

4

Les recommandations de l'ACLC pour favoriser la consommation durable partout et pour tous

Les consommateurs ont aussi exprimé la nécessité de taxer davantage certaines industries très polluantes : l'ultra fast fashion dans le secteur du textile ou les produits de luxe très polluants (Gros véhicules par exemple). Certains ont pu faire référence à la TVA sur les produits de luxe qui existait entre 1970 et 1992. A cette époque, certains produits de luxe étaient vendus avec une TVA de 33 %. Les consommateurs pensent également qu'il faut valoriser les secteurs qui s'engagent par exemple pour faire durer plus longtemps la vie des produits qu'ils commercialisent.

Pour répondre à ces observations des consommateurs, l'ACLC recommande :

- D'interdire totalement les promotions en lots des catégories de produits les plus impactantes à l'exception des produits de première nécessité.
- De réglementer les promotions, rabais, et autres baisses de prix dans le secteur du textile, pour une plus grande transparence des prix.
- D'interdire dans la communication marketing, le terme offert ou tout autre synonyme.
- De taxer l'ultra fast fashion et rendre obligatoire l'affichage environnemental et social des vêtements qui est aujourd'hui seulement volontaire.
- D'allonger les garanties légales des produits numériques à moindre impact.
- De créer une taxe sur les produits les plus impactants.
- De rétablir le taux de TVA à 33 % sur les produits de luxe à fort impact.

Valoriser la vente en vrac des produits et la rendre accessible à tous

Les consommateurs ont conscience de la quantité de plastique utilisée pour le conditionnement et l'emballage des produits. Ils saluent les initiatives pour encourager l'achat de produits alimentaires en vrac. Mais, ils considèrent que le vrac n'est aujourd'hui pas accessible et visible à tous les publics pour des raisons géographiques et économiques.

Certaines personnes qui vivent en ville, utilisant les transports publics pour faire leurs courses, témoignent de la difficulté de choisir des produits vendus en vrac. Ces mêmes personnes expliquent pourtant être convaincues de l'intérêt d'acheter en vrac et avouent le pratiquer lorsqu'elles retournent dans leurs pays d'origine. Mais ici, en France c'est trop compliqué et trop cher. Elles pensent que les supermarchés dans lesquels elles font leurs courses chaque semaine devraient être obligés d'avoir en plus de l'espace dédié à la vente de produits alimentaires en vrac, un espace dédié à la vente de produits non alimentaires en vrac avec des prix attractifs.

4

Les recommandations de l'ACLC pour favoriser la consommation durable partout et pour tous

Pour répondre à ce besoin exprimé par les consommateurs, l'ACLC recommande :

- De travailler avec les associations, les collectivités locales, les entreprises à développer le vrac de produits alimentaires notamment dans les quartiers populaires des villes.
- De rendre les produits en vrac plus accessibles pratiquement, financièrement et géographiquement (par exemple, mettre à disposition des consommateurs un entonnoir, une tare...).
- D'expérimenter le chèque alimentation durable pour les allocataires du RSA et réservé à l'achat de produits vendus en vrac (expérimentations régionales de sécurité sociale alimentaire).

Favoriser la production, la consommation locale, la réparabilité des produits et promouvoir l'achat de seconde main.

Lors des ateliers de sensibilisation sur la mode, et sur la lutte contre le gaspillage alimentaire, les consommateurs ont insisté sur la difficulté qu'ils rencontrent au quotidien pour acheter des produits fabriqués en France. En effet, lorsqu'ils existent, ils sont généralement plus chers.

L'achat de seconde main est perçu comme une alternative à envisager. Mais des freins psychologiques sont exprimés par certains consommateurs. Acheter d'occasion, c'est pour certains d'entre eux, afficher sa condition sociale, c'est être perçu par les autres comme pauvres.

