

**Cartes sur table**

Pour une **écologie**  
**active**  
et **créative**

Quatre propositions concrètes

**cartes**sur**TABLE**  
des idées pour la gauche



  
**Jean Jaurès**  
Fondation

#### AVERTISSEMENT

La mission de la Fondation Jean-Jaurès est de faire vivre le débat public et de concourir ainsi à la rénovation de la pensée socialiste. Elle publie donc les analyses et les propositions dont l'intérêt du thème, l'originalité de la problématique ou la qualité de l'argumentation contribuent à atteindre cet objectif, sans pour autant nécessairement reprendre à son compte chacune d'entre elles. En soutenant certains think tanks dans la diffusion de leurs propositions, la Fondation devient une véritable Cité des idées.

Pour une **écologie**  
active  
et **créative**

Quatre propositions concrètes

Cartes sur table



## SOMMAIRE

<b>Introduction</b> .....	7
<b>Faire l'Union européenne du tri sélectif</b> .....	9
<b>Créer un label « Sans additifs » pour les aliments à fort enjeu esthétique</b> .....	11
<b>Créer un mécanisme « Epargne énergie » afin de mobiliser les financements nécessaires au grand plan de rénovation de l'habitat</b> .....	13
<b>Interdire à la grande distribution de fixer un prix d'achat inférieur au prix de la production agricole</b> .....	15



## INTRODUCTION

Le 13 août 2012, soit cent jours après l'élection de François Hollande, Cartes sur table a publié, sous un format inédit de moins de 140 signes chacune, cent propositions.

Ces cent propositions n'avaient pour objectif ni de critiquer les actions déjà conduites, ni de faire entendre une voix supplémentaire dans les grands débats philosophico-politiques du moment, mais d'attirer l'attention des pouvoirs publics sur cent mesures concrètes pouvant contribuer à améliorer la vie quotidienne de la population française et la situation du pays. Il s'agissait également de susciter le débat avec les citoyens.

Ce dernier objectif a été pleinement atteint. Nombreux sont ceux qui nous ont contactés pour réagir sur les idées proposées, en soutenir certaines, en critiquer d'autres, souligner des manques et apporter des compléments.

Ce débat citoyen né des cent propositions a donné l'envie à Cartes sur table d'aller plus loin en publiant, en partenariat avec la Fondation Jean-Jaurès, une version détaillée et enrichie des propositions qui ont le plus retenu l'attention et rencontré l'adhésion. D'ici à la fin du mois d'octobre, sept feuillets électroniques seront publiés, proposant un réservoir d'idées dans les domaines culturel, sociétal, environnemental, social, institutionnel, éducatif et économique.

Le troisième de ces feuillets regroupe quatre propositions « pour une écologie active et créative » :

1. Faire l'Union européenne du tri sélectif ;
2. Créer un label « Sans additifs » pour les aliments à fort enjeu esthétique ;
3. Créer un mécanisme « Epargne énergie » afin de mobiliser les financements nécessaires au grand plan de rénovation de l'habitat ;
4. Interdire à la grande distribution de fixer un prix d'achat inférieur au prix de la production agricole.

Quatre propositions qui apportent des solutions concrètes à des questions simples. Comment faciliter le tri des déchets pour nos concitoyens et les inciter à le pratiquer davantage ? Comment améliorer l'information des consommateurs sur la qualité des produits qui leur sont vendus et attirer leur attention sur les plus sains ? Comment encourager fortement la rénovation de l'habitat d'une manière peu coûteuse pour l'Etat ? Comment introduire efficacité et équité dans le marché terriblement déséquilibré des produits agricoles destinés à la grande distribution ?



## **FAIRE L'UNION EUROPÉENNE DU TRI SÉLECTIF**

Comment faciliter le tri des déchets pour nos concitoyens et les inciter à le pratiquer davantage ? En faisant l'Union européenne du tri sélectif, c'est-à-dire en clarifiant et en simplifiant les procédures de tri d'abord au niveau national, à terme au niveau européen.

Trier ses déchets n'est pas simple. Les consommateurs soucieux de bien trier doivent s'informer sur les types de déchets recyclés et le code couleur des poubelles. En France, les déchets sont séparés en trois grandes catégories : papiers et emballages, verre, déchets non recyclables, mais le verre est parfois mis avec les papiers et emballages, et inversement les papiers et emballages peuvent être dissociés. A Lyon, les déchets recyclables vont dans des sacs verts, le reste dans des sacs gris ; à Paris, les couleurs sont respectivement jaune et vert, auxquelles s'ajoute le blanc pour le verre. En Allemagne, les déchets sont plus finement triés : métal, papier, plastique, différentes couleurs de verre, déchets organiques et déchets non recyclables, dans des poubelles de couleurs variables. On ne peut donc pas s'appuyer sur des repères stables, tant au niveau national qu'au niveau européen.

