

UESI jeudi 3 juillet-Atelier n°6

Collectivité et consommation responsable

I) Introduction d'Olivier CABRERA

Construire ensemble notre consommation responsable, avec les collectivités, acteurs du changement sur les territoires.

Tour de table des participants

Atelier représenté en majorité par les acteurs du CE. Le but n'est pas de faire des clivages. Le but est d'aller ensemble vers d'autres modes d'action efficaces.

Site de la PFCE, une chartre a été signé pour reconnaître le CE N-N. Le but n'est pas d'opposer le CE S-N.

Aujourd'hui changement fondamentale, la problématique du CE est devenue transversale. On parle de justice sociale, de préservation de l'environnement, de consommation responsable...

Consommation responsable pour moi c'est le CE et le bio : pour vous ?

Brainstorming - Tour de table

- CE, bio et local ? Cela dépend comment on aborde la question du local.
- La consommation responsable c'est d'abord moins consommer.
- Education au goût, culture et cuisiner.
- Engagement politique.
- Cela suppose d'être informé.

- Consommation responsable associée à économie circulaire. Respecter les ressources naturelles, lutter le gaspillage, recycler.

- Politiques d'achat public.

- Est-ce que cette définition s'applique partout ?

Cas des pays désertiques.

- Est-ce que tout le monde peut consommer équitable ? Non mais chacun peut consommer responsable à son propre niveau.

- Est-ce que tout le monde a accès au même niveau d'information ? Non

- Est-ce que tout le monde est informé du Cycle de Vie d'un produit ? Non

<Définition de la consommation responsable est propre à chacun>

Cet atelier a aussi cette idée là. Que la consommation responsable ne va pas être la même d'un territoire à l'autre.

Démarche de consommation responsable n'est pas la même aujourd'hui et demain. Elle n'est pas figée.

Lisa ROLLAND FairNESS: concept assez récent. Fait débat dans la recherche car enjeux sociétal : des circuits de production à la consommation. Position que la consommation responsable est un engagement politique. Qui agit en soutien à une entreprise, un courant de pensée.

Collectivité= un niveau de responsabilité. Des charges mais aussi un grand potentiel d'action. Mais c'est aussi aux citoyens à montrer leur potentiel d'action.

II) Témoignages

➤ TDCE

Mathilde ESNAULT PFCE : CE au cœur du DD

Puis aujourd'hui s'étend au local. Valeurs partagés. On n'est pas sur le même produit.

Campagne local-> outil de sensibilisation à la consommation responsable et au CE. En partenariat avec ADM, Fair(e),...

Mobiliser de plus en plus de collectivité sur les territoires.

Erwan LETHULLIER CG 22 : La campagne TDCE (dans le 22) a permis de dynamiser et d'encadrer des initiatives existantes. Occasion d'alimenter la réflexion de la politique des élus.

CE a été abordé dans le 22 par la politique de SI (coopération décentralisée au Sud).

TDCE a permis de structurer les acteurs du CE et présenter aux élus du département une démarche collective au travers d'un conseil local.

Démarche enrichissante afin d'avancer ensemble dans un même objectif.

Les élus ont rapidement exigés que ne s'opposent pas dans cette démarche les productions locales, des productions du Sud. Dans notre candidature on a tout de suite réuni autour de la table des acteurs du CE que des acteurs des circuits courts et biologiques.

Nicole LE COTTY ADM 22 : une des richesses a été de pouvoir rencontrer d'autres partenaires en AB et en circuits courts. Mais aussi autres acteurs du CE. Difficulté de passer à l'action des collectivités pour les achats publics.

Gilles MARECHAL CG 22: cela permet aussi à chaque partie, les acteurs du CE et les collectivités d'être plus réaliste. Connaissance du degré d'action des CG, connaissance des produits du CE par les élus.

Question de l'approvisionnement de la cantine dans les collèges : contenue de l'assiette ? On part de la consommation mais cela peut générer aussi d'autres réflexions sur le bien-être des enfants.

Autour d'une thématique simple qu'est le CE on arrive à des questions agricoles, de la santé, ou culturelles (alimentations différentes)...

Erwan LETHULLIER CG 22: cette démarche permet qu'on mette autour de la table différents acteurs. Elle permet de casser les cloisonnements entre les réseaux. Aujourd'hui on travaille avec les filières courtes et on élargit à l'ESS. Initiatives remarquables d'un réseau à l'autre. Cela permet d'alimenter les recherches et les initiatives qui peuvent émerger.

