

JUILLET 2022

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Et si on changeait
nos modes d'agir ?



Institut National
de l'Économie
Circulaire

△ ZIMIO
FIELD CONSULTING



INTRODUCTION

Les pratiques d'économie circulaire se diffusent parmi les acteurs privés et publics. En témoignent la publication d'un paquet économie circulaire européen en 2018, la promulgation de la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire le 10 février 2020 (dite « loi AGECE »), et la loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets (dite « loi Climat et Résilience »), la multiplication d'initiatives privées et associatives, la création de modules universitaires sur le sujet, etc. En France, la loi vient matérialiser un ensemble de changements et de pratiques déjà mises en œuvre, mais constitue aussi une opportunité pour amorcer une transition plus globale vers l'économie circulaire du fait de son caractère incitatif ou contraignant. Selon l'ADEME, l'économie circulaire vise à changer de paradigme par rapport à l'économie dite linéaire, en limitant le gaspillage des ressources et l'impact environnemental des activités de production et de consommation. La nécessité d'une telle transition a été réaffirmée par la crise sanitaire, qui a révélé l'importance de diversifier les sources d'approvisionnement et de sécuriser les opérations. Par ailleurs, ses conséquences témoignent de l'urgence de créer emplois locaux et de valoriser les ressources

(matières, énergétiques, mais également les compétences et savoir-faire) présentes sur notre territoire.

L'économie circulaire doit donc devenir un principe cardinal d'organisation du vivre-ensemble.

A cet effet, la loi et les instruments réglementaires plus largement ne constituent qu'un des leviers parmi une multiplicité d'outils d'accompagnement du changement de comportement. Pour obtenir la pleine adhésion des acteurs, il est souhaitable que la réglementation soit couplée avec d'autres leviers.

Ainsi, la mise en place de mesures réglementaires doit se doubler d'outils individuels et inversement : « des plus anecdotiques aux plus structurants, [les outils] diffèrent notamment en termes d'impacts (périmètre, ampleur, pérennité, etc.), ont chacun leurs intérêts et leurs limites et ne sont pas toujours compatibles entre eux. »¹.



**Yann
RAINEAU**

*Docteur en
changement de
comportement*

INRAE

Yann Raineau souligne l'importance d'accompagner la mise en place de nudges environnementaux par des incitations économiques et des politiques publiques globales. Réciproquement, ces dernières permettent de changer le cadre de référence des acteurs.

Les nudges ne remplacent pas des approches plus traditionnelles d'action publique, mais viennent en complément. Parallèlement, la mise en place de nudges peut conduire à la mise en place d'une mesure réglementaire afférente.

Il est donc préférable de mettre en place une pluralité de mesures pour qu'un changement de comportement soit observé et pérenne sur le long terme.

Une analyse des comportements et des processus décisionnels permet d'orienter le choix des outils à mobiliser dans le cadre de la transition vers l'économie circulaire. A ce titre, Mathieu Saujot et Henri Waisman, chercheurs à l'IDDRI, écrivaient en février 2020 « *les modes de vie et les comportements sont considérés comme des **solutions supplémentaires plutôt que comme des éléments systémiques de la transition**² ».* L'étude des comportements individuels dans les approches de « développement durable » est de plus en plus plébiscitée : invoqués comme des leviers puissants dans le domaine de la transition écologique, ceux-ci ont notamment été étudiés en vue de faciliter la mise en œuvre et l'accélération de différents types de programmes et de dispositifs publics. Toutefois, la seule approche par les comportements individuels est limitée : les comportements individuels, contraints par les structures et organisations (aménagement du territoire, culture de la concurrence ou de la collaboration...). Ces dernières sont donc majeures pour transformer le regard (sur le tri, les déchets, les pratiques de consommation...) et in fine, orienter les choix des individus.

L'objectif de cette note est donc de mettre en lumière l'importance du changement de comportement dans une transition

sociétale vers l'économie circulaire, en proposant des pistes et exemples pour dépasser le seul champ d'études des comportements individuels.

Dans une première partie, les différentes approches et leviers du changement de comportement sont explicitées. Dans la seconde partie, ce sont les différents piliers de l'économie circulaire selon l'ADEME qui sont étudiés au prisme des différents leviers de changement de comportement, en présentant différents exemples.



SOMMAIRE

7

Les approches théoriques du changement de comportement

- Approche par l'individu 8
- Approche par le groupe d'individus ou l'organisation 9
- Approche par l'individu dans son environnement 11

17

Applications du changement de comportement aux piliers de l'économie circulaire

- L'offre des acteurs économiques 21
- Demande et comportement des consommateurs 35
- La gestion des déchets 44

EN RÉSUMÉ

LEVIERS DE CHANGEMENT DE COMPORTEMENT

Plus uniquement des solutions supplémentaires mais des **éléments systémiques de la transition vers l'économie circulaire**

UNE PLURALITÉ D'APPROCHES COMPLÉMENTAIRES



Approche par l'individu :
étude des paramètres émotionnels, cognitifs, psychologiques et sociaux dans les choix individuels



Approche par le groupe d'individus ou l'organisation :
étude des dynamiques interpersonnelles dans les choix individuels



Approche par l'individu dans son environnement :
étude des « faits sociaux » (Durkheim) dans les choix individuels

UNE PLURALITÉ D'OUTILS



Réglementation



Incitations économiques



Communication et Sensibilisation



Nudges ou coups de pouce

UNE PLURALITÉ DE LEVIERS



Émulation
Un contexte d'effervescence collective



Récompense
Une gratification (économique, symbolique, matérielle)



Saillance
Un aménagement de l'environnement avec mise à disposition d'outils et d'informations claires et visibles



Contrainte
Une règle ou une norme qui impose un comportement

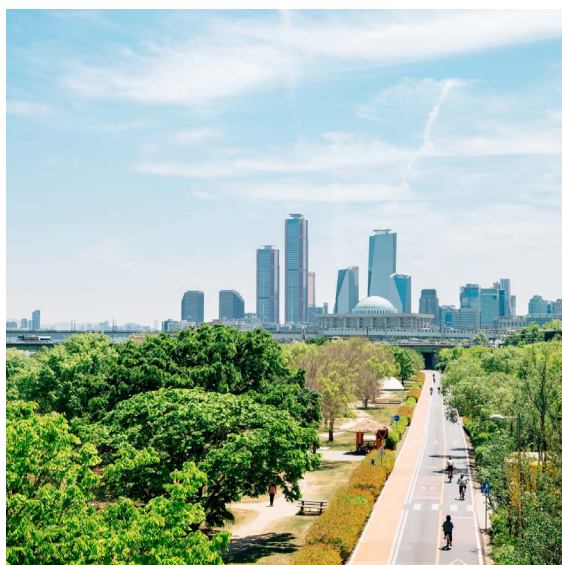


LES APPROCHES THÉORIQUES

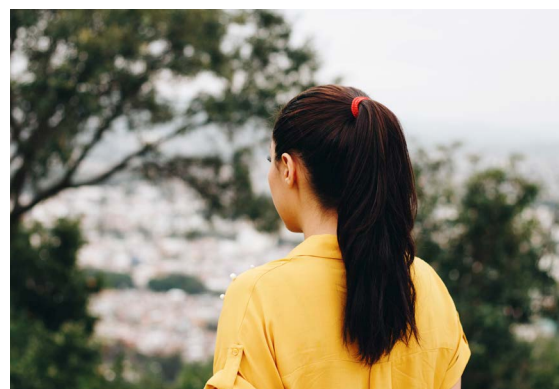
du changement de
comportement

L'étude des comportements individuels a suscité un engouement croissant dans le champ académique mais aussi auprès des décideurs publics ou privés qui y ont vu un instrument puissant de changement des pratiques.

Avant de débattre des implications pratiques et éthiques des approches comportementales, nous présenterons brièvement la façon dont de nombreuses disciplines issues des sciences économiques et sociales (économie, psychologie, sociologie, etc.) se sont emparées du sujet. Selon l'étude « Changer les comportements : faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité » de l'ADEME, trois approches prédominent dans le champ académique : par l'individu, par le groupe d'individus ou par l'individu dans son environnement.



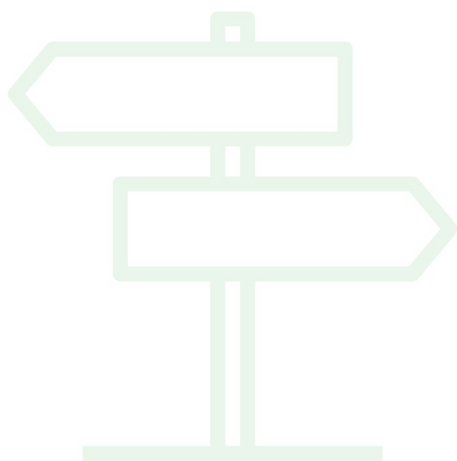
1. APPROCHE PAR L'INDIVIDU



La théorie néoclassique a fondé ses modèles économiques sur l'hypothèse centrale de rationalité des comportements individuels. Ainsi, les individus sont des « homo oeconomicus » aux préférences constantes, transitives et insatiables. Leur objectif commun est de maximiser constamment leur utilité, entendue comme une unité de mesure du bien-être dérivée de la consommation de biens et de services. Dans ce modèle, l'information est partagée de la même manière par tous, si bien que toutes les décisions individuelles sont prises de façon optimale.

Très critiquée pour ses hypothèses de rationalité et de transparence, la modélisation proposée par la théorie néoclassique a rapidement été remise en

question pour son incapacité à refléter avec « réalisme » les choix des individus. A rebours des hypothèses néoclassiques, la psychologie cognitive et l'économie comportementale indiquent que les choix des individus sont induits et influencés par des paramètres émotionnels, cognitifs, psychologiques et sociaux et non pas par le calcul de la maximisation de leur unique bien-être. Loin d'être rationnels, les choix individuels sont largement irrationnels, mais - et c'est là que se situe le cœur de ces approches - cette irrationalité est prévisible et peut s'interpréter car elle est influencée par des habitudes et des automatismes dont les mécanismes sont partagés par tous et toutes.



2. APPROCHE PAR LE GROUPE D'INDIVIDUS OU L'ORGANISATION



La théorie des jeux en économie, comme la théorie néoclassique, met au cœur de son modèle l'hypothèse d'optimisation du bien-être individuel comme facteur de choix. Mais elle révèle aussi l'existence de dilemmes sociaux : l'optimisation des comportements individuels peut induire une situation sous-optimale au niveau du groupe. C'est le fameux « passager clandestin ». L'intérêt fondamental de la théorie des jeux réside ainsi dans la mise en perspective de choix individuels au sein des groupes dans lesquels s'inscrivent les individus. L'implication primordiale de

cette théorie est que seule la coordination des individus au niveau du groupe ou d'une organisation permet d'obtenir une équation optimale des gains et des coûts au niveau du groupe.

Bien que puissante par sa capacité à transcrire les dissonances et les contradictions qu'il peut exister entre bien-être individuel et bien commun, la modélisation de la théorie des jeux ne parvient pas à expliquer l'hétérogénéité des comportements individuels au sein des groupes sociaux.

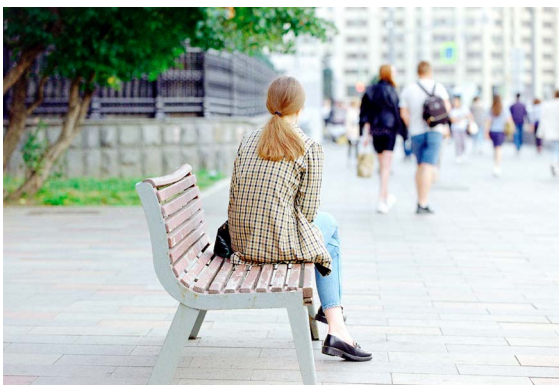
En élargissant l'étude des comportements individuels aux interactions et aux dynamiques interpersonnelles au sein des groupes, la psychosociologie a mis en évidence **deux éléments fondamentaux** : d'une part que les comportements individuels variaient s'ils étaient étudiés au sein d'un groupe ou pris isolément, d'autre part que les groupes n'étaient pas constitués d'individus aux comportements homogènes. Si **le mimétisme semble bien exister** au sein des groupes sociaux de petite taille, corroborant ainsi l'idée que certains comportements présenteraient des similitudes tant dans leurs motivations que dans leurs manifestations, il **apparaît que certains individus se distinguent en agissant comme prescripteurs ou**

leaders d'opinion. Ces individus traduisent et interprètent certaines informations perçues au reste du groupe. Les implications sont fortes puisqu'il s'agirait alors de cibler au sein d'un groupe certains individus capables de généraliser l'adoption d'une norme ou d'une prescription.

