes/tableau-de-bord-des-dechets>
5. Voir par exemple l'annuaire de Repair'Acteurs en Bretagne, animé par les Chambres de Métiers et de l'Artisanat de la Région Bretagne : <http://www.crma.bzh/annuaire-reparateurs>
6. <https://www.pwc.fr/fr/espace-presse/communiqués-de-presse/2016/septembre/economie-collaborative-prevision-de-83-milliards-d-euros-ca.html>
7. Observatoire de la confiance de La Poste, Les Français et la consommation collaborative, 2013.
8. <http://www.smicval.fr/content/smicval-market>
9. Pour plus d'informations, se référer au cahier technique #1 du Département énergie et climat – ARENE de l'IAU idF « Vers une stratégie territoriale d'économie circulaire », septembre 2017
10. Voir le décret : <https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000032791477&dateTexte=&categorieLien=id>
11. La DRIEA Île-de-France a publié une étude « Le label « Bâtiment biosourcé » : un outil pour développer l'écoconstruction en Île-de-France », décembre 2015. [http://www.driea.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Le\\_label\\_Batiment\\_biosource\\_2016.pdf](http://www.driea.ile-de-france.developpement-durable.gouv.fr/IMG/pdf/Le_label_Batiment_biosource_2016.pdf)
12. [https://www.versaillesgrandparc.fr/uploads/tx\\_estiondoc/2017\\_06\\_09\\_Tarification\\_incitative\\_AMI.pdf](https://www.versaillesgrandparc.fr/uploads/tx_estiondoc/2017_06_09_Tarification_incitative_AMI.pdf)
13. Voir par exemple les Éco-défis auprès des artisans et commerçants, organisés par la Chambre des Métiers et de l'Artisanat du Val-de-Marne puis celle des Hauts-de-Seine.
14. <http://www.lafetedelarecup.org/>
15. <http://www.festival.zerowaste-france.org/>
16. <http://paris.ouisharefest.com/fr/>
17. <http://www.cci.fr/web/developpement-durable/tours-de-france-en-cci>
18. <http://www.nuitdeleconomiecollaborative.fr/>
19. <https://www.zerowaste-france.org/fr/articles/171-mon-evenement-zero-dechet>  
<http://preventiondechets.fne.asso.fr/fr/ressources/fiches-action/moins-de-dechets-et-plus-de-tri-sur-ma-manifestation.html>  
<http://www.lecollectifdesfestivals.org/collectif/ressources/fiches-pratiques/>
20. <https://www.iso.org/fr/iso-20121-sustainable-events.html>

# S'APPUYER SUR LES CITOYENS

En tant que modèle économique adapté à la gestion de «biens communs», l'économie circulaire demande nécessairement une large mobilisation des citoyens pour qu'ils 'en fassent les promoteurs, les acteurs et les hérauts, et ainsi amorcer un changement d'échelle des pratiques.

## Le rôle des associations

Au cœur de la notion de société civile, les associations militent et agissent activement pour le développement d'une économie plus circulaire. Le secteur associatif agit de différentes manières en sa faveur. On distingue généralement trois types d'associations, avec des sources de financements<sup>1</sup> et des intérêts différents pour l'économie circulaire :

- Gestion de services ou d'équipements (estimé à 15 % des associations) ;
- Associations militantes (environ 30 %) ;
- Associations de membres (environ 55 %).

Comme l'illustre la photo des logos associatifs choisis par les participants à l'atelier (ci-contre), le spectre des associations engagées pour l'économie circulaire est relativement large : il peut aussi bien s'agir d'associations qui proposent des actions concrètes en faveur du troc ou du réemploi, que d'associations qui se distinguent par leur plaidoyer environnemental. L'appropriation de l'économie circulaire par les associations environnementales



Photo issue de l'atelier organisé à La Maison du zéro déchet le 9 novembre 2017

témoigne du fort potentiel de cette notion pour une meilleure gestion des ressources naturelles.

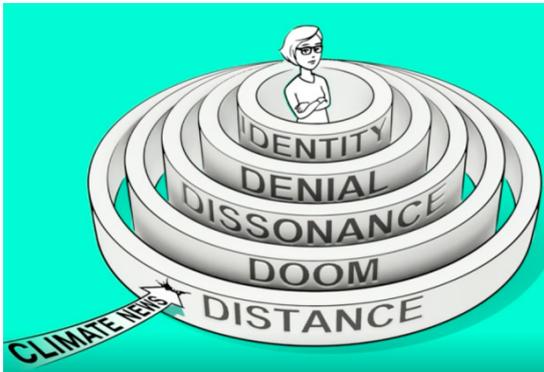
L'une des premières modalités d'action est le plaidoyer : il permet aux citoyens de faire porter leur voix à travers une organisation structurée, aguerrie aux processus de décision sur lesquels un citoyen seul a peu de prise. Essentielle à la prise de décision éclairée des pouvoirs publics, la fonction de lobbying est difficilement financée au sein des associations, celles-ci s'appuyant sur leurs ressources autonomes (généralement les dons de particuliers) pour agir en la matière. Parmi les associations les plus connus sur les questions de l'économie circulaire, on peut citer : Zero Waste France, WWF, HOP, Les Amis de la Terre, 60 millions de consommateurs, France Nature Environnement, CLCV, etc.