Les consommateurs sont également confrontés à la difficulté que des déchets en apparence similaires ne se recyclent pas de la même manière. Ainsi en France, les bouteilles en verre se recyclent mais pas les verres à boire ni les plats en verre ; de même, on recycle les bouteilles en plastique mais pas les sacs en plastique ou les films plastiques. La distinction tient évidemment au fait que ces divers objets n'ont pas la même composition, ce dont le consommateur peu averti n'est pas informé.

Il apparaît donc nécessaire d'établir des normes claires qui permettraient aux consommateurs de trier plus facilement et efficacement leurs déchets. Au niveau national, l'article 46 de la loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement du 3 août 2009 prévoit que « la signalétique et les consignes de tri seront progressivement harmonisées ». Au-delà de l'harmonisation, il faut aussi envisager une signalétique claire. Des pastilles de couleur correspondant à la couleur (uniformisée sur le territoire) des poubelles pourraient ainsi être

apposées sur les emballages. Parallèlement, les habitants devraient être formés à ces pratiques par une campagne de publicité dédiée et par la sensibilisation au tri des enfants à l'école primaire. Les prospectus d'information distribués dans de nombreuses villes sont indispensables, mais insuffisants.

A court terme, c'est à l'échelle européenne que ces normes doivent être établies. C'est une exigence politique, pour que tous les pays de l'Union européenne participent à l'émergence d'une Europe verte, modèle en matière d'écologie. C'est aussi une exigence économique, pour mutualiser les moyens devant permettre le retraitement des déchets délicats ou coûteux à recycler. A l'heure où la mobilité s'accroît entre les pays de l'Union, ce serait aussi la garantie d'un tri plus efficace par tous.

## **CRÉER UN LABEL « SANS ADDITIFS » POUR LES ALIMENTS À FORT ENJEU ESTHÉTIQUE**

Comment améliorer l'information des consommateurs sur la qualité des produits qui leur sont vendus et attirer leur attention sur les plus sains ? En créant un label « Sans additifs » pour les aliments à fort enjeu esthétique et en tirant profit des nouvelles technologies pour promouvoir un usage pertinent de cette nouvelle information.

La production d'aliments obéit à la logique des marchés dans le cadre d'une législation qui garantit un niveau de qualité et de sûreté sanitaire minimum. Les biens produits par cette filière sont donc en partie définis par des politiques de marketing qui misent sur certains facteurs. Parmi ceux-ci, l'aspect esthétique (couleur, forme) et la diversité (nombre de variétés) sont largement prépondérants.

Le consommateur se voit dès lors proposer une diversité de choix illusoire et se retrouve, sans le savoir, totalement coupé d'informations qui orienteraient sa décision de façon bien plus pertinente que ne le font aujourd'hui la belle couleur d'une tranche de saumon ou l'aspect sphérique d'une pomme.

Il est certain que les informations légales qui paraissent sur les étiquettes (présence d'OGM, noms des additifs, provenance géographique, etc.) influenceraient le consommateur s'il savait les interpréter. En effet, si certains additifs ou même certains OGM sont autorisés, de sérieux doutes peuvent exister sur leurs véritables conséquences sur la santé et l'environnement. La presse relaye régulièrement des articles alarmants qui incitent tout un chacun à appliquer personnellement le principe de précaution, à défaut d'être rassuré par la façon dont la loi autorise ou n'autorise pas certains produits. L'exemple très récent de l'étude sur les OGM, dont les résultats ont été commentés dans *Le Nouvel Observateur* du 18 septembre 2012, ou encore l'émission « Pièces à conviction » diffusée sur France 3 le 28 juin 2010 sont des témoignages flagrants de l'incapacité de la législation à garantir une sécurité sanitaire totale, surtout sur le long terme.

Ce doute, présent chez tous les consommateurs, a poussé certaines enseignes à créer un label « Sans OGM » afin de mettre en évidence de façon immédiate une information qui ne figure qu'en petits caractères sur les étiquettes. Une première solution serait d'étendre cette pratique en créant un label « Sans additifs » et d'encadrer l'utilisation de cette promotion afin de prémunir les consommateurs des abus ou des informations fausses.