Cela peut être nuancé. D'autres études tendent à montrer que les leaders d'opinion ont une influence limitée sur la diffusion des comportements complexes (comme par exemple, transformer ses habitudes de tri). **Alors que le leader d'opinion accélère la diffusion des idées simples, son influence serait quasiment nulle pour changer les comportements réels** (Centola, 2021). Les idées simples n'ont pas besoin d'être répétées par différentes personnes de l'entourage pour se diffuser. Par exemple, il peut suffire que j'entende parler du tri via un leader d'opinion pour avoir conscience que ce dispositif existe. En revanche, j'ai bien plus de chances de passer à l'acte si j'observe qu'une proportion importante de personnes dans mon entourage trie leurs déchets. Le fait d'être exposé à des sources multiples d'influence renforce la coordination entre individus et la crédibilité du comportement, particulièrement lorsqu'il s'agit de liens forts (ex. famille, ami, voisin). **Au lieu de recruter des leaders d'opinion, une**

stratégie alternative consiste à donner le rôle d'agent de sensibilisation à des personnes au sein d'un même réseau social. De cette manière, les membres du réseau social qui conservent les normes traditionnelles sont désormais connectés à plusieurs autres personnes qui adoptent les nouvelles normes sociales.

3. APPROCHE PAR L'INDIVIDU DANS SON ENVIRONNEMENT



Les sciences humaines et sociales permettent de comprendre que les individus sont inscrits dans des ensembles plus vastes que leurs groupes sociaux de proximité. Le contexte social, historique, économique, juridique ou matériel dans lequel ils évoluent induit des usages et des normes sociales largement partagées. C'est ce qu'Emile Durkheim a qualifié de « faits sociaux », c'est-à-dire des phénomènes dont la récurrence et l'étendue exercent sur l'individu une contrainte, objectivée ou non. Ces faits sociaux ont une existence propre, au-delà des choix individuels qui ne font que matérialiser leur agencement. Dans cette optique, il n'y a pas de choix ni d'incitations proprement « individuels ». Ce serait donc par le biais des déterminants sociétaux et systémiques qu'il faut aborder la question des choix.

Les approches théoriques des comportements individuels s'imbriquent, se complètent voire se contredisent mais permettent toutes de modéliser selon leurs propres hypothèses l'architecture et l'origine des choix individuels. Outre une grille de lecture des comportements, ces approches travaillent à renforcer leur prédictibilité dans un environnement donné.

Notons qu'il n'y a pas de « bonnes » approches, ni une approche unique à choisir plutôt qu'une autre : en matière d'action publique ou privée, ce sont souvent des solutions hybrides, jouant sur des leviers variés qui sont sélectionnées (accompagnement individuel, formation, jeu sur les normes sociales, incitations, communication, etc.).

Les outils existants pour mettre en application ces approches comportementales, bien que multiples, peuvent être catégorisés de la façon suivante :

1. **La réglementation coercitive**, qui s'appuie sur des interdictions, des règles de conformité et des obligations pour dissuader les individus d'adopter des comportements nocifs en les contraignant légalement dans leurs choix.
2. **Les incitations économiques** via des taxes, des sanctions, des subventions ou la création de marchés, qui visent à faciliter l'arbitrage en faveur d'un nouveau comportement ou d'un nouvel usage en favorisant les motivations économiques des individus dans les prises de décision.
3. **La communication et la sensibilisation** au travers de campagnes dédiées ou de marketing ciblé, qui permettent d'augmenter le niveau d'informations et de connaissances dont disposent les individus pour faire évoluer leurs choix.
4. **Les « nudges » ou « coups de pouce »**, qui définissent une mise en scène des choix afin d'altérer de façon prévisible les comportements individuels. Ils permettent de faire évoluer l'architecture et l'environnement du choix de l'individu, sans obligation ni coercition. Issue de l'économie comportementale, la théorie des nudges est particulièrement sous les feux des projecteurs depuis quelques années.

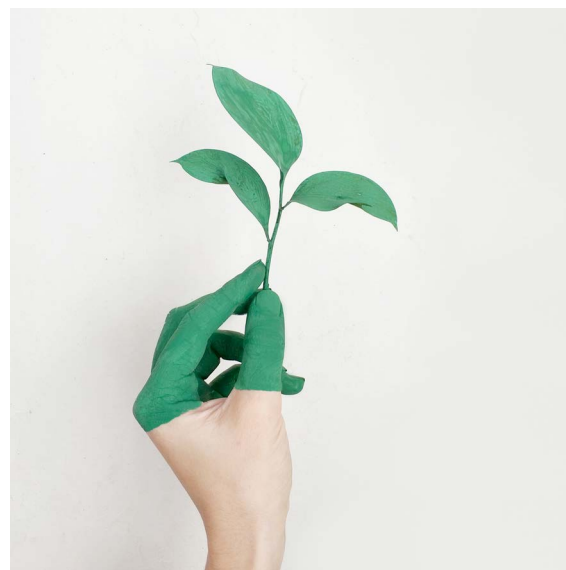


Comme mentionné en introduction, les outils diffèrent en termes d'impacts, de bénéfices et de limites et peuvent ou non se compléter. En ce qui concerne les politiques environnementales, ces outils sont utilisés de façon croissante à différentes échelles pour induire des comportements plus sobres et résilients, en parallèle des efforts portés sur l'innovation technique et la production durable. Face à l'urgence environnementale (changement climatique, érosion de la biodiversité, raréfaction des ressources, etc.), la démultiplication des efforts et des types d'action semble en effet nécessaire.

En France, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et l'économie circulaire, est un exemple type de « réglementation coercitive ». Elle entend notamment accélérer et induire de nouveaux modèles de consommation afin de diminuer les déchets et préserver les ressources naturelles et la biodiversité. Dans la seconde partie de cette analyse, nous donnerons des exemples de mesures introduites par cette loi qui accompagnent le changement de comportement des acteurs.

L'utilisation des nudges verts ou « émulations écologiques » a quant à elle connu un formidable essor ces dernières années. Les nudges verts reposent sur une

incitation, par effet d'entraînement au sein d'un groupe, à adopter un comportement plus respectueux de l'environnement en jouant sur l'environnement physique ou social pour orienter les individus au moment de la prise de décision. A Copenhague par exemple, le marquage au sol de "traces de pas" vertes pour mener jusqu'aux poubelles les plus proches a permis de réduire de 46% les déchets dans les rues. En France, le Secrétariat Général pour la Modernisation de l'action publique y a vu dès 2014 un nouvel outil au service de l'action publique. Plus récemment, en 2018, un département « Méthodes innovantes, sciences comportementales et écoute usagers » a été incorporé à la nouvelle direction interministérielle de la transformation publique (DITP).



Plus généralement, ces différents outils se fondent sur différents types de leviers ; nous en avons identifié quatre :

1. **L'émulation** : l'action est motivée par un contexte d'effervescence collective, permettant de coordonner les actions individuelles vers un objectif donné. La création d'un environnement social porteur peut passer par l'évènementiel, la mise en place de jeux ou de défis, à caractère compétitif ou non. Dans ce cas, l'action est facilitée par le mimétisme et procure un sentiment d'engagement et d'appartenance.
2. **La récompense** : l'action donne lieu à une gratification, symbolique ou matérielle, monétaire ou non monétaire, qui oriente la décision individuelle. A la différence de la simple incitation économique (taxe, bons), la récompense peut être de nature psychologique ou sociale, tant qu'elle rétribue un comportement ciblé.
3. **La saillance** : l'action est facilitée par un aménagement de l'environnement des individus, la mise à disposition d'informations claires et visibles, d'équipements, l'accompagnement pratique, etc. L'objectif est de créer un contexte propice à ce que l'action

souhaitée soit aussi la plus simple à mettre en place. Les ressources en temps et en concentration des individus étant limitées, le choix est « facilité » par des dispositifs matériels.

4. **La contrainte** : l'action est induite et contrainte par des règles ou des normes qui sont imposées aux individus souvent par le biais de la réglementation. A la différence des autres leviers, le non-respect de la contrainte peut donner lieu à des sanctions. L'exemple de la loi évoqué en introduction de cette note rentre donc dans cette catégorie.

Les effets de levier potentiels associés à une approche comportementale semblent à première vue très puissants. Cependant, nous estimons que la mise en place de dispositifs pour orienter, modifier ou dissuader un certain nombre d'actions doit faire l'objet de précautions particulières. Il convient notamment de garder en tête certaines limites des approches comportementales.

Tout d'abord, les approches théoriques évoquées plus haut modélisent, caractérisent et objectivent de façon non exhaustive les comportements et processus de choix. Eclairantes sur de nombreux aspects, toutes comportent

néanmoins des biais et des angles morts.

La question éthique est particulièrement récurrente dès lors qu'il s'agit d'utiliser une approche comportementale.

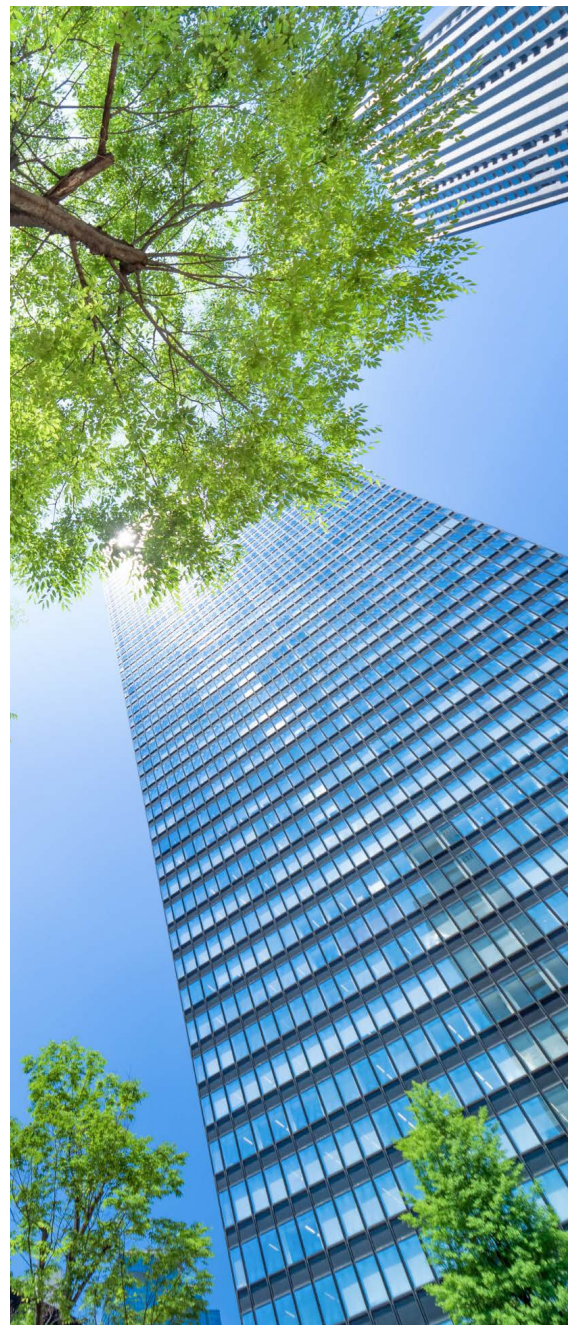
Les enjeux d'instrumentalisation des comportements et de réduction des individus à l'efficacité de leur choix sont évidemment les plus saillants. Concernant les nudges, celle-ci se pose avec acuité dès lors qu'il s'agit de modifier les comportements des individus sans même qu'ils en aient conscience.

Les interventions au niveau des comportements individuels ne sauraient se faire au détriment d'autres types d'action.

En particulier, dans le domaine de la lutte contre le changement climatique, il est essentiel de prendre en compte de multiples paramètres collectifs qui excèdent très largement les cadres individuels : organisations des institutions, gouvernance des grandes organisations, normes sociales au sein de groupes sociaux spécifiques, etc.

Dans la seconde partie de cette note, nous proposons d'analyser les piliers de l'économie circulaire au prisme des quatre leviers identifiés précédemment : émulation, récompense, saillance et contrainte. Les exemples ne sont pas

exhaustifs mais ils permettent de constater la pluralité des moyens mis en place pour accompagner le changement de comportement des différents acteurs.





**Jean-Damien
GRASSIAS**

*Doctorant en sciences
de gestion-marketing,
Université Bretagne Sud*



Une approche globale très prometteuse : le marketing social systémique

Le marketing social systémique est une évolution récente du marketing social et pourrait accélérer considérablement la transition vers une économie circulaire. Le marketing social classique consiste à transférer les techniques commerciales pour faciliter le changement de comportements dans le sens du bien-être individuel et collectif. Parmi ces techniques, on peut citer notamment l'étude formative (détecter les désirs et les besoins de l'audience), la segmentation (diviser le public en sous-ensembles homogènes et adapter l'intervention), et la formulation d'une valeur d'échange attractive (qu'est-ce que je gagne à changer mes habitudes ?). Cette approche classique s'est révélée efficace dans le domaine de la gestion des déchets pour des changements court-termes. Toutefois, celle-ci tend à se focaliser uniquement sur le citoyen-consommateur, sans prendre en compte suffisamment les facteurs externes et les autres parties prenantes.

