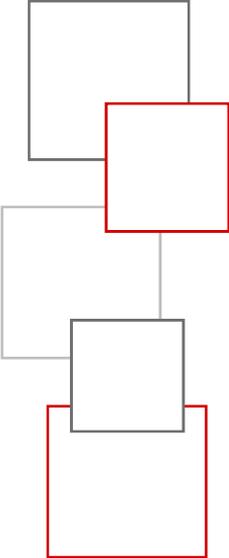
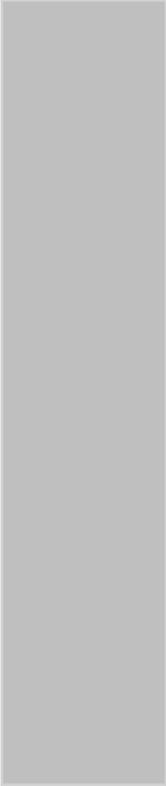




Conseil
d'orientation pour l'**e**mploi



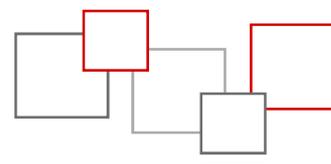
Consommation responsable : une opportunité pour l'emploi ?

Juin 2018



SOMMAIRE

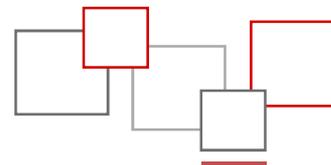
| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Introduction..... | 5 |
| Première partie : De nouvelles tendances de consommation..... | 7 |
| 1. De nouvelles attentes des consommateurs..... | 8 |
| 1.1 Des consommateurs plus sensibles à des préoccupations collectives | 8 |
| 1.2 Des préoccupations qui, sans être inédites, prennent une ampleur nouvelle | 12 |
| 2. ... qui se traduisent par l'essor effectif de nouvelles formes de « consommation responsable » | 17 |
| 2.1 De nouvelles pratiques de consommation | 22 |
| 2.1.1 Des comportements motivés par un potentiel impact économique, social et environnemental territorial positif : le Made in France, le « Made in local » et les circuits courts | 22 |
| 2.1.2 Des pratiques d'achat, d'usage et de rejet : tri, recyclage, don, achat d'occasion, location entre particuliers | 27 |
| 2.2 Une place croissante pour des produits jugés plus « responsables » | 29 |
| 2.2.1 Des produits plus respectueux de l'environnement | 29 |
| 2.2.2 Des produits jugés plus « sains » : l'exemple du bio | 30 |
| 2.2.3 Des produits qui intègrent mieux les préoccupations d'ordre éthique : l'exemple du commerce équitable. | 33 |
| 2.3 De nouveaux modes d'information du consommateur | 36 |
| 2.3.1 Le développement de la « consommation responsable » va de pair avec une meilleure information du consommateur | 36 |
| 2.3.2 L'information actuelle du consommateur n'est pourtant pas encore optimale pour orienter ses choix | 44 |
| Deuxième partie : Les nouvelles tendances de la consommation ont un effet sur l'emploi en France, dont le sens ne va pas de soi | 46 |
| 1. Les mécanismes à l'œuvre sont divers, complexes et particulièrement difficiles à évaluer quantitativement | 47 |
| 1.1 Des effets qui émanent à la fois de la demande et de l'offre de biens | 47 |
| 1.1.1 La demande de biens | 47 |
| 1.1.2 L'offre de produits | 52 |
| 1.2 Des effets qui dépendent aussi de l'intervention publique, très importante en ces matières | 54 |



| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2. L'importance des mécanismes de bouclage macro-économique | 55 |
| Troisième partie : De nombreuses études montrent un potentiel de développement de l'emploi, d'une ampleur variable et selon divers canaux | |
| 57 | |
| 1. La consommation de produits locaux, de terroir ou labellisés « Made in France »..... | 58 |
| 1.1 A court terme, les circuits courts et l'économie de proximité sont des leviers de maintien/création d'emplois dans les territoires concernés | 59 |
| 1.2 Les modes de production territorialisés semblent aussi avoir un effet positif sur l'emploi | 64 |
| 1.3 A moyen terme : la question des effets de bouclage et les scénarios envisageables | 69 |
| 1.4 Une étude du Secrétariat général du COE : quels effets possibles sur l'emploi d'une relocalisation d'une partie de la consommation des ménages ? | 70 |
| 2. Les nouvelles pratiques d'achat, d'usage et de rejet | 73 |
| 2.1 Une croissance des effectifs dans les activités de collecte, traitement et récupération des déchets qui devrait se poursuivre | 74 |
| 2.2 Une réduction sensible de l'emploi dans la réparation, potentiellement enrayée par les nouvelles tendances de consommation | 78 |
| 2.3 Un développement significatif de l'emploi dans « l'économie des biens d'occasion » qui bénéficie en particulier aux structures de l'Economie sociale et solidaire..... | 82 |
| 2.4 Des comportements de consommation centrés sur l'usage favorables à l'emploi dans les activités de location traditionnelle, mais des effets plus ambigus sur une grande diversité de secteurs | 85 |
| 2.5 Des estimations qui s'accordent sur un effet emploi global positif, dont l'ampleur dépendra de l'ajustement de l'offre | 88 |
| 3. La consommation de produits plus « verts »..... | 92 |
| 3.1 Des métiers verts et des métiers verdissants..... | 94 |
| 3.1.1 Les emplois liés au verdissement de l'économie | 94 |
| 3.1.2 Ces évolutions sont appelées à se poursuivre..... | 98 |
| 3.2 Des créations d'emplois brutes liées au verdissement de l'économie..... | 100 |
| 3.2.1 Les différents exercices prospectifs concluent à des créations d'emplois, d'ampleur variable, tout en restant très dépendants des hypothèses retenues | 100 |
| 3.2.2 Focus sur les créations d'emplois dans les secteurs du transport, du bâtiment résidentiel et des énergies renouvelables | 111 |



| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4. La prise en compte croissante, par les consommateurs, de critères éthiques et sociaux dans leurs achats..... | 113 |
| 4.1 Le commerce équitable Nord-Sud : un soutien aux producteurs du Sud, des effets incertains sur l'emploi en France..... | 113 |
| 4.2 Un commerce équitable Nord-Nord en croissance et dont l'impact sur l'emploi peut être positif..... | 115 |
| 4.3 Pratiques RSE et effets sur l'emploi | 117 |
| 5. Des potentiels de créations d'emplois liés à la consommation de produits biologiques..... | 121 |
| 5.1 Les effets sur le volume de l'emploi de la consommation de produits issus de l'agriculture biologique – analyse en équilibre partiel..... | 121 |
| 5.2 Les impacts de la consommation des produits labellisés biologiques sur la structure et la localisation des emplois..... | 128 |
| 5.3 Les conditions de réalisation des impacts potentiels sur l'emploi : la question du bouclage macroéconomique | 133 |
| Quatrième partie : Relevé de conclusions : Une grille d'analyse commune pour analyser l'impact des nouvelles tendances de consommation sur l'emploi | 138 |
| Annexe 1 : Etude du Secrétariat général : Quels effets sur l'emploi d'une relocalisation de la consommation des Français ? | 144 |
| Annexe 2 : Liste des auditions..... | 154 |
| Annexe 3 : Liste des personnes entendues par la Présidente et le Secrétariat général à l'occasion de la préparation du présent rapport..... | 157 |



Introduction

Dans ses derniers rapports, le Conseil a examiné les conséquences de la révolution technologique en cours sur l'emploi, les compétences, le travail. D'autres évolutions profondes, même si elles sont d'une ampleur et d'un rythme autres, sont actuellement à l'œuvre avec un impact potentiel important sur l'emploi. On observe ainsi un essor de nouveaux modes de consommation dits « responsables » avec une préférence accrue pour des produits plus respectueux de l'environnement, jugés plus sains, fabriqués dans des conditions garantissant le respect de principes éthiques et des normes sociales fondamentales ou encore de produits pouvant avoir un impact territorial positif pour l'emploi, que ce soit au niveau national ou local. Des préférences nouvelles témoignant d'un autre rapport à la propriété et au cycle de vie des produits se développent également.

En influant sur la demande et en modifiant l'offre de produits, ces changements sont de nature à avoir des effets potentiellement significatifs sur l'emploi, qu'il s'agisse de son volume, de sa structure ou de sa localisation.

C'est pourquoi le Conseil a voulu en évaluer la nature et l'ampleur, en vue de fournir aux acteurs publics et sociaux des éléments d'information utiles et une grille d'analyse aussi robuste que possible dans les domaines de l'emploi et de la formation. Et cela même si une telle analyse est à bien des égards complexe :

- la notion même de « consommation responsable » ne fait pas l'objet d'une définition partagée et son périmètre est alors délicat à circonscrire précisément ;
- les analyses existantes en termes d'emploi sont très disparates et inégalement abouties selon les différents segments de la « consommation responsable » : si par exemple l'économie verte ou la conversion au bio ont déjà fait l'objet d'études détaillées, qui ne vont d'ailleurs pas dans le même sens, ce n'est pas le cas pour le « made in local » ou les préoccupations éthiques et sociales ;
- les effets sur l'emploi sont divers, pas nécessairement similaires selon les modes de consommation considérées et peuvent se révéler *in fine* contradictoires. Ils dépendent en outre du périmètre géographique considéré. En tout état de cause, les phénomènes en jeu avec ces nouveaux comportements des consommateurs sont bien plus complexes qu'une simple demande supplémentaire qui serait nécessairement favorable à l'emploi.

Pour illustrer et analyser les conséquences que pourrait avoir une inflexion des comportements effectifs d'achat, en cohérence avec les intentions affichées, le Secrétariat général a notamment réalisé une étude quantitative visant à estimer, pour l'un des segments de la « consommation responsable » – le « made in local » –, les effets théoriques que pourrait produire sur l'emploi une accélération du comportement « responsable » des ménages. En l'espèce, l'étude cherche à évaluer les effets en termes de création et de destruction d'emploi que pourrait avoir, toutes choses égales par ailleurs, une relocalisation en France d'une part de la consommation de biens actuellement importés par les ménages, cette part étant fixée d'une manière purement conventionnelle à 10 %.

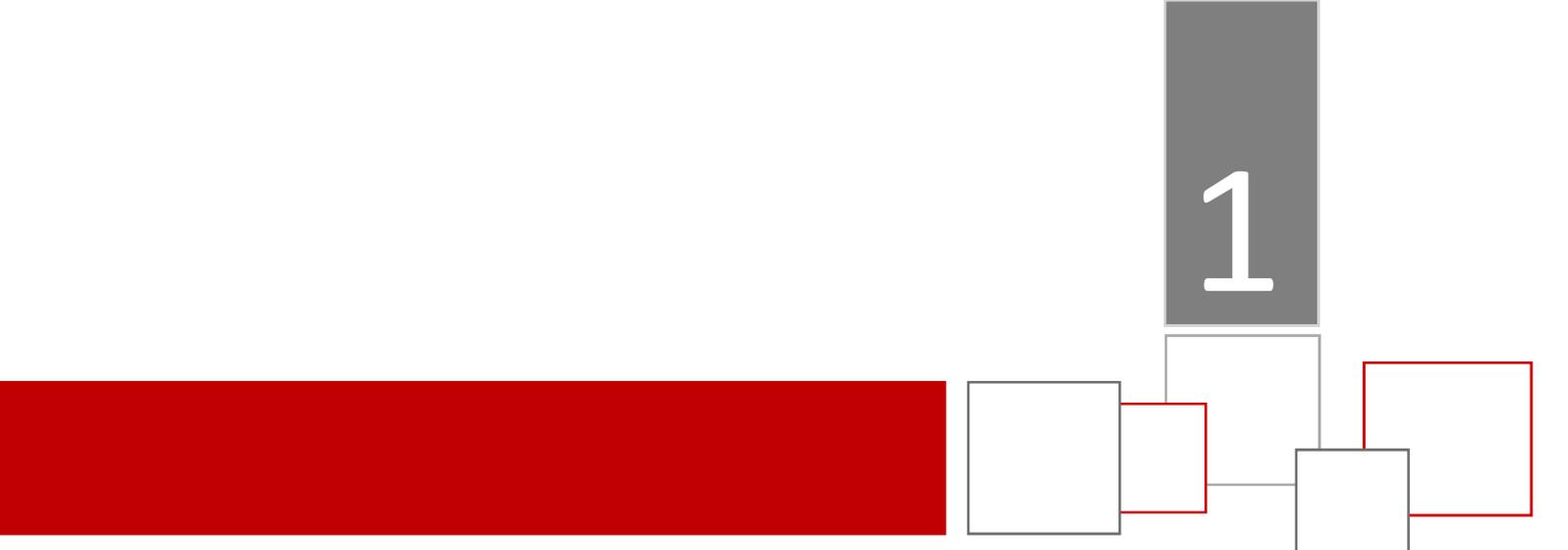
Le présent rapport s'organise en trois temps :

- d'abord, caractériser et évaluer la nature, l'ampleur et les perspectives de ces nouvelles formes de « consommation responsable » ;
- ensuite, analyser, d'un point de vue théorique, les effets possibles de ces évolutions sur l'emploi ;



- enfin, étudier en détail, mode de consommation, par mode de consommation, les effets observés ou attendus sur l'emploi et tenter d'en dégager des enseignements plus généraux.

C'est sur cette base que le Conseil a adopté le relevé de conclusions qui constitue la dernière partie du présent rapport.



1

De nouvelles tendances de consommation

Première partie



Les aspirations des consommateurs évoluent : les différentes enquêtes convergent globalement pour considérer que ceux-ci souhaitent privilégier une consommation qui soit plus « responsable ». Sans être totalement inédites, ces préoccupations prennent aujourd'hui une ampleur nouvelle.

Pour autant, le comportement des consommateurs reste complexe : une évolution des aspirations ne se traduit pas toujours nécessairement par une modification effective de leur comportement d'achat. D'autres considérations entrent en ligne de compte comme la contrainte budgétaire et le différentiel de coûts, l'information du consommateur ou la disponibilité de l'offre. Déclarer vouloir consommer plus « responsable » ne signifie donc pas que la structure de la consommation se transforme dans les faits. Il convient alors de circonscrire le champ de cette « consommation responsable » et d'examiner comment elle a effectivement évolué.

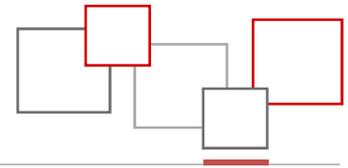
1. De nouvelles attentes des consommateurs

1.1 Des consommateurs plus sensibles à des préoccupations collectives

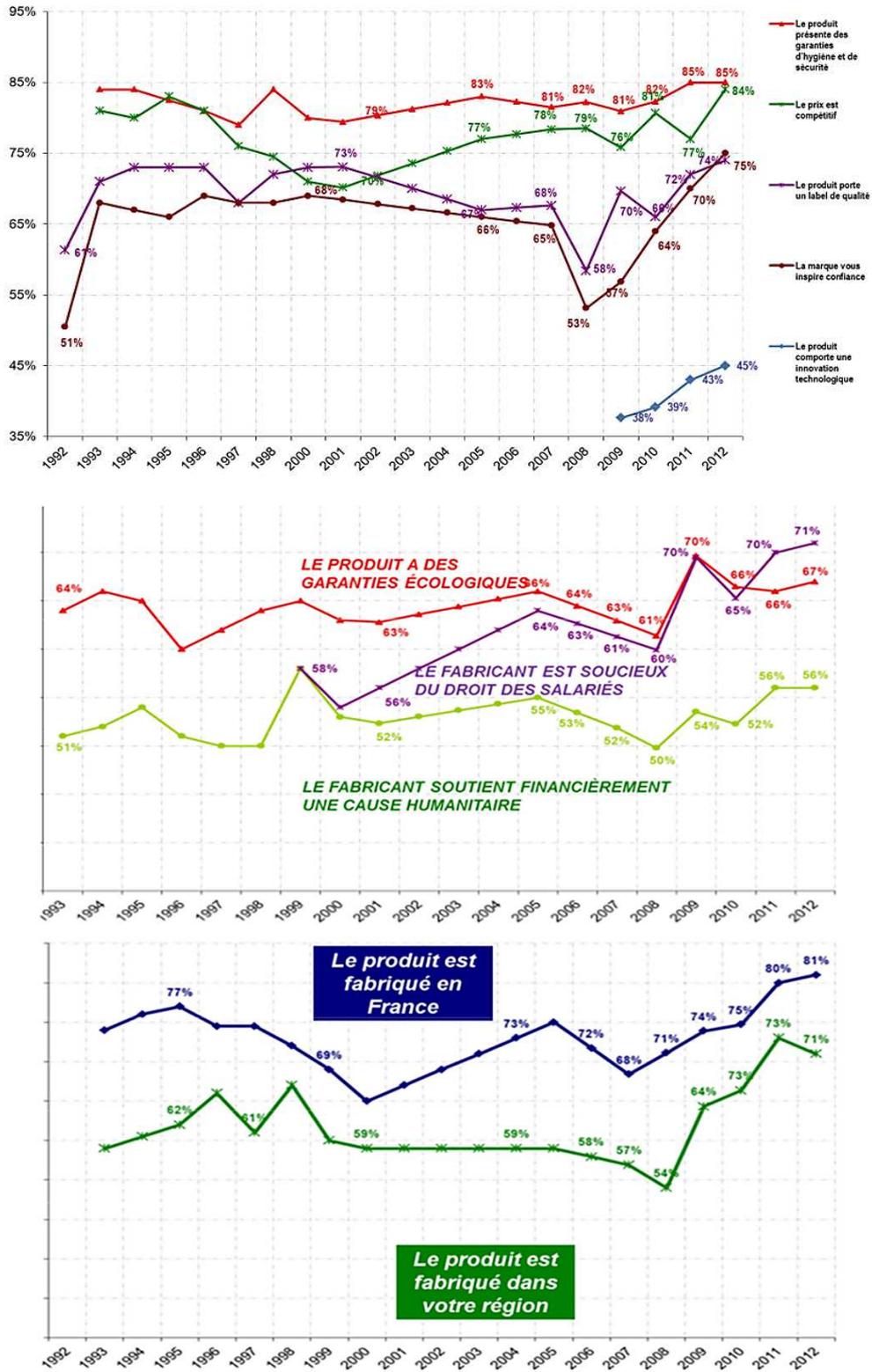
Différents sondages mettent en lumière une tendance de fond chez les consommateurs : un souci de privilégier des achats plus responsables. On observe ainsi que des préoccupations d'ordre collectif – préservation des ressources naturelles, protection de la santé humaine, contribution à une croissance inclusive et juste – viennent peser de manière croissante aux côtés des critères classiques du prix et de la qualité dans les choix de consommation.

Des attentes croissantes en matière de transparence, d'authenticité et de respect de l'environnement

C'est ce qui ressort notamment de l'analyse des enquêtes « Consommation » du CREDOC (Centre de Recherche pour l'Etude et l'Observation des Conditions de Vie) sur la période 1992-2012 (cf. Graphique XX). En effet, si on note une croissance de l'importance des critères de prix et de qualité (garanties d'hygiène et de sécurité et label de qualité), d'autres raisons d'acheter apparaissent de plus en plus porteuses de sens pour les consommateurs : « les garanties écologiques », « le respect du droit des salariés », « le soutien financier à une cause humanitaire », « la fabrication en France », « la fabrication dans la région du consommateur ».



Graphique 1 : Les critères d'achat des consommateurs français entre 1992 et 2012



Lecture : En 2012, 82% des interrogés déclarent que le fait qu'un produit soit fabriqué en France les incite beaucoup ou assez à l'acheter.



Source : *Enquêtes Consommation, CREDOC.*

C'est également ce qui est mis en exergue par le Baromètre européen de 2012 sur l'alimentation¹ : si, pour respectivement 96 et 91 % des personnes interrogées, la qualité et le prix sont les critères déterminants lors de l'achat de denrées alimentaires, pour 71 % d'entre eux, l'origine est également un critère important. Ainsi, 60 % des Français se déclarent prêts à payer plus cher un produit fabriqué en France². Et cela car ils l'envisagent comme une manière de soutenir les entreprises françaises (93 %), de participer au maintien de l'emploi en France (93 %), de préserver les savoir-faire (91 %), un acte utile (88 %), la garantie d'avoir un produit fabriqué selon des normes respectueuses des salariés (86 %) ou encore un acte citoyen (85 %)³.

Les grandes consultations nationales de 2011 et 2015 réalisées par UFC-Que Choisir⁴ témoignent aussi d'une évolution des préoccupations des consommateurs : en 2015, 78 % sont concernés par la traçabilité des aliments et 63 % par une agriculture respectueuse de l'environnement, alors que 50 % des interrogés se disent préoccupés par la durabilité des produits contre 36 % seulement en 2011.

Le même constat est confirmé dans les résultats de la vague 2017 de l'enquête Camme (INSEE) : pour 39 % des personnes interrogées, « consommer responsable », c'est acheter des produits fabriqués localement pour limiter les transports de marchandise et favoriser l'emploi local, pour 9 % c'est aussi consommer des produits plus respectueux de l'environnement ; pour 1 %, consommer des produits issus du commerce équitable⁵.

Le baromètre Ethicity-Greenflex de la « consommation responsable »⁶ réalisé chaque année depuis 2004 permet de suivre les évolutions des attentes et des pratiques des consommateurs en matière de « responsabilité ». Il ressort de l'édition 2017 de l'enquête que la préservation de sa santé et de celles des autres, la protection de l'environnement, la proximité entre producteur et consommateur et la transparence sur les conditions de production sont les quatre principales attentes des consommateurs. Ainsi, la responsabilité des entreprises passe, pour 88 % des sondés, par des produits plus sains, meilleurs pour la santé humaine, mais aussi par le fait de faire travailler les producteurs locaux (84 %) et de réduire l'impact environnemental des produits (81 %).

L'approche retenue par le Conseil

Diverses, ces préoccupations des consommateurs-citoyens peuvent se traduire par des actes de consommation que l'on peut qualifier de « responsables », entendus comme « *l'ensemble des actes volontaires, situés dans la sphère de la consommation, réalisés suite à la prise de conscience de conséquences jugées négatives de la consommation sur le monde extérieur à soi, ces conséquences ne relevant donc ni de la fonctionnalité des achats* ».

¹ Commission Européenne (2012), « L'attitude des Européens à l'égard de la sécurité alimentaire, de la qualité de l'alimentation et de l'environnement rural », *Eurobaromètre spécial n° 389*

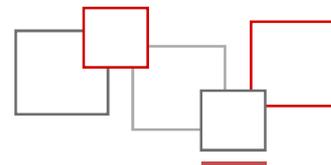
² Credoc (2014), *L'attachement des Français au Made in France.*

³ Ifop (2017), « Les Français et le Made in France », Sondage Ifop pour l'association Pro France.

⁴ Audition de Cédric Musso, directeur de l'action publique et de Guilhem Fenieys, chargé de mission relations institutionnelles, UFC-Que Choisir devant le COE le 23 janvier 2018.

⁵ Audition d'Eric Pautard, sociologue au service des études statistiques du CGDD devant le COE le 13 février 2018.

⁶ Il s'agit d'une enquête réalisée en partenariat avec l'ADEME depuis 2004 sur un échantillon de 3.800 personnes représentatif de la population française.



ni de l'intérêt personnel immédiat » (Özçaglar-Toulouse, 2005)⁷ ; ou encore « la politisation des actes d'achat et de consommation » (Micheletti, 2003) mais aussi « une manière d'envisager ses pratiques de consommation en prenant en considération des objectifs collectifs » (Dubuisson-Quellier, 2018⁸).

Dans cette perspective, est « responsable » tout comportement visant à réduire les externalités négatives de sa consommation et à maximiser les externalités positives. L'approche par la responsabilité place ainsi avant tout le focus sur la prise en compte dans les comportements de consommation de préoccupations autres que la seule satisfaction de l'intérêt individuel immédiat. Derrière ce concept, on trouve souvent la figure du consommateur-citoyen ou du « consomm'acteur ».

Une typologie fondée sur les attentes des consommateurs

Le présent rapport cherche à étudier l'impact sur l'emploi en France de l'ensemble des comportements dits « responsables », c'est-à-dire tout comportement qui semble mû par des préoccupations « collectives » qu'elles soient écologiques, sanitaires, sociales ou éthiques. Pour ce faire, il retient une approche volontairement large qui permette d'englober l'ensemble des attentes des consommateurs mises en lumière dans les analyses récentes de l'évolution de leur comportement, à savoir :

- des comportements de consommation qui cherchent à avoir un meilleur impact sur l'environnement : produits « verts », économie circulaire, certaines formes de consommation collaborative ;
- des comportements dont l'objectif est la préservation et l'amélioration de la santé et du bien-être (individuels et collectifs) : le « bio », les produits « plus sains » ;
- des comportements motivés par un potentiel impact économique territorial perçu comme positif : la consommation de produits locaux, les circuits courts, le « made in France » ;
- des comportements cherchant à garantir le respect des normes sociales fondamentales et de principes éthiques : consommation « solidaire » (commerce équitable), consommation de produits respectant diverses exigences dans la chaîne d'approvisionnement.

Il n'appartient bien sûr pas au Conseil de juger de la pertinence des comportements des consommateurs au regard des objectifs qu'ils souhaitent atteindre au travers de leurs actes. Des instruments nationaux et internationaux⁹ existent néanmoins et peuvent servir de référence pour qualifier ce qui relève de certaines formes de consommation responsable et par extension de « production responsable ».

⁷ Adam-Lanchèze, A. (2012), *Consommation responsable*, dans Blanchet, V. et al, *Dictionnaire du commerce équitable*.

⁸ Audition de Sophie Dubuisson-Quellier, directrice de recherche au CNRS, directrice adjointe du Centre de sociologie des organisations devant le COE le 23 janvier 2018.

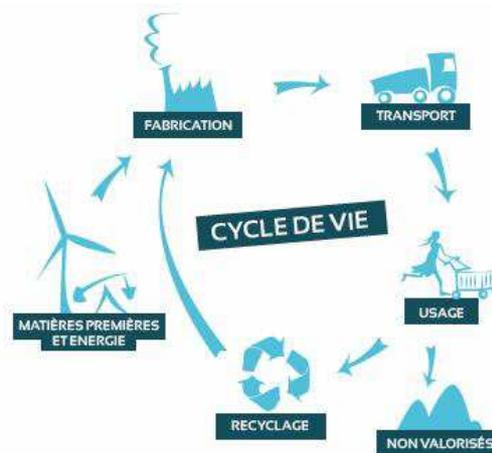
⁹ Dans le domaine environnemental, on peut citer l'objectif 12 des objectifs de développement durable du Programme des Nations Unies qui définit les actions à mettre en œuvre pour « Etablir des modes de consommation et de production durable » à l'horizon 2030, mais aussi le Groupe 4 du Grenelle de l'Environnement en France qui définit les mesures à mettre en œuvre pour « adopter des modes de production et de consommation durables ». Dans le domaine du respect des normes sociales fondamentales, on peut se référer à un ensemble de textes sur la responsabilité des entreprises tels que les Principes directeurs sur les entreprises et les droits de l'homme des Nations Unies (2011), ou encore la Déclaration tripartite de l'Organisation internationale du Travail sur les principes concernant les multinationales et la politique sociale (amendée pour la cinquième fois en 2017).



L'approche par le cycle de vie du produit

L'analyse des comportements actuels de consommation ne peut se limiter au seul acte d'achat. Les motivations du choix, le type d'usage du produit mais aussi les conditions de son rejet constituent des étapes aussi importantes de la consommation d'un produit. Dans cette perspective, analyser la consommation induit des réflexions sur l'ensemble du cycle de vie de produit (cf. Figure 1).

Figure 1 : L'approche par le cycle de vie du produit



Source : ADEME.

Aussi, le présent rapport s'attache à examiner les nouveaux modes de consommation « responsables » définis comme ***tout comportement d'un consommateur qui, au moment de l'achat, de l'usage et/ou du rejet des biens et des services, arbitre, non seulement sur la seule base de critères d'intérêt privé (prix, qualité) mais aussi au regard de considérations collectives.*** Pour comprendre les impacts de ces comportements « responsables », il faudra donc s'intéresser aux ressources utilisées, aux modes de production, au transport et à la distribution, à l'usage mais aussi aux pratiques de rejet, d'usages de seconde main, de traitement ou du recyclage des déchets¹⁰.