L'une des principales fonctions reconnues aux associations relève de la sensibilisation du « grand public ». En particulier, les pouvoirs publics tendent à s'appuyer sur elles pour inciter les citoyens à une consommation responsable à travers les éco-gestes. Cette sensibilisation démarre dès le plus jeune âge, à travers les actions menées en lien avec le Ministère de l'Éducation Nationale en matière d'éducation à l'environnement et au développement durable, où différents outils sont reconnus « d'intérêt pédagogique » pour accoutumer les élèves aux questions relatives aux ressources naturelles et aux déchets. Les associations interviennent ainsi en milieu scolaire ou à travers des modalités d'éducation populaire pour promouvoir l'économie circulaire.

Selon le psychologue Per Espen Stoknes, cinq barrières mentales empêchent la population d'agir sur les enjeux environnementaux (voir ci-contre) :

- La « distance », qui empêche de se sentir concerné de sujets lointains,
- La « lassitude de l'apocalypse », liée à l'accumulation de communications catastrophistes,
- La « dissonance cognitive », qui résulte de tensions entre les comportements actuels et les comportements nécessaires,
- Le « déni », qui consiste à nier ou à relativiser à outrance son irresponsabilité,

## LES 5 FREINS MENTAUX À L'ACTION ENVIRONNEMENTALE



Extrait de la conférence TED de Per Espen Stoknes

- Et enfin l'identité, qui renvoie à des valeurs et une vision du monde incompatibles avec le changement de paradigme.

Pour lutter contre ces barrières, diverses recettes sont possibles : le fait d'en parler à ses proches, de rendre les éco-gestes plus faciles voire intuitifs (via des nudges<sup>2</sup>), la diffusion de signaux positifs, la visualisation des progrès réalisés, etc.

Pour adresser ces messages, les associations peuvent s'appuyer sur leur légitimité auprès des citoyens. La théorie de la communication portée dès 1949 par Shannon et Weaver montre en effet que les associations réussiront à faire passer un

### L'ASSOCIATION «HOP» HALTE À L'OBSOLESCENCE PROGRAMMÉE

Créée en 2015, cette association Loi 1901 vise autant à dénoncer les pratiques d'obsolescence programmée (délict reconnu dans la loi TEPCV<sup>3</sup>) qu'à promouvoir les démarches favorables à l'allongement de la durée de vie des produits. Regroupant plus de 5 000 membres, elle agit notamment à travers :

[www.halteobsolescence.org](http://www.halteobsolescence.org)

- la sensibilisation du public sur le sujet et sur les réflexes à adopter pour une consommation responsable (conférences, interventions en milieu scolaire...),
- l'influence des pouvoirs publics, pour renforcer les législations en faveur de produits plus durables et réparables,
- la promotion des solutions économiques, notamment en soutenant les entreprises engagées pour des produits durables,
- la poursuite en justice d'entreprises soupçonnées de pratiquer l'obsolescence programmée.
- L'association HOP s'est fait connaître récemment pour conduire deux plaintes contre des fabricants de produits électroniques.

message si elles combinent quatre facteurs de succès :

- La crédibilité de la source (c'est-à-dire l'association), mais également son caractère attractif, la sincérité perçue et la similarité avec la cible ; un message portera d'autant mieux qu'il est porté par un locuteur attractif et ressemblant ;
- La force du message, c'est-à-dire la pertinence des arguments, ceux-ci ayant davantage intérêt à être qualitatifs qu'à être nombreux ;
- La pertinence du canal, qu'il soit écrit ou oral, pour porter un message qui suscite la réflexion et des émotions ;
- L'adaptation à la cible, pour porter un message « taillé sur mesure » en fonction de différents profils de publics (âge, sexe, catégories socioprofessionnelles, etc.).