Certaines personnes expliquent ne pas aller dans les boutiques de seconde main, qui sont souvent mal rangées et d'apparence sales. Cette perception est propre aux consommateurs rencontrés par l'ACLC en Ile de France. En effet, en région, les consommateurs considèrent que les boutiques de seconde main sont majoritairement semblables à des boutiques classiques. Un travail reste donc à mener pour donner envie aux consommateurs d'acheter d'occasion.

Les ateliers de sensibilisation ont permis d'aborder les questions de réparabilité des produits, et les consommateurs expliquent qu'ils achètent volontiers des produits numériques reconditionnés. Mais ils reconnaissent que lorsqu'un équipement tombe en panne, ils ont du mal à opter pour la réparation. Ils préfèrent racheter à neuf. En effet, la réparation est encore perçue comme complexe : trouver un réparateur près de chez soi, s'assurer que le prix de la réparation sera accessible, et connaître les délais pour réparer. Le réflexe des consommateurs est souvent de racheter faute d'information suffisante pour réparer. Il faut encourager la réparation des produits (atelier de réparation de vélos, ateliers couture) en s'appuyant sur le réseau associatif (Repair café). L'intérêt pour les consommateurs de ces ateliers est d'être en groupe, d'être accompagné, et d'avoir le matériel à disposition.

4

Les recommandations de l'ACLC pour favoriser la consommation durable partout et pour tous

Les ateliers de sensibilisation ont également permis aux consommateurs de s'exprimer sur le made in France. Les enfants ont pu exprimer leur confiance dans les produits numériques qui viennent d'ailleurs. Selon eux en France nous ne sommes pas capables de produire des produits numériques, d'où une certaine défiance des produits français. Par ailleurs, ils expriment leur perception du made in France. Selon les enfants, le made in France qui vise à promouvoir des produits fabriqués en France est « raciste ».

Pour tenter de lever ce frein, l'ACLC propose de :

- Mettre en place un système de valorisation des produits fabriqués en France pour les rendre plus visibles, accessibles face aux produits importés.
- Soutenir au niveau national la collecte et la revente du textile de seconde main (réseau Relais).
- Agir avec les collectivités et les acteurs locaux pour rendre la commercialisation des produits de seconde main désirables pour les consommateurs (locaux, aménagement, accessibilité).
- Encourager la réparabilité des produits et l'accès à la réparation. Développer les ateliers de couture, de réparation de vélo par exemple. Apprendre à réparer soi-même en partenariat avec des associations, des collectivités ou des artisans.
- Soutenir la création et le développement des entités (entreprises de l'ESS, associations) de réparation et encadrer les prix de ces prestations.

- Améliorer l'information des consommateurs sur les adresses de ces entités et sur les catégories de produits concernés pour faciliter le recours à la réparation. Réaliser des cartographies locales (quartier, ville, etc.)
- Mettre en place un réseau d'ambassadeurs de la réparation, de la seconde main à l'image de ce qui existe pour le tri des déchets afin de faciliter l'information des habitants et le changement des comportements.

Améliorer l'information des consommateurs sur la qualité de l'eau qu'ils boivent

Lors des ateliers certains consommateurs ont parlé de leur difficulté à choisir entre eau du robinet et eau en bouteille. La médiatisation récente concernant la contamination de certaines eaux en bouteilles n'est pas étrangère à cette méfiance des consommateurs. D'autres personnes ont exprimé au contraire ne pas avoir confiance s'agissant de l'eau du robinet. Tous étaient d'accord pour dire que l'information fournie aux consommateurs concernant la qualité de l'eau en bouteille ou du robinet n'était pas suffisamment accessible.

4

Les recommandations de l'ACLC pour favoriser la consommation durable partout et pour tous

Aussi, pour permettre aux consommateurs d'y voir plus clair et de choisir plus facilement, l'ACLC recommande :

- D'améliorer l'accès à l'information des consommateurs sur la qualité de l'eau qu'elle soit en bouteille ou du robinet.
- D'améliorer l'information des consommateurs sur le cycle des eaux domestiques et les étapes nécessaires pour rendre l'eau potable ; et sur les normes en vigueur dans ce domaine. Ces informations sont indispensables pour rassurer les consommateurs.