1.2 Des préoccupations qui, sans être inédites, prennent une ampleur nouvelle

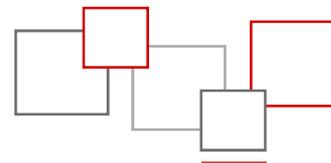
Si les tendances de consommation « responsable » se sont très significativement développées ces dernières années, ce phénomène n'est pas pour autant nouveau. Il relève de mécanismes qui étaient déjà à l'œuvre par le passé sous des formes diverses, mais se fondant sur des logiques comparables.

Vers la société de consommation

Encadré 1 : Rappel de quelques définitions

Société de consommation : le terme remonterait à une analyse du philosophe critique Henri Lefebvre selon laquelle l'économie se caractérise par une « *société industrielle de consom-*

¹⁰ Maresca B., et Dujin A. (2009), *La consommation durable*, CREDOC.



mation dirigée ». De fait, parler de société de consommation implique de s'intéresser tant aux modes de productions de biens et services, toujours plus nombreux et variés, qu'à l'acte de consommation finale, encouragé et fléché par la publicité. La société de consommation se caractériserait ainsi par la substitution du désir de différenciation ressenti par les consommateurs *via* leur acte d'achat à celui de simple satisfaction de leurs besoins. Partant, cette société se caractérise par une surabondance de produits¹¹ et s'inscrit dans une « civilisation de consommation » (J. Fourastié).

Consommation de masse : cette notion complète la précédente en l'augmentant d'une dimension quantitative. Dans une société de consommation de masse, la quasi-totalité de la population présente un niveau de consommation significatif.

Consumérisme : cette notion recouvre deux sens principaux. D'une part, elle désigne, d'après le dictionnaire Larousse, le « *mouvement visant à donner aux consommateurs un rôle actif au niveau économique et social* », c'est-à-dire la défense concertée des intérêts des consommateurs face à ceux des entreprises. D'autre part, dans un sens plus large, le consumérisme peut s'identifier au simple mode de vie fondé sur la consommation.

Les prémices de ce qui a pu être qualifié de « société de consommation » sont visibles dès le XVII^e siècle. Dès cette période, un certain goût pour les produits exotiques, venus de l'Orient, traverse les classes supérieures de la société. Le niveau élevé d'inégalités qui caractérise cette époque prive toutefois la grande majorité de la population de la possibilité de prendre part à cette consommation. Durant les XVIII^e et XIX^e siècles, l'émergence d'une proto-industrialisation¹² et le développement du salariat stimulent la consommation des biens, bien que l'inaccessibilité d'une grande partie d'entre eux et la grande volatilité des revenus des ouvriers et paysans empêchent de parler à ce sujet de société de consommation. Il s'agit encore plutôt de l'émergence d'une « culture de consommation »¹³.

A partir des années 1950, le niveau de consommation de biens et services par les ménages augmente fortement, tant en valeur qu'en volume. La combinaison de différents facteurs, aux premiers rangs desquels le modèle de production fordiste, explique ce développement marquant :

- les revenus des ménages connaissent en France une croissance importante en volume durant les Trente Glorieuses, qui conduisent à une croissance économique soutenue. Le revenu disponible brut des ménages augmente ainsi de 11,2 % par an entre 1960 et 1974¹⁴, et leur pouvoir d'achat de 5,8% par an durant cette même période, soit une hausse annuelle du pouvoir d'achat individuel de 4,6% (après prise en compte de l'évolution de la composition des ménages)¹⁵. Cette augmentation des salaires est inhérente au modèle fordiste qui organise, d'autre part, la production en série de biens standardisés ;
- le progrès technique, l'innovation et l'évolution des modes de vie (notamment le taux d'équipement des ménages) induisent une modification des préférences des consommateurs. A titre illustratif, le taux d'équipement des ménages en automobiles passe de 30 % en 1960 à 60 % en 1973 ;

¹¹ Baudrillard, J. (1970), *La Société de consommation*, Gallimard

¹² Verley, P. (1999), *La première révolution industrielle, 1750-1880*, Armand Colin.

¹³ Chessel, M.-E. (2012), *Histoire de la consommation*, Repères, La Découverte.

¹⁴ Consales, G. et al. (2009), *La consommation des ménages depuis cinquante ans*, INSEE

¹⁵ INSEE (2014), *Trente ans de vie économique et sociale*, Insee Références



- le développement du libre-service à partir des années 1920, puis celui des grandes surfaces et du crédit à la consommation durant les Trente Glorieuses participent également à cette évolution.

Parallèlement, à partir des années 1960 en France, les pouvoirs publics participent à la structuration et à l'institutionnalisation des mouvements de consommateurs. Les organisations de consommateurs sont ainsi associées à « *la bonne marche d'un modèle de croissance qui repose sur la consommation de masse*¹⁶ » : la poursuite des intérêts individuels des consommateurs s'accompagne déjà d'une démarche complémentaire et collective de prise en compte des enjeux citoyens liés à la consommation. Ces deux postures représentent en fait deux faces d'une même problématique, l'enjeu étant moins de contester le marché que de l'optimiser. C'est en effet à cette époque que sont créés par exemple le Comité national de la Consommation (1960) et l'Institut national de la consommation (1966). Auparavant, un premier « Bureau de la Consommation » avait vu le jour en 1945 au sein du ministère de l'Economie.

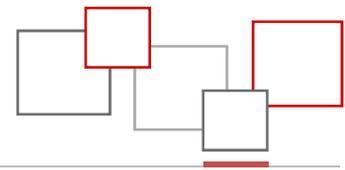
Le développement de ces mouvements de protection des droits des consommateurs, à l'origine constitués pour faire face à d'éventuels abus des producteurs, reçoit un écho particulier avec la publication de revues comme *Que Choisir ?* en 1961, ou *50 millions de consommateurs* en 1969. La loi Royer de 1973 (relative à l'orientation du commerce et de l'artisanat), ou la création du secrétariat d'Etat à la Consommation en 1974 sont autant d'illustrations d'une nouvelle implication des pouvoirs publics qui s'épanouit dans une approche régulatrice.

A partir des années 1970 et 1980, le modèle de développement des pays avancés est de plus en plus fréquemment questionné

Créée en 1983 au sein des Nations Unies et présidée par Gro Harlem Brundtland, alors Premier ministre de Norvège, la Commission Mondiale sur l'Environnement et le Développement reçoit mandat de réfléchir à des pistes de développement permettant tout à la fois le rattrapage des pays du Sud et la préservation des ressources environnementales. Cette réflexion aboutit à la publication, en 1987, du rapport « *Notre futur commun* », qui définit pour la première fois le concept de développement durable. Il s'agit en effet d'un « *développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* ». Une quinzaine d'années plus tôt, en 1972, le rapport du Club de Rome intitulé « *Halte à la croissance ?* » (*The Limits to Growth*) avait soutenu plus radicalement l'idée d'une croissance nulle afin d'atténuer les atteintes à l'environnement causées par le développement économique.

S'il ne dénonce pas encore la société de consommation en tant que telle, le rapport Brundtland met toutefois l'accent sur la consommation prudente des ressources naturelles, indispensable à la conciliation de deux objectifs fondamentaux, le développement et le respect de l'environnement. Rappelant que la croissance économique, en ce qu'elle favorise le financement, l'émergence et le développement de solutions techniques, est nécessaire à la sauvegarde de l'environnement, ce rapport préconise entre autres d'intégrer les considérations liées à l'environnement dans les prises de décision politiques et économiques, la préservation des ressources et la satisfaction des besoins essentiels. Il vise en effet une « *nouvelle ère de croissance économique, s'appuyant sur des politiques qui protégeraient, voire mettraient en valeur la base même des ressources* ». En cela, le rapport sert de fondement aux négociations internationales ultérieures (sommet de Rio, protocole de Kyoto, Cop 21, etc.).

¹⁶ Dubuisson-Quellier, S. (2011), « Le consomm'acteur d'hier à aujourd'hui », *Les Grands Dossiers des Sciences Humaines*, n. 22



L'Agenda 21, adopté par 173 Etats lors du sommet de la Terre à Rio de Janeiro en 1992, considère, dans son chapitre 4 intitulé *Modification des modes de consommation*, que « la cause principale de la dégradation continue de l'environnement mondial est un schéma de consommation et de production non viable, notamment dans les pays industrialisés ». L'Agenda 21 marque ainsi, au niveau international, le point de départ des interrogations explicites sur les modes de production et de consommation et les externalités négatives qu'ils peuvent induire pour la collectivité.

Ainsi, si le rapport Brundtland et celui du Club de Rome ne tirent pas les mêmes conclusions quant à la responsabilité de la croissance économique et du mode de consommation des pays avancés dans les atteintes environnementales, ils rappellent tous les deux la nécessité de repenser le modèle économique fondé sur une consommation croissante de biens et services.

Ces considérations liées à la préservation des ressources environnementales sont d'une importance croissante tout au long des années 1990 et 2000. Selon les projections des Nations Unies, la population mondiale devrait en effet atteindre 9,7 milliards d'habitants en 2050 (soit une augmentation de 33 % par rapport à 2015) et comprendre une classe moyenne d'environ 3 milliards d'individus d'ici 2030. Le niveau de la demande globale en 2050 devrait ainsi être plus de deux fois et demie supérieur à celui constaté en 2015 : à titre illustratif, la consommation d'eau devrait croître de 55 % d'ici cette échéance.

A partir des années 1990, de nouveaux modes de consommation connaissent une croissance significative et s'appuient sur le concept de responsabilité citoyenne

Durant les Trente Glorieuses (1945-1975), le fordisme alliant production et consommation de masse et facilitant le développement d'une forme de « paix sociale », l'accès de toutes les classes sociales à la consommation était devenu une promesse du modèle économique en place.

Dans les années 1990, des revendications militantes émergent et contestent le concept de consommation de masse ainsi que les modalités de développement du commerce international, et mettent l'accent sur la responsabilité sociale et environnementale des consommateurs. La consommation dite « responsable » entame alors une période de croissance forte. Ces phénomènes sont intimement liés à la crise protéiforme que traversent les économies développées à partir de la fin des Trente Glorieuses (sociale, économique, écologique, énergétique).

Dans le sillage du rapport Brundtland de 1987, de la conférence de Rio de 1992 et de la création de l'OMC en 1994, les nouveaux modes de consommation dits « responsables » se veulent ainsi une alternative à la consommation traditionnelle, fondée sur le respect des producteurs, notamment locaux (circuits courts) et du Sud (commerce équitable), de l'environnement et de la santé. **Davantage que la promotion d'un bon fonctionnement du marché, censé ainsi assurer la défense des droits des consommateurs, ces modes de consommation mettent l'accent sur la nécessité de changer de paradigme économique et d'intégrer au raisonnement les externalités négatives que la consommation de masse est susceptible de produire pour la collectivité.**

Les crises sanitaires de la fin des années 1990 et des années 2000 (vache folle, grippe aviaire) contribuent également au développement d'une prise de conscience des limites du mode de consommation en vigueur, et favorisent alors le développement de ces nouveaux modes de consommation. Aux enjeux originels, environnementaux et sanitaires, s'ajoutent également des considérations liées à l'éthique de la production et au respect des



normes internationales relatives aux droits des travailleurs¹⁷. En cela, la consommation dite « responsable » semble se distinguer de celle dite « durable », qui mettrait spécifiquement l'accent sur le fait de consommer des biens et services respectueux de l'environnement. Durant son audition devant le Conseil, Sophie Dubuisson-Quellier a ainsi indiqué que la consommation responsable est un concept plus large, qui représente une manière d'envisager ses pratiques de consommation en prenant en considération des objectifs collectifs. Elle observe à cet égard que la problématique du rapport au travail est consubstantielle à ces questions, les consommateurs devenant parfois producteurs (c'est le cas d'une partie de l'économie collaborative) ou construisant un équilibre alternatif en termes de temps de travail, d'engagement associatif, de temps personnel.

Encadré 2 : Le consommateur comme acteur du changement : quelques étapes depuis le XVIIIe siècle

L'acte de consommation a, dans l'histoire, permis aux mouvements protestataires d'investir un nouveau champ de la mobilisation politique. Une protestation parmi les plus retentissantes est celle du *Tea Party* en 1773 : par opposition aux lois britanniques relatives à l'augmentation de la taxation des produits importés, les colons américains jettent les cargaisons de thé dans la baie de Boston. L'utilisation de l'acte de consommation (en l'espèce, le refus de consommer tel produit) comme moyen d'atteinte d'un objectif collectif (la suppression des taxes imposées par l'Angleterre aux produits des colonies) constitue alors un phénomène nouveau mais appelé à se reproduire¹⁸. Plus globalement, l'association entre l'action individuelle et collective fera de cet événement historique l'acte fondateur de nombreux mouvements de consommateurs.

Par la suite, d'autres mouvements verront dans la consommation la possibilité d'apporter des changements économiques et sociaux comme celui du *Free Produce*, qui naît dans les années 1820 aux Etats-Unis et encourage les consommateurs à boycotter les produits fabriqués par des esclaves.

Ces différentes formes de contestation *via* l'acte de consommation diffèrent pour autant déjà par leurs objectifs. Tout au long du XIXe siècle, à la contestation politique s'ajoute une critique économique, sociale, et artistique, qui s'exprime notamment par le canal de la consommation aux fins de dénonciation du système capitaliste, considéré comme source d'oppression et d'inauthenticité¹⁹.

Ces mouvements avaient également pour objectif la défense des droits de certaines catégories de la population et tendaient à créer une forme de solidarité entre consommateurs et producteurs.

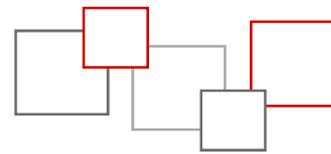
Deux exemples américains peuvent être mis en avant :

- le mouvement du *Free Produce* (cf. *supra*) n'incitait ainsi pas seulement au boycott, mais encourageait également l'achat de produits spécifiques (en l'espèce : du coton récolté par des travailleurs libres) ;
- l'*American Federation of Labor*, par ses appels au boycott, visait à défendre les droits des travailleurs.

¹⁷ Batail J. (2011), « Avant-propos : De nouveaux champs pour la performance des entreprises : les enjeux sociétaux et environnementaux », *Annales des Mines - Réalités industrielles* 2011/2, mai ; p. 6-17.

¹⁸ Audition de Sophie Dubuisson-Quellier, directrice de recherche au CNRS, directrice adjointe du Centre de sociologie des organisations devant le COE le 23 janvier 2018.

¹⁹ Boltanski, L. et Chiapello, E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Gallimard.



Les pratiques de boycott s'accompagnent ainsi d'incitations à l'achat sélectif (le boycott). La défense des droits syndicaux, et la nécessité de combattre la concurrence de produits fabriqués dans certains cas par une main d'œuvre peu onéreuse, conduisent de plus certains fabricants des Etats-Unis (dans le secteur des cigares, par exemple), à apposer des labels afin d'orienter les consommateurs. C'est également le cas de la *National Consumer League* fondée en 1891 aux Etats-Unis, qui permettait aux consommateurs d'identifier les produits issus de sites de production qui n'employaient pas d'enfants. Action syndicale, implication des consommateurs et défense des droits sociaux semblent former ainsi la matrice originelle des modes de consommation dits « responsables » qui se développeront avec une ampleur plus importante un siècle plus tard.

A la défense des droits des travailleurs et de certains producteurs, s'est ensuite ajoutée l'ambition de promouvoir une forme de consommation plus respectueuse de l'environnement, de la santé publique et des droits de l'homme. La prise de conscience que les modes de vie occidentaux, assis sur le principe d'une consommation de masse, à usage souvent unique, peuvent avoir un impact néfaste sur la collectivité a ainsi favorisé le développement de cette nouvelle ambition. Le développement de l'économie circulaire et collaborative, de l'agriculture biologique, de produits plus respectueux de l'environnement, s'inscrit dans cette démarche qui accompagne l'émergence d'une « citoyenneté économique ».

2. ... qui se traduisent par l'essor effectif de nouvelles formes de « consommation responsable »

Au-delà des enquêtes d'opinion qui permettent d'illustrer les tendances à l'œuvre et les aspirations des consommateurs, il importe de mesurer la diffusion effective de ces nouveaux modes de consommation « responsable ». Deux phénomènes sont en effet à intégrer pour apprécier le poids réel de ces nouveaux modes de consommation :

- le comportement effectif d'achat du consommateur peut différer de ses aspirations ;
- les tendances peuvent être fortes, mais aussi ne peser qu'un poids mineur dans la consommation totale des ménages français (et donc dans l'économie).

La mesure des comportements de consommation

L'exercice de quantification effective du poids économique des différentes formes de consommation responsable se révèle à cet égard assez complexe. Comme pour tout exercice de mesure, il convient d'abord d'en préciser le **champ d'analyse** : seule la **consommation finale des ménages** – c'est-à-dire les dépenses effectivement engagées par les ménages résidents en France pour acquérir des biens et des services destinés à la satisfaction de leurs besoins – fera ici l'objet d'analyses approfondies. Ce rapport n'examinera donc pas :

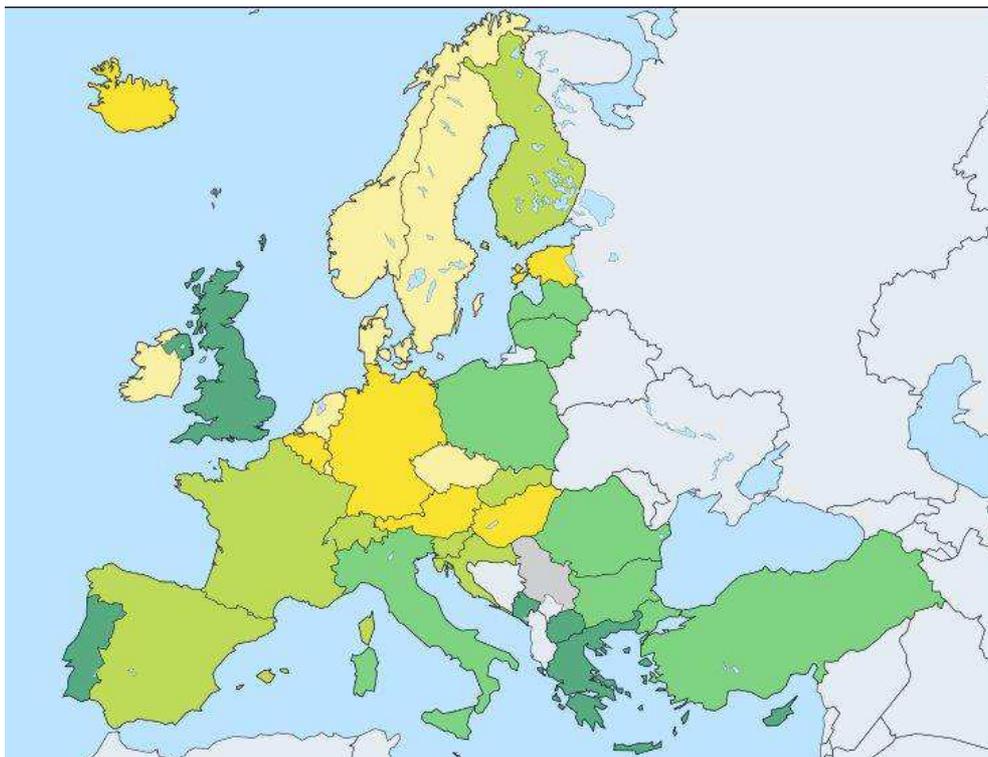
- *les dépenses de consommation intermédiaire*, correspondant aux biens et services transformés ou entièrement consommés par les acteurs économiques (principalement les entreprises) au cours du processus de production. Elles seront traitées indirectement : en effet, lorsque les consommateurs achètent plus « responsables » c'est l'ensemble de la chaîne de valeur qui peut être impactée ;
- *les dépenses de consommation finale des administrations publiques*, dont font partie les dépenses de consommation collective (défense, justice, etc.) qui bénéficient à la société dans son ensemble, et les dépenses de consommation individuelle (soins de santé, logement, éducation, etc.), qui incluent les dépenses engagées par les administrations pour le compte des ménages. Dans la mesure où les dépenses



des administrations publiques obéissent le plus souvent à des déterminants différents de ceux qui expliquent les décisions d'achat des ménages, leur traitement dans le rapport poserait des problèmes de cohérence interne. Elles ne seront donc pas directement analysées dans le cadre du présent rapport, même si les collectivités peuvent aussi participer, en tant que consommateurs, à la démarche de « consommation responsable » : c'est par exemple le cas en matière de marchés publics (pour leurs aspects sociaux ou environnementaux) ou sur des secteurs comme la construction où les administrations publiques sont à la fois prescripteurs et consommateurs.

En 2016, les dépenses de consommation finale des ménages français représentaient environ 55 % du PIB²⁰. Dans la plupart des pays de l'Union Européenne, la contribution à la richesse nationale de cet agrégat macroéconomique est comprise entre 47 et 64 % (cf. graphique 2). **Parce qu'elle modifierait en profondeur le volume et la structure des biens et services achetés, une transition collective vers des modes de consommation des ménages plus « responsables » est susceptible d'avoir un impact important sur la croissance de moyen terme d'un pays.**

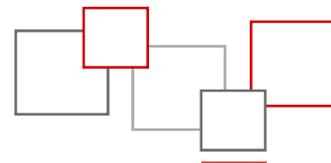
Graphique 2 : Consommation finale des ménages dans les Pays de l'Union Européenne en 2016 (% PIB)



■ 30,3 à 47,4 % ■ 47,4 à 53,3 % ■ 53,3 à 57,6 % ■ 57,6 à 64,3 % ■ 64,3 à 86,5 % ■ Données n.d.

Lecture : En 2016, la consommation finale des ménages et des institutions sans but lucratif au service des ménages représentait en Espagne entre 53,3 et 57,6 % du produit intérieur brut du pays.

²⁰ Données INSEE, incluant les dépenses de consommation finale des institutions sans but lucratif au service des ménages par souci de comparabilité avec les données Eurostat. En France et dans la même année, la consommation finale des ménages *stricto sensu* correspondait à environ 53 % du PIB.



Source : Données Eurostat.

Structure et valeur de la consommation des ménages

Plus précisément, en 2016²¹, la consommation finale des ménages en France telle que mesurée par l'INSEE s'est élevée à 1 234 milliards d'euros. Les principaux postes de consommation sont détaillés dans le tableau 1 ci-dessous.

Tableau 1 : Les postes principaux de la consommation finale des ménages en France

| Libellé activité | Valeur (en milliards d'euros) | Part dans la consommation totale |
|--------------------------------------------------------------|----------------------------------|-------------------------------------|
| Logement, chauffage, éclairage | 311 | 25,2 % |
| Alimentation et boissons non alcoolisées | 159 | 12,9 % |
| Transport | 155 | 12,6 % |
| Autres biens et services (soins personnels, assurances, ...) | 143 | 11,6 % |
| Loisirs et culture | 101 | 8,1 % |
| Hôtels, cafés, restaurants | 83 | 6,7 % |
| Équipement du logement | 58 | 4,7 % |
| Santé | 50 | 4,0 % |
| Dépense de consommation des ISBLSM ²² | 47 | 3,8 % |
| Articles d'habillement et chaussures | 45 | 3,6 % |
| Boissons alcoolisées et tabac | 42 | 3,4 % |
| Communication | 31 | 2,5 % |
| Éducation | 11 | 0,9 % |

Lecture : En 2016, les ménages français ont dépensés 311 milliards d'euros en logement, chauffage ou éclairage. Ce poste représente un quart du total de la consommation finale des ménages.

Source : INSEE (2018), Tableau de l'économie française

Aujourd'hui, le volume annuel de consommation des ménages est plus de trois fois plus élevé qu'en 1960. L'augmentation de ce volume est passée d'une croissance annuelle de 4% environ jusqu'au milieu des années 1970, à une augmentation d'environ 1,5% par an depuis.

L'analyse de l'évolution de la consommation des Français²³ faite par l'INSEE atteste d'une évolution significative de sa structure depuis 1960 :

- la part des dépenses alimentaires et de l'habillement ont fortement diminué sur la période ;
- les dépenses du logement, de transport, de santé, de communication occupent une place croissante.

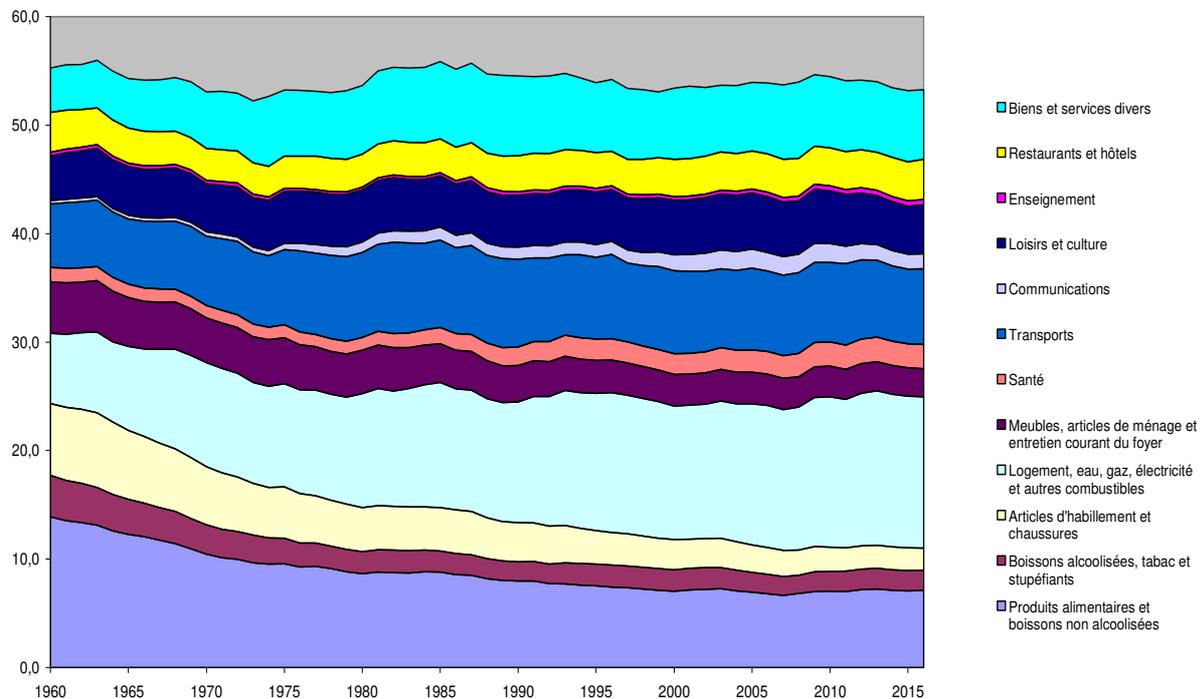
²¹ Tableau de l'économie française, INSEE, édition 2018. Le montant en volume est celui indiqué par INSEE duquel ont été retirées les dépenses de consommation des APU en biens et services individualisables.

²² Les ISBLSM sont les institutions sans but lucratif au service des ménages.

²³ INSEE (2009), « Cinquante ans de consommation en France », INSEE Références.



Graphique 3 : Evolution de la consommation des ménages par fonction depuis 1960 (en % du PIB courant)



Source : INSEE (2018), *Tableau de l'économie française*

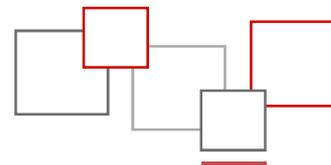
Comment mesurer la « consommation responsable » ?

Quantifier la diffusion de modes de consommation « responsables » supposerait de disposer d'informations à la fois très détaillées et exhaustives sur les quantités et les prix des biens et services achetés par les consommateurs français, les caractéristiques socio-économiques de ces derniers ainsi que les motivations sous-jacentes à leurs décisions d'achat. Si les données statistiques abondent, il n'existe pas cependant une source réunissant l'ensemble des informations souhaitées à un tel degré de détail et d'objectivité permettant de distinguer ce qui serait « responsable » de ce qui ne le serait pas.

Dès lors, deux approches peuvent être retenues afin de mesurer les évolutions de la consommation finale des ménages au niveau d'un pays : une approche « demande » et une approche « production ».