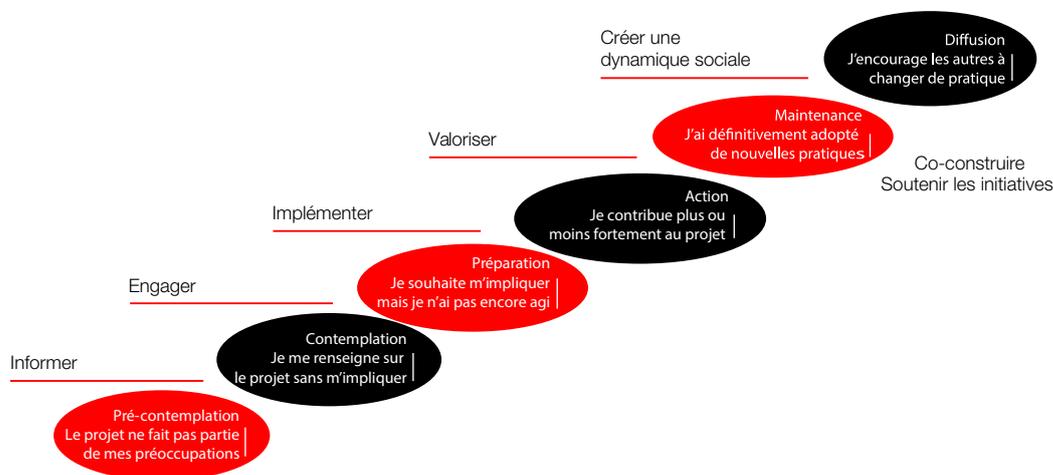
L'importance des « représentations sociales<sup>4</sup> » ne doit pas être négligée en matière de sensibilisation des publics. En effet, notre compréhension d'événements complexes et présentant un enjeu social fort dépend de nos positions sociales, de nos aspirations et contraintes. L'information n'est donc pas ingérée uniformément par les publics : elle est interprétée à l'aune du socle culturel existant pour chaque individu.

### Les citoyens comme ambassadeurs

Les citoyens sont trop souvent réduits à un rôle de récepteur de messages publics, oubliant le rôle qu'ils peuvent jouer pour se faire les relais des politiques publiques. Une politique publique inclusive et efficace se doit au contraire de s'appuyer sur les ressources citoyennes capables de diffuser un message dans la société. Les changements de pratiques interviennent en effet plus souvent lorsqu'un « proche » ou un « voisin » témoigne de son engagement, que lorsqu'une « campagne » a été lancée par des pouvoirs publics perçus comme lointains.

Pour mieux comprendre ce qui se joue dans le processus d'engagement d'un individu, le modèle transthéorique du changement développé par Proshaska & Di Clemente (1982) propose un cadre d'analyse pertinent.

## STRATÉGIE DE COMMUNICATION POUR ACCOMPAGNER UN CHANGEMENT DE COMPORTEMENT



Source : Auxilia - 2017 - Traitement IAU idF  
Schéma réalisé à partir du modèle du changement de comportement d'un individu de Proshaska & Di Clemente, 1982

Ce modèle invite tout d'abord à procéder par étapes et à proposer une stratégie de communication d'ensemble. Il n'est pas raisonnable, en effet, d'attendre un changement de pratique de la part d'un individu qui n'a aucune connaissance d'un phénomène tel que la réduction des déchets. Pour passer à une phase de « contemplation », c'est-à-dire un souhait de se renseigner sur un problème, il faut au préalable informer le citoyen sur les principaux enjeux.

S'ensuit une phase de « préparation » qui invite à « engager » le citoyen : celui-ci n'a pas encore agi, mais les sensibilisations qu'il a reçues le poussent à vouloir agir. À ce stade, il doit entrevoir les possibilités d'actions qui se posent à lui et sa capacité à « franchir le pas ».

Le passage à l'action peut être accompagné par les pouvoirs publics ou la société civile, à travers un appui à l'implémentation d'un souhait

## LE VÉLO À ASSISTANCE ÉLECTRIQUE DE L'ADEME PICARDIE : UNE CAMPAGNE DE COMMUNICATION DE L'AMONT À L'AVANT

Dans le cadre d'une opération de promotion du Vélo à Assistance Electrique, l'Ademe Picardie a mis en place une démarche de sensibilisation pour pousser les agents à passer à l'action. Les différentes étapes du modèle théorique permettent ici d'exposer les différentes étapes de la campagne mise en place :

### DE LA PRÉ-CONTEMPLATION À LA CONTEMPLATION

Donner envie sans culpabiliser : message sur les temps de trajet entre l'ADEME et les différents points de la ville

Éveiller la curiosité : enquête sur les arguments en faveur de l'utilisation du VAE

### DE LA CONTEMPLATION À LA PRÉPARATION

Lever les freins : message avec des arguments réfutant les idées négatives sur le VAE

### DE LA PRÉPARATION À L'ACTION

Préparer le changement : formation VAE et jeu sur les itinéraires pour différents trajets

### DE L'ACTION AU MAINTIEN

Engagement et maintien de la dynamique

- Signature d'un engagement public à utiliser le VAE lors d'un prochain déplacement professionnel ou sur la pause du midi
- Communication sur les effets positifs de l'activité physique
- Quizz par mail (3 questions par jour pendant 2 semaines)

### DU MAINTIEN À L'ÉVALUATION

Maintenir le changement

- Résultats : augmentation du nombre de salariés utilisant les VAE et des km parcourus avec les VAE
- Communication et valorisation des changements de pratiques



**Maison du Zéro Déchet à Paris**

Photo extraite de la vidéo [Économie circulaire : quels sont les leviers pour les collectivités ?](#)

de changement de pratique. L'action peut être progressive : selon la technique du « pied dans la porte », il est efficace de proposer un « petit pas » qui n'est pas coûteux pour l'individu. Cette petite action se caractérise par le fait qu'il serait plus coûteux, pour le citoyen, de la refuser que de la mettre en place. Le citoyen est ainsi « engagé » dans une action qui l'engage.