Le marketing social systémique est une évolution prometteuse et consiste à

influencer non seulement le citoyen-consommateur, mais également les groupes de pression, médias, éducateurs, juristes, industriels, ou décideurs politiques. De manière importante, ces acteurs influents ne sont pas considérés comme des individus isolés, mais plutôt comme des entités qui interagissent fortement entre-elles et forment un système complexe. La pensée en termes de système est adaptée pour traiter des problèmes qui changent constamment, sont dures à définir, sans solution évidente, où chaque solution a également des inconvénients. Des procédures ont également été formalisées pour analyser un système complexe en vue de planifier une intervention. Dans le domaine de la fast-fashion, Kennedy (2017) propose les étapes suivantes :

- 1. Identifier les individus, groupes, ou entités** qui forment le système et leur pouvoir respectif (ex. revendeurs internationaux, fournisseurs) ;
- 2. Déterminer quels mécanismes sociaux** animent chaque entité et en vue de quel résultat ;
- 3. Déterminer quel rôle** chaque entité joue en tant que challengers ou partisans du statu quo.

Cette pensée du système pourrait s'avérer indispensable pour construire un narratif commun à différents acteurs et faciliter un changement systémique et non plus simplement individuel.



Applications du
changement de
comportement
**AUX PILIERS
DE L'ÉCONOMIE
CIRCULAIRE**

Le changement de comportement ne concerne pas uniquement l'acte d'un individu, car le comportement d'un individu est influencé plus largement par son environnement et par les groupes au sein desquels il agit.

L'économie circulaire est par définition holistique et s'intéresse à nos modes de production et de consommation. Elle est définie par l'INEC comme étant :

« un principe d'organisation économique visant à découpler la création de valeur sociale de l'impact sur l'environnement, à travers une gestion optimisée des ressources. Ce modèle implique la mise en place de nouveaux modes de conception, de production et de consommation plus sobres et efficaces et à considérer les déchets comme des ressources. »

L'économie circulaire invite ainsi l'ensemble des acteurs à reconfigurer et à redéfinir leurs besoins et leurs habitudes. En replaçant la sobriété au cœur de nos modèles de fonctionnement, l'économie circulaire se détache du « solutionnisme technologique » et met l'enjeu comportemental au cœur de la transition.

Sont donc concernés les entreprises et leurs salariés, les citoyens-consommateurs,

les pouvoirs publics, les communautés d'acteurs, etc.

Par souci de pédagogie, nous nous sommes appuyés sur le schéma des « sept piliers » de l'ADEME pour illustrer le rôle que peuvent jouer les leviers du changement de comportement dans la transition de modèle économique.

Cette modélisation de l'économie circulaire par l'ADEME présente l'avantage d'être globale. Elle intègre à la fois les acteurs économiques (publics et privés) et les consommateurs, et ce, à toutes les phases du cycle de vie des produits et des ressources.



L'économie circulaire

3 domaines, 7 piliers



Le schéma de l'ADEME permet de révéler l'importance que prennent à la fois le groupe et l'environnement dans les choix individuels, et donc l'interdépendance des acteurs. Pour les citoyens-consommateurs par exemple, leur environnement doit leur permettre d'inscrire leurs pratiques dans des principes d'économie circulaire : consommation locale et durable, réparation et allongement de la durée de vie de leurs produits etc. Or, pour permettre ces pratiques, d'autres acteurs sont impliqués : les entrepreneurs locaux via le développement de filières locales et de solutions de réparation, les producteurs via la mise à disposition de pièces détachées, etc.





Mickaël DUPRÉ

Docteur en psychologie sociale et maître de conférences à l'Université de la Polynésie française



L'importance de la sémantique : des mots pour bien comprendre

Selon le professeur en économie comportementale, Mickaël Dupré, l'économie circulaire souffre d'un manque de clarté et de visibilité chez le grand public. Le renouvellement du champ sémantique est nécessaire pour que le modèle se diffuse à grande échelle. Sa compréhension est, pour le moment, limitée à une sphère technique. De plus, la notion reste segmentée et n'est pas appliquée de façon transversale.

La notion d'économie circulaire a mis de nombreuses années à s'imposer dans la sphère publique et dans les priorités politiques. Elle émerge d'abord dans les réflexions des économistes des années 1970 suite à la publication du rapport Meadows. Elle s'oppose alors à l'économie dite « linéaire » (extraire – fabriquer – consommer – jeter). C'est près de 20 ans plus tard, en 1990 que l'expression « économie circulaire » est utilisée pour la première fois par David W. Pearce et R. Kerry Turner dans leur ouvrage « Economics of Natural

Resources and the Environment ». Celle-ci s'inspire du concept de « Cradle to Cradle » - une vision où rien ne se jette, tout se transforme - développé par Michael Braungart et William McDonough à la fin des années 1980. En France, ce n'est qu'en 2015 que le concept d'économie circulaire est défini officiellement dans la loi transition énergétique pour la croissance verte.

« La transition vers une économie circulaire vise à dépasser le modèle économique linéaire consistant à extraire, fabriquer, consommer et jeter en appelant à une consommation sobre et responsable des ressources naturelles et des matières premières primaires ainsi que, par ordre de priorité, à la prévention de la production de déchets, notamment par le réemploi des produits, et, suivant la hiérarchie des modes de traitement des déchets, à une réutilisation, à un recyclage ou, à défaut, à une valorisation des déchets. »

Cependant, jusqu'à aujourd'hui, l'économie circulaire ne jouit pas d'une définition unanimement admise. Comprise par un grand nombre d'acteurs comme un simple principe consistant à penser la fin de vie des matériaux et leur recyclage, la vision de l'économie circulaire comme changement de paradigme global visant à profondément réduire l'extraction et modifier les modes de production et de consommation gagnerait encore à s'imposer.

L'article 26 de la loi Climat et Résilience prévoit la création du Conseil National de l'Economie Circulaire, qui remplace le Conseil National des Déchets, élargissant ainsi le champ d'action de ce conseil national. Huit groupes de travail ont été créés, réunissant associations, fédérations d'entreprises et experts, afin de suivre et élaborer les politiques nationales sur l'économie de la ressource. Les thématiques prioritaires sont les suivantes : suivi de l'avancement de la Feuille de route économie circulaire (FREC), commande publique et privée (groupe co-présidé par l'INEC), stratégie 3R (réduction, réemploi, recyclage), numérique, nouveaux modèles économiques de l'économie circulaire, les financements pour l'innovation, le comportement des consommateurs et l'évaluation.



1. L'OFFRE DES ACTEURS ÉCONOMIQUES

Cette partie se focalise sur le premier domaine de l'économie circulaire : l'offre des acteurs économiques. Sont concernés ici à la fois les acteurs publics et privés et les organisations. Les piliers qui composent ce domaine sont importants dans une analyse de changement de comportements puisqu'ils façonnent l'environnement dans lequel le citoyen-consommateur (l'individu) réalise ensuite son choix de consommation (bien ou service). En effet, l'offre disponible influence le comportement du citoyen-consommateur et la propension de celui-ci à adopter une démarche vertueuse d'économie circulaire. A contrario, les choix et la demande du consommateur influent sur le marché et sur l'engagement des producteurs vers la durabilité.

a. Extraction/exploitation et achats durables



L'approvisionnement durable vise une exploitation efficace des ressources en limitant les rebuts d'exploitation et l'impact sur l'environnement.

Dans la conception de services ou de biens, l'approvisionnement en ressources matières et énergétiques doit être la plus vertueuse possible (« durable »), notamment via :

- la promotion du réemploi et de la réutilisation, etc. ;
- l'utilisation de matières biosourcées ;
- la consommation d'énergies renouvelables et de récupération ;
- le développement de matières premières secondaires résultant de la valorisation des déchets ;
- la mise en place de filières locales et de circuits de proximité permettant de réduire les distances de transports et la dépendance des territoires.

EXEMPLE

Dans une étude réalisée sur **la valorisation des graves de mâchefers en technique routière**, un des freins recensés à l'usage de ces matériaux était leur **mauvaise qualité perçue**. Issus de la valorisation de déchets et d'un aspect peu avenant, les mâchefers ne sont pas valorisés à la hauteur de leur potentiel bien que le cadre réglementaire français autorise leur utilisation, sous certaines conditions. Lorsque les conditions environnementales et géologiques le permettent, ces matériaux se substituent à des matières vierges et s'inscrivent donc dans les principes de l'économie circulaire.

De nombreux signaux montrent qu'une véritable prise de conscience s'opère dans les entreprises et parmi les citoyens-consommateurs. Ces derniers sont susceptibles d'opérer une pression « positive » et d'accélérer les changements de comportement au sein des organisations. On peut notamment citer la demande croissante pour des alternatives au pétrole et au plastique, les campagnes

de sensibilisation contre la déforestation, les mobilisations citoyennes contre le gaz de schiste et les controverses autour des « grands projets inutiles », ou encore les nombreuses alertes concernant les impacts environnementaux et sociaux

de l'extraction de matières, comme cela est notamment le cas des métaux rares en Chine. Dans toutes ces initiatives, le levier de la reconnaissance des actions de l'entreprise (enjeu réputationnel) est fortement mobilisateur.

L'approvisionnement durable dans la réglementation

La loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire et la loi portant lutte contre le dérèglement climatique et renforcement de la résilience face à ses effets disposent des mesures relatives à un approvisionnement durable.

Ce levier est donc celui de la norme et plus spécifiquement de la contrainte réglementaire.

Il s'applique à la fois aux acteurs privés et à la commande publique. Parmi les mesures relatives à ce levier dans la loi, on compte par exemple :

- L'article 55 de la loi AGEC qui veut **privilegier les achats issus du réemploi ou intégrant des matières premières recyclées** ;

- L'article 56 de la loi AGEC qui **oblige les acteurs publics à utiliser des bâtiments reconconditionnés** pour les constructions temporaires ;

- L'article 58 de la loi AGEC qui oblige les acteurs publics à **acheter des biens contenant un certain taux de matières premières recyclées** ;

- L'article 35 de la loi Climat et Résilience qui oblige la **prise en compte des objectifs de développement durable** dans leurs dimensions économique, sociale et environnementale dans la commande publique ;

- L'article 36 de la loi Climat et Résilience qui oblige l'Etat à rendre disponible au plus tard le 1er janvier 2025 des **outils d'analyse de cycle de vie pour les acheteurs publics**.

Les mesures réglementaires à destination des entreprises peuvent également promouvoir certaines pratiques, telles que la consigne et le vrac, ou en interdire d'autres.

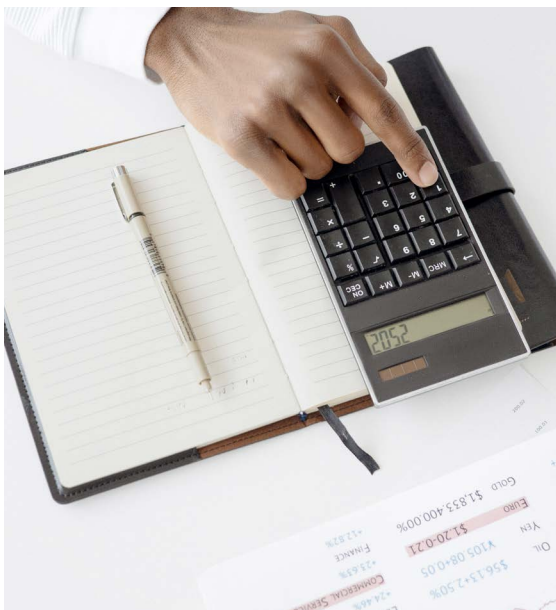
- L'article 23 de la loi Climat et Résilience prévoit le développement du vrac à horizon 2030 ;
- L'article 24 de la loi Climat et Résilience prévoit également un dispositif d'expérimentation de livraison de repas et de boissons dans des contenants réutilisables et consignés ;
- L'article 22 de la loi Climat et Résilience interdit la distribution d'échantillons de produits sans « consentement clairement exprimé » du consommateur.

Les mesures réglementaires à destination des entreprises peuvent rencontrer des freins, notamment du fait des contraintes concurrentielles à l'échelle internationale. De ce fait, d'autres leviers peuvent être mobilisés efficacement pour faire évoluer les pratiques en limitant la contrainte. Dans le domaine de l'économie circulaire et des achats/approvisionnement durables, on pense notamment à la **récompense**. A cet égard, les « **labels** » sont des outils intéressants.

Par exemple, la mise en place du label « Engagement pour l'économie circulaire » (Label 2EC) par le Cerema³ fait partie des outils incitatifs pour déployer l'économie circulaire dans le secteur du BTP (projets de construction et d'aménagement). A la fois support de communication et soutien méthodologique, ce label à paraître en cours d'année 2020 permettra aux maîtres d'ouvrages d'être accompagnés tout au long de leur démarche et de pouvoir valoriser publiquement leur pratique.



Enfin, la **comptabilité intégrée**, qui vise à prendre en considération la préservation des capitaux naturels et sociaux dans la performance des organisations, est aussi un levier essentiel : il mobilise à la fois les normes comptables (la saillance) et la récompense pour les entreprises vertueuses. Une expérimentation a été menée dans la Région Sud-Paca entre 2019 et 2021, avec 10 entreprises de toute taille, pour inscrire au bilan comptable les enjeux matériels. L'INEC, le cabinet Endrix (anciennement Compta Durable), un comité scientifique (Alexandre Rambaud et Mathieu Astic) ainsi que la Région et l'Ademe ont porté ce programme, qui a permis de réaliser des premières liasses comptables posant les bases pour une analyse intégrée de la performance des entreprises.



b. L'écoconception

L'écoconception vise à intégrer le cycle de vie dès la conception des produits et services, dans le but de minimiser les impacts environnementaux.