La première approche conduit à établir une évaluation de la dépense de consommation finale des ménages en comparant les résultats d'enquêtes sur les dépenses de consommation avec les données issues de la plupart des autres sources existantes du côté de la demande (**panels privés de ménages, formulaires administratifs, enquêtes auprès des ménages**, etc. A partir de sources microéconomiques (enquêtes, sondages et autres données statistiques à l'échelle des individus), il est possible d'apprécier les motivations des **comportements déclarés par les consommateurs**, ainsi que leurs **attitudes d'achat**²⁴. Néanmoins, plusieurs biais subsistent entre les

²⁴ Selon l'OCDE, il faut distinguer ce qui relève des comportements, objectivement observables, des attitudes des personnes, qui quant à elles dépendent plutôt des croyances et des normes sociales. Audition de Walid OUESLATI, économiste senior au sein de la Direction de l'Environnement de l'OCDE, devant le COE le 27 février 2018.



réponses à des enquêtes ou sondages et les comportements effectifs des enquêtés : selon le CREDOC, par exemple, les personnes interviewées ont tendance à vouloir donner une bonne image d'eux-mêmes à travers leurs réponses, en les accordant aux critères de désirabilité sociale²⁵. Le niveau de détail de l'analyse que permettent ces sources peut être significatif, mais la mesure de la diffusion des nouveaux modes de consommation « responsable » risque en même temps d'en être surestimée.

La deuxième approche consiste à utiliser les données de production disponibles, et notamment celles issues du **commerce extérieur**, de **panels privés de commerçants**, des **comptes déposés par les entreprises auprès des tribunaux de commerce** et les **chiffres d'affaires du commerce de détail**. Cependant, ces données sont inadaptables pour quantifier exactement la diffusion d'un mode de consommation donné. Par exemple, il est difficile de répartir de façon fiable le chiffre d'affaires du commerce non spécialisé en fonction du produit : ces données ne peuvent donc être mobilisées que sur des regroupements de produits.

De leur côté, les sources macroéconomiques, constituées à partir de comparaisons entre les données issues des deux approches, tendent à privilégier l'objectivité au niveau de détail : elles fournissent un aperçu fiable des **comportements effectifs des consommateurs**, mais à un niveau plutôt agrégé. C'est par exemple le cas des comptes nationaux établis par l'INSEE : les séries les plus fines permettent de distinguer 297 postes de consommation finale des ménages, qui ne sont généralement pas suffisants pour suivre de façon fine la diffusion des nouveaux modes de « consommation responsable ».

La difficulté fondamentale de cet exercice de mesure réside donc en l'arbitrage existant entre le niveau de détail des sources et le degré de fiabilité des conclusions qu'il est possible d'en tirer. A défaut d'apprécier de manière agrégée le poids de ces « consommations responsables » dans la consommation finale des ménages, il est en revanche possible de mettre en évidence des inflexions sensibles des comportements de consommation des ménages, alimentées par des nouvelles formes d'information sur l'origine et la nature des produits.

Ces inflexions portent d'abord sur de nouvelles pratiques de consommation :

- les comportements des consommateurs sont désormais fréquemment motivés par la perspective d'un développement de l'emploi local ou national au travers de leurs achats (Made in France, « made in local » et circuits courts) ;
- les pratiques de consommation se renouvellent autour de l'usage et du cycle de vie du produit (tri, recyclage, don, achat d'occasion, location entre particulier).

En outre, de nouveaux produits occupent une place croissante dans les dépenses de consommation :

- la place des produits « verts » se renforce ;
- l'exemple de l'essor du bio témoigne de la place croissante accordée à des produits jugés plus « sains » ;
- les préoccupations d'ordre éthique se retrouvent aussi dans l'achat de produits issus du commerce équitable.

Pour chacune de ces inflexions, la méthode de mesure retenue par le présent rapport tente alors de pallier les manques et de maximiser les bénéfices de chaque type de source et d'approche. Il s'agit en particulier de mobi-

²⁵ CREDOC (2010), « Peut-on extrapoler les comportements et les opinions des internautes à la population générale ? », *Cahier de recherche n. 273*, Département « Conditions de vie et Aspirations des Français ».



liser conjointement, pour chaque sous-dimension de la consommation « responsable », les données statistiques suivantes :

- des **indicateurs d'offre et de demande** permettant d'approximer de manière objective les tendances à l'œuvre ;
- des **questions d'enquêtes ou sondages adressées aux consommateurs** et susceptibles d'illustrer plus en détail les attitudes et les motivations des personnes vis-à-vis de ces nouveaux modes de consommation.

2.1 De nouvelles pratiques de consommation

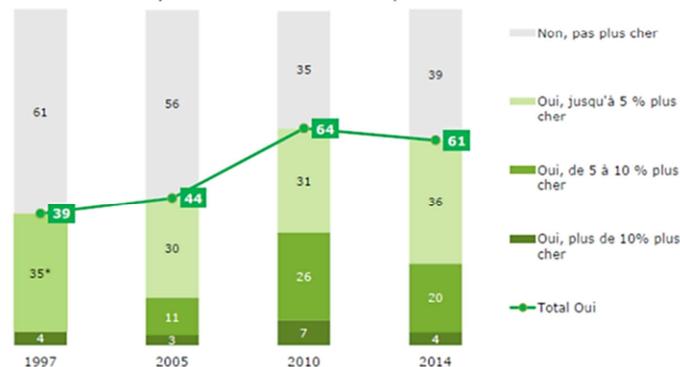
2.1.1 Des comportements motivés par un potentiel impact économique, social et environnemental territorial positif : le Made in France, le « Made in local » et les circuits courts

Différentes enquêtes, et notamment celles du CREDOC, ont souligné l'attention renouvelée que les consommateurs attachent, par leurs pratiques d'achat, au soutien à la collectivité nationale ou locale.

Une analyse du CREDOC²⁶ met ainsi en lumière que les Français se disent prêts, de manière croissante, à payer plus cher un produit fabriqué en France. Ils seraient ainsi trois sur cinq en 2014, contre deux sur cinq en 1997 (cf. Graphique XX). Deux sondages Ifop²⁷ réalisés en 2013 et 2017 rapportent que 77 % des répondants se déclaraient prêts à payer plus cher un produit qu'ils savaient fabriqué en France en 2013 et **74 % en 2017**.

Graphique 4 : Le consentement à payer plus cher des produits industriels français entre 1997 et 2014

- « Par comparaison avec les produits fabriqués hors d'Europe, êtes-vous prêt à payer plus cher les produits industriels fabriqués en France ? » -

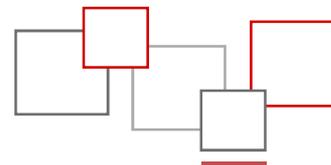


Lecture : En 2014, 61% des sondés se déclarent prêts à payer jusqu'à 5% plus cher pour un produit industriel fabriqué en France.

Source : CREDOC, enquêtes « Conditions de vie et aspirations », 1997, 2005 et 2014 ; enquête « Image de l'industrie », 2010

²⁶ Daudey, E. (2014), *L'attachement des Français au Made in France*, Collection des rapports du CREDOC, étude réalisée pour la Direction générale des entreprises

²⁷ Ifop (2013), « Les Français et le Made in France », sondage pour l'entreprise Atol ; Ifop (2017), « Les Français et le Made in France », sondage pour l'association Pro France.



Selon un sondage Ifop pour le Cedre²⁸ réalisé en 2011, la motivation principale est d'ordre économique : pour 94 % des personnes interrogées, le fait qu'un produit soit fabriqué en France implique que « *par son achat, on soutient l'industrie française et le marché de l'emploi en France* ». Mais à cela s'ajoute aussi d'autres motivations que l'on retrouve dans les différentes dimensions de la consommation « responsable ». Pour 92 % d'entre eux, « *c'est aussi une meilleure garantie sur la qualité du produit (respect des normes françaises et européennes)* ». Ils sont également 87 % à considérer que c'est « *l'assurance que le produit ait été fabriqué selon des normes sociales respectueuses des salariés* », et 84 % pour dire que « *cela favorise le respect de l'environnement notamment en optimisant l'utilisation des transports* ».

L'attention portée à l'origine du produit et donc la sensibilité au Made in France est néanmoins variable selon le type de produit. D'après les résultats de l'enquête du CREDOC « Conditions de vie et aspirations » de 2014, 55 % des personnes qui disent privilégier un produit fabriqué en France le font au moment de l'achat de produits alimentaires, ils sont 17 % à le faire pour les automobiles, 12 % pour l'habillement/textile, 8 % pour l'équipement du ménage. D'après le sondage Ifop pour le Cedre en 2011 : pour 90 % des personnes interrogées le fait que le produit ait été fabriqué en France est important pour l'alimentation, pour 60 % d'entre eux, ça l'est pour l'équipement de la maison et pour 60 % aussi pour les voitures.

Une analyse plus poussée permet d'identifier certains facteurs déterminants dans la sensibilité au Made in France. Le travail du CREDOC de 2014 souligne ainsi que le consentement déclaré à payer plus cher est corrélé au fait d'apprécier la qualité, à l'âge, aux revenus et à la préoccupation pour l'environnement. Les partisans du Made in France sont en moyenne plus âgés, peu ou pas diplômés, plus sensibles aux questions environnementales et plus présents en zone rurale. Ils sont également plus critiques vis-à-vis de la mondialisation.

Cela se retrouve aussi dans une plus grande sensibilité des consommateurs au local. **Plus encore que la fabrication française, le « Made in local » semble en effet gagner en importance dans les critères de choix des consommateurs.** D'après une enquête Arcane Research pour Mescoursespourmaplanète²⁹, plus de 8 Français sur 10 voient dans le « local » et le ré-enracinement de l'économie, un outil pour répondre aux enjeux économiques, sociaux et environnementaux. En outre, près de 9 Français sur 10 considèrent que l'implantation locale d'un professionnel est un critère de choix au moment de leurs achats et pour la moitié d'entre eux, c'est même un critère décisif. Cette attention portée au local se révèle particulièrement forte en matière de consommation alimentaire. D'après un sondage Opinionway de 2010 pour *A little market*, 83 % des consommateurs disent privilégier des produits locaux pour leur consommation alimentaire. Parmi ceux-ci, des études³⁰ observent que les femmes et les seniors sont en moyenne surreprésentés parmi les acheteurs de produits locaux et en circuits courts. **Les consommateurs semblent attribuer certaines qualités ou propriétés aux produits fabriqués près de chez eux. Les produits locaux seraient ainsi, pour les consommateurs, de qualité supérieure mais aussi bons pour l'environnement et l'emploi local.** Ainsi d'après l'enquête Arcane Research de 2017, « *92 % des Français font appel à un professionnel local afin d'acheter des produits de meilleure qualité, 91 % pour soutenir l'économie et l'emploi local et 91 % pour connaître l'origine des produits achetés* ».

²⁸ Comité des Entrepreneurs pour un développement responsable de l'économie (CEDRE).

²⁹ Utopies (2017), *La vie locale : réenraciner la consommation pour des territoires plus vivants et durables*, Next Practice.

³⁰ Utopies (2017), *op.cit.* ; Programme Codia (2013).



Enfin, certains consommateurs privilégient des produits dont le mode de distribution est plus direct autrement appelé « circuit court »³¹. En effet, il ressort que parmi les attentes des consommateurs, se dégage une sensibilité croissante à la traçabilité des produits et au nombre d'intermédiaires entre la production et la vente. L'enquête Codia³² permet d'identifier les attentes des consommateurs français par rapport aux circuits courts en 2013. Ils sont ainsi 84 % à estimer que les produits en circuits courts sont de meilleure qualité que des produits en circuits longs, 71 % qu'ils sont plus respectueux de l'environnement et 66 % qu'ils sont meilleurs pour la santé³³.

Cette sensibilité croissante du consommateur à l'origine des produits se retrouve dans leurs pratiques d'achat favorables au « local », mais à des degrés divers

S'agissant des produits Made in France, on observe au premier abord ce qui s'apparente à un écart entre les intentions d'achat et la réalité des pratiques. **Les travaux disponibles montrent ainsi que, à l'opposé des tendances mises en lumière par les sondages, les Français consomment en réalité de moins en moins de produits fabriqués en France.** En effet, pour les seuls biens, dans un travail de 2018, des chercheurs de la Banque de France³⁴ ont estimé que le contenu en importations de la consommation des ménages en biens (non en services) était d'environ 10 % en 1994 et 17 % en 2014³⁵. Avec une méthodologie différente³⁶, l'Observatoire français des conjonctures économiques (OFCE) a estimé dans son analyse pour le rapport de la Délégation à la prospective du Sénat de 2009 intitulé « La relation entre consommation des ménages et importations : relancer la consommation pour relancer la croissance ? » que le contenu en importations de la consommation serait de l'ordre de 14 % en 2008. Lorsqu'on considère le contenu en importations des biens et des services dans la consommation finale des ménages, on peut estimer – à partir des tableaux entrées-sorties de l'INSEE – à 18,66 % la part que représentaient les importations en 2014 contre 17,92 % en 2010³⁷. Au-delà des écarts liés à des choix de champ et de méthodologie, les ordres de grandeur sont comparables. **L'importance des biens importés dans la consommation des ménages met ainsi en exergue l'ambiguïté entre les intentions des consommateurs à l'endroit des produits fabriqués en France et la réalité de leurs pratiques. Cet écart peut, dans certains cas, s'expliquer par l'affaiblissement du tissu manufacturier national en vingt ans, et sa capacité à répondre à certaines demandes ; c'est en particulier le cas quand les avantages comparatifs pour certaines productions jouent en défaveur de la France (certains segments du textile-habillement, par exemple).**

³¹ Avis du CESE sur le rapport de Albert Ritzenthaler de 2016 intitulé « Les circuits de distribution des produits alimentaires ».

³² Casdar Codia (Circuits courts en Europe : opportunités commerciales et dialogue avec la société) est un projet de recherche national piloté par le Gret et rassemblant des organismes de recherche et des acteurs professionnels. Il est financé par le Compte d'affectation spéciale pour le développement agricole et rural du ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt.

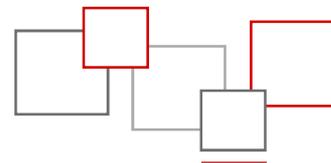
³³ Programme Codia (2013), *La consommation alimentaire en circuits courts : enquête nationale (Premiers résultats)*

³⁴ Carluccio, J., *et al.* (2018), « Dissecting the Impact of Imports from Low-Wage Countries on French Consumer Prices », *Working Paper*, Banque de France.

³⁵ La Banque de France a calculé le contenu en importations des dépenses de consommation des ménages comme le rapport entre le volume de biens importés (à partir des données de douanes) et le volume total de ce bien consommé par les ménages.

³⁶ L'OFCE a calculé d'abord un taux de pénétration en importations par branche (qui correspond à la part des consommations intermédiaires en biens importés grâce au tableau entrée-sortie) puis a rapporté les dépenses de consommations des ménages pour chacune des branches afin d'obtenir le contenu en importations des dépenses de consommation en biens importés des ménages.

³⁷ Traitement COE à partir du modèle AVIONIC de l'INSEE sur des données des tableaux entrées-sorties, comptes nationaux : Calcul du contenu en importations de la consommation des ménages grâce au modèle AVIONIC de l'INSEE (approche similaire à celle de l'OFCE) : d'abord calcul du contenu en importations des consommations intermédiaires (biens et services) par activités, puis rapport entre cette estimation et les dépenses de consommation des ménages par activité.



Toutefois, la diffusion de certaines marques collectives de certification comme « Origine France Garantie » ou « France Terre Textile » (cf. Encadré 3) montre que le critère de l'origine constitue un élément distinctif favorable aux ventes sur le marché national et à l'export.

Encadré 3 : Les labels « Origine France Garantie » et « France Terre Textile »

L'association Pro France a été fondée en 2010 par Yves Jégo suite à son rapport *En finir avec la mondialisation anonyme : la traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi*. L'objectif est de permettre aux entreprises qui produisent en France de le valoriser. Un label « Origine France Garantie » a donc été créé par l'association. Son cahier des charges est plus restrictif que le cadre réglementaire sur l'origine des produits et fait intervenir un tiers certificateur.

Pour obtenir le label, il faut que la gamme de produits réponde aux exigences suivantes :

- entre 50 % et 100 % du prix de revient unitaire est français ;
- le produit prend ses caractéristiques essentielles en France.

Actuellement, le label concerne 2000 gammes de produits, 600 entreprises (soit environ 100 000 emplois), avec un taux de renouvellement de 92 %.

Le label France Terre Textile a été initié par le syndicat textile des Vosges en 2011 sous l'appellation « Vosges Terre Textile » puis ouvert à d'autres régions pour devenir « France Terre Textile » en 2015. Il répond à une volonté des industriels du textile de valoriser les modes de production français tout en favorisant une plus grande coopération entre les différents acteurs de la chaîne de valeur au niveau local.

Le cahier de charges, décidé par les industriels eux-mêmes et contrôlé par un organisme tiers, stipule que pour obtenir le label, il faut que 75 % des opérations aient lieu au sein de l'un des quatre « berceaux du textile français » (les Vosges, l'Alsace, le Nord et Rhône-Alpes).

France Terre Textile compte aujourd'hui 20 millions d'articles labellisés, 95 entreprises agréées, soit environ 5000 emplois.

S'agissant de la consommation de produits « locaux », la diversité et la notoriété des indications ou signes officiels liés à la qualité et à l'origine (SIQO) sont des illustrations de leur attractivité pour les consommateurs :

- **les indications géographiques**³⁸ concernent des produits manufacturés (industriels et artisanaux) et des ressources naturelles originaires d'une zone géographique qui confère au produit ses caractéristiques ou sa réputation. C'est l'Institut national de la propriété intellectuelle (INPI) qui attribue les IG qui permettent aux entreprises de valoriser leurs produits notamment à l'export. Un exemple d'IG est « le Granit de Bretagne » ;
- **les indications géographiques protégées**³⁹ concernent des produits agricoles, agroalimentaires ou viticoles dont la production, la transformation ou l'élaboration⁴⁰ a lieu sur une aire géographique qui lui confère sa qualité ou sa réputation. C'est par exemple le cas des « Coquilles Saint-Jacques des Côtes

³⁸ C'est la loi du 17 mars 2014 relative à la consommation qui a ouvert le régime des indications géographiques aux produits industriels, artisanaux et aux ressources naturelles (qui ne sont ni agricoles, ni forestier, ni alimentaire ou de la mer).

³⁹ Les IGP, les SPG et les AOP ont été mise en place en 1992 par la réglementation européenne puis étendu aux produits viticoles en 2009.

⁴⁰ Pour les vins, les trois étapes doivent avoir lieu sur la même zone géographique.



d'Armor » ou des « Volailles de Loué ». Comme les autres signes officiels, une IGP fait l'objet d'une demande d'un ensemble de producteurs qui s'associent au sein d'un organisme de défense et de gestion (ODG) chargé d'élaborer le cahier des charges et, après homologation par l'Institut national de l'origine et de la qualité (INAO), de promouvoir le produit. En 2016, on dénombrait 137 IGP agro-alimentaires (soit environ 1,5 % de la production alimentaire commercialisée et 1,5 milliard d'euros, en croissance de 4,4 % par rapport à 2015) et dans le secteur viticole, 74 vins IGP et 2 IGP cidres (soit 7,7 % des boissons commercialisées et 2,1 milliard d'euros, soit 5,1 % de plus qu'en 2015) ;

- **la spécialité traditionnelle garantie** concerne des produits alimentaires dont les qualités spécifiques sont liées à la composition, aux méthodes de production ou de transformation fondées sur une tradition. C'est par exemple le cas des « moules de bouchot » ;
- **les appellations d'origine protégée** sont des produits agricoles, agroalimentaires ou viticoles dont toutes les étapes de fabrication sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique – un terroir⁴¹ – qui donne ses caractéristiques au produit. C'est par exemple le cas de « l'agneau des prés salés du Mont Saint-Michel » ou des « pommes du Limousin » ;
- **les appellations d'origine contrôlée** ont les mêmes caractéristiques que les AOP mais ne sont valables que sur le marché français – il s'agit de produits qui, par exemple, ne sont pas couverts par la réglementation européenne. En 2016, on compte 95 AOP agro-alimentaires dont 50 AOP laitières et 7 AOC agro-alimentaires soit 2,2 % de la production alimentaire commercialisée (qui représentent un chiffre d'affaires de 2,1 milliards d'euros, en hausse de 5,1 % par rapport à 2015). On dénombre en outre 361 AOP/AOC viticoles, 17 AOC pour les boissons spiritueuses et 4 AOC/AOP cidres et poirés soit 69,2 % des boissons commercialisées (soit 19,1 milliards d'euros, en hausse de 3,7 % par rapport à 2015).

A côté de ces signes officiels, il existe des initiatives locales issues d'associations de professionnels se fixant eux-mêmes leur cahier de charges, tel que *Produit en Bretagne* ou *Saveurs en'Or (Hauts-de-France)*. *Produit en Bretagne* est une marque régionale collective déposée en 1993 dans l'objectif de maintenir des savoir-faire bretons et de soutenir l'emploi local⁴². En 2017, l'association revendique 4000 produits, 400 entreprises pour un total de 110 000 emplois.

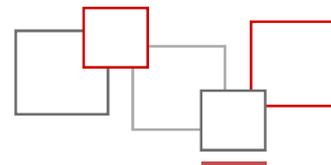
S'agissant enfin des circuits courts, définis depuis 2009, comme « *des modes de commercialisation des produits agricoles qui s'exercent par la vente directe ou indirecte du producteur au consommateur à condition qu'il n'y ait qu'un intermédiaire entre l'exploitant et le consommateur* »⁴³, leur champ est large et leur développement avéré. Il comprend la vente directe à la ferme ou au marché, les points de vente collectifs, les AMAP (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne)⁴⁴, la vente au domicile ou sur le lieu de travail, la vente en grandes surfaces de produits issus de petites productions locales ou encore la vente groupée sur internet.

⁴¹ Le terroir se définit comme un « *espace délimité dans lequel une communauté humaine construit au cours de son histoire un savoir-faire collectif de production, le terroir est fondé sur un système d'interactions entre un milieu physique et biologique et un ensemble de facteurs humains* » (site de l'INAO).

⁴² Le cahier des charges exige que le produit ait subi une transformation substantielle sur le territoire et qu'il y ait gagné de la valeur ajoutée.

⁴³ Plan Barnier pour les circuits courts (2009).

⁴⁴ Les AMAP sont des formes de partenariat de proximité entre un groupe de consommateurs et une exploitation locale où le producteur s'engage à fournir régulièrement aux consommateurs un panier de produits de son exploitation.



Au total, en 2010, 21 % des exploitations agricoles, représentant 110 000 agriculteurs, commercialisaient tout ou partie de leur production en circuit court⁴⁵. En 2015, on dénombre entre 600 et 1200 marchés de producteurs, 1600 AMAP, 650 ruches⁴⁶ (*La Ruche Qui Dit Oui*) et environ 250 magasins de producteurs⁴⁷. Ce mode de distribution concerne toutes les filières mais en premier lieu : le miel et les légumes (50 % des exploitations), les fruits et le vin (25 %) et les produits animaux (10 %)⁴⁸. 10 % des exploitations qui commercialisent en circuit court font de l'agriculture biologique (contre 2 % pour les circuits longs).

En 2013, la consommation en circuit court représente 6 à 7 % des achats alimentaires en France d'après l'enquête Codia. 42 % des consommateurs déclarent avoir acheté un produit en circuit court au cours du dernier mois.

2.1.2 Des pratiques d'achat, d'usage et de rejet : tri, recyclage, don, achat d'occasion, location entre particuliers

La sensibilité croissante des consommateurs à l'environnement peut se traduire d'une double manière dans leur consommation : par la consommation de produits bénéficiant de garanties écologiques (cf. *infra*), mais aussi par des pratiques de consommation elles-mêmes plus respectueuses de l'environnement (gestion des déchets, tri sélectif, partage de l'usage...).

En la matière, les études disponibles soulignent différentes tendances :

- une part importante des consommateurs français essaie d'acheter des produits moins générateurs de déchets : d'après l'Eurobaromètre de 2014⁴⁹, 35 % des Français ont déclaré « avoir réduit leur consommation de produits jetables ou suremballés au cours du dernier mois » – cette sensibilité est plus marquée chez les plus âgés et ceux qui affichent une forte préoccupation écologique ;
- les pratiques de tri sélectif se diffusent très largement, et ce pour un nombre plus important de produits : une analyse du CREDOC⁵⁰ montre ainsi qu'en 2010, 55 % des Français déclarent trier systématiquement le verre, les piles, les emballages et les papiers journaux contre 44 % en 2006 – les jeunes, les personnes aux faibles revenus et moins sensibles aux questions environnementales ont tendance à moins trier leurs déchets ;
- l'achat de produits d'occasion est en forte expansion : d'après une autre enquête de l'ADEME, 75 % des répondants déclaraient acheter des produits d'occasion en 2012 (contre 59 % en 2004⁵¹) ; c'est bien sûr

⁴⁵ Agreste (2012), « Un producteur sur cinq vend en circuit court », *Agreste Primeurs*, n°275.

⁴⁶ Une ruche est une communauté qui achète directement à différents producteurs locaux du réseau.

⁴⁷ Audition d'Alban Thomas, chef du département Economie à l'INRA et de Frédéric Wallet, économiste à l'INRA, le mardi 6 mars 2018, devant le COE.

⁴⁸ ADEME (2017), « Alimentation – les circuits courts de proximité », *Les avis de l'ADEME*.

⁴⁹ Commission européenne(2014), « Attitudes des citoyens européens vis-à-vis de l'environnement », *Eurobaromètre*.

⁵⁰ Hoibian S. (2010), « Du caddie à la poubelle : les Français sont plus sensibles aux emballages », *Consommation et modes de vie, CREDOC*.

⁵¹ Les plus gros marchés de produits d'occasion concernent les deux roues motorisées, les automobiles et les vélos.

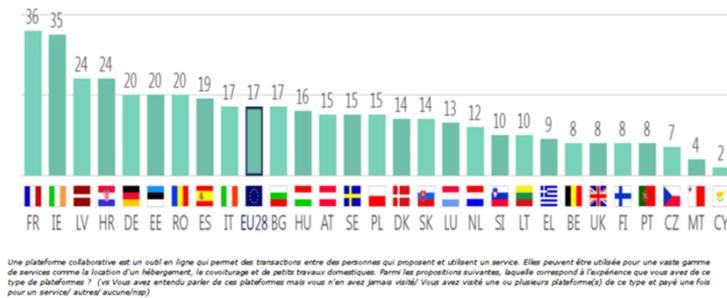


favorisé par la diffusion de l'internet : le CREDOC⁵² observe ainsi que la part des ménages français ayant vendu au moins un produit d'occasion par internet est passé de 15 % en 2007 à 54 % en 2017

- c'est également le cas pour le troc ou le don ou l'achat groupé, même si la réparation reste en retrait – en effet, les dépenses de consommation des ménages par habitant consacrées à l'entretien et à la réparation ont diminué de 9 % entre 1990 (583€/an/habitant) et 2015 (530€/an/habitant)⁵³ ;
- d'après l'enquête Nomadéis-TNS Sofres de 2015 pour le Pipame⁵⁴, 89 % de la population déclare avoir déjà réalisé au moins une fois une pratique de consommation collaborative ; plus de deux tiers des Français ont pratiqué une transaction de biens entre particuliers (hors proches, familles et amis) alors qu'en 2016, 30 % des Français ont déjà fait du covoiturage⁵⁵. Ils sont également nombreux à utiliser les services entre particuliers. Pour la plupart, ces échanges sont monétarisés et s'effectuent *via* une plateforme Internet. D'après le baromètre européen sur l'usage des plateformes collaboratives de juin 2016, 36 % des Français déclarent avoir utilisé une plateforme collaborative plusieurs fois par an ou au moins une fois par mois, soit plus de deux fois plus que la moyenne européenne (cf. Graphique 5).

Graphique 5 : Le recours aux plateformes collaboratives dans l'Union européenne

% a utilisé (plusieurs fois par an ou au moins une fois par mois) une plateforme collaborative



Lecture : En France, 36% des sondés déclarent avoir utilisé plusieurs fois par an ou au moins une fois par mois une plateforme collaborative.