Cas de l'Alsace : place des consommateurs dans le conseil local. Cela touche tout le monde. Comment est-ce qu'on fait discuter les populations originaires des pays du Sud ? Sensibilisation établit directement par les personnes originaires de ces régions afin de leur redonner la parole.

Mathilde ESNAULT PFCE : Pratique de l'achat public : considérations techniques-> Guide des achats publics équitables.

Les grandes plates-formes de restauration s'organisent pour répondre aux appels d'offre ; et propose maintenant du bio. Ou de même dans les tenues de travail en bio et équitable.

Philippe THOMAS (ancien élu au DD) - Bruz : Bruz est Territoire de CE (18 000 habitants). On a mis en avant DD et démocratie. Réalisation d'une chartre avec les citoyens. Mise en avant de l'achat responsable, de la consommation, du CE.

Outil du baromètre du DD du réseau cohérence. Le DD cela veut dire quoi pour les collectivités ?

Cela rentrait dans nos valeurs. On était déjà dans la démarche. Implication des élus.

La base= création d'un conseil local. Dans ce conseil : acteurs économiques, enseignants, agriculteurs en bio, associations solidaires et des citoyens. Puis appui d'ADM et BCENS (Marcel LAUNAY).

Points forts =remise du titre. Venue d'un producteur pendant la Quinzaine du CE en 2013.

Exploitation créée par 4 agriculteurs bio pour alimenter le marché de la commune.

Formation du personnel sur le CE (organiseurs de pots).

Marcel LAUNAY BCENS :

- 1) sensibilisation longue pour engendrer changement dans la collectivité
- 2) projet porté par un acteur convaincu
- 3) doute sur le commerce équitable et non connaissance des produits et des garantis

Associations de Bruz, incitation de consommation des produits équitables pour les buvettes.

3 appels :

- Aux associations de SI ? Est ce que aujourd'hui on porte des habits en coton bio équitable ?
- Apprendre à travailler ensemble ?
- EN direction des collectivités : incitation -> Rennes métropole étudie la démarche pour passer TDCE.

Cas concret : Achat public-> Ministère de la Défense : achat de chèches en coton équitable.

➤ MONNAIE LOCALE

En 35, circulation du Galleco depuis 9 mois. Gall : gallo et éco : économie/écologie

Une 20taine de monnaie locale en France.

Echange de cette monnaie contre euro. Pour réfléchir sur nos modes de consommation. Conséquence des achats. Favoriser les échanges locaux sur le territoire (Pays de rennes, pays de fougères, Pays de Reudon).

Encourager le consommateur à favoriser un lien avec les entreprises du territoire.

Il y a des critères d'adhérents pour les entreprises. Voir avec elles leurs pratiques et comment on peut les faire évoluer.

Sensibiliser sur le monde financier, le capital, l'emploi dans les grandes surfaces. La bio, le CE ?

L'environnement avec les énergies renouvelables.

Pratiques de ressources solidaires comme le crowdfunding.

Eduquer les citoyens qui ont le pouvoir de consommer responsable.

Expérience qui existe sur d'autres territoires : cas de Toulouse.

Ville de Toulouse récompense des actions solidaires en Sol Violette (monnaie locale).

Encouragement à utiliser le Sol car sinon il perd sa valeur. Monnaie qui ne sert qu'à l'échange et à rien d'autre.

Projet piloté par une association. CG présent. Membre comme les autres.

Utiliser cette monnaie pour des actions précises. En réfléchissant ensemble avec les citoyens.

Les collectivités peuvent être aussi acteurs de changement.

ACOM et le galléco. Permet de se faire connaître. Faire connaître à d'autres. Chacun apporte de ces pratiques au quotidien.

Echange entre les acteurs de monnaie locale. Comme entre le Galléco et monnaie du pays de Dinan.

Quel est l'objectif ? Soutenir l'emploi local. Soutenir des emplois non détruits. Sensibiliser sur notre manière de consommer avec un potentiel de levier économique sur le territoire. Utiliser ces dépenses pour soutenir les projets des territoires.

L'argent circule plus sur un même bassin. Créer de l'activité sur le territoire, du lien, une dynamique. Différent de la spéculation qui fige l'argent.

➤ EXEMPLE AU SUD D'ACTION DES COLLECTIVITES

Monnaies sociales ? Pourquoi en parler ? Depuis les années 70, augmentation de ces initiatives.