Toutefois, le passage à l'action peut être éphémère. La phase de « maintenance » de l'action est clé car elle suppose un changement des habitudes dans le temps. Elle appelle à un changement de politique publique consistant à valoriser le changement de pratique, afin de le consolider dans le temps. Le citoyen passe d'un stade où « faire devient être », selon la théorie de l'engagement de Joule & Beauvois (1998, 2002), c'est-à-dire où le citoyen devient un éco-citoyen. Cette décision apporte au citoyen un sentiment de liberté et de sens qui favorise la diffusion du message et l'irrévocabilité de cette nouvelle pratique.

La dernière étape, celle de la « diffusion » des bonnes pratiques, est essentielle. En effet, les pouvoirs publics doivent ensuite pouvoir compter sur la force de diffusion citoyenne liée aux discours des personnes convaincues. Le citoyen devient ainsi un

## LA MAISON DU ZÉRO DÉCHET À PARIS ET ZERO WASTE FRANCE

Créée en 1997 sous le nom de CNIID (Centre National d'Information Indépendante sur les Déchets), Zero Waste France a décidé de changer de nom il y a 4 ans pour évoquer davantage la réduction des déchets et la lutte contre le gaspillage (double signification de Waste). Elle agit en faveur d'une information / sensibilisation sur les déchets (de l'amont à l'aval), mène des actions de plaidoyer et accompagne les démarches d'économie circulaire, notamment à destination des collectivités (animation de démarches zéro déchet zéro gaspillage, formations, voyages d'études, communication...). Des antennes locales de Zero Waste organisent des événements réguliers pour mieux accompagner les citoyens vers le zéro déchet. A noter également qu'une newsletter mensuelle est dédiée aux territoires. Lors de l'organisation du festival Zéro Waste en 2016, l'idée est apparue d'ouvrir un premier lieu dédié au zéro déchet à Paris. Grâce à un crowdfunding réussi (plus de 30 000 € récoltés), la Maison du Zéro Déchet a ouvert en juillet 2017 et propose à la fois une boutique de produits zéro déchet et une programmation variée : qu'il s'agisse d'accueillir des événements publics / privés ou d'animer des ateliers pratiques (ateliers de Do it yourself par exemple), elle s'adresse à la fois aux professionnels et au grand public. Le lieu accueille également les locaux de l'association Zero Waste France.

ambassadeur, plus ou moins revendiqué et parfois à son insu, des politiques publiques d'économie

circulaire. Il témoigne de la possibilité d'agir à son échelle, sans que ce soit coûteux ou imprégné de soupçons sur les objectifs poursuivis. L'exemple des Défis « Familles zéro déchet » montre à quel point les collectivités peuvent se saisir de ce type de mécanismes.

## Les citoyens comme contributeurs

Le développement de l'économie circulaire à travers une mobilisation de la société civile ne peut se limiter aux changements de pratiques des consommateurs ou au « bouche à oreille » qui en résulte. De réceptacles et amplificateurs des politiques publiques, les citoyens peuvent en devenir des acteurs à part entière ou des déclencheurs. Au-delà des élections, censées recenser les attentes des citoyens, une logique « bottom-up » doit être favorisée par les pouvoirs publics. En ce sens, les institutions publiques s'ouvrent progressivement aux propositions des citoyens ou de leurs organisations en matière d'économie circulaire. Les outils de démocratie participative sont multiples pour recueillir, lors d'événements ponctuels (consultations publiques), par des mécanismes de « droit d'interpellation » ou en continu à travers des pla-

## LE BUDGET PARTICIPATIF ET L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Le budget participatif consacre une partie du budget d'investissement de la collectivité à la priorisation ou aux idées des citoyens. Il participe également à l'ouverture des politiques publiques. Les récents budgets participatifs annuels de la Ville de Paris ont montré une appétence certaine des citoyens vis-à-vis de l'économie circulaire, spécialement autour du réemploi, de la réutilisation, de la réparation et du partage. Par exemple, un des projets lauréats du budget participatif de 2017 est le projet « #Tousrécup<sup>6</sup> », doté de 3,5 M d'euros, condensé de 12 idées de projets autour de la récupération, du partage. Dans les précédents budgets participatifs, plusieurs projets autour de ces sujets ont également été lauréats : multiples projets de ressourceries (Ile, XIIe, XVIIe), composteurs collectifs dans le XIe, tables de tri sélectif dans les cantines du XVIe, etc.

teformes numériques (voir notamment les nombreuses initiatives de la civic tech<sup>5</sup>), les démarches proposées par la société civile.