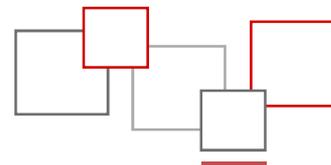
Source : Commission européenne, (2016) Eurobaromètre sur l'usage des plateformes collaboratives

⁵² Audition de Pascale Hebel, directrice du pôle Consommation et entreprises du CREDOC devant le COE le 16 janvier 2018.

⁵³ CGDD (2017), 10 indicateurs clés pour le suivi de l'économie circulaire.

⁵⁴ Pipame (2015), Enjeux et perspectives de la consommation collaborative.

⁵⁵ CGDD (2017), *op. cit.*



2.2 Une place croissante pour des produits jugés plus « responsables »

2.2.1 Des produits plus respectueux de l'environnement

L'édition 2017 du baromètre Greenflex consacré aux Français et à la consommation responsable, réalisé en partenariat avec l'ADEME⁵⁶, souligne l'attention soutenue portée aux enjeux environnementaux. **Les préoccupations environnementales figurent ainsi parmi les critères d'achat des consommateurs français. D'après l'enquête « Consommation » du CREDOC de 2012, 67 % des interrogés considèrent que le fait qu'un produit ait des garanties écologiques les incite à l'acheter.** Néanmoins il ressort d'une analyse des enquêtes « Conditions de vie et Aspirations des Français » du CREDOC que le consentement déclaré à payer plus cher des produits bénéficiant de garanties écologiques décroît : alors qu'en 1994, 66 % des Français se disent prêts à payer 10 % plus cher un produit « plus vert », ils ne sont que 36 % en 2010. **Cette même enquête révèle pourtant une sensibilité élevée des Français à l'environnement**, stable voire en légère baisse entre 1995 et 2013 puisqu'ils sont 91 % à se déclarer concernés par les problèmes d'environnement en 1995, 90 % en 2002, et 87 % en 2013.

La préservation de l'environnement est une source d'inquiétude pour les Français interrogés : en particulier, la pollution est le premier motif d'inquiétude en matière d'environnement pour 28,8 % des sondés (soit une hausse de 1,1 point par rapport à 2016), et l'extinction des espèces animales est citée par 24,6 % des sondés (soit une hausse significative de près de 10 points). L'institut Greenflex note également que les préoccupations plus proprement liées à la santé (et qui présentent pour bon nombre d'entre elles un lien évident avec l'environnement) sont celles qui connaissent la plus forte croissance⁵⁷.

Cette sensibilité élevée à l'environnement les conduit en particulier à approuver des actions sectorielles, ainsi que le dévoile une étude IFOP réalisée à la veille de la conférence environnementale de septembre 2012⁵⁸ : 94 % des Français mettent ainsi en avant le développement de moyens de transport écologiques (transports en commun, covoiturage, vélo...), 74 % se prononcent en faveur d'une obligation de rénovation thermique, 72 % souhaitent l'interdiction définitive de l'exploration et l'exploitation des gaz de schiste et 65 % sont favorables à une interdiction des forages en haute mer. A noter cependant que ces opinions sont là aussi qualitatives, sans que soit analysé, au moins à ce stade déclaratif, le rapport coût efficacité d'une mesure spécifique.

Ce même institut a réalisé une étude similaire⁵⁹ en 2017 qui confirme les tendances identifiées en 2012. Il en ressort que 70 % des personnes interrogées sont en faveur d'un respect des engagements souscrits au cours de la Conférence des parties de 2015 (COP21), que 87 % veulent que l'objectif de développement de 30 % d'énergies renouvelables d'ici 2030 soit atteint et que 86 % soutiennent la mise en place de mesures permettant de réduire la consommation d'énergie de 20 % en France.

⁵⁶ Greenflex (2017), *Les Français et la consommation responsable*, édition 2017. Baromètre sur la consommation responsable.

⁵⁷ Audition de Stéphane Petitjean, Directeur associé de Greenflex, le 30 janvier 2018, devant le COE.

⁵⁸ Ifop (2012), « Les attentes en matière d'environnement à la veille de la conférence environnementale », sondage WWF et Rassemblement pour la planète.

⁵⁹ Ifop (2016), « L'environnement et la présidentielle de 2017 », sondage pour WWF.



Surtout, cette sensibilité élevée aux enjeux écologiques s'accompagne, chez les consommateurs, d'une plus grande prise de conscience des impacts potentiellement négatifs que leurs actes de consommation ont sur l'environnement. La quantité d'énergie requise pour la production d'un bien, les matériaux utilisés pour sa fabrication, le temps de transport et la pollution engendrée, le caractère recyclable ou non du produit, sa durée de vie, sont des caractéristiques du processus de production auxquelles les consommateurs portent une attention croissante. **Cette volonté de préservation de la nature se matérialise donc par le souhait de consommer des produits dont les différentes étapes du processus de production ainsi que son usage minimisent les impacts négatifs sur celle-ci.**

Cette aspiration croissante se retrouve dans une évolution des modes de consommation, pour une part influencée par les mesures de politiques publiques. L'essor de la consommation de produits plus respectueux de l'environnement concerne ainsi notamment les secteurs des transports et du bâtiment :

- **le secteur des transports écologiques** : l'achat de véhicules électriques ou hybrides est ainsi en plein essor. Selon le Comité des constructeurs français d'automobiles (CCFA), les immatriculations de voitures de cette catégorie sont en effet passées de 2 626 en 2011 à 24 904 en 2017, et les chiffres du premier trimestre 2018 sont supérieurs de 17% à ceux du premier trimestre 2017. Il reste cependant faible par rapport au nombre total de véhicules achetés ;
- **le secteur du bâtiment** : alors que le nombre de résidences principales est passé de 20 millions à près de 30 millions entre 1985 et 2017, la consommation finale d'énergie du secteur résidentiel est restée globalement stable, à près de 450 TWh⁶⁰ (après toutefois un pic au début des années 2000), ce qui témoigne un engagement croissant de la part des consommateurs dans la rénovation énergétique des bâtiments, et une offre compatible avec ces nouvelles attentes.

2.2.2 Des produits jugés plus « sains » : l'exemple du bio

Le « baromètre de la consommation responsable » de Greenflex (2017) met également en évidence que, pour une majorité de Français, un produit de qualité est fait à partir d'**ingrédients sains et naturels** et ne présente **pas de risques pour la santé** (cf. Figure 2). Cette préoccupation, dans un monde ressenti comme nocif à bien des égards, est désormais le premier levier de la consommation responsable.

⁶⁰ 450 milliards de kWh.

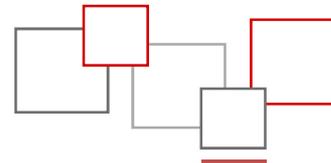
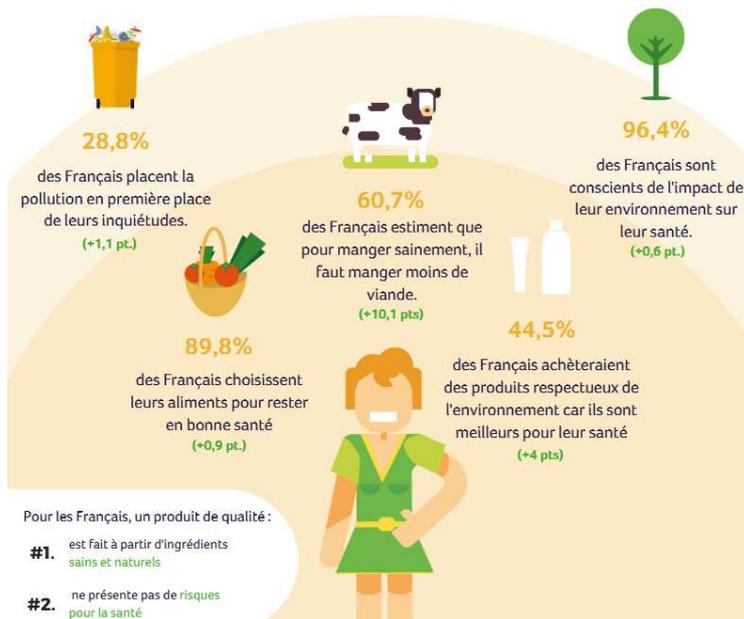


Figure 2 : La santé comme premier levier de consommation responsable

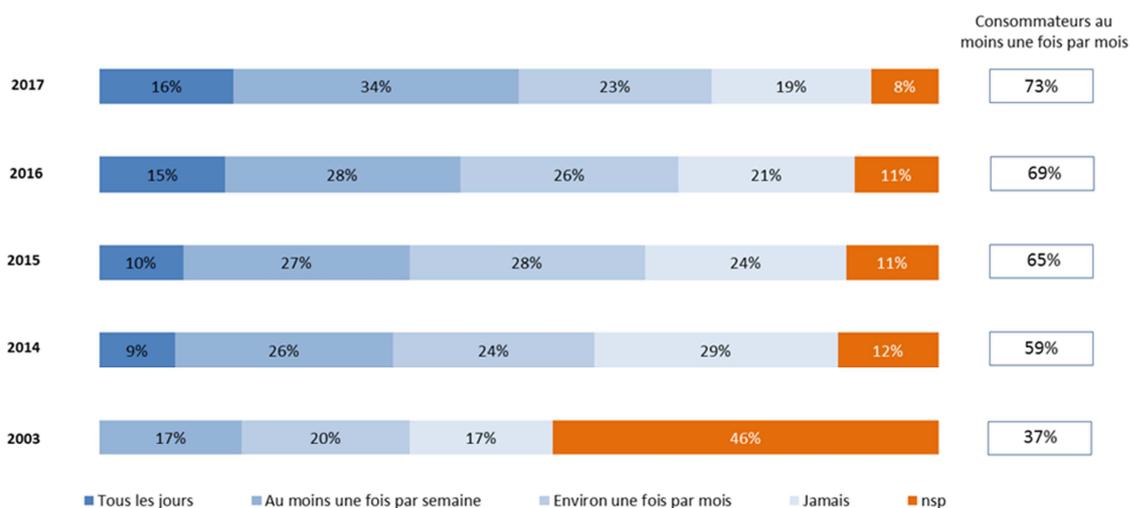


Source : Greenflex (2017), Les Français et la consommation responsable

L'essor de la consommation de produits bio témoigne tout particulièrement de cette aspiration : selon le baromètre de l'Agence Bio de 2017, 69 % des Français consomment des produits biologiques parce qu'ils ont un impact positif sur la santé.

Ce développement est très soutenu. Selon ce même baromètre de l'Agence Bio de 2017, 73% des Français ont consommé du bio au moins une fois par mois. Ils n'étaient que 37% dans ce cas en 2003.

Graphique 6 : Evolution de la part des consommateurs de produits biologiques entre 2003 et 2017

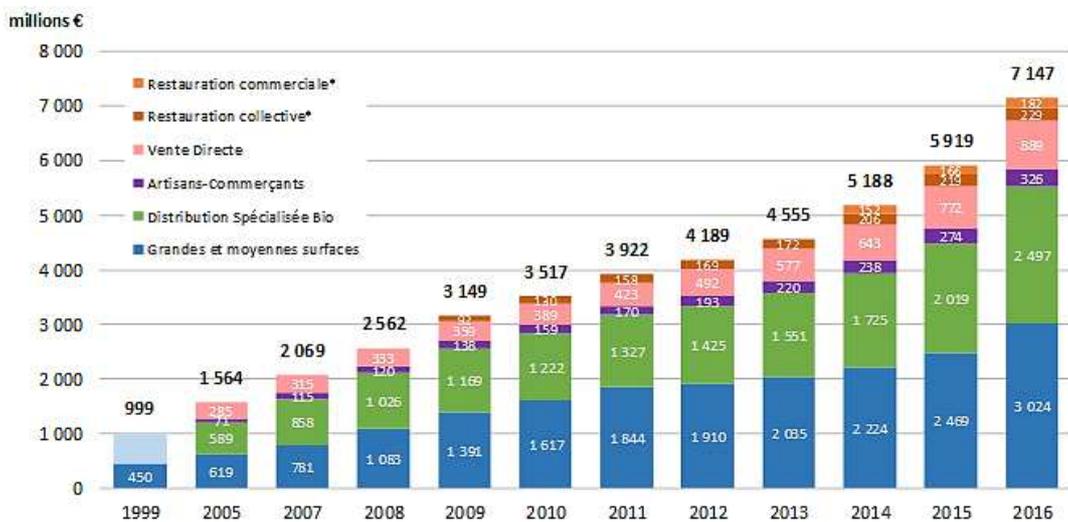


Source : Agence Bio/CSA, baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France, édition 2017.



C'est en particulier le cas pour les produits alimentaires. On observe en effet une hausse significative de la valeur d'achat des produits alimentaires issus de l'agriculture biologique dans tous les circuits de distribution : en 2016, elle dépassait **7 milliards d'euros**, soit 7 fois plus qu'en 1999 (en valeur). Pour ce qui concerne les deux dernières années, le rythme de croissance des ventes a été particulièrement marqué dans les magasins spécialisés (+25 % en 2016 par rapport à 2015), mais aussi dans les grandes surfaces alimentaires (+18 % sur la même période). Les grandes surfaces viennent ainsi se positionner plus fortement sur ce créneau qu'elles jugent prometteur : Leclerc va ouvrir 200 magasins spécialisés bio d'ici 2020 ; chez Monoprix et Franprix, les bananes, le pain ou les viennoiseries sont intégralement biologiques ; le PDG de Carrefour a annoncé le 23 janvier 2018 que sa franchise compte multiplier par cinq son chiffre d'affaires dans le bio.

Graphique 7 : Evolution de la valeur d'achat des produits issus de l'agriculture biologique



*évaluée par enquête auprès des fournisseurs et des acheteurs depuis 2014 - (a chats HT)

Source : Agence Bio.

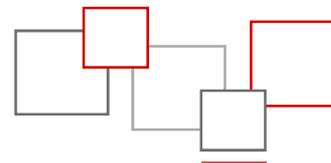
Si le rythme de cette croissance est très soutenu, la part des produits bio alimentaires dans les dépenses des ménages demeure néanmoins plutôt faible : elle ne constitue en 2016 que 4 à 5 % de la valeur de la consommation alimentaire des ménages.

Par ailleurs, la vague « bio » constitue un relai de croissance pour des produits non-alimentaires.

Selon une étude du cabinet de conseil Asterès⁶¹ exploitant les comptes déposés par 1720 transformateurs et distributeurs certifiés bio auprès des tribunaux de commerce, la production de **cosmétiques bio** a augmenté de 10 % en 2015.

Le baromètre CSA Agence Bio (2017) **montre également que 49 % des Français déclarent avoir acheté au moins un produit d'entretien ménager bio** au cours de l'année : ils étaient seulement 33 % en 2013. L'étude du cabinet Astères mentionnée ci-dessus, centrée sur les comptes déposés par les vingt principaux acteurs de la production

⁶¹ Asterès-Natexbio (2016), *La transformation bio en pleine croissance – étude économique sur la transformation de produits biologiques*.



de produits ménagers bio, révèle pour sa part que le chiffre d'affaires correspondant a augmenté de 25 % en 2014 et de 13 % en 2015, soit une croissance soutenue même si elle connaît un ralentissement.

Selon des chiffres de Textile Exchange⁶², en 2016 la France était le troisième consommateur de **coton bio** au monde, avec plus de 5 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour les entreprises vendant du coton certifié GOTS ou OCS (Organic Content Standard) sur le marché français. De plus, le chiffre d'affaires du secteur (calculé par Asterès) croît de manière régulière depuis 2003 et a augmenté de 2 % en 2014 et de 3 % en 2015. Pour autant, ce ne sont que 20 % des Français qui ont acheté au moins un produit textile biologique en 2017⁶³.

2.2.3 Des produits qui intègrent mieux les préoccupations d'ordre éthique : l'exemple du commerce équitable.

L'étude réalisée par l'institut Greenflex « *Les Français et la consommation responsable* »⁶⁴ rappelle que pour 53% des sondés, consommer responsable revient à **consommer autrement, et notamment des produits certifiés éthiques**. Selon une enquête réalisée en 2013 par le cabinet Promise Consulting, près de 75% des Français se disent plus particulièrement attentifs aux conditions de production des produits, au premier rang desquelles le respect des droits de l'Homme. 71% d'entre eux demandent aussi une meilleure information quant à ces conditions de production.

Le respect de considérations sociales et éthiques (comme par exemple le respect des droits de l'Homme, des droits des travailleurs, du dialogue social) semble ainsi irriguer de façon croissante les critères retenus par les consommateurs au moment de l'acte d'achat. Dès 2004, une étude Ipsos⁶⁵ révèle que les motivations d'ordre éthique sont presque autant revendiquées que celles relatives à la « marque » : si 85% des Européens prennent en compte la marque au moment de l'achat, ils sont également 77% à prendre en compte les conditions de production du produit acheté. Ces préoccupations d'ordre éthique semblent particulièrement fortes dans le domaine de l'habillement, en écho à des révélations par les médias sur certaines conditions de production et à des drames comme l'effondrement du Rana Plaza, au Bangladesh, le 24 avril 2013.

Le développement du commerce équitable illustre tout spécialement cette tendance.

Encadré 4 : Qu'est-ce que le commerce équitable ?

Au lendemain de la Seconde guerre mondiale, aux Etats-Unis, plusieurs associations chrétiennes commencent à développer des relations commerciales directes avec les producteurs défavorisés des pays du Sud. C'est le cas par exemple de « *Ten Thousand Villages* » association anabaptiste qui commercialise à partir de 1946 des productions artisanales palestiniennes ou haïtiennes avec pour objectif d'augmenter les revenus dans ces régions.

Des années 1950 aux années 1970, le concept s'internationalise et change de nature. En 1957 ouvre ainsi le premier « Magasin du Monde » aux Pays-Bas, qui commercialise des produits artisanaux issus du tiers monde. Le commerce équitable obtient sa première recon-

⁶² Textile Exchange (2016), Organic Cotton – Market Report.

⁶³ Chiffres du Baromètre Agence Bio – CSA (2017).

⁶⁴ Greenflex (2017), « Les Français et la consommation responsable », édition 2017.

⁶⁵ Ipsos (2004) « Ethique des entreprises : les consommateurs européens doutent ».



naissance internationale en 1964, lorsque le slogan « *Trade, not Aid* » est prononcé lors de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED). Le discours se politise alors et se veut une alternative au commerce traditionnel (dit « conventionnel ») plutôt qu'une simple aide aux pays pauvres. En France, la première boutique de commerce équitable (Artisans du Monde, rue Rochechouart à Paris) ouvre en 1974. Constituée de bénévoles et disposant du statut associatif, la structure commercialise des produits dont les prix incluent le « coût social » (les besoins personnels et familiaux du producteur, sa formation, etc) et le coût environnemental du produit. Il s'agit alors avant tout de sensibiliser le public aux conditions de travail des pays du Sud.

Le mouvement du commerce équitable se structure et croît fortement à partir des années 1980. En effet, le label Max Havelaar est créé en 1988 aux Pays-Bas par Nico Roozen (de l'association Solidaridad) et Frans van der Hoff. La logique change alors, et les produits équitables sont distribués dans les lieux d'achat habituels. Les acteurs économiques ne sont plus uniquement spécialisés dans le commerce équitable, qui ne représente qu'une part de leur activité. Ce concept touche dès lors un public plus conséquent par le truchement d'un double « effet signal » : le commerce équitable est crédibilisé (les produits reçoivent un label), et est vulgarisé (il cesse d'être perçu comme une simple action militante). Max Havelaar France sera créé quant à lui en 1992, trois ans après le lancement de l'*International Federation for Alternative Trade* (IFAT), regroupant environ 600 organisations du Nord et du Sud. Durant les années 1990, le mouvement se structure et une organisation associant les labellisations (Max Havelaar, Transfair, Fairtrade, etc) est créée en 1997 sous le nom de FLO (Fairtrade Labelling Organizations). Les producteurs et importateurs désireux d'obtenir la certification FLO doivent alors remplir plusieurs critères selon qu'ils appartiennent :

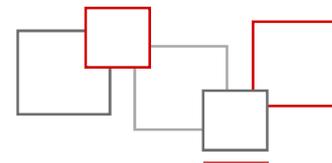
- à une organisation de petits producteurs : ils doivent alors être structurés en association ou en coopérative, respecter une gouvernance démocratique, bannir toute forme de discrimination et être en mesure d'exporter une partie de leur production ;
- à une organisation dépendant d'une main d'œuvre salariée : les critères doivent alors permettre de défendre les droits des salariés (interdiction du travail forcé, liberté d'association, existence de syndicats, respect des droits sociaux fondamentaux).

Les importateurs de produits « équitables » ont également l'obligation de remplir un certain nombre d'engagements comme le fait de nouer une relation commerciale de long-terme avec les producteurs (afin de limiter les risques de marché pour ces derniers et de les encourager à investir) incluant par exemple la garantie d'un prix minimum, le préfinancement de livraisons à hauteur d'au moins 60% du prix du produit ou encore de payer une prime de développement au producteur.

Selon un sondage BVA pour Max Havelaar⁶⁶ réalisé en 2015, 88% des consommateurs français interrogés considéraient que le commerce équitable constitue une démarche positive. Cette appréciation se retrouve dans leurs pratiques d'achats, puisque 76% d'entre eux déclarent acheter des produits issus du commerce équitable lorsqu'ils font leurs courses. Parmi eux, 28% le feraient au moins une fois par mois.

Les motivations des consommateurs sont diverses, et dépassent la seule amélioration des conditions de vie et de travail des producteurs du Sud (citée par 76% des répondants). En effet, 37% des consommateurs interrogés affirment vouloir participer à la préservation de l'environnement en soutenant le développement durable. Toutefois, près de quatre Français sur dix doutent que leur acte d'achat profite réellement aux petits producteurs.

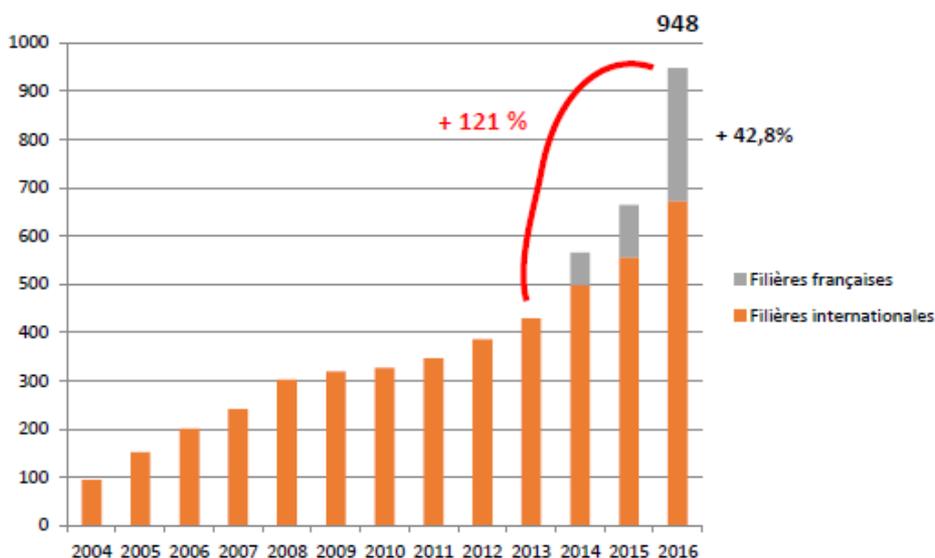
⁶⁶ BVA (2015), « Les Français et le commerce équitable », sondage pour Max Havelaar France.



L'adhésion croissante à ce concept se reflète dans les données économiques. Le commerce équitable a ainsi connu une croissance de 43% en 2016⁶⁷. Cette progression est en grande partie liée à la **montée en puissance des filières françaises**. En effet, la loi sur l'économie sociale et solidaire du 31 juillet 2014 a élargi la définition du commerce équitable pour y intégrer les produits faisant l'objet de flux Nord-Nord. Le commerce équitable de produits français a ainsi connu une augmentation de 155% en 2016 par rapport à 2015 et le commerce équitable de produits internationaux a crû de 21% sur la même période.

En France, en 2016, la consommation de produits issus du commerce équitable atteint aujourd'hui 948 millions d'euros, qui se décomposent entre 673 millions d'euros de consommation de produits internationaux et 275 millions d'euros de produits français.

Graphique 8 : Evolution des ventes de produits issus du commerce équitable entre 2004 et 2016 (en millions €)



Lecture : En 2016, les ventes pour les filières internationales du commerce équitable représentent en France environ 680 millions d'euros, et 275 millions pour les filières françaises.

Source : Commerce Equitable France (2016)

De façon générale, les produits « équitables » consommés appartiennent très majoritairement au domaine alimentaire (environ 95%), les 5% restants comprenant des cosmétiques, des produits artisanaux, ou encore des fleurs. Au total, le panier annuel moyen par Français demeure toutefois modeste (15,6 euros en 2017).

Au niveau international, les ventes de produits issus du commerce équitable ont atteint en 2012 environ 6 milliards d'euros (contre 1 milliard d'euros en 2003), l'Europe représentant environ 65 % du marché total.

⁶⁷ Plate-forme pour le Commerce équitable (2017), *Les chiffres clefs du commerce équitable en France en 2016*.



2.3 De nouveaux modes d'information du consommateur

Quand bien même le consommateur souhaite consommer des produits qu'il considère plus responsables, la concrétisation de ces aspirations reste soumise à une double contrainte :

- il doit d'abord exister une offre de produits responsables à un prix acceptable pour le consommateur⁶⁸ ;
- le consommateur doit aussi être informé sur la nature et les caractéristiques du produit pour être à même d'apprécier s'il le juge « responsable » ou pas.

Or cette seconde contrainte peut constituer un obstacle majeur au développement de la consommation responsable dès lors que le consommateur estime être mal informé.

2.3.1 Le développement de la « consommation responsable » va de pair avec une meilleure information du consommateur

Parallèlement aux aspirations à une consommation plus « responsable », les consommateurs attendent également une plus grande transparence sur la composition et la nature des produits. Le baromètre Greenflex observe ainsi que seuls 24,7 % des consommateurs estiment en 2017 que les entreprises sont honnêtes dans leur communication et que 81,5 % d'entre eux attendent des entreprises qu'elles soient plus transparentes sur la composition de leurs produits. Dans l'ensemble, selon Greenflex, « *le pouvoir d'influence des marques sur la perception de leurs produits se fragilise. Les Français se fient désormais à d'autres critères pour déterminer si ce qu'ils achètent est véritablement durable* ». A ce titre, près de 60 % des Français déclarent se référer à la composition du produit sur les étiquettes afin de s'assurer qu'il est réellement durable et 55 % répondent privilégier les labels et les certifications⁶⁹.

Mais la notion de « labels » rassemble, sous un même vocable, des réalités très disparates et des exigences très variables⁷⁰. On peut ainsi distinguer :

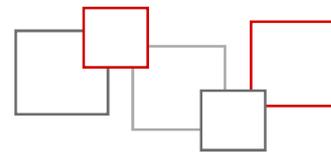
- ceux qui garantissent le respect de normes publiques dans le cadre d'une certification indépendante ;
- ceux, d'origine associative ou privée, qui garantissent le respect d'un certain nombre de caractéristiques définies dans un cahier des charges et vérifié par une certification indépendante ;
- ceux qui s'appuient sur un cahier des charges, mais sans certification indépendante (le contrôle se faisant dans le cadre d'un système participatif regroupant les producteurs à l'origine du label) ;
- ceux qui se contentent d'une allégation commerciale, sans véritable exigence de conformité à des règles.

De fait, les labels et certifications se sont fortement développés ces dernières années, notamment pour attester du caractère « responsable » de telle ou telle catégorie de produits.

⁶⁸ Et cette contrainte joue en premier comme l'a soulignée Fabien Durif, directeur de l'Observatoire de la consommation responsable, lors de son audition le 15 mai 2018.

⁶⁹ Greenflex, *op. cit*

⁷⁰ Comme l'ont notamment souligné, lors de leurs auditions par le COE, Diane Rodet ou Jean-Pierre Loisel de l'INC.



C'est ainsi le cas pour les **produits environnementaux**.