Selon l'étude **Pivoter vers l'industrie circulaire (avril 2021)**⁴, 85% des industriels interrogés considèrent l'industrie circulaire comme une opportunité économique. Toutefois, seulement 36% déclarent réaliser une analyse de cycle de vie de leurs produits. L'écoconception demeure une pratique peu répandue. Parmi les freins récurrents, l'historicité de l'entreprise « linéaire », la méconnaissance des outils d'analyse du cycle de vie existants et des contraintes d'ordre économique.

Comment déployer l'écoconception ? La contrainte réglementaire constitue un premier levier. Définie dans la directive européenne 2009/125/CE introduit les premières exigences en matière d'écoconception, applicables à de nombreux produits.

L'article premier de la loi économie circulaire en France rappelle les objectifs du code de l'environnement, à savoir la



promotion d'une consommation sobre et responsable de l'environnement basée sur **l'écoconception**. Plusieurs secteurs sont ciblés, dont l'électronique. Par exemple, la lutte contre l'obsolescence programmée est renforcée dans l'article 25 de la loi qui stipule que « toute technique, y compris logicielle, permettant à un metteur sur le marché de rendre impossible la réparation ou le reconditionnement d'un appareil hors de ses circuits agréés est interdite ».

De plus, la loi dispose de mesures concernant **la formation** dans certains secteurs. Dans les cursus des métiers liés au BTP et à l'architecture notamment, les étudiants pourront bénéficier de modules

sur **l'écoconception** et l'économie circulaire. L'éducation et la sensibilisation par des apports théoriques et des cas pratiques est un levier important pour que les citoyens et les nouvelles générations notamment soient conscients des enjeux de ressources et puissent s'organiser collectivement pour y répondre.

Les labels peuvent aussi jouer un rôle essentiel. La réglementation européenne sur l'étiquetage énergétique des produits électriques et électroniques a rapidement conduit à la disparition des produits les moins « éco-conçus » sur le marché. Elle constitue un excellent exemple de politique publique « souple » entraînant des changements de comportement des acteurs économiques.

Enfin, de la même façon qu'un label qui s'apparente une forme de reconnaissance, **les normes** sont des vecteurs de changement de comportement et utilisent les leviers de **la récompense** symbolique et de **la saillance**. Par exemple, les normes internationales ISO sont des outils pour que les acteurs intègrent l'écoconception dans leurs pratiques, en étant guidés et en bénéficiant de la visibilité accordée par la norme (particulièrement la norme ISO 14006 « Environmental management systems »).



Laurène
TALLON

Directrice générale-
adjointe de Gobi

Gobi.

Répondre à un besoin : le but d'un objet écoconçu

Les objets peuvent-ils permettre de générer un changement de comportement chez des personnes éloignées de la transition écologique ? Cette question soulève une contradiction : la consommation peut-elle s'inscrire dans une plus grande sobriété ? L'écoconception est ici centrale, puisqu'elle pose la question du "besoin" en premier lieu.

D'après Gobi, entreprise qui propose des gourdes réutilisables, un objet écoconçu peut encourager un "déclat" chez des usagers qui ne seraient pas sensibilisés aux enjeux de développement durable. Cette prise de conscience s'active lorsque l'objet répond à un usage essentiel, tout en étant désirable (par le design par exemple).

Déclencher un effet boule de neige par la communication et le bouche-à-oreille

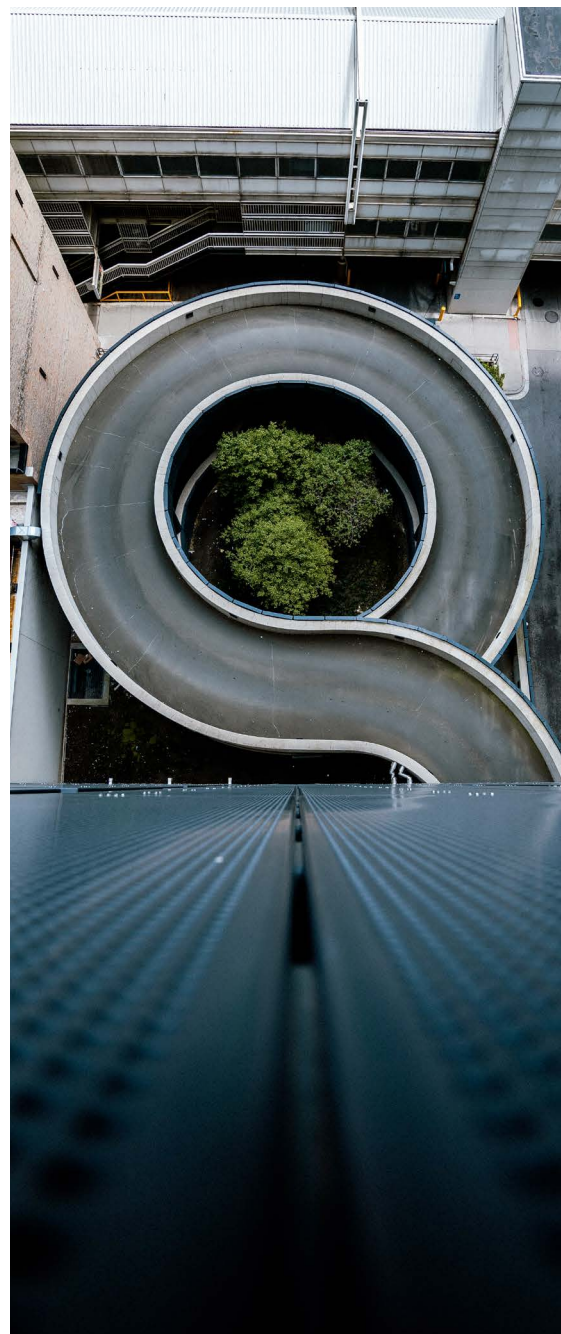
Ainsi, en complément des outils de sensibilisation plus classiques, des objets écoconçus peuvent permettre d'accélérer le changement. Cette action, qui peut s'avérer plus puissante qu'un discours culpabilisant, permet d'enclencher un effet boule de neige et d'amener vers des changements inconscients. Gobi rend publiques les informations concernant l'impact environnemental de la production d'une gourde, au bout de combien de temps d'utilisation cet impact est compensé et les arguments derrière les choix de production. La transparence vis-à-vis de ces données peut, premièrement, inciter les usagers à les communiquer à d'autres, moins sensibles aux problématiques environnementales. Deuxièmement, la communication autour de l'objet est primordiale, pour permettre au client de prendre soin de son objet, de le laver, de le réparer, afin de prolonger la durée d'usage. Ainsi, le changement de comportement par l'objet apparaît comme une manière d'engager des consommateurs pour l'environnement - sans passer par la contrainte et la culpabilisation et de manière durable.

c. L'écologie industrielle et territoriale (EIT)



L'écologie industrielle et territoriale est un mode d'organisation interentreprises qui favorise les échanges de flux (matières et énergétiques) et la mutualisation des besoins entre acteurs dans une logique de proximité. Les synergies interentreprises ainsi générées sont créatrices de gains sociaux économiques et environnementaux et contribuent à améliorer la résilience des territoires.

L'émulation est un levier central pour développer des pratiques d'EIT. Selon l'ADEME, l'EIT est une approche pragmatique et « systémique », où les acteurs d'un territoire doivent être coordonnés et où l'effervescence collective devient un moteur puissant de changement de comportement individuel.





Julien PILETTE

Conseiller municipal
délégué (EuraClimat -
économie circulaire)
de la Ville de Lille



L'action territoriale, levier de changement des comportements - l'exemple de la Ville de Lille

Les politiques publiques, au différents échelons territoriaux, peuvent faciliter le changement des comportements. Si la planification en matière d'économie circulaire revient aux Régions, les municipalités ont également un rôle à jouer : « premier échelon de collectivité territoriale, la ville est l'interlocuteur de prédilection de la société civile et des porteurs de projets sur l'économie circulaire » souligne Julien Pilette, premier élu à l'économie circulaire à Lille. Entrepreneur et fondateur d'évènements collectifs de ramassage

des déchets (World Clean Up Day), l'élu souligne l'importance des « petits gestes individuels », incontournables pour transformer l'économie et la société en profondeur et répondre à l'urgence climatique. Pour cela, la ville de Lille, culturellement impliquée dans l'économie circulaire à l'image de sa Grande Braderie annuelle, a adopté le 8 avril 2022 une feuille de route économie circulaire.

Ainsi, les équipes communales s'emploient à faire connaître les solutions circulaires, créer des synergies entre les acteurs, changer les modes de consommation en soutenant les commerçant.e.s et les artisan.e.s engagé.e.s, aiguiller les porteur.se.s de projet dans le lancement de leurs activités. Par exemple, l'entreprise les Recoupettes – une resourcerie en arts du fil, valorisant des textiles mais aussi du matériel de couture – a ouvert ses portes en 2018 pour récupérer et upcycler les vêtements et textiles usagés.

A titre d'exemple, les conclusions du Programme National de Synergies Interentreprises (PNSI) conduit sur deux ans à partir de juin 2015 ont mis en évidence l'importance de créer des relations entre acteurs d'un territoire pour amorcer des pratiques d'EIT. Le PNSI est aujourd'hui répliqué à des échelles plus réduites, à travers des programmes territoriaux de synergies interentreprises (PTSI), comme dans la Région Sud grâce au réseau des chambres de commerce et d'industrie (CCI) et dans les Antilles. A ce titre, les territoires insulaires sont pertinents pour déployer des démarches d'EIT dans la mesure où leur approvisionnement en ressources est contraint et que nombre de déchets sont exportés, faute d'infrastructures présentes sur le territoire.

Lors du travail d'analyse du PNSI⁵, les résultats ont révélé la part importante de synergies résultant de nouvelles relations entre acteurs. En effet, on observe qu'il est plus facile de créer un cadre commun de références sur l'économie circulaire et l'économie de la ressource pour des entreprises qui ne se côtoient pas (soit du fait d'un éloignement géographique, soit parce que leurs secteurs d'activités sont différents). A contrario, les entreprises qui entretiennent déjà des relations possèdent un cadre de référence commun

préétabli au programme (représentation, valeur, norme). Il est alors indispensable de remettre à plat ce cadre de référence « commercial » et de le refonder sur des valeurs plus collaboratives.

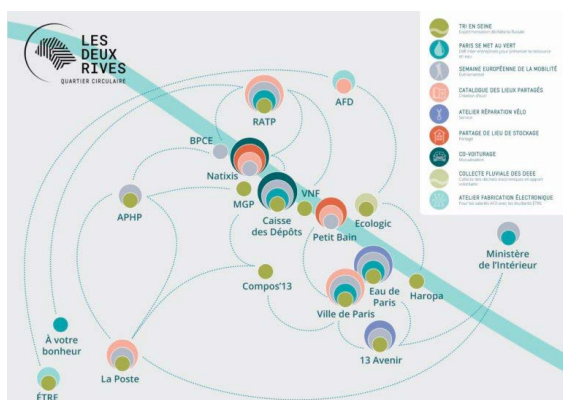
Pour ce faire, la méthodologie PNSI/PTSI crée des moments de rencontre entre les différents acteurs d'une démarche d'EIT, grâce à des ateliers de travail collaboratifs. De plus, le besoin de pérenniser la confiance entre les acteurs par le biais d'échanges réguliers est souligné par ces analyses. Ainsi, l'émulation première créée lors des ateliers doit être soutenue d'une forte animation pour concrétiser les synergies. D'autres leviers doivent donc être activés pour aider à la concrétisation des synergies interentreprises (un suivi, des modes de récompense, etc.).



EXEMPLE

A Paris, le quartier des Deux Rives (entre le 12^{ème} et 13^{ème} arrondissements) est un exemple de **quartier « circulaire »**, où l'EIT se déploie autour d'une communauté d'entreprises, d'institutions et d'associations. Des pratiques telles que la mutualisation d'achats, des services de collecte ou de la logistique structurent les relations entre acteurs du quartier.

De nombreux leviers sont activés pour créer cohésion et engager la confiance : challenge inter-entreprises visant à préserver les ressources, ateliers collaboratifs, mise en récit collective du quartier et travail sur le langage...



Source : Les Deux Rives Paris

d. L'économie de fonctionnalité

L'économie de fonctionnalité privilégie l'usage à la possession et tend à vendre des services liés aux produits plutôt que les produits eux-mêmes.



L'économie de fonctionnalité présente de nombreux avantages : elle permet de limiter les dépenses matières et énergétiques liées à une production volumique. Ce modèle économique incite par la même à adopter des démarches d'écoconception et à rechercher l'allongement de vie du produit.

Les exemples historiques des entreprises Michelin et Xerox ont révélé la valeur ajoutée de l'économie de fonctionnalité. En conservant la propriété de leurs produits et en fournissant un « usage performant », ces entreprises économisent des coûts de matières premières (récupération et régénération des produits), fidélisent leur clientèle, et réduisent la production de déchets.