L'ouverture des pouvoirs publics aux idées de la société civile est possible par la création de « conseils de quartier » (obligatoires pour les villes de plus de 80 000 habitants depuis 2002), de « conseils de développement » ou de « conseils citoyens » (mis en place dans chaque

## LE DÉFI « FAMILLES ZÉRO DÉCHET », DÉMARCHE DE MOBILISATION POUR CRÉER DES AMBASSADEURS ÉCONOMIE CIRCULAIRE

À l'instar des défis « Familles à énergie positive », les Défis « Familles Zéro déchet » ou « Foyers Zéro Déchet » peuvent être lancés par une collectivité (à l'échelle d'une commune, d'un quartier, d'un syndicat mixte...), accompagnée ou non par une association, ou par un collectif de citoyens.

Ils répondent à quatre objectifs principaux :

- Faire des économies de pouvoir d'achat,
- Préserver l'environnement,
- Adopter un autre mode de consommation,
- Créer des liens.

La première phase, d'une quinzaine de jours, consiste à recruter un certain nombre de foyers volontaires pour mener le défi. Si ce nombre peut être ajusté en fonction de la taille du territoire et des moyens de l'entité qui propose le défi, il est généralement constitué d'une à plusieurs dizaines de foyers. Une fois recrutés, les foyers suivent une période d'observation de leurs comportements d'achat habituels, où leurs déchets sont pesés, par flux de déchets.

L'intérêt des Défis est ensuite l'accompagnement qui est proposé aux ménages volontaires : un « kit » peut leur être remis pour faciliter les éco-gestes, des ateliers manuels, des rencontres et des astuces sont proposés pour réduire les déchets émis. Objectifs : donner les clés pour une consommation zéro déchet et créer une émulation entre les foyers.

Ainsi, les cinq astuces suivantes peuvent être mises en avant :

1. Utilisation d'emballages consignés ou réutilisables
2. Achat à la coupe ou en vrac
3. Utilisation de contenants personnels réutilisables
4. Fabrication de certains produits (entretien, beauté...)
5. Compost, à l'aide d'un composteur classique ou d'un lombricomposteur.

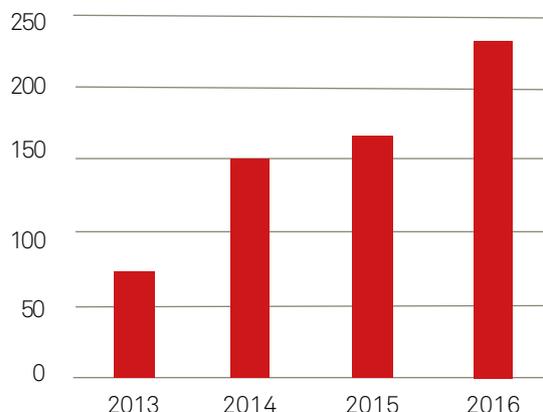
À la fin du Défi, l'intérêt est de mesurer les progrès réalisés par l'échantillon de ménages. S'ils étaient déjà très engagés, l'économie en kilos risque d'être faible, mais le pourcentage important. Selon les moyens de communication de la collectivité, il sera plus ou moins possible de viser des ménages complètement éloignés de ces thématiques, car le temps d'appropriation de la démarche sera plus long.

Les foyers sont ensuite valorisés de différentes manières, selon les moyens : remises auprès de commerçants engagés, cadeaux immatériels, reportage, etc. À noter que l'intérêt principal pour la collectivité ne réside pas dans les kilos économisés par ces foyers, mais davantage par la communication et l'effet d'entraînement que ces foyers peuvent avoir auprès de leurs contacts.

À la fin du Défi, comme à Roubaix, l'expérience peut être pérennisée avec une cohorte de familles annuelle. Cela facilite l'ancrage de la démarche et l'extension des pratiques responsables.

## ÉVOLUTION DES FONDS COLLECTÉS PAR LE FINANCEMENT PARTICIPATIF EN FRANCE

En millions d'euros



Source : Financeparticipative.org - Traitement IAU idF

quartier prioritaire selon la Loi 21 février 2014), qui participent de cette dynamique à condition que leur rôle ne soit pas réduit à des dimensions symboliques voire occupationnelles.

La co-construction des politiques d'économie circulaire avec les citoyens constitue un point fort pour leur réussite. Elle permet tout d'abord d'élargir le champ des possibles, en intégrant des propositions nouvelles. Par ailleurs, la coconstruction permet de mieux s'appuyer sur les organisations de la société civile, qui elles-mêmes peuvent signaler des projets en cours (que la collectivité peut soutenir) ou proposer leur contribution pour la mise en œuvre de nouvelles démarches. Enfin, ces mécanismes renforcent l'adhésion future de la société civile aux orientations prises. Deux exemples récents illustrent l'intérêt d'appliquer ces principes à l'économie circulaire :

- Les États Généraux de l'économie circulaire du Grand Paris : en 2015, 7 groupes de travail ont réuni à plusieurs reprises des acteurs publics / privés pour faire émerger des propositions en faveur de l'économie circulaire à l'échelle de la métropole. Ils ont abouti à l'élaboration d'un Livre Blanc<sup>7</sup>, présenté en septembre 2015 lors de la Fête de l'économie circulaire. Cette démarche s'est poursuivie par l'élaboration d'un Plan d'actions de la Ville de Paris, puis par des actions concrètes.
- La Feuille de route économie circulaire : entre octobre 2016 et mars 2017, un travail de concertation eu lieu sur le plan national pour élaborer une « feuille de route économie circulaire », sous