Encadré 5 : Le passeport éco-produit de l'ADEME : une classification des labels environnementaux crédibles

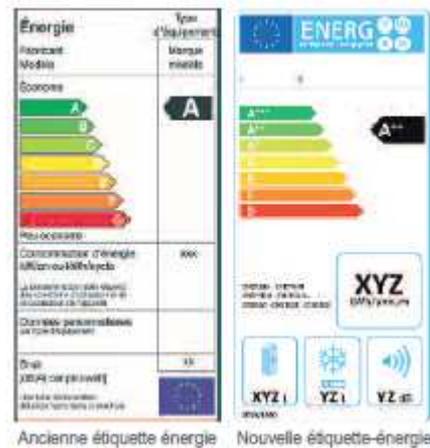
L'ADEME a publié en 2011 un « *Passeport éco-produit*⁷¹ » qui recense notamment les logos écologiques qui bénéficient d'une crédibilité certaine. Elle opère ainsi une distinction entre :

- **les écolabels**, qui garantissent la qualité d'usage du produit et ses caractéristiques écologiques. Le produit génère ainsi moins d'impacts sur l'environnement tout au long de son cycle de vie ;



- **le logo Energy Star**, mis en place par l'Agence américaine de protection de l'environnement et garantissant le caractère économe en énergie des appareils électroniques ;
- **le logo TCO**, d'origine suédoise, qui couvre plusieurs produits électroniques et dont il indique les bonnes performances environnementales ;
- **l'étiquette énergie**, créée en 1994 au niveau européen et modernisée en 2010, indique la consommation d'énergie des appareils électroménagers et des ampoules ;

⁷¹ ADEME (2011), *Passeport éco-produit*.



- **l'étiquetage des véhicules**, obligatoire pour les véhicules neufs à la vente depuis mai 2006, permet de sensibiliser les consommateurs aux émissions de CO₂ et se double aujourd'hui de la mise en œuvre d'un bonus écologique destiné à influencer les comportements d'achat ;

L'écolabel européen mérite une mention particulière⁷². Il couvre aujourd'hui 26 catégories de produits et est le seul label garantissant le respect de critères environnementaux qui soit utilisable dans tous les Etats-membres de l'Union européenne. Répondant à la norme ISO 14 024⁷³ et privilégiant une approche centrée sur l'ensemble du cycle de vie du produit, il fait l'objet d'une certification par tiers et d'une révision régulière des critères mis en avant. Il bénéficie à tous les publics : les consommateurs sont mieux informés des impacts environnementaux du produit, les entreprises y voient un outil d'écoconception des produits, et il peut constituer un critère de l'achat public responsable. Surtout, 70 % des consommateurs déclarent le connaître. En outre, sur 2 130 entreprises titulaires, 476 sont françaises (ratio de 22 %), ce qui classe la France en tête du classement du nombre d'entreprises titulaires de l'écolabel européen, pour un total de 4 554 produits commercialisés.

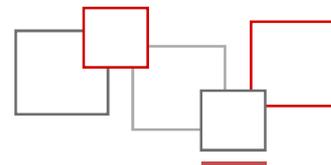
Une étude de la Commission européenne⁷⁴ confirme, au niveau européen, l'influence que les écolabels peuvent avoir dans la décision d'achat des consommateurs : 47 % d'entre eux déclarent ainsi que ces labels écologiques jouent un rôle important lors de celle-ci, tandis que seulement 26 % affirment qu'ils ne jouent aucun rôle. Plus précisément, 38 % des sondés considèrent que l'information la plus importante que doit véhiculer un écolabel est la possibilité ou non de recycler un produit, et 32 % estiment que la confirmation que le produit est fabriqué dans des conditions respectueuses de l'environnement représente l'information fondamentale que doit contenir un label.

C'est également le cas pour les produits Made in France, et ce d'autant plus que la définition du « fabriqué en France » ne va pas de soi.

⁷² ADEME (2017), « L'écolabel européen », *Fiche technique*.

⁷³ Cette caractéristique lui permet d'être reconnu en tant qu'« écolabel », c'est-à-dire qu'il respecte les six caractéristiques de ce type de label : les critères sont précis, les différentes étapes de production sont prises en compte, l'élaboration des critères se fait via une concertation, l'accès est libre dès lors que les critères sont respectés, les exigences sont régulièrement révisées et la certification est faite par un tiers indépendant (en France : AFNOR certification).

⁷⁴ Commission européenne (2009), « *Europeans' attitudes towards the issue of sustainable consumption and production* » Flash Eurobarometer n°256, avril.



L'expression « produit fabriqué en France » renvoie ainsi à une diversité de mentions figurant sur les produits : « fabrication française », « confectionné en France », « produit de France »⁷⁵. En France et en Europe, l'apposition de l'origine du produit n'est obligatoire que pour certains produits : la viande bovine, les fruits et légumes et les poissons de mer et d'eau douce⁷⁶. Pour les autres produits, si l'importateur ou le producteur souhaite faire figurer l'origine du produit, ce sont les règles d'origine non préférentielle⁷⁷ qui s'appliquent : elles définissent que « le produit prend son origine⁷⁸ dans le pays où il subit sa dernière transformation substantielle ». La caractérisation d'une opération de « transformation substantielle » est encadrée par un ensemble de règles propres à chaque produit⁷⁹.

Les producteurs ou les distributeurs (importateurs) peuvent alors demander aux services douaniers un Renseignement contraignant sur l'origine (RCO) qui est un document certifiant qu'ils respectent les règles sur l'origine des produits afin de pouvoir la valoriser. Pour se démarquer, les professionnels peuvent également décider d'aller au-delà de ces règles en s'engageant dans des démarches volontaires de labellisation. Il existe quatre cas de figure pour apposer une mention d'origine :

- **une marque collective de certification** : pour en bénéficier, le demandeur doit répondre aux conditions imposées par le règlement du titulaire de la marque, la conformité au cahier des charges doit être contrôlée par un organisme indépendant accrédité – c'est par exemple le cas du label *Origine France Garantie* ou du label sectoriel *France Terre Textile*⁸⁰ (cf. Encadré 3) ;
- **une marque collective simple** : le demandeur doit se conformer aux exigences du cahier des charges du titulaire, mais il n'y a pas de contrôle ;
- **une allégation commerciale** (avec dépôt de marque) : l'entreprise qui appose la mention est propriétaire de la marque mais elle est la seule à la faire figurer ;
- **une allégation commerciale** (sans dépôt de marque) : pas d'exigence autre que le respect des règles d'origine non préférentielle.

C'est encore le cas pour **les produits « éthiques » et les produits issus du commerce équitable**.

La loi du 2 août 2005 définit le commerce équitable, mais pour autant l'information du consommateur sur les produits issus du commerce équitable est très largement organisée autour de différents et nombreux labels.

⁷⁵ Direction Générale des Entreprises (2017), *Fabriqué en France – Guide du marquage d'origine à l'attention des producteurs et des distributeurs*.

⁷⁶ Pour un produit importé, la responsabilité de la mention de l'origine est du ressort de l'importateur et contrôlé par la Direction générale des douanes et des droits indirects ; lorsqu'il s'agit d'un produit destiné au marché intérieur, c'est au producteur de le faire apparaître et c'est la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes qui contrôle.

⁷⁷ Les règles sur l'origine non préférentielle sont définies au niveau européen par les articles 22 à 26 du règlement n°2913/92 du Conseil (Code des douanes communautaires) et par les articles 35 à 40 et les annexes 9 à 11 du règlement n°2454/93 de la Commission (disposition d'application du code : DAC).

⁷⁸ L'origine d'un produit ne doit donc pas être confondue avec sa provenance qui indique simplement le pays d'où le produit a été importé.

⁷⁹ Il peut s'agir selon les cas d'une « ouvraison spécifique », d'un changement dans la grille tarifaire douanière du produit ou sur la base d'un critère de valeur ajoutée (au moins 45%).

⁸⁰ Le label France Terre Textile garantit qu'au minimum 75% des étapes de fabrication sont effectuées dans les Berceaux Textiles Français (AGR) au sein d'entreprises agréées ; un haut degré de Qualité et une production respectueuse de l'Environnement.

Encadré 6 : Liste des principaux labels du commerce équitable

| Nom | Création | Application | Commentaires |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | 1991 | Nord-Sud Nord-Nord | <ul style="list-style-type: none"> organisme de contrôle et de certification qui s'est spécialisé dans la certification des produits issus de l'agriculture biologique ; le référentiel ESR (Équitable, Solidaire et Responsable) a été établi en 2007. Il combine l'approche de l'agriculture biologique à celle du commerce équitable et de la responsabilité sociétale des entreprises. |
|  | 2000 et 2006 | Nord-Sud Nord-Nord | <ul style="list-style-type: none"> le label Bio équitable s'adresse aux entreprises françaises en partenariat avec des producteurs (regroupés en associations ou coopératives) des pays émergents ou en voie de développement ; premier label de commerce équitable « Nord-Nord », BioSolidaire est destiné aux partenariats de proximité entre producteurs et transformateurs. |
|  | 2006 | Nord-Sud | <ul style="list-style-type: none"> le label Fair for Life est le fruit de la collaboration entre l'organisme de certification Institute for Marketecology (IMO) et la Bio-Fondation ; le label Fair for Life est une extension du label For Life, consacré à la responsabilité sociétale des entreprises. Toute organisation préalablement certifiée « For Life » peut décider de se conformer à des critères additionnels afin d'obtenir « Fair for Life ». |
|  | 2010 | Nord-Sud | <ul style="list-style-type: none"> Naturland est aujourd'hui une association d'envergure internationale active dans les domaines suivants : gestion durable des forêts, pêche durable, cosmétiques, textiles ; le label « Naturland Fair » s'inspire des trois piliers du développement durable (social, économique et environnemental). Il constitue un module volontaire pour les organisations déjà détentrices du label « Naturland » (agriculture biologique et responsabilité sociétale des entreprises). |
|  | 1988 | Nord-Sud | <ul style="list-style-type: none"> premier label de commerce équitable ; les référentiels et le label Fairtrade sont la propriété de l'association Fairtrade International. |
|  | 1989 | Nord-Sud | <ul style="list-style-type: none"> réseau pionnier d'organisations de commerce équitable ; depuis mai 2013, WFTO a renforcé son système de garantie, à travers notamment deux évolutions majeures : l'inclusion d'un audit par tierce partie et l'utilisation de sa garantie sur les produits ; les organisations ayant rempli l'ensemble des exigences du cahier des charges et la totalité des étapes du cycle de contrôle sont dites « membres ». |
|  | 2006 | Nord-Sud | <ul style="list-style-type: none"> label exclusivement dédié aux petits producteurs organisés collectivement ; le Symbiose Producteurs Paysans est une initiative lancée en 2006 par la CLAC (le réseau sud-américain des organisations certifiées Fairtrade) en réaction à l'ouverture du label Fairtrade aux producteurs individuels sous contrat de production et aux plantations. |

Source : Commerce équitable France

C'est enfin le cas pour **les produits plus sains**.

Les labels certifiant la provenance biologique des produits alimentaires sont parmi les plus connus des consommateurs. Afin d'assurer le respect du cahier de charges, un système de contrôles à tous les stades de la production est assuré en France par un organisme indépendant agréé par les pouvoirs publics. Si l'issue de ces contrôles est positive, une fois la période de conversion écoulée, les entreprises qui souhaitent s'engager dans la bio :

- se doivent d'afficher le **logo européen « agriculture biologique »**, encore appelé « *Eurofeuille* ». Ce logo, devenu obligatoire en 2012 sur les étiquetages des produits alimentaires préemballés dans l'Union européenne, est facultatif pour les produits importés ;
- ont la possibilité d'afficher la **marque historique française « AB »**, davantage connue par les Français⁸¹ parce qu'elle existe depuis 1985. De propriété exclusive du Ministère de l'agriculture qui en définit les règles d'usage, la marque AB identifie les mêmes produits que le logo européen (100 % bio ou contenant au moins 95 % de produits agricoles bio dans le cas des produits transformés).

⁸¹ Selon le baromètre Agence Bio/CSA 2017, 98 % des Français connaissent ce label de qualité.

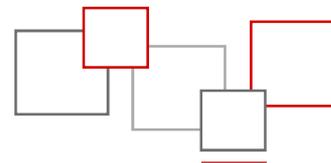


Figure 3 : Les labels certifiant la provenance biologique des produits agroalimentaires



Source : Agence Bio.

D'autres initiatives récentes essaient de fournir une meilleure information aux consommateurs sur la composition, la nature et les effets des produits au travers d'une « réglementation souple ». Dans le secteur alimentaire, par exemple, les consommateurs ont pu exprimer à plusieurs reprises la difficulté à décrypter les informations reportées dans le tableau des valeurs nutritionnelles, rendu obligatoire sur tous les aliments préemballés par un règlement UE⁸². C'est pourquoi la loi du 26 janvier 2016 de modernisation de notre système de santé a prévu l'adoption d'un étiquetage simplifié sur la base d'une démarche volontaire de la part des entreprises, afin de garantir une information claire, visible et facile à comprendre pour tous.

Dans ce cadre, le dispositif dit « **Nutri-score** »⁸³ se présente comme un logo à cinq lettres et couleurs pouvant être apposé par les industriels sur l'emballage, et informant les consommateurs sur la qualité nutritionnelle du produit. Ainsi, chaque produit est positionné sur une échelle allant du produit le plus favorable sur le plan nutritionnel (classé A), au produit le moins favorable sur le plan nutritionnel (classé E). L'encadré 7 explique brièvement la méthode de calcul du Nutri-score.

Encadré 7 : Méthode de calcul du Nutri-Score

La méthode de calcul du score nutritionnel des aliments repose sur la prise en compte, pour chaque produit alimentaire, de deux types de composantes :

- une **composante négative « N »**, prenant en compte les éléments nutritionnels dont il est recommandé de limiter la consommation (densité énergétique, teneurs en acides gras saturés, en sucres simples et en sel). Sa valeur correspond à la somme des points, de 1 à 10, attribués à chacun de ces éléments. La note pour la composante « N » peut ainsi aller de 0 à 40 ;
- une **composante positive « P »**, calculée en fonction de la teneur de l'aliment en fruits et légumes, légumineuses et fruits à coque (au titre des vitamines qu'ils contiennent), en fibres et en protéines. Chaque élément peut obtenir de 1 à 5 points, pour une note totale de la composante « P » comprise donc entre 0 et 15.

Le calcul final du « Nutri-score » se fait en faisant la différence entre la note de la composante négative et celle de la composante positive (avec quelques exceptions et conditionnalités). Le score nutritionnel pourra donc être compris entre une valeur théorique de - 15 (la plus favorable) et une valeur théorique de 40 (la moins favorable sur le plan nutritionnel).

⁸² Règlement (UE) n. 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires.

⁸³ Arrêté interministériel du 31 octobre 2017 fixant la forme de présentation complémentaire à la déclaration nutritionnelle recommandée par l'Etat en application des articles L. 3232-8 et R. 3232-7 du code de la santé publique.



À quelques exceptions près, tous les produits transformés et les boissons sont concernés par le Nutri-Score. Les produits non transformés ne sont pas concernés, de même que les boissons alcoolisées.

Figure 4 : Nutri-score : 5 logos adaptés à la qualité nutritionnelle de chaque produit



Source : www.mangerbouger.fr

Désormais, les sources d'information du consommateur tendent à se diversifier de plus en plus en s'appuyant en particulier sur les nouvelles technologies. S'agissant des produits plus « sains », **que ce soit dans le domaine de l'alimentaire ou dans le secteur de la cosmétique, de nombreuses applications pour smartphone ont vu le jour au cours des dernières années. Les encadrés 8 et 9 contiennent quelques exemples d'application respectivement dans le domaine agroalimentaire et cosmétique.**

Encadré 8 : Les applications pour smartphone dans l'alimentaire

Exemple 1 : KWALITO, ou la personnalisation des critères de qualité

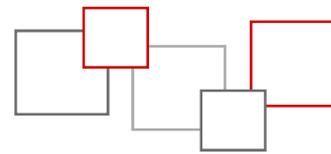
Cette application présente l'intérêt de tenir compte **des préférences alimentaires, des intolérances** ou du régime spécifique dans l'analyse des étiquettes des produits : lors de la première connexion, Kwalito invite l'utilisateur à préciser s'il consomme de la viande, s'il est végétarien ou végétalien, s'il a des allergies (gluten, arachide, lactose ou fruit à coque) ou des préoccupations d'autre nature (additifs à risque, sans huile de palme, etc.).

Ainsi, **un simple scan du code barre du produit permet de vérifier si ce dernier correspond aux filtres sélectionnés**. Les données collectées par l'appli, une fois anonymisées, servent de support pour des analyses qui sont ensuite vendues aux entreprises qui en font la demande (visibilité des produits et positionnement par rapports aux concurrents, profils alimentaires des consommateurs intéressés, adéquation entre ces profils et la composition des produits, tendances alimentaires, etc.).

Exemple 2 : OPEN FOOD FACTS, ou la recherche collaborative de produits sains

Il s'agit d'un projet collaboratif citoyen sans but lucratif né en 2012. Cette application se distingue par le fait que tous les utilisateurs peuvent contribuer à améliorer le service en ajoutant des produits et en échangeant sur un forum dédié. A l'heure actuelle, plus 3 400 utilisateurs ont effectivement contribué au développement de la base de données de l'application en y rajoutant au moins un produit. En France, Open Food Facts compte quelque 300 000 produits répertoriés en mai 2018, pour lesquels on retrouve des informations concernant le conditionnement du produit, la ou les marques principales, les lieux de fabrication ou de transformation, la liste des ingrédients et de traces éventuelles, les additifs alimentaires et les informations nutritionnelles.

Exemple 3 : ALIM'CONFIANCE, ou l'information sur la sécurité sanitaire tout au long de la chaîne alimentaire



Alim'confiance, diffusée par le Ministère de l'Agriculture, s'adresse davantage aux consommateurs qui souhaitent disposer d'**informations en matière de sécurité sanitaire des aliments et des lieux de production ou de transformation de ces derniers**. Depuis le 1^{er} mars 2017, les résultats des contrôles officiels des autorités publiques (effectués tout au long de la chaîne alimentaire) y sont rajoutés de manière régulière, et restent visibles sur l'application pendant une durée d'un an. A l'aide d'un système de géolocalisation, le consommateur peut donc consulter les niveaux d'hygiène associés aux enseignes qui l'entourent (restaurants, boulangeries, abattoirs, etc.), ainsi que la date à laquelle le dernier contrôle a été effectué.

C'est également le cas dans la cosmétique.

Encadré 9 : Les applications pour smartphone dans la cosmétique

Exemple 1 : QUELCOSMETIC, ou la toute récente application de l'UFC-Que Choisir

Lancée en mars 2018 par l'association des consommateurs « UFC-Que Choisir », cette application gratuite permet de connaître la composition de quelque 6 000 références de produits cosmétiques. En exploitant la technologie (déjà vue *supra*) du scan du code barre, **l'application restitue la composition du produit et son classement en termes de nocivité en fonction de la présence éventuelle des substances indésirables listées par l'association** (cf. plus haut). Si le produit scanné est risqué, l'application propose une sélection de produits équivalents, sans risques pour la santé.

Si le produit ne figure pas dans la base, l'utilisateur est invité à prendre en photo l'emballage pour que la liste des ingrédients soit analysée par l'UFC Que-Choisir et rentrée dans l'application quelques jours après.

Exemple 2 : COSMETHICS, ou l'application finlandaise « sur mesure » cofinancée par l'UE

Une fois le cosmétique identifié *via* le code barre, une icône très claire indique s'il contient des substances alarmantes, en proposant dans tous les cas la liste des ingrédients. Les produits qui ne présentent pas de dangers pour la santé renvoient vers la page Wikipédia de chacune des molécules les composants, afin de renforcer la confiance du consommateur en l'application. Les ingrédients problématiques font en revanche l'objet d'une fiche détaillant les raisons de leur toxicité, sources à l'appui.

Par ailleurs, **l'application présente un volet « sur mesure »** : il est en effet possible de constituer des listes d'alertes personnalisées, par ingrédients ou par type de produits (cf. par exemple l'alerte dédiée aux personnes végétaliennes). Si le produit n'est pas identifié, CosmEthics propose de renseigner ses informations pour qu'il soit répertorié.

Ces applications peuvent constituer des outils d'information précieuse des consommateurs. Mais elles interrogent parfois sur leur fiabilité et leur transparence. En particulier, les professionnels de la cosmétique ont pu regretter les limites des certaines applications émettant « *des jugements qui ne reposent pas sur des données scientifiques* »⁸⁴.

⁸⁴ Interview d'Anne Dux, directrice des affaires scientifiques et réglementaires de la FEBEA, dans un article publié sur le site www.premiumbeautynews.com le 24 avril 2018.



2.3.2 L'information actuelle du consommateur n'est pourtant pas encore optimale pour orienter ses choix

Les auditions réalisées par le Conseil (et en particulier les auditions de l'Institut national de la consommation, de la DGCCRF⁸⁵, et des sociologues Sophie Dubuisson-Quellier et Diane Rodet, ainsi que l'Association UFC Que choisir) ont montré que les progrès réalisés dans l'information du consommateur permettaient certes, d'améliorer globalement le choix du consommateur, mais qu'elle reste encore largement imparfaite et qu'elle est jugée comme telle par les consommateurs.

L'accès à l'information sur la signification des logos et labels n'est certes qu'un élément parmi d'autres dans les déterminants de l'acte d'achat, qui est également influencé par d'autres facteurs : le consommateur demeure pour partie irrationnel, influencé par des facteurs sociaux-économiques divers, et soumis à une contrainte de temps : selon l'INC⁸⁶, le consommateur achète en moyenne de 30 à 70 produits distincts en moins de 30 minutes dans une grande surface. Néanmoins, les difficultés qu'il rencontre dans l'accès à l'information sur les produits peuvent constituer un frein au développement de la consommation responsable, en ce que le consommateur éprouve le sentiment de ne pas disposer d'éléments suffisamment précis et transparents pour comparer les produits qui lui sont proposés.

La première limite tient paradoxalement à l'abondance des informations disponibles. De fait, le consommateur est très souvent confronté à un volume très important d'informations qu'il n'est pas nécessairement en mesure de mobiliser utilement pour déterminer son acte d'achat. Un comportement pleinement éclairé du consommateur exige en amont d'être éduqué à ces problématiques⁸⁷.

La multiplication des labels tend aussi à nuire à leur appropriation effective par le public. C'est le cas dans le domaine environnemental où le label européen Ecolabel peine à acquérir une réelle notoriété malgré ses 25 années d'existence. C'est le cas dans le commerce équitable, secteur dans lequel la plupart des labels existants n'ont qu'une faible notoriété vis-à-vis des consommateurs. C'est également le cas dans le domaine des produits alimentaires : selon une enquête réalisée en 2016 par UFC-Que choisir sur l'appropriation des labels par le consommateur⁸⁸, ce dernier sait repérer les logos visuels des principaux labels alimentaires, mais n'en connaît pas toujours la signification : le Label rouge et le label AB arrivent très nettement en tête, avec respectivement 85 % et 77 % de réponses positives. L'Appellation d'origine contrôlée (AOC) n'obtient que 58 % des suffrages positifs. Enfin, l'Appellation d'origine protégée (AOP) n'obtient que 41 % de réponses positives parmi les personnes interrogées, alors qu'elle est la version européenne de l'AOC française. Dans certains cas, la présentation du label prête elle-même à confusion : l'UFC Que Choisir⁸⁹ cite à ce propos la double flèche « Eco emballage » qui est

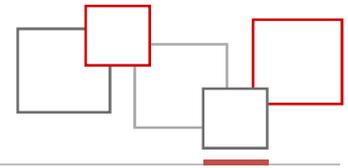
⁸⁵ Audition d'Odile Cluzel, sous-directrice de la communication, de la programmation et de la veille économique, de Gautier Duflos, Chef du bureau de la veille économique et des prix, et d'Emmanuel Koen, Chargé de mission auprès de la sous-directrice des produits alimentaires et des produits agricoles et alimentaires, DGCCRF.

⁸⁶ Audition de Jean-Pierre LOISEL, Chef du service communication, éducation et développement de l'Institut national de la consommation (INC), devant le COE, le mardi 20 avril 2018.

⁸⁷ C'est notamment ce que suggère le Cese dans son avis de 2014 intitulé « Favoriser l'accès pour tous à une alimentation de qualité, saine et équilibrée » sur le rapport de Thierry Damien.

⁸⁸ <https://www.quechoisir.org/actualite-labels-alimentaires-infographie-vous-et-les-labels-alimentaires-n22229/>

⁸⁹ Audition de Cédric Musso, directeur de l'action publique et de Guilhem Fenieys, chargé de mission relations institutionnelles, UFC-Que Choisir devant le COE le 23 janvier 2018.



contre-intuitive : de nombreux consommateurs estiment qu'elle désigne un produit recyclable alors qu'il ne s'agit pas de sa signification première.

La seconde limite tient à la fiabilité – perçue ou vérifiée – de l'information disponible. Le label ne peut en effet constituer un moyen d'information que s'il est considéré crédible par le consommateur.

Or tel n'est pas toujours le cas. L'UFC Que Choisir⁹⁰ remarque ainsi que certains labels parmi les plus connus des consommateurs sont aussi ceux dont ils se méfieraient le plus. Par exemple, 85% des sondés connaissent bien le label « *Elu saveur de l'année* », mais seuls 10% d'entre eux lui font confiance. De même, si 82% connaissent bien le label « *Elu produit de l'année* », 7% des personnes interrogées seulement lui accordent leur confiance⁹¹ et il n'inciterait que 11% d'entre elles à l'achat.

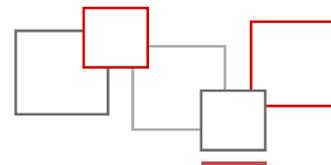
La fiabilité des labels est une condition nécessaire à la bonne information des consommateurs. Elle tient à l'accessibilité du contenu du cahier des charges et à l'indépendance de l'organisme certificateur.

⁹⁰ Audition de Cédric Musso, directeur de l'action publique et de Guilhem Feniéys, chargé de mission relations institutionnelles, UFC-Que Choisir devant le COE le 23 janvier 2018.?

⁹¹ Enquête Que Choisir réalisée en avril 2016 auprès de 3 608 abonnés à la newsletter Quechoisir.org

Les nouvelles tendances de la consommation ont un effet sur l'emploi en France, dont le sens ne va pas de soi

Deuxième partie



1. Les mécanismes à l'œuvre sont divers, complexes et particulièrement difficiles à évaluer quantitativement

De manière générale, les préoccupations relatives à l'emploi ne constituent pas la motivation première pour le développement de modes de consommation plus responsable.

La consommation responsable relève en effet davantage de considérations éthiques, sociales, environnementales, sanitaires ou, plus globalement, sur la « qualité de la vie ».

La question de l'emploi reste néanmoins sous-jacente et, selon les thèmes, peut émerger spontanément sous différents aspects à travers, par exemple, la volonté de relocaliser certains emplois (Made in France, circuits courts) ou d'encourager certaines filières (production des entreprises sociales et solidaires), la préservation des équilibres territoriaux (le consommer local), la défense de certaines normes sociales (produits issus du commerce équitable ou fabriqués par des entreprises engagées dans une démarche de RSE), la sauvegarde de certains savoir-faire ou le souci de faire émerger de nouvelles filières d'excellence et donner à la France un avantage sur certains marchés en devenir.

Toutes ces considérations ne forment pas nécessairement un ensemble cohérent et peuvent parfois entrer en contradiction les unes avec les autres.

1.1 Des effets qui émanent à la fois de la demande et de l'offre de biens

D'une manière générale, il faut se départir de l'idée simple selon laquelle les nouveaux comportements dont il est question ici, seraient source d'une demande supplémentaire et qu'il suffirait, en quelque sorte, de révéler ces gisements d'emplois latents afin de faire baisser durablement le chômage.

L'émergence de nouveaux comportements responsables concerne aussi bien l'offre que la demande de biens et services avec des effets sur l'emploi ambigus *a priori*.

En outre, l'analyse est compliquée par le fait que l'on ne peut observer séparément la demande des ménages et l'offre des entreprises mais simplement les échanges qui résultent de leur rencontre.