Monnaies solidaires, complémentaires. Il n'existe pas de données sur ces expériences. Pas recensé. Stratégie de relocaliser l'économie.

➤ RESTAURATION COLLECTIVE

Comment une collectivité locale insérerait des produits locaux ou bio ?

L'idée c'est d'avoir une approche globale du DD. Sur les produits servis mais aussi sur les agents (en insertion), les tenues des agents.

Dans l'appel d'offre faire figurer qu'on a des exigences en produits bio ou équitable...

Il faut se poser en amont quel type de produits on veut consommer.

La question de l'offre ne se pose plus, on sait où trouver les produits ; la question de l'appel d'offre également on sait comment les rédiger.

Mais la réelle question aujourd'hui, c'est comment inciter les donneurs d'ordre à changer leurs habitudes, leurs commandes...

Toute la chaîne doit être impliquée dans la démarche.

Pour travailler dans les collèges, il s'avère que l'on peut avoir l'équipe pédagogique, les enseignants, le chef d'établissement mais si le gestionnaire n'est pas dans la boucle ça ne marche pas.

Démarche qui demande à être beaucoup plus intégrée, murie en amont. Vrai potentiel entre les responsables de la commande publique et des acteurs locaux.

Dans l'ouest cf. le réseau grand ouest.

Argument de proximité et d'intermédiaires. On parle de producteurs et pas de grossistes.

III) Brainstorming

➤ ZOOM sur les COLLECTIVITES

Freins :

- question relative à l'information au sein de la collectivité, des élus, des services. Information et formation des acteurs membre de la collectivité : qu'est ce que c'est pour eux ?
- interrogation des impacts au Sud ou sur le territoire. Expliquer le retour.
- Interrogation autour des labels, quelle garantie offre ces labels : manque d'informations.
- Adéquation entre Offre et la Demande, comment on y répond ?
- Question des élections (les priorités peuvent changer d'un mandat à l'autre)
- Concertation entre acteurs
- Lourdeur des administrations qui peuvent freiner les initiatives

Leviers :

- sensibilisation, convaincre, renouveler les explications à tous les niveaux. Mais également sur le territoire (écoles, habitants)
- événementiel
- achats : différentes pratiques qui peuvent encourager les achats : meilleur connaissance des clauses environnementales, possibilité de grouper les achats. Valoriser des expériences. Pour montrer que c'est possible !
- nécessité d'accompagner les acteurs de la collectivité
- lobby et plaidoyer des collectivités territoriales. Travailler la parole politique pour la convaincre et utiliser le cadre légal et réglementaire. Mettre en lumière des bonnes pratiques.

La dynamique doit être construite, réfléchi.

Gilles MARECHAL CG 22: Cela fait longtemps que les acteurs du CE se préoccupent du lobbying. Mais aujourd'hui situations opportunistes pour compléter la démarche des collectivités. Exemple compléter l'action de l'agenda 21.

➤ ZOOM sur les ASSOCIATIONS

Freins :

- informations contradictoires qui peuvent exister. Flou autour du CE
- idées reçues (prix, faisabilité)
- vocabulaire compliqué (**co-construction** des messages), manque d'argument et de légitimité pour rencontrer les collectivités. **Mettre à l'épreuve le message aux collectivités**
- Evolution constante du milieu
- langage et temporalité différente entre collectivité et associations
- manque de communication des collectivités envers les citoyens (l'information se perd)
- Accessibilité de l'Offre (lieu et prix), manque de visibilité.
-

Leviers :

- Mieux travailler ensemble autour des canaux de diffusions
- Innover dans la communication avec accent sur des actions joyeuses (carrot'mob et disco soupe)
- Etre dans l'action : montrer l'exemple. Cohérence (associations mais aussi collectivités)
- Connaître les politiques publiques pour agir (ex : réforme temps péri-scolaire)
- Réseaux, pression du groupe et des citoyens
- Se faire élire dans des collectivités, partis
- S'appuyer sur les initiatives existantes, et événements (festivals, sports) : aller à la rencontre des gens
- Co-construire des projets (entre collectivités, acteurs de la société civile et associations)
- Cadeaux dans les entreprises (focus sur le galléco, chèques cadeaux solidaires)

- Créer des partenariats pour sensibiliser d'avantage (ne pas être noyé dans la logistique)
- Se poser en offreur pour le territoire et non pas en demandeur
- Valoriser l'action des citoyens
- Compétence économique=> justifier la création d'emploi en soutenant la production locale.