## LA CONTRIBUTION DES PROJETS D'ÉNERGIE RENOUVELABLE PARTICIPATIFS ET CITOYENS À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE D'UN TERRITOIRE

Ces projets territoriaux contribuent à l'émergence et l'affirmation de l'économie circulaire sur un territoire. En captant une partie des richesses créées par l'exploitation d'une ressource locale et en la redistribuant au sein du territoire, en dynamisant le tissu économique local, en réduisant la dépendance du territoire aux énergies fossiles, ils participent à l'amélioration du métabolisme territorial et à la résilience territoriale par rapport à la disponibilité des ressources, notamment énergétiques. Aussi, ils permettent de sensibiliser et d'impliquer les citoyens dans la transition énergétique de façon plus globale (sobriété énergétique, maîtrise énergétique, etc.). Leur cadre de gouvernance hybride permet de rayonner potentiellement sur d'autres types de projets locaux.

## LE PROJET PARTICIPATIF DE MÉTHANISATION MÉTHADOUX EN CHARENTE-MARITIME

Des projets de méthanisation ont vu le jour à l'issue d'une mobilisation forte des citoyens. Ainsi, un collectif d'éleveurs de 24 exploitations s'est rassemblé à Méthadoux suite à des financements participatifs à travers des Clubs Cigales et Énergie Partagée. Un investissement de 7 millions d'euros a été rendu possible, avec le soutien de la Cigales Gazpart et d'Énergie Partagée Investissement, pour la mise en place d'une unité de méthanisation collective produisant plus de 11 MWh/an. En appui, la collectivité est intervenue de trois manières : accompagnement financier, soutien technique et animation d'instances de concertation.

l'égide du Ministre de la Transition Ecologique et Sociale, Nicolas Hulot. Autour de la table étaient invitées les parties prenantes (entreprises, pouvoirs publics, associations) pour faire part de leurs propositions. En parallèle, la plateforme mise en place<sup>8</sup> a recueilli plus de 1 700 contributions et plus de 16 000 votes, signe d'un intérêt croissant de la population pour ces sujets.

## Le financement participatif

Les outils de financement participatif peuvent constituer un outil essentiel de mobilisation des citoyens comme « contributeurs » de l'économie circulaire. De nombreux projets de développement d'énergies renouvelables intègrent ces modalités. Le graphique ci-contre illustre le développement exponentiel du crowdfunding en France. Au départ

orienté vers des mécanismes de dons, le financement participatif est aujourd'hui fortement orienté vers le prêt (crowdlending) ou l'apport en capital (crowd equity).

Le Département énergie et climat – ARENE de l'IAU îdF a réalisé une étude sur les conditions de développement des projets d'énergie renouvelable participatifs et citoyens pour en faciliter l'émergence en Île-de-France<sup>9</sup>. Cette étude a notamment montré que ces projets amènent de nouveaux modes de gouvernance et de nouveaux modes de faire impliquant plusieurs catégories d'acteurs. Les évolutions législatives apportées par l'ordonnance du 30 mai 2014 relative au financement participatif, la loi du 31 juillet 2014 relative à l'économie sociale et solidaire et la loi du 17 août 2015 relative à la transition énergétique pour la croissance verte permettent de faciliter l'entrée de nouveaux acteurs. Les projets participatifs et citoyens pointent d'abord une volonté croissante chez plusieurs catégories d'acteurs, issus de la société civile, de mettre en pratique la transition écologique, économique et sociale. Le développement de ces projets marque aussi la détermination d'être un acteur du développement d'un territoire en se réappropriant et en exploitant une ressource locale. Les méthodes déployées soulignent également la volonté d'expérimenter de nouvelles manières de faire dans une logique de partage, de mise en réseau et de coconstruction, s'opposant à la vision classique d'un projet d'énergie renouvelable avec peu d'interlocuteurs (associant uniquement le développeur et le propriétaire foncier par exemple).

L'analyse a montré à quel point les modalités de mise en œuvre d'un projet s'adaptent aux contextes locaux et pouvaient prendre des chemins variés.

Les conclusions de l'étude ont permis de mettre en lumière une méthodologie et des facteurs de développement communs.

### ***Disposer d'un noyau d'acteurs locaux convaincus pour initier et porter le projet***

La genèse repose sur un engagement fort de la part d'acteurs du territoire dont les profils peuvent être très variés (simple citoyen, collectif, association, acteur public ou entreprise locale, etc.) mais qui partagent un objectif celui de co-construire un

projet utile. Convaincus du bien-fondé de l'objectif, ils portent la démarche pendant plusieurs années, facilitent l'ancrage du projet et son adaptation au sein du territoire. Cette base d'acteurs protéiforme garantit également une participation plus large tout au long des phases de développement du projet. Ils peuvent porter la société de projet, avec la création d'une société spécifique locale assurant le financement et une gouvernance directs du projet ; participer à la société de projet, via une structure intermédiaire assurant un financement et une gouvernance indirects, ou participer à la levée de la dette, par le biais d'un intermédiaire financier, assurant ainsi uniquement le financement du projet.