Dès lors, il peut être difficile d'isoler les causes. Les nouvelles attentes des consommateurs exercent une pression sur les producteurs pour modifier leur offre de produits. À l'inverse, l'évolution de certains processus de production grâce à l'apparition de nouvelles techniques ou la transformation des biens produits peut conduire à modifier les choix de consommation.

1.1.1 La demande de biens

La théorie néoclassique dépeint le consommateur comme un individu rationnel, l'*homo economicus*, qui arrête ses choix de consommation de manière à augmenter le plus possible son bien-être (*maximiser son utilité*) sous une contrainte de revenu (*la contrainte budgétaire*). La fonction de demande qui résulte de ce comportement d'optimisation (cf. encadré 10), va dépendre des préférences de la personne (ses goûts), de son revenu disponible (lui-même pouvant être le résultat d'un arbitrage entre loisir et travail en fonction de la rémunération de ce dernier) et des prix des biens et services disponibles sur le marché.



La façon dont la demande pour un bien évolue avec le niveau du revenu (*l'effet revenu*) dépend de la nature de ce bien. En général, la consommation d'un produit augmente avec le revenu disponible (*bien normal*). Toutefois, la demande peut, dans certains cas, diminuer à mesure que le revenu augmente comme, par exemple, les pâtes ou les pommes de terre dans le domaine alimentaire (on parle de *bien inférieur*). À l'inverse, un *bien supérieur* est un bien pour lequel l'élasticité de la demande au revenu est particulièrement élevée : sa consommation augmente plus vite que le revenu. C'est le cas notamment des dépenses de loisir, de culture ou de santé. Une partie des biens entrant dans le champ de la consommation « responsable », peuvent figurer dans la catégorie des biens supérieurs comme, par exemple, certains produits issus de l'agriculture biologique.

Une autre caractéristique essentielle du comportement du consommateur tient dans la façon dont celui-ci réagit à une évolution des prix relatifs des biens et services qui lui sont offerts. En général, une hausse du prix d'un bien réduit la quantité demandée : à un effet revenu négatif (la hausse de prix entraîne une baisse du pouvoir d'achat) s'ajoute un effet de substitution (le consommateur remplace le produit en question par un autre moins cher). Ces effets de substitution vont jouer notamment lorsque, par exemple, le prix d'un bien évolue sous l'effet d'une nouvelle réglementation encadrant sa production ou d'un niveau d'exigence renforcé de la part des consommateurs sur certaines de ses caractéristiques (qualité, durabilité, recyclage etc.).

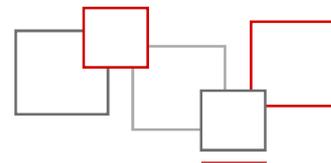
Ce principe général connaît deux exceptions notables. Les « biens de Giffen », du nom de l'économiste écossais Robert Giffen, dont une hausse du prix ne modifie pas la quantité consommée, sont en général des biens inférieurs pour lesquels il n'existe pas de produits substituables et qui représentent une part importante du revenu du consommateur (exemple des pommes de terre lors de la grande famine en Irlande). **À l'inverse, l'effet Veblen** caractérise un bien de luxe ou, du moins, un bien permettant une certaine distinction sociale pour lequel une hausse du prix va le rendre davantage désirable et donc en accroître la demande (certaines œuvres d'art ou vêtements de créateur par exemple)⁹². Cet effet concerne avant tout les classes aisées, mais l'exemple des vêtements de marque auprès de jeunes moins favorisés donne une autre illustration de l'effet Veblen.

Le comportement du consommateur, et donc la composition de la demande finale, peut évoluer de manière spontanée avec l'émergence de nouvelles références comportementales ou influencée par la mise en place de nouvelles réglementations, normes ou mesures fiscales. En outre, les mécanismes et les effets qui en résultent, diffèrent fortement selon le mode de consommation considéré et les préoccupations qui l'animent.

L'évaluation des effets sur l'emploi ne peut se limiter à une comptabilité du contenu brut en emploi des nouveaux biens et services ou de ceux pour lesquels la demande s'accroît. En effet, l'existence d'une contrainte de revenu chez les ménages entraîne un **effet d'éviction**. La consommation d'autres biens va diminuer à due concurrence et l'effet net sur l'emploi va dépendre de l'intensité relative en travail des biens dont la consommation augmente et ceux dont elle se réduit. Cet effet d'éviction est renforcé si les nouveaux biens sont plus coûteux que ceux qu'ils remplacent. La solvabilisation de la demande par des mécanismes de subvention publique par exemple ne fait pas disparaître ces effets d'éviction. Ceux-ci changent simplement de nature selon le mode de financement de la subvention.

Par exemple, la consommation croissante de produits issus de l'agriculture biologique peut entraîner, toutes choses égales par ailleurs, une augmentation de l'emploi agricole dans la mesure où leur production est plus intensive en travail que dans l'agriculture traditionnelle. En revanche, du fait de prix en moyenne plus élevés,

⁹² Veblen T. (1899), *The Theory of the Leisure Class - An Economic Study of Institutions*.



elle peut entraîner une diminution de la demande d'autres biens et services, et par conséquent de l'emploi dans les secteurs qui les produisent. L'effet net final, qui résulte des créations et destructions simultanées d'emplois, est incertain *a priori*. Il dépend de l'intensité relative en emplois de la production des produits bio et des biens et services dont la consommation finale diminue.

L'analyse néoclassique du consommateur présente des limites en ce qu'elle peine à expliquer certains comportements qui selon ses préceptes apparaissent irrationnels.

Les produits du commerce équitable constituent un exemple éclairant. Le choix par le consommateur de produits issus du commerce équitable contredit l'hypothèse habituellement retenue jusqu'à présent, que le consommateur arbitre uniquement en fonction de son bien-être personnel sous contrainte de revenu. Dans ce cas en effet, la demande pour ces produits, dont le prix est majoré afin de garantir une rémunération « décente » ou « loyale » au producteur sans conséquence sur leur qualité intrinsèque (goût, propriétés nutritives, fraîcheur), devrait s'effacer en faveur de produits similaires mais moins chers. Pourtant, de nombreuses initiatives en faveur du commerce équitable se développent (*cf.* encadré 20 sur l'initiative *C'est qui le patron !?*) et rencontrent l'intérêt des consommateurs, qui alors affiche des préférences allant au-delà de la seule satisfaction personnelle.

En empruntant à la psychologie, l'économie comportementale s'efforce de décrire et expliquer les raisons pour lesquels les individus adoptent dans certaines situations un comportement qui peut sembler paradoxal ou irrationnel⁹³. Plusieurs facteurs éloignent en effet le consommateur de *l'homo economicus* dont le comportement parfaitement rationnel le conduirait à prendre les décisions les plus avantageuses.

Encadré 10 : La consommation vue à travers ses déterminants économiques, sociologiques et psychiques

La consommation caractérise l'acte d'utilisation d'un ensemble de biens et services par un agent économique en vue de satisfaire ses besoins.

La théorie micro-économique néoclassique fait appel au modèle dit de « **choix du consommateur** ». Dans sa version la plus simple, le consommateur choisit rationnellement le panier de biens et services qui lui apporte le plus haut niveau de satisfaction personnelle (qui « maximise son utilité⁹⁴ »), compte tenu de son revenu disponible.

La résolution de ce problème permet de dériver la fonction de demande du consommateur. Cette fonction va dépendre essentiellement des préférences de la personne (représentées par la forme de sa fonction d'utilité), de son revenu disponible, des prix des biens et des services offerts. Elle se caractérise par trois propriétés principales :

- **la manière dont la demande d'un bien varie avec le revenu disponible (« élasticité-revenu »).** En général, la demande d'un bien augmente moins ou aussi vite que le revenu ;
- **la manière dont la demande d'un bien varie avec le prix de ce dernier (« élasticité-prix »).** Généralement, une hausse du prix du bien fait baisser la quantité demandée. Les biens de première nécessité (biens de Giffen) et les biens de luxe (biens de Veblen) constituent deux exceptions à cette règle générale ;

⁹³ *Cf.* notamment les travaux de Daniel Kahneman et de Richard Thaler, respectivement récompensés par le prix Nobel d'économie en 2002 et 2017.

⁹⁴ La fonction d'utilité permet de classer les différentes combinaisons de biens et services selon les préférences du consommateur.



- **la manière dont la demande d'un bien varie avec le prix d'un autre bien** (« **élasticité-prix croisée** »). Ces deux biens sont substitués si une hausse du prix du premier augmente la demande pour le second. Ils sont dits complémentaires si la hausse du prix du premier bien implique une baisse de la demande du deuxième.

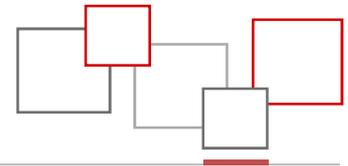
L'**analyse sociologique** offre une vision diversifiée de ces déterminants, pouvant être déclinée en quelques grands courants de recherche :

- **la consommation comme « fétichisme de la marchandise »** - Selon Karl Marx (1867) la consommation conduit à négliger les rapports humains nécessaires à la production. Les consommateurs attribuent une valeur intrinsèque à des objets inertes, en oubliant qu'une relation sociale (le travail) est à l'origine de cette valeur. Quelles que soient les conditions dans lesquelles s'exerce ce travail, les personnes consomment parce qu'elles font des biens et services un fétiche incontournable.
- **la consommation comme outil de différenciation de l'individu** – selon Jean Baudrillard, les individus sont mus par une quête identitaire dans la société de consommation. Simmel (1908) observe par exemple que la ville, c'est-à-dire la concentration d'individus dans un même lieu, favorise la diffusion de normes vestimentaires impulsées par les classes supérieures. Ces effets d'émulation s'expliquent par le rôle que joue la consommation dans l'affirmation de l'identité individuelle. **Ainsi, les individus communiquent à travers leurs achats, qui deviennent des « signes » contribuant à façonner leur identité⁹⁵.**
- **la consommation comme marque distinctive d'appartenance à une classe socio-culturelle** – Weber (1922) développe une analyse de la société fondée sur les « groupes de statut ». Il s'agit de personnes ayant le même degré de prestige social (style de vie, éducation et profession similaires) et qui vont partager par ce biais les mêmes goûts et valeurs. Le sociologue et économiste américain Thorstein Veblen introduit le concept de « consommation ostentatoire » : l'achat de certains biens de luxe constitue pour les classes sociales les plus aisées un moyen d'afficher leur statut social élevé. Dans *La Distinction* (1971), Pierre Bourdieu met en évidence que les choix de consommation des individus sont déterminés par leur « habitus », c'est-à-dire l'intériorisation des structures sociales au cours de l'éducation sous forme de dispositions éthiques, esthétiques et politiques qui vont structurer la perception, le jugement et les pratiques des groupes sociaux. Ainsi, les préférences de consommation résulteraient de l'appartenance à un groupe socio-culturel donné.
- **la consommation comme moyen de construction de liens communautaires** – Plusieurs travaux⁹⁶ ont montré que certaines marques cultivent chez leurs consommateurs une conscience, des rituels et des traditions communs⁹⁷.
- **la consommation comme reflet des modes de vie** – Selon Hirschman (1983), les besoins et choix de consommation découlent des décisions prises par les membres du ménage (vivre en solitaire ou en couple, avoir des enfants, s'établir dans une grande aire urbaine, en banlieue ou à la campagne). Les modes de vie des unités de consommation entraînent l'émergence de systèmes de préférences différents.
- **la consommation comme instrument d'appropriation culturelle** – l'anthropologue britannique Daniel Miller (1987)⁹⁸ insiste sur l'action de chaque consommateur qui,

⁹⁵ Cf. également Jean-Paul Sartre (1943) : « *La totalité des mes possessions réfléchit la totalité de mon être. Je suis ce que j'ai* ».

⁹⁶ Voir par exemple Muniz Jr. et O'Guinn (2001), *Brand Community*, *Journal of Consumer Studies*, vol. 27 n. 4, pp. 412-432.

⁹⁷ Cf. le cas de Apple, Lipovetsky (27 octobre 2012) dans *Le Monde* : http://www.lemonde.fr/culture/article/2012/10/25/apple-fruit-de-la-passion_1781124_3246.html



créant une relation personnelle avec le bien consommé, fait perdre à ce dernier son caractère abstrait : l'objet consommé devient ainsi un objet « culturel ».

Enfin, appuyés par de nombreuses études neurobiologiques, **les psychologues** identifient quatre déterminants principaux de la consommation :

- **la motivation** - Tout choix de consommation peut être expliqué par l'**envie de satisfaire un « besoin »** : il s'agit d'un état de manque de quelque chose de nécessaire ou d'utile (où l'utilité est définie à partir de critères culturels, sociaux et personnels) qui pousse l'individu à acheter un bien ou un service. La « pyramide des besoins » de Maslow (1943) constitue une référence incontournable en ce qu'elle propose un classement des besoins humains en cinq niveaux (besoins physiologiques, de sécurité, d'appartenance et affectifs, d'estime, d'accomplissement de soi).
- **la perception** – La perception joue un rôle majeur dans le traitement des informations dont disposent les individus pour effectuer leurs choix de consommation. Si le stimulus est le même pour tout le monde, la perception relève des sensations que chacun en retire et du sens qui leur est attribué⁹⁹.
- **l'apprentissage** – les expériences passées en termes d'interprétation et traitement des *stimuli* influencent la manière de laquelle ces procédés auront lieu à l'avenir. En effet, les consommateurs mettent en place des comportements cohérents dans leurs choix de consommation si ces derniers ont autrefois permis de satisfaire leurs besoins¹⁰⁰. Par conséquent, les choix de consommation sont également influencés par le degré de proximité du positionnement stratégique d'un produit par rapport à d'autres dont la personne a déjà pu faire l'expérience¹⁰¹.
- **les croyances et attitudes** – les croyances des personnes, ainsi que leurs attitudes, se construisent au fil du temps et dépendent strictement des expériences individuelles. Selon Kotler *et al.* (2009), une croyance correspond à « *un élément de connaissance descriptive qu'une personne entretient à l'égard d'un objet* ». Une attitude « *résume les évaluations (positives ou négatives), les réactions émotionnelles et les prédispositions à agir vis-à-vis d'un objet ou d'une idée* ». En ce qu'elles fournissent une matrice d'interprétation de la réalité, les attitudes se traduisent donc souvent en choix de consommation.

D'abord, le consommateur dispose rarement de l'ensemble des **informations** pertinentes pour établir ses choix. À supposer que ce soit le cas, celui-ci n'a rarement la capacité ou le temps de les intégrer pleinement et parfaitement dans sa décision. Surtout, son comportement est affecté d'un certain nombre d'**imperfections**, des *biais cognitifs* que nombres d'expériences ont réussi à mettre en évidence : préférence pour le statu quo ou l'option par défaut, « biais d'ancrage » (le fait de ne pouvoir s'abstraire de toute référence connue pour porter une appréciation), « biais de représentativité » (erreurs de perception dans l'observation d'événements de la vie quotidienne ou perception erronée des phénomènes aléatoires), optimisme et excès de confiance, etc.

⁹⁸ Miller D. (1987), *Material Culture and Mass Consumption*, Oxford, Basil Blackwell.

⁹⁹ Cf. par exemple Solomon *et al.* (2010), *Consumer Behaviour. A European Perspective*. 4^e édition, Prentice Hall.

¹⁰⁰ Blythe J. (2008), *Consumer Behavior*, Thomson Learning, London.

¹⁰¹ Lamb C. *et al.* (2010), *MKTD 5*, Cen gage Learning, Mason.



L'existence « d'imperfections » dans le comportement des consommateurs, et plus largement des agents économiques, ouvre la voie à de nouvelles formes d'interventions publiques consistant à corriger ces biais comportementaux pour inciter les individus à prendre les « bonnes » décisions sans avoir recours à des méthodes autoritaires ou coercitives. Dans l'introduction de leur ouvrage¹⁰², Thaler et Sunstein rapportent une expérience menée dans des cantines scolaires aux États-Unis montrant qu'il suffit simplement de modifier la présentation des aliments pour influencer le choix des enfants, les aiguiller vers des aliments plus diététiques en les incitant par exemple à choisir des carottes râpées plutôt que des frites. En matière de préservation de l'environnement et d'économies d'énergie, ils montrent qu'au-delà des incitations financières (créations de taxes ou pénalités ou instauration de droits à polluer), le développement de systèmes et de programmes, même facultatifs, développant la communication et la transparence sur la consommation d'énergie pouvaient encourager les acteurs concernés à économiser l'énergie. Dans le domaine financier où les options sont en général complexes et difficiles à analyser, il est bien établi que la présentation des choix (mise en avant d'un choix par défaut par exemple) influence le consommateur-épargnant et peut le conduire à ne pas retenir l'option préférable pour lui.

Les théoriciens de l'économie comportementale suggèrent d'utiliser les connaissances sur les comportements des consommateurs et de définir des politiques publiques d'information et d'incitation pour inciter les agents économiques à adopter des comportements allant dans le sens de l'intérêt général, notamment dans le domaine de la lutte contre l'obésité, le tabagisme et d'autres comportements à risques produisant des « externalités négatives », ou le gaspillage de l'énergie. De la même façon que la science du marketing repose sur la psychologie du consommateur pour l'attirer vers le produit visé, les pouvoirs publics peuvent organiser des campagnes d'information pour corriger les biais comportementaux pour améliorer les décisions des consommateurs. Par exemple, le développement et l'utilisation de certains labels entrent dans ce type d'intervention.

1.1.2 L'offre de produits

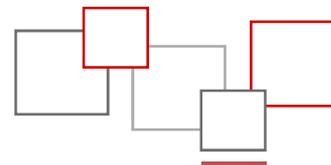
Face à une évolution de la demande des consommateurs, la première question qui se pose, est celle de la disponibilité de l'offre dans des conditions suffisamment attractives avec, selon les cas de figure, un impact variable sur l'emploi.

Afin d'éclairer la question, lors de son audition dans le cadre du présent rapport, l'INRA¹⁰³ a examiné les conséquences en matière d'emploi dans un ensemble de scénarios qui diffèrent selon deux dimensions : l'existence ou non d'une offre française compétitive et le caractère complémentaire ou substituable de la consommation « responsable » par rapport à celle dite « traditionnelle ».

Dans la première famille de scénarios, l'offre française de nouveaux produits est supposée compétitive et en quantité suffisante. Dans le cas où la consommation responsable vient en complément de la consommation traditionnelle, le développement de celle-ci va conduire à une hausse de l'emploi et offrir de nouveaux débouchés tant aux personnes sans emploi qu'aux salariés des secteurs de la consommation « traditionnelle ». Des transferts sont susceptibles d'intervenir entre les secteurs de la consommation « responsable » et « tradition-

¹⁰² Thaler R. H. et Sunstein C. R. (2008) *Nudge: improving decision about health, wealth and happiness*. Yale University Press.

¹⁰³ Audition par le Conseil d'Alban Thomas et de Frédéric Wallet respectivement chefs du département économie et économiste à l'INRA le 6 mars 2018 devant le COE.



nelle », et ce d'autant plus que les emplois sont comparables en termes de qualification et mieux rémunérés dans le premier secteur.

Dans le cas où la consommation responsable se substitue en partie à la consommation traditionnelle, l'emploi va augmenter dans le premier secteur au détriment du second. L'effet global est ambigu. Il va dépendre de la productivité comparée des secteurs (ou, ce qui revient au même, de l'intensité en travail des productions respectives. En outre, cet effet n'est pas proportionnel aux quantités produites : une innovation dans le type de production, tant qu'elle n'a qu'un effet marginal sur le reste de la production, et donc influe peu sur le pouvoir d'achat des ménages, peut avoir par exemple un effet positif, qui s'annulerait ou s'inverserait si elle se généralisait.

La seconde famille de scénarios prend l'hypothèse d'une offre nationale insuffisante ou non compétitive. Les produits de consommation « responsable » sont importés. Le niveau d'emploi est inchangé dans le cas d'une consommation complémentaire de la consommation « traditionnelle ». En revanche, si la substitution est possible, elle conduira à une baisse de l'emploi dans le secteur « traditionnel » pour lequel la demande diminue.

L'offre de produits peut aussi évoluer indépendamment de la demande, sous l'effet de la réglementation ou d'un comportement spontané des entreprises dans le cadre, par exemple, d'une démarche de RSE ou éthique.

On peut ainsi avoir une évolution de la demande finale provoquée par une modification des préférences des consommateurs et une évolution du processus de production lui-même qui ne modifie pas nécessairement la fonctionnalité ou la nature du produit final (technique de production moins énergivore ou générant moins d'externalités négatives (pollution, déchets etc.).

Ces évolutions peuvent être simultanées, voire même imbriquées, et se rejoindre. Par exemple, la disparition progressive des ampoules au tungstène au profit de modèles moins énergivores, mais souvent plus coûteux à l'achat, a répondu à la fois au souci spontané des consommateurs de réaliser des économies d'énergie et l'évolution de la réglementation qui a conduit à leur interdiction complète.

Les entreprises elles-mêmes intègrent dans leur activité commerciale et leur stratégie de base les nouvelles préoccupations des consommateurs. Déjà en 2012, 52 % des entreprises de plus de 50 salariés se déclaraient impliquées dans une démarche de RSE en portant notamment attention aux enjeux du développement durable dans leur politique d'achats, au respect de la biodiversité, ou à la prévention et au recyclage des déchets¹⁰⁴. Et, ce sont bien les entreprises qui reconnaissent le plus d'impacts de leur activité sur l'environnement, notamment celles des secteurs de l'énergie, des transports, de l'immobilier ou de l'agro-alimentaire, qui prennent le plus de mesures, notamment à travers l'économie de moyens mis en œuvre dans le processus de production¹⁰⁵.

Dans l'exemple précis de la modification de la chaîne des intrants sans modification fondamentale du produit final, l'évolution éventuelle du prix du produit pourra affecter le niveau de la demande et donc en retour de l'emploi.

¹⁰⁴ Ernst E. et Honoré-Rougé Y. (2012), « La responsabilité sociétale des entreprises : une démarche déjà répandue », *INSEE Première* n° 1421.

¹⁰⁵ Dumartin S. (2017), « Les pratiques environnementales des entreprises », *INSEE Première* n° 1673.



Mais c'est aussi au niveau du processus de production lui-même (réduction du volume d'intrants, changement de fournisseurs avec, par exemple, la substitution d'une production nationale à des importations) que des effets sur l'emploi peuvent se manifester.

S'agissant de comportements adoptés de façon en partie libre et sur la base de critères propres à l'entreprise, les effets sur la rentabilité des entreprises, et donc sur l'emploi, sont difficiles à mesurer. D'un côté, la thèse dite « de Porter »¹⁰⁶ selon laquelle la vertu serait plutôt profitable suggère un impact positif sur l'emploi de ces pratiques. La nature de cet impact est elle-même incertaine : la RSE améliore-t-elle directement la rentabilité de l'entreprise ou bien constitue-t-elle un signal permettant d'attirer des salariés plus motivés et plus efficaces¹⁰⁷ ? De l'autre côté, il se pourrait tout aussi bien que des pratiques de RSE émanent d'entreprises performantes *ab initio*¹⁰⁸.

L'économie circulaire présente une problématique spécifique à cet égard dans le sens où la nature même du produit est modifiée, conduisant à ce que des effets économiques continuent de se produire après l'acte de consommation. Toutes choses égales par ailleurs, le recyclage des produits est à la fois générateur d'emplois (la collecte, la réparation ou la valorisation des déchets vont mobiliser de la main d'œuvre) et économiseur d'emplois dans la mesure où il va limiter le besoin d'une production supplémentaire à travers l'amélioration de la durée de vie, de l'augmentation de l'usage (économie de la fonctionnalité et du partage) ou, plus radicalement, le fait de donner une vie nouvelle au produit (seconde vie des objets, recyclage). Le passage d'un modèle économique linéaire vers une économie plus circulaire va impliquer des réallocations sectorielles d'emplois entre notamment les activités intensives en matières premières et d'autres qui vont au contraire contribuer à les économiser. Il peut également impliquer un nouveau partage entre fabrication locale et importations de produits finis. Le bilan de ces réallocations et donc le contenu en emploi de l'économie circulaire et de ses activités périphériques est indéterminé *a priori*. Il peut évoluer compte tenu des politiques publiques d'encouragement dont l'économie circulaire fait l'objet (cf. ci-dessous). Il va également évoluer dans le temps dès lors que ces activités naissantes de l'économie circulaire vont se généraliser, puis enregistrer des gains de productivité grâce notamment à l'automatisation et à la robotisation qui sont déjà en partie l'œuvre dans le tri et la valorisation de certains déchets.

1.2 Des effets qui dépendent aussi de l'intervention publique, très importante en ces matières

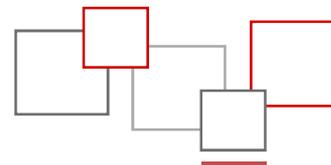
Les pouvoirs publics peuvent influencer grandement la rapidité et l'ampleur des changements de consommation, et par conséquent la puissance des effets induits en matière de production et d'emplois. En la matière, les modes d'intervention publique sont nombreux et divers :

- **l'information et l'éducation du consommateur afin d'améliorer la pertinence de ses choix ou de faire évoluer son comportement.** L'information peut porter sur la nature, les caractéristiques ou les modes de fabrication d'un produit à travers, par exemple, le développement de labels (agriculture biologique,

¹⁰⁶ Porter M. E. et Van der Linde C. (1995), « Toward a new conception of the environment competitiveness relationship », *The journal of economic perspective*, 9(4).

¹⁰⁷ Ce point sera abordé plus précisément dans la partie 3 du présent rapport.

¹⁰⁸ Audition de Didier Blanchet, directeur des études et synthèses économiques à l'INSEE, devant le COE le 16 janvier 2018.



viande d'origine française) ou des actions de contrôle. Des campagnes d'information peuvent être organisées sur les bénéfices liés au tri des déchets ou au choix de produits facilement recyclables ;

- **des mécanismes financiers** afin d'aider à la fabrication de nouveaux produits émergence de nouvelles filières, de solvabiliser la demande finale, ou simplement d'inciter à de nouveaux comportements. La fiscalité écologique est un instrument souvent mobilisé pour réduire la consommation de produits portant atteinte à l'environnement ou à la santé, favoriser les économies d'énergie, limiter la production de déchets etc. ;
- **la réglementation.** C'est un domaine d'intervention particulièrement vaste qui peut porter sur chaque étape de la vie d'un produit : fabrication, commercialisation, consommation, recyclage ou mis en déchets ;
- les **marchés publics** qui peuvent aussi retenir, parmi les critères, le caractère « responsable » de l'offre. Le code des marchés publics autorise en effet, dans certaines conditions, la possibilité d'introduire des clauses sociales, environnementales, voire des clauses liées à l'existence d'un label certifié, aux circuits courts ou au cycle de vie ;
- **les règles monétaires** : la loi sur l'économie sociale et solidaire de juillet 2014 a autorisé la création de monnaies locales (on en compte environ 80 en fin 2017 en France) qui ont le plus souvent comme objet de favoriser les échanges de biens et services à un niveau très local. Il est trop tôt pour en évaluer les effets, qui dépendent de mécanismes aux impacts contradictoires.

2. L'importance des mécanismes de bouclage macro-économique

Que les mouvements initiaux proviennent de l'offre ou de la demande, l'ensemble des effets induits, notamment les mécanismes indirects dits de « bouclage macro-économique », doivent être pris en compte afin d'apprécier l'impact réel final. Ces mécanismes indirects, qui dépendent de l'évolution du comportement du consommateur et de ses déterminants, sont à la fois nombreux et complexes. Ils sont particulièrement importants à prendre en compte lors de la mise en place d'incitations financières ou de subventions publiques.

D'un point de vue théorique, le résultat de l'analyse globale va aussi dépendre de la nature du chômage. Si, par exemple, le chômage est de nature « classique », lié au fonctionnement général du marché du travail, cela bride- ra d'éventuels effets positifs à long terme sur l'emploi résultant de l'évolution des modes de consommation consistant à substituer un produit à un autre.