Dans un second temps, il serait également nécessaire de mettre à profit les nouvelles technologies dans la construction d'une information citoyenne pertinente à destination du consommateur. Ces technologies permettent aujourd'hui de « scanner » avec un *smartphone* un code-barres et d'obtenir des informations sur le produit correspondant. Il faut pousser le principe jusqu'au bout et adosser aux étiquettes un code QR (codes-barres en 2D déjà présents sur de nombreux panneaux publicitaires) contenant directement les informations déjà décrites sur l'étiquette. Libre ensuite à tous (et surtout aux associations de consommateurs) de créer des applications donnant des informations sur le produit ou les éléments qui le constituent. Les sources les plus sérieuses se dégageraient d'elles-mêmes suivant le principe de régulation par la demande. On peut même imaginer que des sites bénévoles de type « wiki » prennent part pleinement à l'opération – qui contribuerait également à la préservation du pouvoir d'achat des consommateurs en favorisant la vente de produits non « marketés » – ou que les grandes surfaces elles-mêmes y contribuent, ayant compris qu'il était dans leur intérêt de proposer aux clients des biens aussi sains et transparents que possible.

## **CRÉER UN MÉCANISME « ÉPARGNE ÉNERGIE » AFIN DE MOBILISER LES FINANCEMENTS NÉCESSAIRES AU GRAND PLAN DE RÉNOVATION DE L'HABITAT**

Comment encourager fortement la rénovation de l'habitat d'une manière peu coûteuse pour l'Etat ? En créant un mécanisme « Epargne énergie » afin de mobiliser les financements nécessaires au grand plan de rénovation de l'habitat.

Mobiliser la France vers plus d'économies d'énergie est une mesure prioritaire pour pouvoir réduire notre dépendance aux importations d'énergies fossiles et contribuer à la réduction de nos émissions de gaz à effet de serre. Le gouvernement s'est engagé pour un vaste plan de rénovation énergétique des bâtiments avec l'objectif d'atteindre 600 000 rénovations à haute performance par an, soit plus de deux fois le rythme actuel. Cela coûtera cher : entre cinq et neuf milliards d'euros sur la durée du quinquennat.

Les financements actuels pour les investissements dans les économies d'énergie et la rénovation des bâtiments ne sont pas à la hauteur du défi et reposent essentiellement sur des fonds publics. Les mécanismes d'aide aux propriétaires de logements qui souhaitent les rénover comprennent des aides directes, des incitations fiscales et des prêts bonifiés qui coûtent cher à l'Etat et ne suffiront pas à financer les cinq à neuf milliards d'euros nécessaires.

Il faut donc encourager l'épargne privée à financer les travaux de rénovation de l'habitat et rendre ces travaux attractifs économiquement pour les propriétaires de logement. Le problème principal est que les propriétaires qui supportent le coût des travaux de rénovation ne sont souvent pas en mesure d'en tirer les bénéfices : la réduction de la facture énergétique qui en résulte bénéficie souvent aux locataires. Même dans le cas des propriétaires de logement qui y vivent, des travaux d'isolation d'envergure sont rentabilisés uniquement sur le long terme et les propriétaires ne peuvent pas toujours se permettre de tels investissements. Ce problème bien connu agit comme un puissant frein sur les incitations des propriétaires de logement à engager des investissements de rénovation.

La création d'un mécanisme d'« Epargne énergie » permettra d'encourager les propriétaires de logement à investir en leur garantissant un retour sur investissement et étalant le coût d'investissement dans le temps, et donc de mobiliser l'épargne privée.

Ce mécanisme d'« Epargne énergie » repose sur le principe du tiers investissement. La clé de ce dispositif est d'attacher le financement de l'investissement de rénovation au logement et non plus à son propriétaire, de façon à le rendre cessible avec l'appartement. Si ce système est mis en place, des sociétés de service du secteur privé financeront l'investissement initial permettant la rénovation du bâtiment et se paieront sur les économies d'énergie réalisées sur plusieurs années. Ces paiements seront garantis par l'Etat au travers d'un fonds « Epargne énergie ». Les habitants du logement y gagneront puisque la réduction de la facture énergétique permettra de financer sur le long terme l'investissement dans la rénovation de leur habitat, à facture constante.

## **INTERDIRE À LA GRANDE DISTRIBUTION DE FIXER UN PRIX D'ACHAT INFÉRIEUR AU PRIX DE LA PRODUCTION AGRICOLE**

Comment introduire efficacité et équité dans le marché terriblement déséquilibré des produits agricoles destinés à la grande distribution ? En interdisant à la grande distribution de fixer un prix d'achat inférieur au prix de la production agricole.