### ***Regrouper les compétences indispensables au montage technique, juridique et financier des projets***

Ce regroupement des compétences s'effectue autour de ce noyau d'acteurs locaux. Au-delà des aspects techniques, juridiques et économiques classiques, les compétences de pédagogie, de communication et d'ingénierie de projet vont être indispensables pour assurer une concertation et une co-construction efficaces. Ce regroupement peut s'effectuer de deux manières, soit en ouvrant le groupe moteur du projet à des acteurs locaux disposant des compétences, soit en faisant appel ponctuellement à des structures expertes.

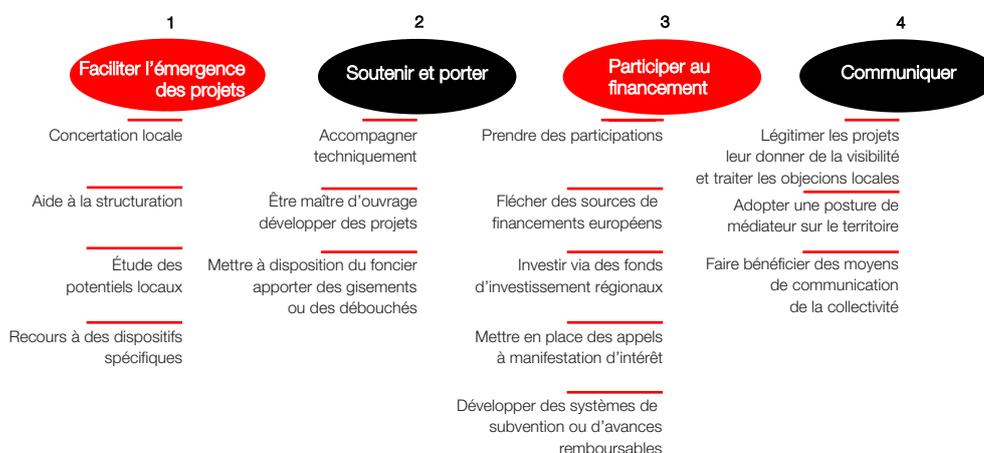
### ***Mettre en œuvre une mobilisation, d'une pédagogie et de méthodes de construction de projet qui permettent une mobilisation massive du territoire***

Les projets participatifs et citoyens d'énergie renouvelable, en tant qu'application concrète des nouvelles formes de démocratie locale, imposent de créer et de mettre en place de nouveaux outils et méthodes permettant une concertation large des acteurs du territoire et une co-construction des projets. Les premiers retours d'expérience ont démontré qu'il était possible d'emmener des acteurs locaux dès les premières phases de sensibilisation jusqu'à une participation massive dans le financement et la gouvernance des projets.

### ***Impliquer des acteurs publics que sont les collectivités locales ou les syndicats d'énergie***

Ces derniers ont un rôle majeur à jouer pour favoriser

## AXES D'ACTION DES ACTEURS PUBLICS POUR FACILITER LES PROJETS PARTICIPATIFS D'ÉNERGIE RENOUVELABLE SUR LEUR TERRITOIRE



Source : Lionel Guy - Conditions de développement des projets d'énergie renouvelable participatifs et citoyens en Île-de-France, ARENE Île-de-France, 2016 - Traitement IAU idF

l'émergence de ces nouveaux projets notamment parce qu'ils portent une vision claire du développement du territoire. Les possibilités d'implication sont nombreuses et dépendent de leurs ambitions. Mais ils peuvent faciliter l'émergence des projets, soutenir le montage technique et juridique, financer ou aider au financement, communiquer et légitimer ces démarches. L'étude distingue quatre axes principaux d'action, résumés dans le schéma ci-dessus.

L'exemple des énergies nouvelles et renouvelables illustre le rôle que peut jouer la société civile en faveur de l'économie circulaire : sans attendre l'action publique, les citoyens peuvent s'organiser pour mieux préserver les ressources du territoire. Dans cette optique, le rôle « facilitateur » des collectivités doit être mis en avant.