B/ LES RECOMMANDATIONS DE L'ACLC ISSUES DE SON EXPÉRIENCE ET DE SON EXPERTISE D'ASSOCIATION NATIONALE DE DÉFENSE DES CONSOMMATEURS

L'ACLC, par son action quotidienne agit auprès des consommateurs pour mieux les informer sur les produits qu'ils consomment, afin qu'ils puissent choisir librement en connaissance de cause. L'expérimentation a permis de confirmer ce que nous voyons chaque jour auprès des consommateurs : un marché complexe et un besoin d'informations, d'explications, de vulgarisation pour savoir quoi acheter, quoi choisir, et comprendre les conséquences de chacun de ces choix de consommation.

Ce projet d'éducation à la consommation durable a mis en évidence des besoins importants d'information, de sensibilisation des consommateurs à grande échelle. Cette mission d'intérêt général doit être portée collectivement par l'ensemble des acteurs de la consommation, de l'éducation, de l'accompagnement des publics, qu'il s'agisse d'enfants, d'adolescents ou d'adultes. Nous avons identifié un certain nombre de partenaires à mobiliser pour relayer et promouvoir nos actions de sensibilisation.

Ainsi, l'ACLC recommande de :

Renforcer l'information des consommateurs en matière de consommation durable

- Rendre le nutriscore obligatoire pour tous les produits alimentaires.
- Mettre en place des campagnes de communication grand public autour des représentations liées à la consommation de seconde main, ou aux produits reconditionnés. Par exemple : donner une information fiable concernant la fréquence de lavage des vêtements, les règles d'hygiène et la propagation des microbes.
- S'adresser à chaque public cible avec ses propres codes (exemples : Ambassadeur consommation durable pour les adolescents via les réseaux sociaux, films animés pour les enfants, messages TV pour les adultes).
- Agir en direction des « influenceurs » : halte à la fast fashion ! Soyez responsable de vos actes !

4

Les recommandations de l'ACLC pour favoriser la consommation durable partout et pour tous

- Mettre en valeur les circuits courts et les artisans locaux par des campagnes publiques de sensibilisation.

La loi climat et résilience prévoit le déploiement d'un affichage environnemental. Pour que ce dispositif atteigne réellement l'objectif recherché d'information des consommateurs, l'ACLC recommande :

- Que l'affichage concerne réellement toutes les catégories de produits.
- Qu'il devienne obligatoire. Pour cela un texte européen devra être adopté.
- Donner une visibilité aux consommateurs sur le calendrier de mise en œuvre du dispositif dans son ensemble.
- Confier à l'ADEME, agence publique, la mission et les moyens de créer des outils (appli) pour informer les consommateurs sur l'impact des produits de consommation sur l'environnement.

Renforcer la sensibilisation des consommateurs à la consommation durable à tous les âges de la vie

- Travailler en réseau autour de la consommation durable : mettre en place des lieux de rencontres, de dialogue, et susciter le partenariat entre les acteurs (parents, enseignants, animateurs, travailleurs sociaux, collectivités locales, Education Nationale (Etat en général)).

- Former des relais : Concevoir et proposer des outils pédagogiques et des sessions de formation de formateurs (clé en main) à destination des professionnels qui encadrent les enfants et les jeunes (enseignants, animateurs périscolaires, représentants de parents d'élèves, travailleurs sociaux...) sur le modèle de la fresque du climat :

- Apporter un soutien financier aux associations de consommateurs pour permettre de mieux sensibiliser des relais (travailleurs sociaux, réunions des parents d'élèves, associations de quartier, centres sociaux) et cibler d'autres catégories de consommateurs.
- Améliorer la formation des enseignants à la consommation durable, pour qu'à leur tour, ils s'engagent à sensibiliser et former leurs élèves.
- Renforcer l'enseignement de l'impact de la consommation sur l'environnement dans les programmes scolaires, et développer des projets pédagogiques entre les enseignants et les associations de consommateurs. Faciliter l'accès à l'école des associations de consommateurs agréées.
- Mettre en place avec les collectivités locales et les associations d'éducation populaire, des ateliers périscolaires d'éducation à la consommation durable.