Les heurts entre les distributeurs et les producteurs agricoles sont nés avec l'avènement de l'agriculture moderne et n'ont eu de cesse de s'amplifier avec l'apparition des hypermarchés et la mainmise de la grande distribution sur la fourniture de produits frais aux ménages français. Deux mondes s'opposent et mettent en avant des arguments légitimes : d'une part, les grands distributeurs défendent leurs marges, en mettant paradoxalement en avant la nécessité de préserver le pouvoir d'achat des Français ; d'autre part, les agriculteurs dénoncent un déséquilibre de marché insoutenable entre les puissants acteurs de la grande distribution et la multitude de producteurs fragiles qui remettent en jeu la survie de leur exploitation tous les ans. La législation n'est dans ce contexte jamais parvenue ni à satisfaire le monde agricole, ni à préserver la grande distribution des difficultés qu'elle rencontre aujourd'hui. Un dispositif apparaît aujourd'hui indispensable : interdire à la grande distribution de fixer un prix d'achat inférieur au prix de la production agricole.

Les prix d'achat des biens agricoles sont actuellement imposés aux producteurs par la grande distribution. Dans le meilleur des cas, quand les conditions météorologiques ou les fluctuations du prix des matières premières n'ont pas été défavorables, ils couvrent les coûts de production. Mais de fait, la part nécessaire à l'auto-investissement du producteur est systématiquement tronquée, ce qui conduit à un appauvrissement généralisé des exploitants agricoles qui se retrouvent dans l'impossibilité de renouveler leur matériel ou de maintenir leurs infrastructures. Afin d'assurer la survie des filières, il apparaît donc nécessaire de fixer un prix-plancher prenant en compte les nécessités d'investissement et le prix de production d'un bien précis dans une région précise.

L'effet de la mesure proposée sur la grande distribution mettrait fin au paradoxe qui régit ce marché. En effet, prendre les fournisseurs à la gorge en considérant les produits frais comme une variable d'ajustement des marges traduit une erreur d'appréciation de la grande distribution qui en paye les conséquences aujourd'hui. Persévérer dans ce sens risque en effet de continuer à scier la branche sur laquelle elle assied ses marges les plus importantes et aurait pour conséquence de continuer à augmenter la part des petits distributeurs qui reviennent en force sur le marché, avec des prix d'achat plus favorables aux agriculteurs et des prix de vente souvent inférieurs à ceux de la grande distribution.

L'incidence sur le pouvoir d'achat des biens de première nécessité de cette mesure serait donc positive car la fixation d'un prix-plancher inciterait les distributeurs à mieux répartir leurs marges. Parallèlement à l'interdiction faite à la grande distribution de fixer un prix d'achat inférieur au prix de la production agricole, investissement compris, l'accent devrait être mis sur les organisations de producteurs. Depuis la disparition de la règle d'extension et l'application de la législation européenne sur l'entente illicite, le seul moyen que possèdent les fournisseurs pour faire face à la concentration des grands distributeurs est en effet de créer en miroir des organisations de producteurs (OP) qui vendent à prix unique une grande part de la production d'un même bien sur une région donnée.

Les organisations de producteurs sont donc un facteur d'équilibrage du rapport de force, même si celui-ci n'atteint jamais l'équité, la résolution de conflits juridiques au tribunal restant très difficilement envisageable dans la mesure où le boycott d'un fournisseur par un distributeur a des conséquences graves et immédiates sur la trésorerie et le remboursement des emprunts en cours.

Il apparaît par conséquent nécessaire de profiter de la réforme à venir de la Politique agricole commune en 2013 pour donner aux organisations de producteurs un rôle central dans le marché agricole, leur apporter une assistance juridique spécialisée et organiser la nouvelle répartition des aides financières de manière à faciliter leur mise en place dans les secteurs ou les régions où leur existence est vitale pour les producteurs.



COLLECTION DIRIGEE PAR GILLES FINCHELSTEIN  
ET LAURENT COHEN

© EDITIONS FONDATION JEAN-JAURES  
12 CITÉ MALESHERBES - 75009 PARIS  
[www.jean-jaures.org](http://www.jean-jaures.org)

Réalisation : REFLETSGRAPHICS  
SEPTEMBRE 2012

## Cartes sur table

# Pour une **écologie** active et **créative**

## Quatre propositions concrètes

Comment faciliter le tri des déchets pour nos concitoyens et les inciter à le pratiquer davantage ? Comment améliorer l'information des consommateurs sur la qualité des produits qui leur sont vendus et attirer leur attention sur les plus sains ? Comment encourager fortement la rénovation de l'habitat d'une manière peu coûteuse pour l'Etat ? Comment introduire efficacité et équité dans le marché terriblement déséquilibré des produits agricoles destinés à la grande distribution ? Cartes sur table apporte des solutions concrètes à ces questions simples.

[www.jean-jaures.org](http://www.jean-jaures.org)