Le contexte socio-économique et la tendance à l'« uberisation » accompagne le déploiement de nombreuses offres affiliées à l'économie de fonctionnalité.

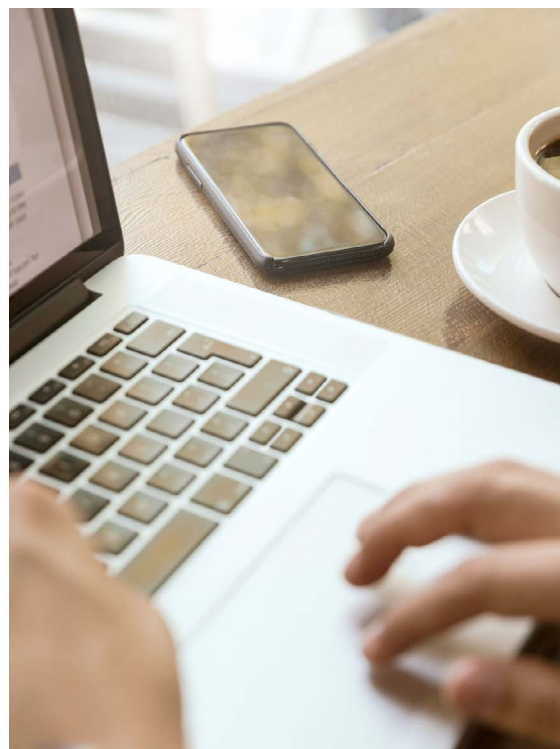
De plus en plus des formules de « bouquets » de services intégrés sont ainsi développées (télécommunication, mobilité, électroménager, etc.).

La prise de conscience collective sur la raréfaction des ressources et les enjeux environnementaux a en outre « imposé de repenser la durabilité et l'utilisation des ressources, car la rentabilité ne dépend plus de la multiplication des ventes »⁶. L'économie de fonctionnalité bénéficie d'une **fenêtre d'opportunité** : les entreprises sont amenées à faire évoluer leur offre pour répondre aux besoins des consommateurs, soulignant de nouveau l'interdépendance des acteurs dans le choix de comportement des uns (qui proposent une offre) et des autres (qui émettent une demande).

Du point de vue des **citoyens-consommateurs**, Dominique Bourg (philosophe de l'environnement) pointe le fait qu'il subsiste un « instinct de propriété »⁷, qui peut rendre difficile la mise en place d'offres d'usages. Toutefois, des comportements de consommation nouveaux apparaissent, comme l'économie collaborative. Le Ministère de la transition écologique et solidaire la définit ainsi : « *L'économie collaborative, également appelée économie de partage, ou de pair à pair,*

s'avère être aujourd'hui un mode novateur de consommation en matière d'échanges sur plateformes d'offres commerciales de biens et de services entre particuliers. ».

Selon l'étude conduite par le PIPAME, la DGE et le PICOM en juin 2015, l'économie collaborative connaît de profonds changements structurels et se diffuse à grande échelle. Il existerait en France « un formidable gisement pour l'utilisation et l'échange d'objets entre particuliers »⁸, notamment pour les secteurs de l'équipement (transactions de biens). Ce contexte semble propice au développement d'offres d'usages.



De plus, le récent plan d'action économie circulaire publié par la Commission Européenne en mars 2020 vise au développement de l'économie de fonctionnalité. Dans plusieurs secteurs, **l'usage doit être préféré à la notion de vente**. Par exemple, il est fait mention que la prochaine stratégie européenne sur la mobilité durable incitera au déploiement de solutions de type « produit-service » pour les véhicules⁹. L'Institut Européen de l'Economie de la Fonctionnalité et de la Coopération a par ailleurs été mis en place en 2015 afin de capitaliser sur les retours d'expériences, de favoriser la coopération entre des clubs d'animation territoriaux et de lancer des programmes de recherche opérationnels sur l'économie de fonctionnalité dans un dynamique d'émulation collective.



**Laurène
TALLON**

*Directrice générale-
adjointe de Gobi*

Gobi.

Coopérer autour des points d'eau

Un objet comme la gourde peut permettre d'engager les acteurs de la société et de les mobiliser pour coopérer autour des points d'eau. Afin d'encourager la consommation de l'eau du robinet et des fontaines, il faut déclencher deux changements : un changement d'habitude et un changement d'imaginaire. Changer les habitudes repose sur la création d'infrastructures pour remplir les gourdes, sur le bon référencement des fontaines, sur la démocratisation du maillage territorial en eau. Changer d'imaginaire repose sur la perception de la qualité de l'eau du robinet, grandement dépendante elle-même de l'éducation et des habitudes familiales. L'objectif est de créer de la désirabilité autour de l'eau du robinet. L'initiative "ici je choisis l'eau de Paris", directement inspirée de Refill London, et l'application open source Freetaps, qui référence des points d'eau en France et en Europe, permettent de démocratiser l'usage de gourdes et de l'eau du robinet.

D'autres leviers existent pour accompagner le changement des modèles économiques des entreprises, comme des **méthodologies** par exemple, qui s'apparentent aux normes présentées dans la partie 1.b) (par exemple, la méthodologie NOVUS de l'Institut Inspire, l'outil ACMED ou encore la méthodologie SEFIOR). Ces méthodologies sont des outils pour guider les entreprises qui souhaitent transiter vers ce modèle économique et font donc appel à de la saillance puisque sont mis en évidence les choix à opérer et les bénéfices concrets d'une transition de modèle économique. Toutefois, les acteurs économiques rencontrent des difficultés à établir de telles offres. Ces freins sont d'ordre assurantiels pour la plupart et constituent des motifs bloquants, que **la réglementation pourrait alléger**.

L'écoconception, l'écologie industrielle et territoriale ainsi que l'économie de la fonctionnalité constituent autant de modèles qui permettent d'optimiser la phase de production.

Il est nécessaire de compléter cette première maille par des mesures destinées à améliorer les logiques d'achat des consommateurs. Lorsque l'offre est disponible, le choix des consommateurs se tourne-t-il vers l'option la plus vertueuse ?

Quels sont les motifs de choix dans l'acte de consommation ? Quels peuvent être les leviers pour accompagner ces choix vers des options circulaires ?



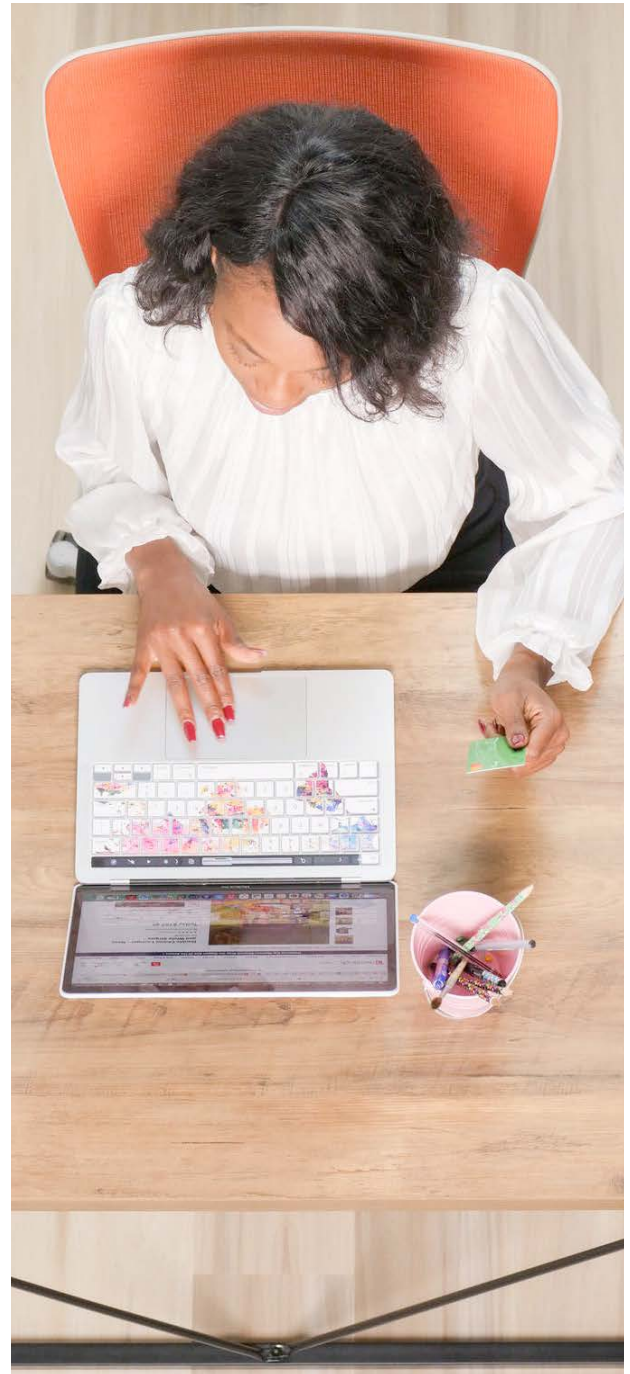
2. DEMANDE ET COMPORTEMENT DES CONSOMMATEURS

Selon l'étude d'Ethicity¹⁰ citée par l'ADEME¹¹, il existe un « véritable fossé des comportements » dans les pratiques de consommation responsable. L'enjeu est donc de réaliser un passage à l'échelle des pratiques de consommation circulaires en accompagnant la massification des bonnes pratiques existantes.

a. Consommation responsable



La consommation responsable doit conduire l'acheteur à effectuer son choix en prenant en compte les impacts environnementaux à toutes les étapes du cycle de vie du produit (biens ou services) selon la définition retenue par l'ADEME.



La consommation responsable dans la réglementation

Tout d'abord, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire vise à remédier au manque d'information des consommateurs en **sensibilisant le plus grand nombre sur l'impact de leurs achats**.

A ce titre, un chapitre de la loi est consacré à l'information du consommateur. Les mesures réglementaires favorisent **la saillance et la mise en évidence des choix vertueux**. Parmi ces mesures on compte par exemple :

- L'article 13 qui oblige **au renforcement de l'information apportée au consommateur** (compatibilité des logiciels avec la durée des usages des produits électroniques, la présence éventuelle des substances dangereuses etc.) Le décret n°2021-1285 du 1er octobre 2021 apporte des précisions sur les substances dangereuses dont la présence dans les produits générateurs de déchets doit faire l'objet d'une information au consommateur. Un autre décret précise les obligations des opérateurs en matière de communication envers leurs abonnés à propos des équivalents

en émissions de gaz à effet de serre des abonnements mobiles ;

- L'article 15 de la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire **instaure un dispositif d'affichage environnemental ou environnemental et social volontaire** et l'article 2 de la loi Climat et Résilience prévoit l'affichage de l'impact environnemental des biens et des services qui doit faire "ressortir, de façon fiable et facilement compréhensible pour les consommateurs, l'impact spécifique en termes d'émissions de gaz à effet de serre des biens et services sur l'ensemble de leur cycle de vie" ;
- L'article 7 de la loi Climat et Résilience **régule la publicité sur les produits et services ayant un impact excessif sur le climat**, notamment les produits faisant la promotion des énergies fossiles ou des voitures neuves. L'article 7 rend également obligatoire de rendre disponible pour le consommateur une information synthétique sur l'impact environnemental des biens et services dans certaines publicités.

Les indices offrent également au consommateur l'accès à une information synthétisée calculée au regard de plusieurs critères plus complexes. Notamment, l'indice de réparabilité, créé par l'article 16 de la loi AGECE et dont les critères sont précisés dans le décret n°2020-1757 du 29 décembre 2020, vise à indiquer au consommateur si le bien acheté est réparable. La création d'un indice de « durabilité » est prévue pour 2024, et devra intégrer d'autres critères que la réparabilité. Le décret n°2020-1757 du 29 décembre 2020 précise les critères de l'indice de réparabilité, et précise sous quel format cet indice doit être mis à disposition des consommateurs, par voie électronique.

Ces informations sont essentielles pour que les pratiques de consommation évoluent : une étude publiée par le Conseil économique social européen (CESE) en mars 2016 a notamment montré que les comportements évolueraient si la durée de vie des produits était mentionnée au moment de l'achat¹². L'expérience a été réalisée sur un échantillon de 2 917 personnes en France, Espagne, République tchèque et Bénélux. Ainsi, il est montré que les Européens condamnent les pratiques d'obsolescence programmée. Ils sont 90% à déclarer être disposés à payer plus cher pour avoir un lave-vaisselle avec une durée

de vie supérieure à deux ans par exemple. De même, la progression des ventes pour des produits labellisés « durables » augmente de 128% pour les valises et de 70% pour les imprimantes. Le rapporteur de l'avis du CESE Thierry Libaert, qui a produit l'étude, explique donc l'intérêt de replacer le consommateur au centre du dispositif « *en améliorant l'information sur les produits qu'il achète* »¹³.