La problématique du Grenelle de l'environnement a illustré l'importance de ces effets de bouclage et, au passage, la difficulté à les apprécier. La direction générale du Trésor avait ainsi conduit à l'aide du modèle macro-économique Mésange une évaluation *ex ante* de l'impact macro-économique des investissements mis en œuvre dans le cadre des engagements du Grenelle¹⁰⁹. À court et moyen termes, la croissance et l'emploi seraient stimulés par ces investissements et la réduction importante des importations de combustibles fossiles auxquelles se substitue en partie la production nationale. À long terme, l'effet multiplicateur des investissements s'estompe, seuls subsistent l'effet durable des équipements mis en place et les effets sur les économies d'énergie. La hausse

¹⁰⁹ Briard P. et alii (2010), « Impacts macroéconomiques du Grenelle de l'environnement », *Document de travail de la DG Trésor 2010/06*.



des prix et l'augmentation des prélèvements obligatoires nécessaires au financement conduisent à un impact sur le PIB et l'emploi légèrement négatif.

De la même manière, une évolution du comportement du consommateur pour privilégier une consommation locale peut avoir un effet emploi positif, direct ou indirect au travers du multiplicateur local (cf. encadré 11). Mais ce raisonnement vaut quand il s'applique à un seul territoire. Il ne permet pas de prendre en compte les effets plus globaux sur l'économie et l'emploi, sur des territoires voisins ou au plan national.

De nombreuses études montrent un potentiel de développement de l'emploi, d'une ampleur variable et selon divers canaux

Troisième partie



Si l'analyse des attentes des consommateurs a bien mis en lumière des préoccupations nouvelles ou renforcées (sur la traçabilité, la transparence, l'origine, la composition, les effets sur l'environnement des produits), l'examen de l'évolution effective des pratiques, parfois plus difficile à objectiver, a permis d'identifier des comportements d'achat ou de « post-achat », minoritaires, mais en plein essor.

Bien que l'achat de produits de terroir, plus verts, ou encore bio, la revente d'occasion ou le réemploi sont encore loin de concerner quantitativement tous les consommateurs, ces pratiques ne sont pas neutres au regard de l'emploi. En effet, en modifiant la structure du panier de consommation des ménages, leur niveau de dépenses pour certains produits ou encore leurs lieux d'achats, elles sont susceptibles de faire évoluer plus ou moins fortement l'offre productive et, en cela, favoriser l'emploi dans certains secteurs et, le cas échéant, l'impacter négativement dans d'autres.

Pour chacune des grandes tendances de « consommation responsable » identifiée dans le rapport, l'analyse cherchera ici à procéder en deux temps :

- elle s'attache d'abord à identifier les effets sur l'emploi « en équilibre partiel » c'est-à-dire dans les secteurs directement concernés par la pratique de consommation en question ;
- puis elle tente d'envisager les effets potentiels « en équilibre général », autrement dit en prenant en compte les effets « en chaîne » sur le reste de l'économie.

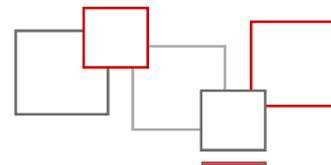
1. La consommation de produits locaux, de terroir ou labellisés « Made in France »

Afin d'apprécier les effets sur l'emploi des pratiques d'achats de produits « de proximité », il est nécessaire de différencier les deux modes de production et de distribution, bien distincts, auxquels ils sont associés :

- les produits « locaux », les circuits courts et le commerce de proximité (et la restauration) correspondent à des modes de production ou de distribution orientés **vers la satisfaction d'une demande locale (résidents ou touristes)** ;
- les produits « localisés » ou « du terroir » et les produits « fabriqués en France » renvoient à des modes de production **liés aux territoires même s'ils peuvent alimenter des marchés extrarégionaux, voire étrangers.**

Dans ces deux cadres, les emplois sont attachés à un territoire et peuvent donc être considérés comme non substituables avec des emplois à l'étranger. Mais les canaux par lesquels l'emploi peut être affecté ne sont pas les mêmes. De plus, les produits « fabriqués en France » ont souvent des composantes étrangères, même si la majorité de leur valeur relève du territoire national, du fait de la complexification des chaînes de valeur. *A contrario*, des produits étrangers peuvent avoir des composantes françaises. Le raisonnement doit donc être nuancé par rapport à la conception intuitive où le « Made in France » serait 100% français.

Pour mesurer l'effet net sur l'emploi du développement de ces modes de consommation, il faut dès lors comparer l'intensité relative en travail français de ces modes de production et de distribution par rapport à ceux que l'on pourra considérer comme plus « hors-sol » (i.e. les circuits longs), mais aussi s'intéresser aux effets de substitution et de revenus. Selon les scénarios envisageables pour les évolutions de la demande et de l'offre sur les



différents segments, on pourra formuler des hypothèses sur les effets sur l'emploi – son volume, sa structure et sa localisation – à moyen terme en prenant en compte les effets de bouclage.

1.1 A court terme, les circuits courts et l'économie de proximité sont des leviers de maintien/création d'emplois dans les territoires concernés

Les travaux existants montrent que la consommation de produits en circuits courts est bien, comme attendu, favorable à l'emploi local. Plusieurs raisons à cela :

- elle entraîne, chez les producteurs, des activités supplémentaires directes (logistique, transport, marketing, gestion administrative) et liées (diversification de la production, activités de transformation), la commercialisation en circuits courts peut être source de création d'emplois au sein des exploitations agricoles (avec de potentiels effets indirects sur les emplois para-agricoles) ;
- les structures qui permettent la vente en circuit court peuvent aussi être pourvoyeuses d'emplois : au sein des Ruches¹¹⁰, des magasins de producteurs etc. ;
- les circuits courts peuvent aussi être des sources de créations d'emplois indirectement en participant à l'attractivité notamment touristique du territoire mais aussi *via* l'effet multiplicateur local.

Plusieurs études mettent en évidence que les exploitations qui commercialisent en circuit court sont en moyenne plus intensives en main d'œuvre que l'ensemble des exploitations. Une analyse de 2016 à partir des données du recensement agricole de 2010¹¹¹ montre ainsi que les exploitations qui pratiquent la distribution en circuit court utilisent en moyenne 2,3 ETP contre 1,5 pour le total des exploitations. « *La commercialisation en circuit court de produits destinés à l'alimentation humaine a un effet significatif sur l'emploi dans toutes les orientations productives, à l'exception du maraîchage, de l'horticulture et des élevages d'ovins-caprins. Cet impact est cependant variable selon les orientations et la taille des exploitations (variant le plus souvent entre + 0,4 et + 0,9 ETP). Il est notamment plus important dans les exploitations viticoles et de polyculture-élevage. Assez logiquement, le surcroît d'emploi généré tend à s'accroître avec la taille des exploitations.* »

Ces résultats concordent avec un travail¹¹² réalisé en 2012 à l'échelle régionale par la Direction régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt en Basse Normandie. Il ressort de cette analyse que, dans la région examinée, les circuits courts mobilisent 1,8 ETP (2,2 pour les exploitations vendant des produits laitiers, des fruits, des légumes et/ou des œufs et volailles) contre 1,3 pour les exploitations en circuits longs. En moyenne, les exploitations en circuit court emploient deux fois plus de salariés. La main d'œuvre est en outre plus féminine. **Le niveau de qualification des salariés des exploitations en circuits courts est en moyenne supérieur à celui de ceux en circuits longs (31 % contre 22 % ont au moins un Bac).**

¹¹⁰ Les « Ruches » sont des communautés d'acheteurs qui achètent des produits auprès de producteurs locaux via la plateforme numérique *La Ruche qui dit Oui*.

¹¹¹ Bertin C., et al. (2016) « Démarches de qualité/diversification et emploi », *Agreste Les Dossiers*.

¹¹² Direction régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt (2012), *Les circuits courts, un potentiel à exploiter Agreste Basse Normandie*.



Un travail plus qualitatif réalisé par l'Observatoire régional de la formation et de l'emploi en agriculture du Languedoc Roussillon en 2009¹¹³ a cherché à identifier les raisons pour lesquelles la vente en circuits courts est en moyenne plus intensive en travail au sein des exploitations.

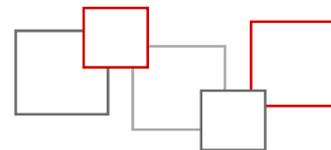
La vente en circuit court n'a, a priori, pas d'impact sur les techniques de production mais elle peut induire des réorganisations voire de nouvelles stratégies au sein des exploitations pour s'adapter aux exigences de ce mode de commercialisation. Pour permettre des approvisionnements réguliers, certaines exploitations choisissent de se diversifier pour fournir des « paniers » – cela concerne avant tout les maraîchers. La multiplication des cultures peut alors entraîner **une hausse du niveau de qualification attendu et une pérennisation d'emplois salariés aux dépens de l'emploi saisonnier¹¹⁴**. La vente en circuit court peut également être associée à une volonté de l'exploitant de commercialiser des produits à plus haute valeur ajoutée, notamment des produits transformés. Les activités de transformation peuvent alors être sources de nouveaux besoins en main d'œuvre avec à nouveau des enjeux de compétences (maîtrise des techniques et connaissances des normes sanitaires).

La commercialisation en circuit court induit par ailleurs de nouvelles activités auparavant gérées par les grossistes et les distributeurs à savoir la logistique, la vente et la promotion des produits. Concernant les activités liées à la logistique (préparation des commandes, distribution au domicile ou sur le lieu de vente) et la vente (tenue de la caisse, gestion du fichier client, sens commercial), elles peuvent se traduire par une restructuration en interne ou des créations d'emplois. La mise en relation *via* les outils numériques (site internet, applications mobiles) peut aussi être une source d'activités supplémentaires (maintenance du site, gestion des commandes etc.) avec des besoins en compétences informatiques nouveaux.

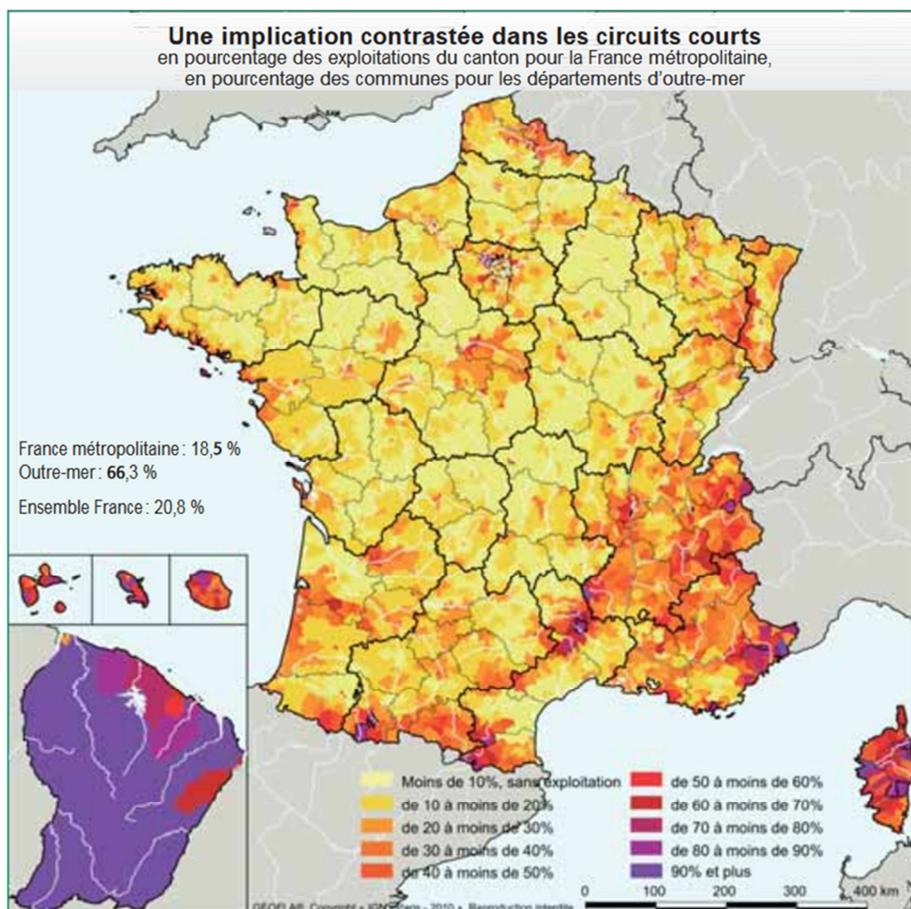
La vente en circuit court peut aussi être source d'une demande de main d'œuvre au sein des points de vente. C'est par exemple le cas pour les magasins spécialisés comme certains magasins de producteurs – même si pour la majorité ce sont les producteurs qui assurent directement la promotion de leurs produits – ou encore dans les Ruches. Plus globalement, parce que la recherche de proximité peut également se traduire par une modification des lieux d'achats, elle est aussi susceptible de soutenir l'emploi au sein des commerces de proximité (boulangerie, boucherie, primeur ou encore relais de proximité alimentaire). La géographie actuelle des circuits courts (cf. Carte XX) est marquée par de forts contrastes entre le Sud de la France très dense en exploitations utilisant les circuits courts et le Nord beaucoup moins. Cela peut s'expliquer par le type de cultures les plus présents dans les deux zones : le maraîchage – premier type d'exploitation ayant recours aux circuits courts – est plus présent au Sud de la France que dans le Nord. On peut également remarquer la densité en exploitations ayant recours aux circuits courts en Ile-de-France. Aussi, en matière de localisation de l'emploi, les circuits courts peuvent être une opportunité pour maintenir des terres agricoles autour des grands bassins de vie, mais également de soutenir l'emploi agricole et para-agricole dans des territoires ruraux et/ou montagnards (Alpes, Pyrénées, Corse).

¹¹³ Observatoire régional de la formation et de l'emploi en agriculture, (2009), « Emploi et compétences des circuits courts », (Languedoc Roussillon).

¹¹⁴ Capt D., et Dussol A-M. (2004), « Exploitations diversifiées : un contenu en emploi plus élevé », *Agreste Cahiers n°2*.



Carte 1 : La géographie des circuits courts



Source : Source : Agreste, recensement agricole 2010.

Les circuits courts alimentaires de proximité ont également des impacts indirects sur l'emploi via l'effet multiplicateur local. Cet outil d'analyse issu de la théorie macroéconomique permet de quantifier à l'échelle d'un territoire la redistribution d'un flux de dépenses initiales dans un circuit économique local en vagues successives (cf. Encadré 11).

Encadré 11 : L'effet multiplicateur local : théorie et modélisations

En économie, l'effet multiplicateur renvoie à la chaîne de flux monétaires déclenchés par une dépense initiale. Théorisé par Keynes, il établit un lien entre une augmentation des dépenses publiques et une augmentation des revenus générés. Lorsque l'Etat investit, il accroît la demande totale, entraînant ainsi une hausse de la production (et des salaires), qui suscitera elle-même une hausse de la demande (et ainsi de suite). Mécanisme fondamental des politiques macroéconomiques, ce multiplicateur a néanmoins fait l'objet de critiques.

L'effet multiplicateur local correspond à la relation entre une variation des dépenses d'un acteur économique du territoire (consommateurs, entreprises, collectivités) et celle des flux monétaires engendrés sur le territoire (dépenses de consommation en biens intermédiaires, salaires, impôts et taxes). Il est *a priori* possible de tracer l'effet en chaîne d'une dépense à l'infini, mais par convention, on s'arrête en général à trois niveaux (la valeur du multiplicateur est donc comprise entre 1 et 3).



$$\text{Effet multiplicateur local} = (\text{dépense initiale}_i + \text{dépense}_{i+1} + \text{dépense}_{i+2}) / (\text{dépense}_i)$$

Les analyses fondées sur ce type de raisonnement font l'objet d'une attention renouvelée dans le champ du développement économique local pour plusieurs raisons. Depuis la fin des années 1990, dans un contexte de mondialisation des échanges commerciaux, des chercheurs aux Etats-Unis mais aussi en France se sont intéressés au fonctionnement des circuits économiques locaux¹¹⁵. Il ressort de ces analyses le constat d'une séparation entre les lieux où se créent les richesses, les lieux où les revenus se distribuent et les lieux où ils sont dépensés¹¹⁶.

C'est sur la base de ce constat que se sont établies les réflexions autour du « réenracinement de l'économie » c'est-à-dire le rapprochement entre production et consommation, création de richesses et revenus.

Différentes modélisations ont ainsi cherché à estimer comment circulaient les flux monétaires au sein d'un territoire :

- L'indicateur LM3 de la New Economics Foundation¹¹⁷ qui permet de suivre, sur trois niveaux, les dépenses qui restent ou qui sortent d'un territoire à partir d'une dépense initiale d'un acteur économique ;
- L'outil « Local footprint »¹¹⁸ du cabinet Utopies qui suit la même logique (effet direct, indirect et induit) mais propose également une lecture en termes d'emplois.

Un travail de recherche-action intitulé MagPro¹¹⁹ a ainsi utilisé cet outil pour mesurer l'impact d'un magasin de producteurs sur son économie locale en retraçant les flux de dépenses, à partir de données de comptabilité de l'entreprise, et d'une enquête de consommation auprès des salariés. Elle montre ainsi que le multiplicateur du magasin analysé est de 2,6 c'est-à-dire que pour 100 euros de consommation chez ce magasin de producteurs, 260 euros circulent dans l'économie locale.

¹¹⁵ Shuman M. (1998), *Going local : creating self-reliant communities in a Global Age*.

¹¹⁶ Davezies L. (2008), *La République et ses territoires : la circulation invisible des richesses*, Seuil.

¹¹⁷ NEF (2002), *The Money Trail : Measuring your impact on the local economy using LM3*.

¹¹⁸ Utopies (2016), *L'effet multiplicateur local : un levier incontournable pour inspirer le développement des territoires*. Note de position.

¹¹⁹ Audition d'Alban Thomas, chef du département Economie à l'INRA et de Frédéric Wallet, économiste à l'INRA, devant le COE le 6 mars 2018.

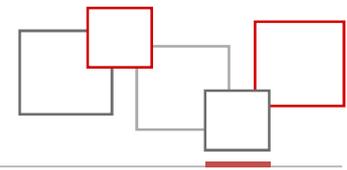
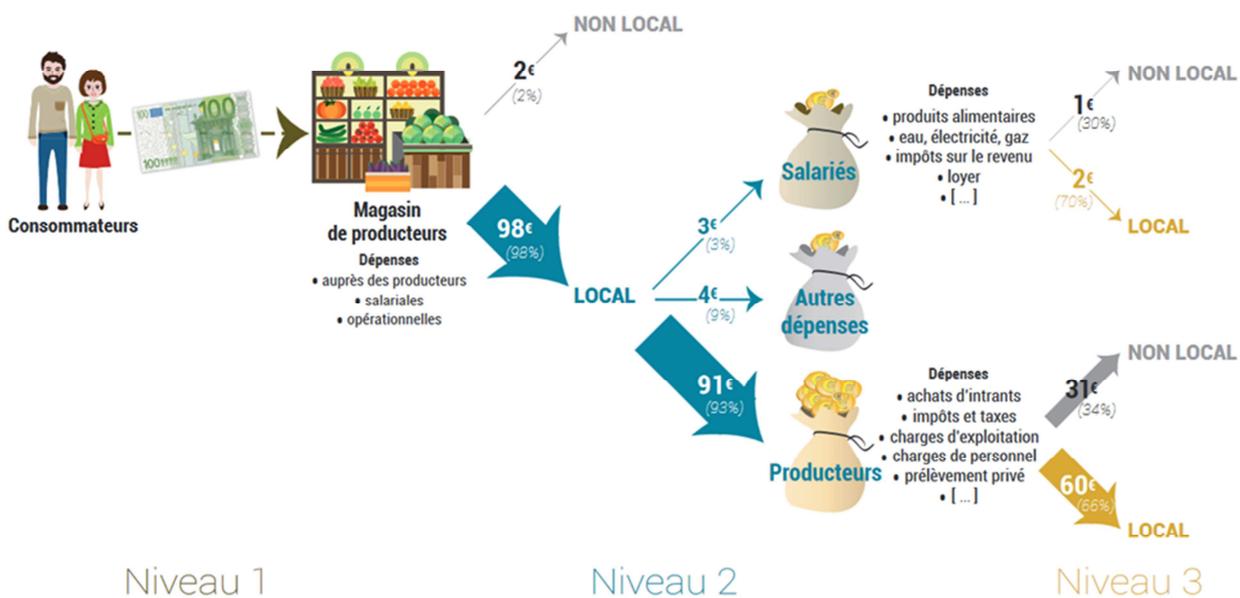


Figure 5 : L'effet multiplicateur local d'un magasin de producteurs



Source : projet MagPro.

Le mécanisme de l'effet multiplicateur permet de mettre en évidence les effets potentiellement très importants pour l'économie et l'emploi local des dépenses des consommateurs, des entreprises et des acteurs publics. Il en ressort très clairement que plus les richesses circulent au sein du circuit économique local, plus elles entretiennent un cercle vertueux. Ainsi l'impact territorial positif attendu des consommateurs lorsqu'ils consomment des produits fabriqués près de chez eux serait réel. Du reste, son poids relatif dépend de l'ancrage territorial de chacun des acteurs tout au long de la chaîne.

Aussi, dans le cas du magasin de producteurs présenté dans la figure XX, le consommateur s'oriente vers un commerce de proximité, qui se fournit auprès de producteurs du territoire, qui eux-mêmes génèrent des revenus sur le territoire ce qui résulte en un effet multiplicateur élevé. **En d'autres termes, la consommation auprès d'entreprises du territoire comme les commerces de proximité aura un impact d'autant plus positif en termes d'emplois si les produits commercialisés sont eux-mêmes fabriqués au sein du même territoire. Plus les revenus dépensés dans la consommation soutiennent les revenus du travail, plus l'économie locale est résiliente**¹²⁰.

Les entreprises, conscientes de la sensibilité croissante des consommateurs aux impacts qu'elles ont sur la société et en particulier sur les territoires, sont d'ailleurs de plus en plus nombreuses à se préoccuper de leur ancrage territorial au sein de leurs démarches RSE. Au travers de ces dernières, elles peuvent contribuer à la structuration de filières locales pérennes pourvoyeuses d'emplois. C'est également dans cette logique que se situent les distributeurs qui développent des partenariats locaux.

Le développement de la sensibilité des consommateurs aux produits fabriqués près de chez eux et aux circuits courts constitue donc une opportunité pour maintenir ou créer des emplois locaux pérennes. L'impact de ces

¹²⁰ Audition d'Elisabeth Laville, Fondatrice et Directrice du cabinet Utopies, devant le COE le 13 avril 2018.



pratiques d'achat pourra être d'autant plus significatif si des filières locales se structurent pour satisfaire la demande locale. En rapprochant les lieux de création de richesse, les lieux où les revenus sont distribués et où ils sont consommés, le réenracinement des économies locales peut constituer une évolution du fonctionnement du système productif favorable à l'emploi.

Cet impact positif n'est pourtant pas automatique puisqu'il implique que la préférence donnée à la proximité, qu'il s'agisse du choix des entreprises pour leurs fournisseurs ou de celui des consommateurs pour leurs achats, soit possible et durable. En témoigne l'analyse des besoins en compétences liées à la commercialisation en circuit court, la réussite de la transition dépendra aussi très largement de la présence sur le territoire de travailleurs disposant des compétences adaptées. En outre, ce raisonnement, appliqué à un seul territoire, ne permet pas de prendre en compte les effets plus globaux sur l'économie et l'emploi, sur des territoires voisins ou au plan national.

Les effets positifs mentionnés ci-dessus n'intègrent pas, si la pratique du circuit local est généralisée, des externalités négatives : les besoins de diversité, la sécurité d'approvisionnement, sont aussi liés au recours à des marchés et production non locaux. Et l'équilibre économique de circuits de logistique ainsi que d'infrastructures d'impact autre que local est déplacé, ce qui peut dès lors peser sur la productivité de l'ensemble de l'appareil de production. Il résulte de cette considération qu'il y a probablement, pour chaque système local de production, au moins un optimum entre deux situations qui ne sont pas, elles, optimales : une situation sans circuits locaux, qui n'intègre pas les bénéfiques qui viennent d'être décrits ; et une situation où, par continuité avec les avantages constatés lors du démarrage d'une distribution locale, on privilégierait systématiquement ces circuits locaux, avec une moindre résilience aux crises, une moindre capacité à répondre au besoin de diversité des consommateurs, une moindre productivité, et donc des coûts en moyenne plus élevés, pesant sur la demande des ménages et l'emploi.

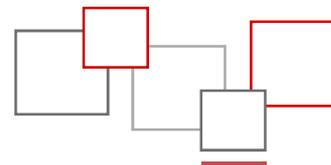
Et, bien entendu, cette logique du réenracinement, pour bénéfique qu'elle puisse être, ne doit pas être exclusive de démarches à plus large échelle. Le développement de l'emploi passe aussi, y compris dans le domaine agricole, par le développement d'une offre compétitive, visant des marchés d'échelle bien plus large que l'économie locale, et notamment à l'international.

1.2 Les modes de production territorialisés semblent aussi avoir un effet positif sur l'emploi

Les pratiques d'achat orientées par la sensibilité à l'origine du produit concernent en deuxième lieu les produits du terroir et les produits fabriqués en France dont les modes de production sont « localisés » c'est-à-dire qu'une ou plusieurs étapes de la production ont lieu sur une aire géographique délimitée.

Ce n'est plus le critère de la proximité géographique qui est valorisé par les consommateurs, c'est le lieu de production des produits qui devient un élément distinctif. Du reste, les produits ne sont pas nécessairement commercialisés en circuit court, ni orientés vers la satisfaction d'une demande locale à la différence de la logique des circuits courts.

Au sein de l'ensemble des produits « de terroir », l'analyse portera avant tout sur ceux qui sont identifiables à savoir les produits disposant d'un signe officiel comme l'Indication géographique, l'Indication géographique protégée, l'Appellation d'Origine Protégée ou l'Appellation d'Origine Contrôlée.



En tant qu'élément distinctif, les SIQO (Signes officiels de la qualité et de l'origine) sont en général associés à une sécurisation des ventes pour les exploitations. C'est en tout cas ce qui ressort des chiffres 2016 de l'INAO : en moyenne, les producteurs bénéficiant d'une IGP ou d'une AOP/AOC ont connu une croissance de leur chiffre d'affaires entre l'année 2015 et 2016.

Une analyse de la CNAOL¹²¹ (organisme de défense et de gestion des AOP laitières) relève que les 50 AOP laitières françaises (45 fromages, 3 beurres et 2 crèmes) correspondent à **2,8 emplois directs pour 100 000 L de lait traité contre un emploi pour 100 000 L pour l'ensemble de la laiterie française. Elles emploient 13 000 emplois en transformation et affinage et 45 000 emplois dans les exploitations laitières.** Ce différentiel serait lié aux savoir-faire spécifiques et aux conditions strictes de production des AOP. L'estimation ne prend par ailleurs pas en compte les emplois indirects ou induits comme « les services aux éleveurs, les instituts techniques, les laboratoires d'analyses, les artisans etc. **Ils sont estimés, par cette même analyse de la CNAOL, à 5 emplois induits pour un emploi agricole direct.**

Les AOP sont un facteur de préservation du tissu d'entreprises agricoles et agroalimentaires, voire même un facteur d'attractivité pouvant alimenter de nouvelles implantations. La présence sur le territoire d'un tissu d'exploitations bénéficiant d'un SIQO a également tendance à contribuer à la valorisation touristique du territoire. Alors que 54 % des aires géographiques des AOP sont situées dans des zones agricoles défavorisées (territoires contraignants), les AOP peuvent ainsi constituer un atout fort pour le développement de ces territoires.

Les distributeurs¹²², qu'il s'agisse des grandes enseignes ou de plus petites entreprises, se sont engagés dans des stratégies de valorisation des produits « de terroir ». Concernant les grandes enseignes, les marques de distributeur « terroir » (« Reflets de France » pour le Groupe Carrefour, « Mmm » pour le groupe Auchan par exemple) connaissent une hausse régulière de leurs ventes. Ces gammes de produits peuvent non seulement constituer des relais de croissance pour la grande distribution tout en contribuant à maintenir des emplois agricoles et agro-alimentaires.

Encadré 12 : Entreprises « écoresponsables » et emploi : le cas du Québec¹²³

Dans la perspective de son audition par le Conseil, l'Observatoire de la consommation responsable a réalisé une étude *ad hoc* visant à examiner si les entreprises qui produisent « responsable » sont plus intensives en emploi que les entreprises dites « conventionnelles ».