- Former les consommateurs : Créer des outils pédagogiques modernes et ludiques pour toucher les enfants et les adolescents : immersion 3 D, E-learning.

4

Les recommandations de l'ACLC pour favoriser la consommation durable partout et pour tous

Renforcer le rôle des associations de consommateurs en matière de sensibilisation à la consommation durable

- Reconnaître la compétence des associations nationales de consommateurs et la nécessité de poursuivre cette mission au long cours pour faire changer les comportements de consommation des consommateurs de tous âges, et créer un fonds de dotation qui serait alimenté par les professionnels pour financer des actions d'éducation à la consommation durable. Ce fonds permettrait chaque année de lancer des appels à projets à destination des associations de consommateurs.

L'ACLC s'engage à poursuivre son action de sensibilisation des consommateurs à une consommation plus durable, elle suivra avec attention, les suites données par les pouvoirs publics à ses propositions.



Conclusion : de l'expérimentation au changement d'échelle : lancement de la phase d'essaimage à partir de septembre 2025.

Notre projet s'est déroulé sur 6 mois, ce fut très intense, compte tenu du nombre d'actions à mettre en place, du nombre de partenaires et de participants à mobiliser. Mais, cette expérimentation de quelques mois a été conçue dès le départ pour être déployée ensuite à grande échelle sur le territoire national, par l'ACLC, et ses associations membres ; mais aussi par toutes les structures à but non lucratif qui nous en feraient la demande. Aujourd'hui, les contenus sont prêts, ils ont été testés. Nos équipes locales formées, et nos partenaires prêts à s'engager à nos côtés pour poursuivre le projet dès maintenant.

En effet, nous avons sollicités des sites d'activités qui étaient intéressés par le projet mais qui étaient déjà engagés sur d'autres projets jusqu'en juin 2025. Ces structures n'ont pas été en mesure de participer à l'expérimentation, mais elles se sont déclarées volontaires pour mettre en place les ateliers dès l'automne 2025. Des échanges ont déjà eu lieu avec le Club Léo Lagrange de Vienne, et un centre social à Marseille. Par ailleurs, les structures qui ont participé à l'expérimentation sont, pour certaines, volontaires pour continuer à partir de janvier 2026, c'est le cas de la structure jeunesse de la ville d'Achères et du centre social d'Evry Courcouronnes.

4

Remerciements

L'ACLC adresse ses remerciements à l'ensemble des parties prenantes de ce projet, ses bénévoles, ses intervenants extérieurs, ses partenaires, ses équipes de salariés, ses participants, et la DGCCRF qui a accepté de le financer.

Ce projet nous a permis de travailler collectivement, pour mettre en place un projet concret pour les consommateurs sur leurs territoires. Nous sommes fiers d'avoir respecté l'esprit de notre projet d'éducation à une consommation plus responsable, basé sur des méthodologies propres à l'éducation populaire, pour sensibiliser, faire participer et apprendre des autres sans jugement.

Grâce à ce travail de terrain, l'ACLC, association nationale de défense des consommateurs a pu en tirer des recommandations qu'elle adresse aujourd'hui, aux pouvoirs publics, et aux consommateurs pour agir, chacun à son niveau pour une consommation moins impactante pour la santé et pour l'environnement. L'ACLC poursuivra son action à ces deux échelles, au niveau local, en trouvant des financements pérennes pour continuer d'animer ces sessions de sensibilisation si importantes ; et en portant, partout où il le faudra ses recommandations en faveur d'une consommation responsable, et par là plus durable.