De plus, les mentions trompeuses de type « biodégradables » seront interdites et les mentions indiquées par les entreprises feront l'objet de contrôles. Parallèlement à cette lutte contre les allégations environnementales, les publicités sont incitées à réinterroger leurs modes

de communication pour contrer les phénomènes **d'obsolescence esthétique et psychologique**. La loi vient notamment sanctionner le non-respect du « stop pub » à partir du 1er janvier 2021 (amende pouvant aller jusqu'à 1500 €) (art. 46) et interdit toute publicité ou action de communication commerciale incitant à se débarrasser d'un produit sans faire mention des pratiques de réutilisation ou de recyclage (art. 50). La loi Climat et Résilience (art. 21) prévoit également une expérimentation visant à interdire la distribution à domicile d'imprimés à visée commerciale en l'absence d'une mention visible sur la boîte aux lettres. De plus, l'interdiction du « Black Friday » est évoquée dans l'article 12 (« une publicité ne doit pas donner l'impression que le consommateur bénéficie d'une réduction de prix comparable à celle des soldes »). Aucun décret d'application n'a été publié sur cet article, dont le principe n'est de facto pas respecté à ce jour.



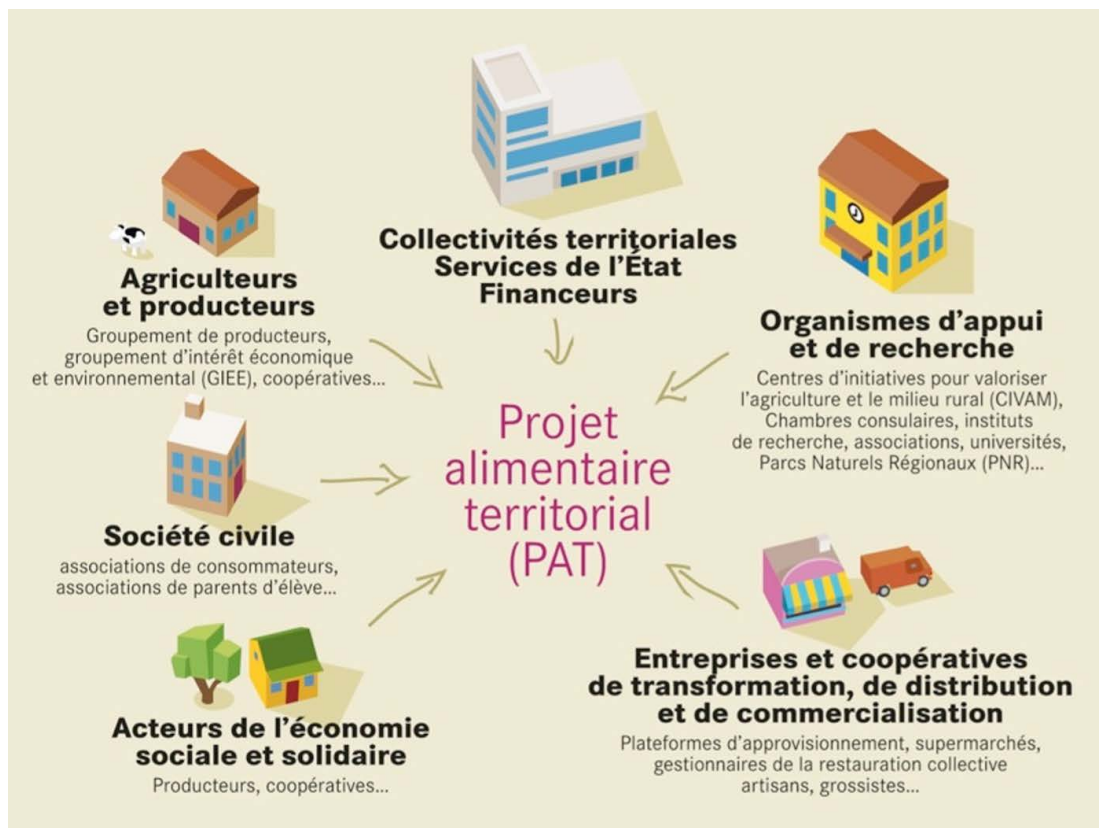
L'éducation doit également être un puissant levier pour faire évoluer les comportements en matière de développement durable et d'économie circulaire. Au-delà de l'amélioration de l'information fournie au consommateur, il est nécessaire d'instruire les citoyens de demain dès le plus jeune âge à travers l'éducation, tant à l'école primaire que lors des études secondaires et supérieures. Les articles 5 et 6 de la loi Climat et Résilience inscrivent dans la loi l'éducation au développement durable, qui doit "permettre aux élèves de comprendre les enjeux environnementaux, sanitaires, sociaux et économiques de la transition écologique et du développement durable".

Enfin, le changement des comportements dans le domaine de la consommation passe aussi par **l'émulation, suscitée par planification urbaine et territoriale favorable. Par exemple, la municipalité d'Albi** s'est fixé un objectif d'autosuffisance alimentaire et a mis en place plusieurs dispositifs pour inciter les producteurs mais aussi les consommateurs à s'inscrire dans cette dynamique. Il a donc fallu amener les habitants du territoire à privilégier les produits locaux, les circuits courts et la consommation directe.

Pour ce faire, la municipalité s'est tout d'abord appuyée sur la **plateforme Locavor.fr** afin de développer une offre alimentaire en circuits courts pour ses habitants. La plateforme fonctionne comme est un annuaire où tous les producteurs et artisans locaux sont recensés. Cette offre permet aux Albigeois d'inscrire leur pratique de consommation dans des circuits courts et plus durables.

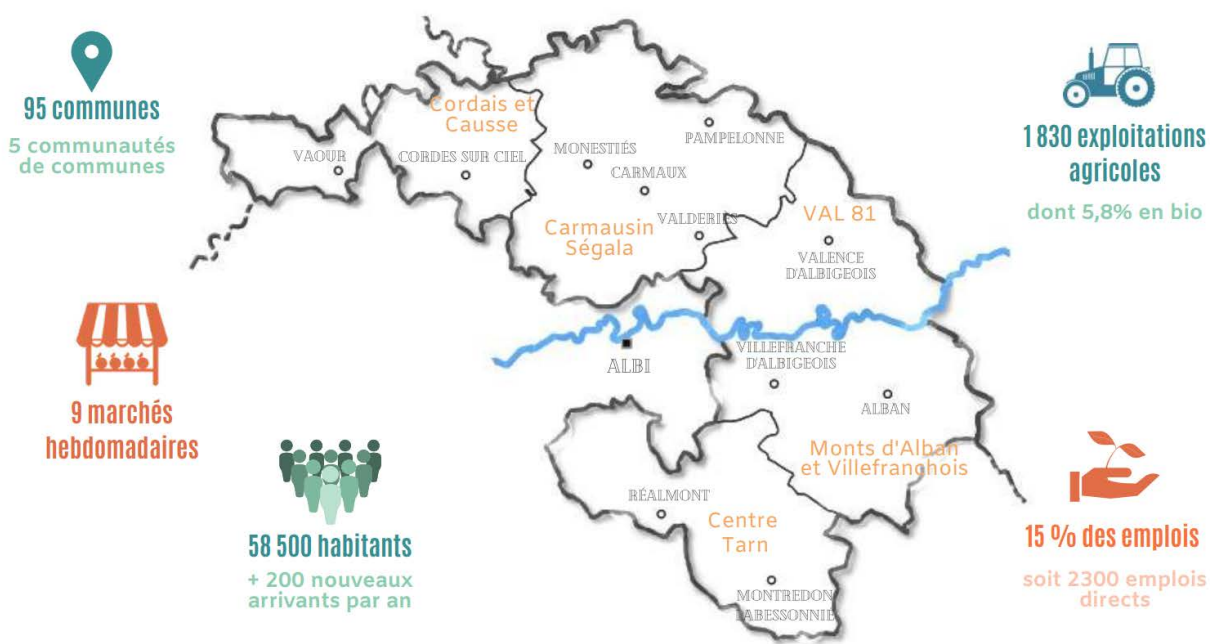
Une stratégie alimentaire territoriale, ou « **Projet Alimentaire Territorial** » (PAT), est venue soutenir les producteurs et

l'offre alimentaire locale, en faisant le lien entre territoires urbains, péri-urbains et ruraux. C'est le pôle territorial Albigeois-Bastides, constitué entre 2003 et 2005, qui organise le déploiement de ce PAT, en réunissant agriculteurs, producteurs, organismes d'emploi et de recherche, entreprises conventionnelles et issues de l'ESS, citoyens... La gouvernance partagée et l'implication multi-acteurs nécessaire dans les projets alimentaires territoriaux en font des projets d'économie de la ressource exemplaires.



Les actions du pôle couvrent au total 1674 km² et concernent 100 communes à forte dominante rurale : 60% du territoire est dédié à l'agriculture. Parmi les premières actions de ce pôle, qui regroupe plusieurs acteurs (élus et techniciens), on compte notamment **l'installation de maraîchers professionnels sur des terrains acquis par la collectivité** (sur le secteur de Canavières en bordure du Tarn). Pour accompagner cette démarche, un marché des producteurs de pays est lancé sous la halle du Castelviel, pour faciliter l'accès à l'alimentation de proximité et de qualité à l'ensemble des Albigeois.

Mais la « consommation responsable » **ne se limite pas à l'alimentation** et le levier de l'émulation peut aussi être complété par le levier de la récompense. A cet égard, la ville de Chantepie (Ille-et-Vilaine) a aussi développé des moyens pour sensibiliser les habitants de la ville **aux enjeux écologiques de façon plus générale** (notamment au niveau de la **consommation énergétique**) et certaines actions mises en œuvre se basent sur la récompense. Par exemple, la municipalité participe annuellement au « défi énergie commune du Pays de Rennes » et désigne deux ambassadeurs par bâtiment qui se chargent de diffuser les bonnes pratiques



Les territoires concernés par le PAT Albigeois-Bastides - Source : Pôle Territorial Albigeois-Bastides

en matière d'économie d'énergie pendant une semaine. Les communes qui réalisent les plus fortes baisses d'énergie sont alors récompensées.¹⁴

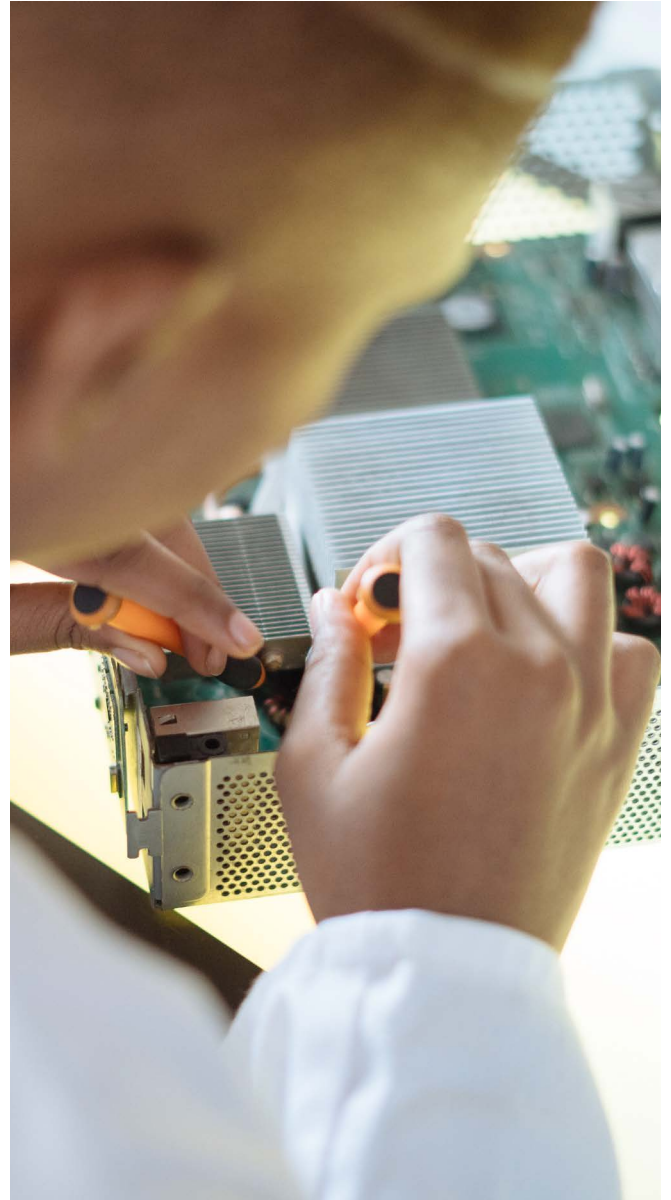
Enfin, on peut aussi mentionner dans le champ de la consommation « responsable », les pratiques de consommation collaborative ou de partage (présentées plus haut) qui font appel à **l'émulation**.

b. L'allongement de la durée d'usage



L'allongement de la durée d'usage par le consommateur conduit au recours à la réparation, à la vente, au don d'occasion ou à l'achat d'occasion dans le cadre du réemploi ou de la réutilisation.

Dans une perspective d'économie circulaire, le citoyen-consommateur est appelé à faire durer le plus longtemps possible les biens qu'il possède. Cela passe par différentes actions : la réparation, le réemploi ou la réutilisation. Il doit aussi pouvoir avoir facilement accès à ce type de biens pour éviter de se tourner automatiquement vers du neuf.