1. Viviane Tchernogog, Logiques associatives et ressources, 1999.
2. L'obsolescence programmée est définie dans la loi comme « l'ensemble des techniques par lesquelles un metteur sur le marché vise à réduire délibérément la durée de vie d'un produit pour en augmenter le taux de remplacement » (Art. L. 213-4-1).
3. Nudge, ou « coup de pouce » en français est une technique pour inciter des personnes ou une population ciblée à changer leurs comportements ou à faire certains choix sans être sous la contrainte ni obligations et n'implique aucune sanction.
4. Selon Doise (1986), « les représentations sociales sont des principes générateurs de prises de position liées à des insertions spécifiques dans un ensemble de rapports sociaux et organisant les processus symboliques intervenant dans ces rapports.
5. La 'civic tech' désigne toutes les technologies destinées à aider les citoyens à mieux prendre part à la décision publique, et notamment les plateformes ou app qui connaissent un fort développement.
6. Voir l'avancement du projet ici : [https://budgetparticipatif.paris.fr/bp/jsp/site/Portal.jsp?document\\_id=3788&portlet\\_id=158](https://budgetparticipatif.paris.fr/bp/jsp/site/Portal.jsp?document_id=3788&portlet_id=158)
7. Voir le livre blanc de l'économie circulaire du Grand Paris : <https://api-site-cdn.paris.fr/images/75577>
8. <https://www.consultation-economie-circulaire.gouv.fr/presentation>
9. <https://www.arenidf.org/publication-arene/conditions-de-d%C3%A9veloppement-des-projets-d%E2%80%99%C3%A9nergie-renouvelable-participatifs-et-citoyens-en-%C3%AEle-de-france>

# CONCLUSION

Le changement proposé par l'économie circulaire a structurellement besoin de la demande générée par un nouveau type de consommation, à savoir une consommation mue par d'autres intérêts que la maximisation du pouvoir d'achat. Caractérisée par une variété de pratiques, la consommation responsable n'est cependant pas une donnée exogène : si certains terreaux socioculturels sont plus porteurs que d'autres sur le sujet, les pouvoirs publics peuvent stimuler une demande responsable sur leur territoire.

Les organisations de la société civile peuvent constituer des relais et des outils de pression favorables à l'économie circulaire, parfois plus efficaces que l'action publique stricto sensu. Elles favorisent, par la variété de leurs actions, le passage de citoyens « consommateurs » à des citoyens qui deviennent progressivement « ambassadeurs », « déclencheurs » et « contributeurs » de l'économie circulaire. Ce changement de posture révèle la force subversive de l'économie circulaire par rapport au modèle économique dominant : une reprise en main des outils de l'économie circulaire par un ensemble plus large d'acteurs, tous concernés par la gestion de biens communs.

In fine, cette conception se rapproche de l'étymologie du mot « économie » : des modes de gestion (Nomos) de la maison (Oikos), en l'occurrence une grande maison qui inclut une variété d'habitants, à organiser pour préserver l'héritage des générations futures.

---

## RESSOURCES BIBLIOGRAPHIQUE

- AFEP, *33 entreprises se mobilisent avec 100 engagements*, 2017
- BOURG D., ARNSPERGER C., *Écologie intégrale : pour une société permacirculaire*, PUF, 2017
- BOURG D., WHITESIDE K. *Vers une démocratie écologique, Le citoyen, le savant et le politique*, Seuil, 2010
- CARLUER F., *Réseaux d'entreprises et territoires : une matrice d'analyse stratégique*, Management & Avenir, 2005
- CGEDD, *L'économie circulaire : quelques questions clefs*, 2015
- Ellen MacArthur Foundation, McKinsey & Company, *Towards the Circular Economy : Accelerating the scale-up across global supply chains*, World Economic Forum, 2014
- Ellen MacArthur Foundation, *Vers une économie circulaire : arguments économiques pour une transition accélérée*, 2012
- GUY L., *Conditions de développement des projets d'énergie renouvelable participatifs et citoyens en Île-de-France*, ARENE Île-de-France, 2016
- IAU Île-de-France, *Économie circulaire, écologie industrielle : éléments de réflexion à l'échelle de l'Île-de-France*, 2013
- Institut de l'Économie Circulaire, *Quelles stratégies d'entreprise pour une économie circulaire moteur de croissance ? Amorcer la transition, construire le modèle de demain*, 2014
- I.R.E.G.E. – E.D.Y.T.E.M. - Université de Savoie, *Diagnostic de territoire et ressource territoriale : apports croisés et opérationnalité*, 2006 ; *Les dynamiques territoriales : quelles nouveautés ?*, 2008
- JOULE R.-V., BEAUVOIS J.-L., *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens*, Presses Universitaires de Grenoble, 1987
- LAMARA H., *Les deux piliers de la construction territoriale : coordination des acteurs et ressources territoriales*, Développement durable et territoires [En ligne], Varia (2004-2010), mis en ligne le 07 juillet 2009, consulté le 30 septembre 2016.
- MEDEF, *Une stratégie de croissance et de compétitivité pour les entreprises*, 2014
- ORDIF, *Tableau de bord des déchets*, 2017
- WIJKMAN A., SKÅNBERG K., *L'Économie Circulaire et ses Bénéfices Sociétaux*, The Club of Rome, 2015.



**L'ARENE EST UN DÉPARTEMENT DE L'INSTITUT D'AMÉNAGEMENT ET D'URBANISME DE LA RÉGION D'ÎLE-DE-FRANCE,  
FONDATION RECONNUE D'UTILITÉ PUBLIQUE PAR DÉCRET DU 2 AOÛT 1960**

15, RUE FALGUIÈRE - 75740 PARIS CEDEX 15 - TÉL. : 01 77 49 77 49