L'allongement de la durée d'usage dans la réglementation

Pareillement aux autres piliers de l'économie circulaire, la contrainte réglementaire via la loi économie circulaire va permettre aux individus d'adopter des comportements qui vont dans le sens d'un allongement de la durée de vie des produits :

- L'article 19 de la loi met en place une **obligation d'information sur la disponibilité des pièces détachées** par les fabricants ou les importateurs de biens meubles et d'équipements électroniques. Si l'information n'est pas fournie, alors les pièces détachées sont considérées comme non disponibles. Cet article réduit aussi le temps de fourniture des pièces détachées par le fabricant ou l'importateur : quinze jours ouvrables et non plus deux mois. Le décret n°2022-59 du 25 janvier 2022 précise les conditions de cette offre. L'article 30 de la loi Climat et Résilience apporte des précisions sur la durée l'obligation de rendre disponibles des pièces détachées des articles de sport, de jardinage, et les petits équipements électriques et électroniques ;
- Plusieurs articles sont relatifs à des **extensions de garantie** pour les produits d'occasion (art. 21) et pour les produits réparés (art. 22), ce qui incite les consommateurs à consommer de la seconde main ;
- L'article 32 de la loi Climat et Résilience prévoit **la reprise sans frais des véhicules usagés** accompagnée d'une prime au retour pour accroître l'efficacité de la collecte, pour stimuler la récompense et ainsi favoriser la réutilisation des pièces détachées issues des véhicules usagés ;
- **La promotion de la consigne** (article 23 de la loi Climat et Résilience) qui stimule la récompense (récupération du montant « consigné ») et la saillance (avec la mise en place de points de collecte).

L'engagement est aussi favorisé par **l'émulation**. Les initiatives collectives au sein des bassins de vie du type brocante, ou festivals du réemploi sont notamment à encourager.

Cet effet **d'émulation** peut être couplé au levier de la **saillance** en favorisant le développement de réseaux structurés du réemploi, à l'image du Réseau Francilien des Acteurs du Réemploi, ou du mouvement « Makers ».



Crédit : Maker Faire

EXEMPLE

La **Maker Faire** est un évènement qui regroupe des ateliers, des présentations et des conférences autour des pratiques créatives et du Do It Yourself (Faites-le vous-même). Lors de cet évènement (il se tient à Paris à la Cité des Sciences), les « makers » présentent leurs innovations technologiques, artisanales, scientifiques etc. Des auteurs, des artistes ou encore des étudiants sont présents, afin de découvrir et partager des façons concrètes de fabriquer des objets. Cet évènement est répliqué à l'échelle du monde entier, depuis 2006.

Maker Faire®

Après l'offre et la demande, c'est la **gestion des déchets** qui doit aussi faire l'objet d'une analyse.

3. LA GESTION DES DÉCHETS

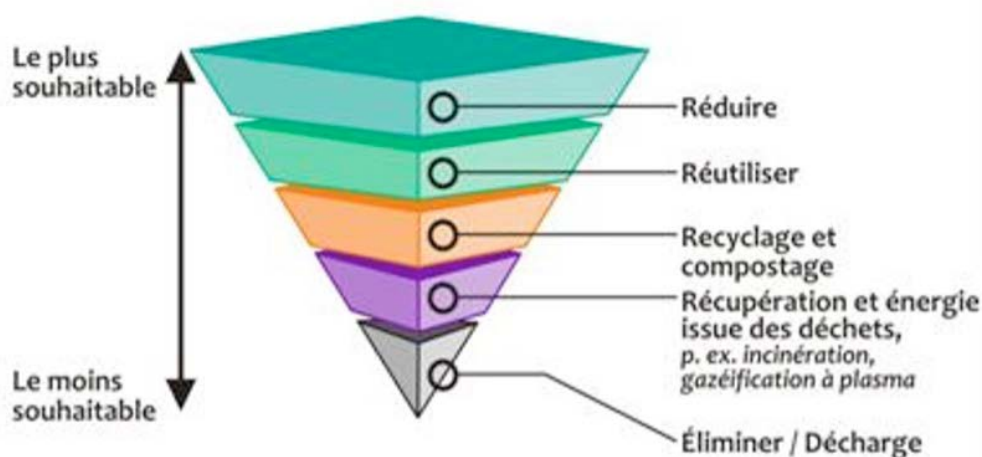
a. Du point de vue des citoyens-consommateurs

La notion de « gestion » ou de traitement des déchets recouvre un large pan d'activités.

L'objectif que se sont fixé les pouvoirs publics est de réduire la production de déchets : c'est donc la prévention, premier axe de la pyramide, qui doit rester prioritaire sur le reste des activités de gestion (réutilisation, recyclage et compostage, valorisation énergétique, mise en décharge). En effet, l'article 3 de

la loi économie circulaire fixe l'objectif de réduire de 15% la quantité de déchets ménagers assimilés et déchets des activités économiques (hors bâtiments) d'ici 2030. Cet article introduit aussi un objectif de réduction de 5% des quantités de déchets d'activités économiques par unité de valeur produite en 2020 par rapport à 2010.

Toutefois, la prévention des déchets n'est pas une notion acquise par le public, comme le souligne Mickaël Dupré : « *Waste prevention is largely understood as waste sorting* »¹⁵, c'est-à-dire que la prévention est assimilée à l'action de tri. De même, selon Valérie Guillard, professeur en marketing à l'université Paris-Dauphine/PSL¹⁶, les individus « *ont des représentations erronées du gaspillage des objets. Ils associent le gaspillage à deux idées : une pratique, jeter, et un contenu,*



Pyramide de traitement préférentiel des déchets. Source : Grand Lyon.

l'alimentaire ». Or, le gaspillage peut aussi renvoyer à d'autres pratiques : jeter des objets matériels que l'on n'utilise plus, pourtant en bon état, ou encore conserver des objets que l'on n'utilise pourtant plus. Il est donc nécessaire de sensibiliser sur les bonnes pratiques. C'est pourquoi Valérie Guillard suggère de déployer « des leviers en termes de communication, mais aussi de dispositifs (par exemple, que mettre en place pour que la circulation des objets s'opère mieux ?) »¹⁷.

Selon l'ADEME, les personnes qui ont une conscience aiguë du gaspillage et de leurs pratiques en sont arrivées là par étapes et prises de conscience successives¹⁸. On parle donc de « trajectoires » d'engagement. L'objectif que s'est fixé l'ADEME est de prochainement étudier les facteurs déclencheurs de ces trajectoires pour qu'un maximum d'individus réduisent le gaspillage et les quantités de déchets produites. Une étude en cours conduite par l'ADEME et relative au changement de comportement présente des outils intéressants pour répondre à cette ambition et parvenir collectivement à **une réduction à la source**.

Dans cette partie, nous relevons trois leviers qui permettent de repenser la gestion des déchets.



- **Lutter contre le gaspillage et sensibiliser les citoyens-consommateurs au zéro déchet**

Certaines municipalités ont mis en œuvre des initiatives concrètes de prévention et de sensibilisation à la réduction des déchets.

C'est le cas de la ville de Roubaix (Nord) s'est fixé l'objectif de devenir une ville « **zéro déchet** » et visant la **sobriété** dans ses modes de production et de consommation. L'action mise en place cible principalement les familles : chaque année depuis 2015, 100 à 200 familles s'engagent à réduire de 50% leur production de déchets en 1 an. Rapidement, les écoles, commerces, collectivités et entreprises se sont aussi mobilisés pour réduire et mieux valoriser

les déchets dans la ville. Se crée donc dans un premier temps, une émulation collective.

La ville organise des ateliers de sensibilisation à destination des familles engagées (fabrication de lombricomposteurs, confection de sacs réutilisables, façades de plantes grimpantes sur les maisons etc.). Le levier de la saillance est aussi activé puisqu'un suivi personnalisé est assuré tout au long de l'année.

Une expérience de psychologie sociale a en effet montré que des foyers recevant de façon hebdomadaire et sur 14 semaines un feedback sur le poids effectif de leurs ordures ménagères résiduelles réduisent significativement plus ce poids entre la période pré-expérimentale et la période expérimentale que des foyers qui ne reçoivent aucune information¹⁹. L'importance du partage d'informations et d'un suivi régulier dans l'adoption de cette démarche est donc affirmée.

Un festival « Zéro Déchet » est organisé pour mettre en lumière les familles impliquées. Enfin, trois autres événements de sensibilisation ponctuent l'année : le forum NaturaRoubaix, la fête de la Récolte et la semaine de réduction des déchets. Des associations liées à l'environnement

sont mobilisées lors de ces événements pour proposer des animations auprès des enfants.

Pour convaincre les roubaisiens, la ville met en lumière **les impacts positifs de la démarche** et fait appel à une forme de **récompense** (à la fois symbolique et économique) : en s'inscrivant dans la dynamique, le poids de déchets résiduels des familles-tests sera 4 fois inférieur à la moyenne roubaisienne et l'économie attendue est de 5000 euros par an.



Festival Zéro Déchet de la Ville de Roubaix



**Magdalene
DELEPORTE**

*Adjointe au Maire de
Roubaix, en charge du Zéro
Déchet écoles, familles et
associations*



La ville de Roubaix, pionnière du zéro déchet

En 2014, l'adjoint roubaisien Alexandre Garcin, insuffle dans la politique de la ville un volet zéro déchet qui positionnera Roubaix comme une ville pionnière sur le sujet. Depuis huit ans, la ville de Roubaix met en place le programme d'accompagnement « Familles Zéro Déchet » afin d'impliquer et d'encourager les foyers à diminuer la quantité de déchets produites et à développer de nouvelles pratiques s'inscrivant dans une démarche zéro déchet. Pour ce faire, la ville propose un premier accompagnement de six mois auprès des familles volontaires. Celui-ci permet aux familles d'avoir accès à des ateliers gratuits (300 ateliers proposés chaque année, par chacune des 26 communes de la Métropole Européenne de Lille, MEL) pour intégrer la démarche zéro déchet à leurs pratiques quotidiennes et à du matériel de

pesée pour évaluer l'amélioration de leurs performances. En retour, les habitant.e.s proposent des pistes d'action à la Ville lors des rencontres organisées pour que celle-ci puisse améliorer sa approche : « La démarche est co-construite avec les habitant.e.s. Il est important qu'ils soient au centre de la démarche sinon ça ne fonctionne pas. », selon Magdalene Deleporte, adjointe actuelle du Maire de Roubaix. Aujourd'hui, 780 familles roubaisiennes et 2500 familles de la MEL se sont engagées dans le défi et constituent la communauté de familles zéro déchet. Régulièrement sollicitées lors des ateliers ou des événements annuels (festival du Printemps, festival Zéro Déchet), elles peuvent mettre à disposition leurs compétences auprès d'autres familles de la région : « Si une famille en touche 10, 8 000 familles touchées par la démarche zéro déchet sans être inscrites. », ajoute Magdalene Deleporte. Désormais, Roubaix est considérée comme une ville visionnaire sur la question du zéro déchet. Au-delà des habitant.e.s, la dynamique a permis la labellisation Zéro déchet de 70 commerçant.e.s de la MEL, et le renforcement de certaines activités, comme celle de la consigne.

- **Mettre en place des supermarchés inversés et développer des emplois locaux**

Le territoire du libournais, délimité par le champ d'action du SMICVAL (Syndicat Intercommunal de Collecte et de Valorisation des déchets du Libournais Haute-Gironde), **s'est fixé l'objectif de réduire la production de déchets** tout en leur redonnant de la valeur.

En avril 2017, le SMICVAL a déployé un **supermarché inversé** à Vayres Izon et Cadarsac (en remplacement du Pôle Recyclage) pour redonner de la valeur aux objets et matériaux. Dans ce supermarché, il est possible de donner et de prendre des objets pour leur donner une seconde vie. Cela permet de réduire au maximum la production de déchets en cohérence avec la hiérarchie de traitement des déchets (prévention, réduction à la source, réemploi, recyclage, valorisation). L'espace est organisé en trois lieux : une maison des objets, un préau des matériaux et les dépôts au sol. Les résultats du supermarché sont particulièrement encourageants, avec une augmentation de 85% de recyclage, une diminution de 60% des déchets enfouis et de 30% de déchets produits.



Fort du succès du premier supermarché inversé, l'ouverture d'un second « **Smicval Market** » à Libourne est prévue pour 2022. Parallèlement, la dynamique se poursuit : le SMICVAL a lancé l'association « **Nouvel'R** » qui s'engage à créer des emplois locaux en développant des filières de recyclage. Bien gérer ses déchets s'apparente ainsi à un acte de développement économique local. Cet aspect est important car comme le note l'ADEME, la prise de conscience sur le gaspillage peut aussi être liée à des trajectoires de conversion professionnelle et la recherche d'une cohérence entre valeurs personnelles et professionnelles²⁰.



**Renaud
PIQUEMAL**

*Conseiller économie
circulaire & zero
waste à la Direction
Générale des Services du
SMICVALassociations*



Le SMICVAL, changer le comportement en jouant avec les usages et par l'innovation démocratique

Les activités du SMICVAL s'inscrivent dans une transformation de l'ensemble du service public de gestion des déchets : un engagement Zero Waste. L'enjeu est de passer d'une collectivité qui traite les déchets de manière technique à une collectivité qui traite de questions de changement de comportement et de représentations (qu'est-ce que le don, qu'est-ce qu'un supermarché ou une déchèterie...). Le SMICVAL Market de Vayres est la figure de proue de ce changement ; d'abord critiquée, l'initiative a ensuite été saluée à la suite du changement des représentations. Une fabrique territoriale qui s'appuie sur l'économie

comportementale est également en train d'être mise en œuvre, dans le but de proposer des outils d'accompagnement au changement afin de généraliser la vision « donner, reprendre ».

Jouer avec les codes existants : le choix du nom "supermarché inversé" et d'un lieu propre, ludique et coloré

En choisissant le nom de "supermarché inversé" et l'architecture du lieu, l'idée était de jouer avec les codes existants du marketing, avec un pas de côté pour bousculer les usagers. Les codes marketing et de la consommation assimilés par tous sont bien présents (caddies, espace de circulation, identification communication) mais l'objectif est totalement différent, et permet de servir les intérêts des territoires. Le choix d'un lieu propre, ludique et coloré, avec des bâtiments neufs, permet de rompre avec l'imaginaire de la déchetterie. Les pôles recyclages sont aménagés de manière "cosy", avec du bois, des étagères, pour casser l'image de la benne. Les employés sont des « agents valoristes », chargés de revaloriser/d'exploiter la valeur des biens déposés. Les couleurs, les marquages de circulation des usagers sur

le site, incitent les gens à se comporter de manière ordonnée et respectueuse, et de ranger les objets sur un lieu bâti et propre. Le site du supermarché inversé incarne ainsi le triptyque "je dépose, je récupère, je recycle".

Innovation démocratique et changement de comportement

L'innovation démocratique et de co-décision sont clés pour permettre l'évolution des pratiques. En effet, si le changement de comportement passe par la responsabilisation des acteurs, il est crucial de mettre en avant les notions de participation et de confiance démocratique. Pour ce faire, le SMICVAL met en avant les actions citoyennes proposées lors des panels citoyens auprès des élus. Cette pratique atypique permet d'intégrer au maximum les volontés exprimées par les acteurs économiques du territoire dans les politiques publiques locales. Deux constats ressortent de ces réunions : les citoyens ne sont pas réticents au changement et ils sont en mesure de communiquer les conditions sous lesquelles ils sont prêts à changer. La clé pour permettre le changement de comportement est donc

de comprendre comment les accompagner dans la formulation de leurs conditions et de proposer des alternatives réalisables. A l'opposé, la tarification incitative peut ainsi avoir un effet pervers, car elle engendre une perte de motivation intrinsèque. D'où l'approche choisie par le SMICVAL pour provoquer un changement de motivations : à travers des consultations, et sans imposer une vision descendante. Au-delà des idées d'élus et de techniciens, il s'agit d'inclure les citoyens pour que les politiques soient acceptables ; si les idées arrivent trop tôt et sont mal positionnées, les résultats ne peuvent pas suivre.

- Encourager les pratiques de tri

Les pratiques de tri dans la réglementation

Enfin, la loi économie circulaire dispose de plusieurs mesures pour généraliser les pratiques de tri, qui mobilisent principalement la saillance :

- L'article 17 de la loi met en place une **signalétique sur les règles de tri**. Seront mises en ligne toutes ces informations pour en faciliter la compréhension, les modalités et le sens. Les informations doivent aussi tendre vers une uniformisation. Cet article entre en vigueur en 2022. L'arrêté du 21 décembre 2021, portant sur les règles de tri, modifie le cahier des charges des éco-organismes à partir de 2022 ;
- L'article 18 de la loi met en place une **obligation d'informations disponibles sur les règles locales de tri dans les copropriétés**. Ces informations doivent être mises à jour au moins une fois par an. Cet article entre en vigueur le 1er janvier 2022.



b. Du point de vue des entreprises et organisations

Les entreprises sont aussi impliquées dans la prise en charge de la fin de vie des produits, notamment via le principe de responsabilité élargie du producteur (REP). Selon le principe de responsabilité élargie du producteur une personne physique ou morale, **qui élabore, fabrique, manipule, traite, vend ou importe** des produits générateurs de déchets ou des éléments

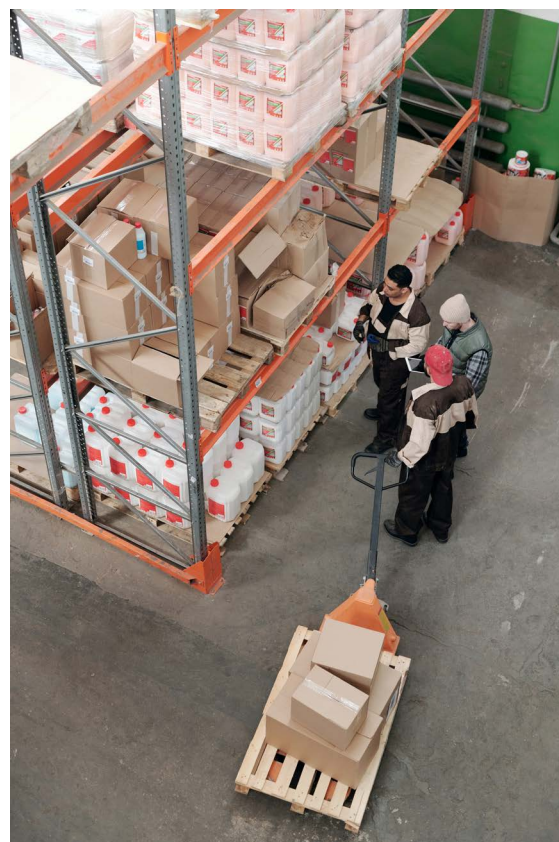
et matériaux entrant dans leur fabrication, peut avoir pour obligation de :

- **Pouvoir ou contribuer à la prévention et à la gestion des déchets et adopter une démarche d'écoconception des produits ;**
- Favoriser l'allongement de **la durée de vie des produits ;**
- **Contribuer à des projets d'aide au développement** en matière de collecte et de traitement de leurs déchets ;
- **Développer le recyclage des déchets** issus des produits.

Pour rappel, le système REP en France est composé de plusieurs filières définies par la loi. Les entreprises qui composent ces filières contribuent à la gestion des déchets issus des produits qu'elles commercialisent. Une filière REP est donc une traduction concrète du principe de « pollueur-payeur », selon lequel le pollueur doit participer financièrement aux mesures de prévention, de réduction et de lutte contre la pollution. La loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire entend réformer ce système en profondeur, pour favoriser la prévention de la production de déchets à la source. Elle

créé de nouvelles filières REP et certaines sont élargies. De plus, leurs missions sont étendues à de nouvelles prérogatives et soumises à d'avantage de transparence.

Comme son nom l'indique, ce principe vise à **responsabiliser** les entreprises et organisations, pour que leurs stratégies, leurs activités (production, distribution) et les biens et services commercialisés se fondent sur les principes d'économie circulaire.



CONCLUSION

La transition vers l'économie circulaire implique un changement de comportement global. Sur le plan théorique, de nombreuses approches permettent d'appréhender le changement de comportement par le prisme de l'individu, du groupe d'individus ou de l'organisation, ou de l'individu dans son environnement. Si aucune approche ne saurait décrire de manière exhaustive et anticiper parfaitement les comportements, elles permettent néanmoins de modéliser selon leurs propres hypothèses l'architecture et l'origine des choix individuels et de renforcer leur prédictibilité dans un environnement donné.

En matière d'action publique ou privée, ces approches peuvent être combinées afin de jouer sur des leviers variés pour favoriser certains types de comportement. Parmi ces leviers, on distingue l'émulation, la récompense, la saillance et la contrainte. Face à l'urgence environnementale, on assiste en particulier à une démultiplication des outils employés (réglementation, incitations, communication, nudges...), afin d'induire des comportements sobres et résilients et de jouer sur les différents leviers susmentionnés.

Bien qu'il y ait de nombreuses limites et points d'attention, notamment éthiques, à l'utilisation d'approches

comportementales, celles-ci ont aussi un rôle clé à jouer pour favoriser la transition vers l'économie circulaire, dont l'urgence ne doit pas être remise en cause par le contexte de crise sanitaire.

Nos modes de production et de consommation peuvent être infléchis grâce à ces approches comportementales. Ces outils seront d'autant plus essentiels dans une période de transition où nous devons toutes et tous apprendre à articuler gestion de chocs conjoncturels (crise sanitaire, conflits géopolitiques, guerres...) et amélioration des pratiques environnementales.

La diffusion d'informations et de signaux clairs sur les pratiques à adopter à court et moyen terme jouera dans ce cadre un rôle crucial, afin que la gestion et la sortie de crise ne se fasse pas au détriment des objectifs environnementaux, mais serve au contraire de levier pour responsabiliser l'ensemble des acteurs et citoyens.

NOTES

¹ ADEME, *Changer les comportements, faire évoluer les pratiques sociales vers plus de durabilité*, p. 1/8/19.

² SAUJOT M., WAISMAN H. *Mieux représenter les modes de vie dans les prospectives énergie-climat*, IDDRI, Sciences Po, février 2020.

³ Centre d'études et d'expertise sur les risques, l'environnement, la mobilité et l'aménagement. Structure publique, placée sous la tutelle du Ministère de la Transition Ecologie et Solidaire et le Ministère de la cohésion des territoires

⁴ INEC, OPEO, *Pivoter vers l'industrie circulaire, quels modèles ? Comment accélérer ?*, publié en avril 2021.

⁵ ADEME, INEC, UTT, Programme National de Synergies Interentreprises, 2017.

⁶ Centre d'analyse stratégique, *Pour une politique de consommation durable en France*, Note de synthèse n°212, janvier 2011, pp. 7-8.

⁷ BOURG D., BUCLET N., *L'économie de fonctionnalité. Changer la consommation dans le sens du développement durable*, Futuribles, 2005.

⁸ Pipame, *Enjeux et perspectives de la consommation collaborative*, juin 2015, p. 27.

⁹ Circular Economy Action Plan, The European Green Deal, p.11.

¹⁰ Etude réalisée par Ethicity, financée par l'ADEME, 2014.

¹¹ ADEME, *Vers une économie de la fonctionnalité à haute valeur environnementale et sociale en 2050*, 2018, p. 120.

¹² Conseil économique et social européen, *Les effets de l'affichage de la durée d'utilisation des*

produits, référence 20/2016, mars 2016.

¹³ « Label « Durable » : 56% de vente en plus pour les produits à longue durée de vie », site du CESE, publié le 29/03/2016.

¹⁴ Association des Petites Villes de France (APVF), *Les fiches du développement durable, les petites villes au cœur de la transition énergétique*, 2020.

¹⁵ DUPRE M. « Waste prevention: a misunderstood concept », *International Journal of Sustainable Development*, 2019, Volume 21, p. 150.

¹⁶ Auteure de *Garder à tout prix*, décryptage d'une tendance très tendance, Editions Vuibert, 2014.

¹⁷ ADEME, « Le gaspillage : représentations et pratiques », *La Lettre Recherche*, mars 2020.

¹⁸ ADEME, « Le gaspillage : représentations et pratiques », *La Lettre Recherche*, mars 2020.

¹⁹ DANGEARD I., DUPRE M., MEINERIS., « Efficacité d'un feedback hebdomadaire sur la réduction du poids des ordures ménagères résiduelles », *Pratiques Psychologiques*, Volume 24, mars 2018, p. 79.

²⁰ ADEME, « Le gaspillage : représentations et pratiques », *La Lettre Recherche*, mars 2020.

QUI SOMMES-NOUS ?



L'Institut National de l'Économie Circulaire (INEC) est l'organisme de référence et d'influence de l'économie de la ressource. Organisme multi-acteurs, il est composé de plus de 200 membres, organismes publics et privés : entreprises, fédérations, collectivités, institutions, associations, ONG et universités.

Plus d'information sur institut-economie-circulaire.fr



AZIMIO est un cabinet de conseil et de recherche terrain au service des défis environnementaux d'aujourd'hui. Leur objectif est d'accompagner la mise en œuvre des projets visant à optimiser l'utilisation des ressources et de réduire l'empreinte écologique, tout en favorisant le développement économique et social local des territoires.

Plus d'information sur www.azimio.fr/



Terravox accompagne les communautés locales pour les aider à transformer leurs déchets en ressources pour mieux vivre la ville.

Plus d'information sur www.terravox.fr

ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Et si on changeait
nos modes d'agir ?

Étude réalisée en mai 2020 par l'INEC et Azimio et
mise à jour en juillet 2022 par l'INEC, Azimio et Terravox.



Institut National
de l'Économie
Circulaire

174 rue du Temple
75003 Paris
institut-economie-circulaire.fr



36 Rue Beaurepaire
75010 Paris
www.azimio.fr



204 rue de Crimée
75019 Paris
www.terravox.fr