Pour ce faire, l'Observatoire a d'abord déterminé le périmètre *ad hoc* des entreprises « écoresponsables » à partir de différentes sources d'informations (annuaire, grattage web sur les producteurs associés à « Aliments du Québec », entreprises détenant une certification bio, entreprises certifiées B Corp). Ils ont ensuite pu apparier cette liste avec la base « Scott Directories » qui répertorie les entreprises exerçant au Canada afin de pouvoir suivre l'évolution de ces entreprises (et les emplois associés).

¹²¹ CNAOL (2014), *Dossier d'information : AOP, fromages, beurres, crèmes*.

¹²² Comme cela a été souligné lors de l'audition de M. Jacques Creyssel, délégué général de la FCD, lors de son audition par le Conseil.

¹²³ Le Conseil remercie particulièrement Fabien Durif, directeur de l'Observatoire de la consommation responsable, professeur à l'Université du Québec à Montréal, et ses équipes pour leur contribution au présent rapport.



Ils aboutissent, pour 2017, à un périmètre de 454 entreprises sur une liste totale comprenant 15 575 entreprises soit 2,9 % réparties notamment dans quelques grands secteurs : l'agro-alimentaire, les cosmétiques et produits ménagers, les meubles et fournitures et le textile.

L'analyse du secteur agro-alimentaire est particulièrement éclairante :

- En 2017, les entreprises « responsables » y représentent, en nombre, l'équivalent d'un tiers des entreprises « conventionnelles » et la moitié en termes d'emplois : ce qui confirme que ce secteur est très concerné par les évolutions de la consommation responsable ;
- Entre 2007 et 2017, on observe une augmentation du nombre d'entreprises responsables (+25 %) dans l'agroalimentaire (contre 22 % dans l'agroalimentaire « conventionnelle ») qui se traduit par une croissance de l'emploi : +40 % (soit 6513 emplois créés) dans l'écoresponsable contre -4 % dans le « conventionnel » (soit 1582 emplois détruits). Si on se restreint aux seules entreprises déjà existantes en 2007, là encore l'emploi est bien plus dynamique dans les entreprises responsables : celles déjà présentes en 2007 ont connu une croissance de l'emploi de 25 % (soit 4076 emplois créés) entre 2007 et 2017 alors que les entreprises « conventionnelles » également déjà présentes en 2007 ont, elles, perdu 15 % (soit 5117 emplois détruits) de leurs emplois entre ces deux dates.

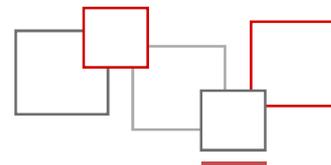
Les produits labellisés « Made in France » constituent la deuxième catégorie de produits « localisés ». Analyser les effets sur l'emploi des produits fabriqués en France n'a de sens, dans le cadre du présent rapport, que si on le circonscrit à un champ déterminé ou si on se place dans une approche comparative. Pour évaluer comment une variation de la consommation de produits fabriqués en France dans les achats des ménages pourrait impacter l'emploi, trois types d'approches peuvent ainsi être mobilisés :

- une **approche ciblée** qui s'intéresse aux effets économiques des produits bénéficiant d'une marque collective de certification utilisant la « marque France » comme un élément distinctif ;
- une **approche comparative** qui cherche à évaluer les différences de contenu en emplois (directs et indirects) français de deux manières :
 - en **statique**, entre un produit fabriqué en France et un produit qui ne l'est pas ;
 - en **dynamique**, qui cherche à évaluer l'effet sur l'emploi d'une substitution de tout ou partie des biens de consommations actuellement importés par des produits fabriqués en France en prenant en compte la manière dont les gains ou pertes de pouvoir d'achat vont conduire les consommateurs français à changer leur panier de biens.

L'approche ciblée consiste à juger de l'efficacité pour les entreprises d'utiliser la « marque France » comme élément distinctif. Deux éléments doivent être pris en compte¹²⁴ : d'une part, la sensibilité des consommateurs à l'origine des produits est variable selon les biens. D'autre part, le marché des consommateurs qui privilégient l'origine française des produits est lui-même segmenté selon qu'ils associent à l'origine du produit des préoccupations éthiques, environnementales ou sociales.

Afin d'évaluer les impacts sur la performance de l'entreprise (et donc sur l'emploi), l'approche consisterait à étudier comment l'obtention d'un label intersectoriel, du type Origine France Garantie ou sectoriel, du type France Terre Textile a affecté le volume de ventes. Selon les déclarations de l'association Pro France, détenteur

¹²⁴ Direction Générale des Entreprises, (2017), *op. cit.*



et gestionnaire de la marque Origine France Garantie (cf. encadré 3), l'obtention du label contribue à améliorer les ventes.

Le Conseil a interrogé plusieurs entreprises dont une ou plusieurs gammes de produits sont labellisées « Origine France Garantie ». Ces structures sont diverses tant en termes de tailles, de secteurs, et d'orientation (plutôt BtoB ou BtoC). Il ressort de leurs réponses qu'elles partagent le même constat concernant l'utilité du label : il contribue – sans que son effet ait été véritablement quantifié – au dynamisme des ventes et donc *in fine* à la sécurisation voire à l'augmentation de l'emploi.

Pour certaines, ce label vient à l'appui d'une politique volontariste de développement durable de l'entreprise tout en constituant un atout dans les relations avec les donneurs d'ordre – c'est notamment le cas du groupe *Queguiner*, entreprise de 250 salariés spécialisée dans les matériaux de construction, qui a reçu le label en 2015. Pour d'autres, comme *Traction productions*, entreprise d'une quarantaine de salariés, fabricant de lunettes, il témoigne d'un ancrage territorial valorisé auprès des clients. L'obtention du label aurait contribué au dynamisme des ventes, permettant ainsi à l'entreprise de racheter un atelier de fabrication en France et d'y maintenir 16 emplois. Pour la société *Stephanix*, qui développe et fabrique des dispositifs d'imagerie médicale et qui compte près de 200 salariés, le label constitue une forme de reconnaissance du savoir-faire de l'entreprise et de l'expertise de ses équipes. Dans le cas du groupe *Bolloré* (qui bénéficie du label pour trois produits : une batterie, une voiture électrique et un bus électrique), le label constitue un moyen de différenciation de ses produits en témoignant de leur inscription dans une démarche économique responsable et circulaire et en faisant valoir leur qualité. En cela, il contribue à l'ancrage territorial et au maintien des activités du groupe en Bretagne (les produits bénéficient également du label « Produit en Bretagne »).

De même, la fédération France Terre Textile avance que le label, initialement destiné à une meilleure information des consommateurs français, peut aussi constituer un argument de vente utile sur les marchés étrangers. Ainsi entre 2011 et 2016, les entreprises agréées Vosges Terre Textile ont connu une croissance de leur chiffre d'affaires de 15 millions d'euros, et une hausse de 5,8 % des postes créés. C'est également ce qui est ressorti de l'audition d'Emmanuelle Butaud, Déléguée générale de l'Union des industries textiles devant le COE.

L'approche comparative en statique cherche à évaluer la différence en contenu en emplois directs et indirects entre un même produit selon qu'il soit importé ou fabriqué en France. C'est par exemple la méthode retenue par l'étude de la Fédération indépendante du Made in France¹²⁵ qui s'intéresse aux différences de contenu en emplois directs pour trois produits (des chaussures, une robe et un boxer) entre une marque produisant en France et une marque produisant à l'étranger. Pour comparer les contenus en emplois du produit français et du produit importé, les auteurs calculent la part du prix de vente du produit qui est redistribuée en France puis ils la rapportent au salaire annuel moyen d'un ouvrier qualifié en France dans le secteur d'activités. De là, ils peuvent estimer le nombre de produits qui permettent de financer un emploi en France.

¹²⁵ La Fédération indépendante du Made in France (FIMIF), fondée en 2015, est une association de consommateurs qui cherche à promouvoir et contribuer au développement du Made in France.



Tableau 2 : L'impact emploi de la consommation de produit Made in France selon l'étude FIMIF

| PRODUIT | CHAUSSURES | | ROBE | | BOXER | |
|--------------------------------------------------------------|------------------|--------------|--------------------|--------------|-----------------|--------|
| MARQUE | ATELIER PM | NIKE | GRAINES D'HORIZONS | RALPH LAUREN | GARÇON FRANÇAIS | ARMANI |
| SITE DE CRÉATION | ROMANS SUR ISÈRE | USA | MARSEILLE | USA | TROYES | ITALIE |
| SITE DE FABRICATION | ROMANS SUR ISÈRE | CHINE | MARSEILLE | CHINE, PÉROU | TROYES | ASIE |
| PRIX DE VENTE PUBLIC MOYEN | 130 € | 110 € | 195 € | 160 € | 36 € | 29 € |
| PART DU PRIX DE VENTE REVERSÉ EN FRANCE | 93% | 38% | 94,4% | 37,6% | 98,3% | 37,6% |
| SALAIRE BRUT ANNUEL MOYEN EN FRANCE | 23 062 € | | 21 508 € | | 21 508 € | |
| RÉPARTITION DU PRIX DE VENTE (%) | | | | | | |
| FABRICATION | 33,3% | 15,5% | 53% | 14% | 41% | 14% |
| CONCEPTION & COMMERCIALISATION | 44,7% | 61,8% | 25,2% | 62,5% | 33% | 62,5% |
| TRANSPORT (Y/C LIVRAISONS CLIENTS WEB) | 5,3% | 6% | 5,1% | 6,5% | 9,3% | 6,5% |
| TVA | 16,7% | 16,7% | 16,7% | 16,7% | 16,7% | 16,7% |
| SOURCES | SOFT'IN | NIKE / FIMIF | GRAINES D'HORIZONS | FIMIF | GARÇON FRANÇAIS | FIMIF |
| PRODUITS VENDUS POUR 1 EMPLOI EN FRANCE | 191 | 565 | 117 | 357 | 608 | 1 982 |
| EFFET MULTIPLICATEUR SUR L'EMPLOI À CONSOMMER MADE IN FRANCE | 3,0 | | 3,1 | | 3,3 | |

Lecture : L'achat de chaussures Atelier PM génère 3 fois plus d'emplois en France que l'achat de chaussures Nike.

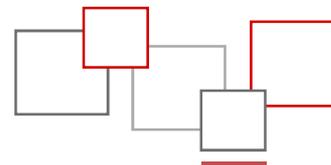
Source : FIMIF (2015)

En utilisant les multiplicateurs estimés par la comparaison entre deux marques comme des valeurs moyennes du produit, ils calculent ensuite le potentiel de création d'emplois si la part des importations de chaussures, de robe et de boxer se réduisait au profit de la fabrication française (approche dynamique). L'étude aboutit aux résultats suivants : 55 000 emplois pourraient être créés si les consommateurs achetaient des chaussures françaises une fois sur deux, 160 000 dans l'industrie du textile et de l'habillement s'ils le faisaient pour leurs vêtements une fois sur trois.

Ces chiffres souffrent toutefois de fragilités importantes. D'abord parce que les estimations du contenu en emplois – réalisées en rapportant le prix de vente d'un produit d'une marque au salaire annuel moyen d'un ouvrier qualifié dans le secteur en question – partent du postulat que le produit et la marque sont « représentatifs de l'industrie » et que le bénéfice supplémentaire dégagé par une croissance des ventes signifie une création d'emploi. Les répartitions du prix de vente qui servent à évaluer la part de richesses présente sur le territoire français sont également incertaines puisqu'elles sont soit déclaratives, soit des moyennes. Enfin cette analyse aboutit à des résultats en brut et ne prend pas en compte les possibles destructions d'emplois chez les distributeurs des marques non-françaises par exemple, ni le fait que les consommateurs, selon le prix du nouveau produit, pourront consommer plus ou moins d'autres produits avec des effets de bouclage sur l'emploi également incertains.

En 2007, le cabinet de développement durable Utopies a développé un outil en ligne qui permet à chacun, selon ses dépenses (annuelles, mensuelles, hebdomadaires ou ponctuelles), d'évaluer les impacts sur l'emploi de sa consommation pour des produits de consommation courante (une liste de 100 produits pour les dépenses ponctuelles et de 10 pour les dépenses annuelles). L'individu renseigne, s'il la connaît¹²⁶, pour chaque produit, la

¹²⁶ S'il ne la connaît pas, le calculateur prend à défaut la moyenne nationale sur le produit en question.



part de produits français et la part qui ne le sont pas. Pour un achat de 200€ de lunettes (montures et verres), sans renseigner la part de Made in France, le calculateur donne les résultats suivants :

Figure 6 : L'effet emploi d'une dépense de 200€ en lunettes d'après le calculateur d'Utopies



Source : Calculateur Utopies.

Dans une étude de 2013¹²⁷, deux chercheurs du Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII) ont cherché à évaluer la perte de pouvoir d'achat dans un scénario où les ménages consommeraient des produits français à la place de produits importés des pays en provenance de pays de « délocalisation » (Chine, Inde, Bangladesh, Vietnam, Turquie, Tunisie etc) pour un même panier de biens de consommation. Ils estiment le surcoût de cette substitution à une fourchette allant de 100 à 300 euros par mois. Si ce déplacement de la consommation pourrait entraîner *a priori* des créations d'emplois, les auteurs soulignent que le surcoût de la substitution pourrait aussi réduire la demande en services.. L'effet positif sur l'emploi serait d'autant plus incertain si la relocalisation de la production en France s'accompagne d'une forte automatisation des usines.

Au total, compte tenu de la diversité des approches, si l'impact direct en matière d'emploi apparaît positif, les effets indirects peuvent être d'une ampleur très significative et aussi jouer négativement sur l'emploi.

1.3 A moyen terme : la question des effets de bouclage et les scénarios envisageables

Au total, on a observé que parmi les nouveaux modes de consommation favorables aux produits « de proximité » :

- la commercialisation en circuit court est plus intensive en emplois français que celle en circuit long ;
- par rapport aux grandes surfaces, le commerce de proximité qu'il soit indépendant ou attaché à une enseigne de grande distribution, est plus intensif en emplois français ;
- les exploitations sous SIQO emploient également en moyenne plus de main d'œuvre que les exploitations « conventionnelles » ;
- les marques régionales, les partenariats locaux, mais aussi des initiatives comme « France Terre Textile » semblent favorables aux ventes et donc au maintien de l'emploi dans l'agriculture et l'industrie avec des effets induits sur les territoires potentiellement importants.

¹²⁷ Emlinger C., et Fontagné L. (2013), « (Not) Made in France », *La lettre du Cepii* ; Audition de Lionel Fontagné, professeur d'économie à l'école d'économie de Paris et à l'Université Paris 1, devant le COE, le 13 mars 2018.



Toutefois, cette approche segmentée ne permet pas de conclure sur les effets nets sur l'emploi, à plus grande échelle et à plus long terme, de la diffusion de tous ces modes de consommation.

Au niveau macroéconomique, on peut anticiper deux types d'effets de bouclage :

- **Un effet de substitution :**

Si les consommateurs privilégient de manière croissante les produits commercialisés en circuit court, cela peut certes conduire à des créations d'emplois – souvent plus qualifiés – au sein des exploitations, mais aussi à des destructions d'emplois dans les hypermarchés/supermarchés et dans la logistique et le transport. Or il est difficile de conclure avec certitude que les emplois créés seront plus importants que ceux détruits, ni que les qualifications ou les territoires concernés seront les mêmes. En outre, si les consommateurs choisissent de consommer majoritairement des produits « de proximité », cela pourrait conduire à une saturation des marchés et une réduction des débouchés sur le territoire national.

Concernant les produits « de terroir », la multiplication des marques régionales pourrait contribuer à concurrencer les produits sous SIQO et à terme nuire à la confiance du consommateur pour ces produits.

- **Un effet revenu :**

Enfin, si les écarts de prix entre produits en circuits longs et en circuits courts et produits « standardisés » et produits « de terroir » entraînent une perte de pouvoir d'achat, la réduction de la quantité de produits consommés pourrait contrebalancer l'intensité en travail français relativement plus importante de ces produits « locaux ».

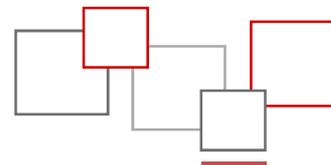
Cette approche plus globale (en dépassant les seuls effets sectoriels directs) permet alors de mettre en lumière les rééquilibrages qu'il est nécessaire d'anticiper afin que les évolutions des attentes des consommateurs à la faveur de produits « de proximité » soit non seulement favorable à l'environnement, au lien social mais aussi à des emplois de qualité dans tous les territoires.

1.4 Une étude du Secrétariat général du COE : quels effets possibles sur l'emploi d'une relocalisation d'une partie de la consommation des ménages ?

Objet de l'étude, portée et limites

Toutes les analyses du comportement des consommateurs convergent : elles mettent en évidence, tout à la fois, une appétence croissante des consommateurs pour des produits qu'ils jugent plus « responsables », et des comportements effectifs d'achat évoluant dans ce sens mais dans une moindre proportion.

Le Conseil a souhaité pouvoir apprécier, au travers d'une étude quantitative (présentée en détail en annexe 1), les effets qu'aurait sur l'emploi une modification des comportements effectifs plus en adéquation avec les souhaits déclarés. **Il a choisi de le faire pour le segment de la « consommation responsable » où l'écart entre préférences affichées et comportements effectifs est encore très marqué : le « made in France ».**



Selon un sondage réalisé par l'IFOP en 2017, trois personnes interrogées sur quatre se déclarent prêtes à payer plus cher un produit qu'elles savent être fabriqué en France, notamment en raison de l'impact supposé positif que ce choix pourrait avoir sur l'emploi.

Bien entendu, la préoccupation « emploi » n'est pas le seul moteur de la préférence pour des produits « de proximité ». Le choix du consommateur tient en réalité à de multiples facteurs comme par exemple des préoccupations de sécurité sanitaire (dès lors que les consommateurs estimeraient que les produits français présentent plus de garanties) ou le souci de réduire les externalités négatives liées aux transports.

Si les consommateurs affichent dans les enquêtes d'opinion une préférence pour le « made in France », leurs comportements sont différents : dans la pratique en effet, les importations de biens par les ménages ont plutôt tendance à augmenter. **Il est alors intéressant d'apprécier les conséquences que pourrait avoir une inflexion des comportements effectifs d'achat, en cohérence avec les intentions affichées.**

En l'espèce, l'étude vise à évaluer les effets en termes de création et de destruction d'emplois que pourrait avoir une relocalisation en France de, par exemple, 10 % de la consommation de biens actuellement importés par les ménages. Ce pourcentage est purement conventionnel. D'un montant évalué à 11,2 Mds d'euros, il correspond à :

- moins de 1 % des dépenses finales de consommation annuelle des ménages, soit environ 33 euros par ménage et par mois ;
- environ 2 % de la valeur totale des importations de biens réalisées par les ménages et les entreprises en 2017 ;
- et environ un tiers de l'augmentation en valeur de ce total des importations de biens¹²⁸ constatée l'an dernier.

Naturellement, cette étude ne constitue qu'un cadre d'analyse théorique et ne prétend pas décrire complètement la réalité des effets d'une transformation du comportement des consommateurs. Elle n'est pas à proprement parler une projection du comportement des consommateurs, pas plus qu'un scénario prospectif. Elle se fonde en effet sur de nombreuses hypothèses qui constituent autant de simplifications de la réalité, notamment :

- **il ne s'agit pas d'un modèle en équilibre général** : le bouclage sur les revenus et les prix n'est pas traité par l'analyse, qui néglige les effets induits par le changement du comportement du consommateur étudié (c'est-à-dire la relocalisation de la consommation de 10 % des produits finis importés). Ainsi, on fait l'hypothèse de rigidité des prix dans le court terme, et on ne considère pas que le revenu des ménages va augmenter si de nouveaux emplois sont créés ;
- **cette étude est réalisée toutes choses égales par ailleurs**, notamment s'agissant de l'offre et de la demande mondiale ;
- **les estimations se fondent sur une hypothèse dite de « stabilité de la structure productive »** : l'offre française est supposée toujours à même de répondre à une hausse de la demande de biens nationaux, sans baisse de stocks ni apparition de goulets d'étranglement ; les rendements marginaux du travail

¹²⁸ Qui sont passées, selon les chiffres 2017 du commerce extérieur, de 501,3 mds d'euros en 2016 à 535,5 mds d'euros en 2017.



sont constants : il n'y a pas de gains d'échelle. C'est pourquoi les simulations réalisées ont du sens uniquement dans le court terme ;

- **l'analyse ne porte que sur les biens importés, non sur les services ;**
- **s'agissant, dans le second scénario, des destructions brutes d'emplois, l'hypothèse retenue conduit à les localiser dans le seul secteur des services domestiques ;**
- **partant d'une approche globale, l'analyse n'intègre pas la répartition territoriale de l'emploi.**

Les résultats de cette étude doivent donc être considérés avec prudence, mais sont éclairants sur la nature des effets à l'œuvre à court-terme. Elle fournit un cadre d'analyse quantitatif visant à illustrer les effets potentiels d'un changement du comportement du consommateur qui choisirait de réorienter volontairement une partie de sa consommation. **Si ses résultats, en équilibre partiel, ne sont pas généralisables au niveau macroéconomique, ils permettent de présenter les canaux par lesquels une modification du comportement du consommateur peut avoir des conséquences, au moins à court terme, sur l'emploi.**

L'étude et ses résultats

Afin d'estimer la valeur de la consommation à relocaliser, le Secrétariat général a exploité les données des douanes pour circonscrire un périmètre de 1 436 produits¹²⁹ représentant la consommation de biens importés, tous pays confondus, par les ménages français.

La relocalisation de 10 % des biens¹³⁰ consommés par les ménages français qui sont actuellement importés et qui seraient alors demain produits sur le territoire équivaldrait, toutes choses égales par ailleurs, à augmenter dans un premier temps la production française de 11,2 Mds d'euros.

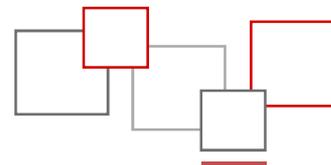
Afin de quantifier les effets sur l'emploi de cette relocalisation de 11,2 mds d'euros de production sur le territoire national, deux scénarios de comportements des consommateurs ont été testés, en mobilisant des données INSEE. Dans le premier scénario, les consommateurs ajustent les quantités consommées à due proportion de l'écart de prix entre prix importés et prix français. Dans le second, ils veulent consommer autant de produits qu'auparavant, et on fait l'hypothèse qu'ils consomment en conséquence moins de services.

Ces deux scénarios théoriques se présentent en quelque sorte comme des cas « polaires », la réalité du comportement de consommation des ménages dans cette hypothèse de relocalisation pouvant le plus probablement se situer entre ces deux options : une quantité consommée un peu réduite par rapport au comportement passé et un montant affecté légèrement augmenté si le consommateur y voit une démarche responsable.

Dans un premier scénario, les ménages réallouent les 11,2 Mds d'€ qu'ils ne consomment plus en produits importés sur des produits français équivalents. Ces derniers étant plus chers, de l'ordre de 2,4 Mds d'euros – compte tenu du fort écart de prix existant avec les produits des pays à bas coût –, les ménages doivent réduire les quantités totales consommées de ces produits anciennement importés. **Ils consomment moins en volume,**

¹²⁹ La méthodologie détaillée est exposée en annexe 1.

¹³⁰ L'analyse porte uniquement sur la relocalisation de biens et non de services.



mais plus de produits français. L'effet sur l'emploi est *a priori* positif. L'étude estime le potentiel de créations nettes d'emplois à environ 150 000 emplois.

Dans un deuxième scénario, les ménages préfèrent consommer la même quantité de produits que ce qu'ils consommaient avant de relocaliser 10% de leur consommation, ils réduisent donc leurs dépenses pour d'autres postes de consommation – ici, les services. Ils consomment donc autant de biens qu'avant, mais moins de services. L'effet sur l'emploi est *a priori* incertain.

Les ménages réallouent toujours 11,2 Mds € mais, pour pouvoir acheter la même quantité de biens qu'avant, ils doivent en outre dépenser 2,4 Mds d'€ de plus. Cette consommation supplémentaire en biens est à l'origine de la création de 190 000 emplois.

Mais les 2,4Mds d'€ qu'ils allouent à l'achat de la même quantité de produits, ils ne les dépensent plus dans les services. Cette réduction de la consommation dans les services est alors à l'origine de la destruction de 35 000 emplois.

Dans ce second scénario, les effets bruts de création et de destruction se conjuguent : le solde net est positif et s'élève à 155 000 emplois.

L'étude montre ainsi que, quel que soit le comportement du consommateur -qu'il préfère maintenir la quantité de produits consommés ou qu'il la réduise pour neutraliser l'écart de prix, l'effet sur l'emploi à court terme serait positif et de l'ordre de 150 000 emplois. Il est permis de considérer que ces créations nettes d'emploi auraient un effet d'entraînement sur l'ensemble de l'économie, mais il importe aussi de prendre en compte l'ensemble des effets de bouclage en équilibre général (notamment à travers les prix et les revenus).

Comme cela a été indiqué, cette étude n'est qu'un cadre d'analyse et ne vise pas à estimer à l'unité près les effets sur l'emploi d'une relocalisation d'une part de la consommation des ménages. Pour autant, en reposant sur une exploitation combinée des données de consommation et une analyse en termes de contenu en emploi, cette étude suggère qu'une modification du comportement du consommateur en faveur de biens produits sur le territoire national aurait, avant bouclage macroéconomique général, un effet positif, important, sur l'emploi national à condition que puisse être effectivement mobilisée une offre productive nationale. Cet effet positif serait toutefois assorti de réallocations d'emploi sectorielles pouvant être significatives. L'effet positif serait naturellement d'autant plus important que l'offre nationale est compétitive.

2. Les nouvelles pratiques d'achat, d'usage et de rejet

Les évolutions des pratiques des consommateurs en matière de mode d'acquisition, d'utilisation et de rejet des produits ont des impacts sur l'emploi dans des secteurs variés :

- en cherchant à consommer des produits moins générateurs de déchets et en triant leurs déchets, les consommateurs contribuent à transformer la filière « déchets » (la collecte, le traitement et le recyclage des déchets) ;
- bien que dans les faits, les consommateurs font moins appel à des services de réparation, la volonté déclarée d'allonger la durée de vie des produits peut avoir des effets positifs sur les activités de réparation ;



- le développement de **l'économie du réemploi et de la réutilisation** contribue positivement à l'emploi, en particulier dans les structures de l'ESS¹³¹ ;
- enfin **les pratiques d'échanges et de location notamment entre particuliers ont des effets ambigus sur un grand nombre de secteurs.**

2.1 Une croissance des effectifs dans les activités de collecte, traitement et récupération des déchets qui devrait se poursuivre

Les consommateurs se déclarent sensibles à la quantité de déchets produite par leur consommation. Ils cherchent à la réduire en s'orientant vers des produits moins générateurs de déchets. **Ces comportements d'achats induisent une modification de la production en amont : il s'agit de concevoir des produits plus recyclables, moins emballés et plus durables. Au moment du rejet du produit, les consommateurs pratiquent aussi le tri sélectif afin de contribuer à un meilleur recyclage des produits qui peuvent l'être¹³².**

On observe ainsi qu'après une croissance entre 2004 et 2010 de la quantité de déchets produite en France et en particulier par les ménages, elle tend à se réduire depuis. D'après des données européennes (*Eurostat*), la France produit en 2014 324 millions de tonnes de déchets, soit une baisse de 6 % par rapport à 2012¹³³. Les pratiques des ménages français semblent contribuer effectivement à la réduction de la quantité de déchets produits puisqu'ils sont à l'origine de 30 millions de tonnes en 2012 contre 28,4 en 2014.

En outre, la mise en place pour plusieurs produits d'une Responsabilité élargie du producteur (REP) a très certainement encouragé les fabricants à réduire la quantité de déchets qu'ils produisent¹³⁴. En effet, ce principe impose aux producteurs, importateurs ou distributeurs de ces produits de prendre en charge, matériellement ou financièrement, la gestion de leurs déchets. On dénombre en France en 2016 vingt filières REP¹³⁵.

¹³¹ Comme l'a notamment souligné M. Hugues Vidor, président de l'UDES, lors de son audition par le Conseil le 17 avril 2018.

¹³² Les objectifs de réduction de la consommation de ressources (réduction de 30 % de ressource par rapport au PIB d'ici à 2030 par rapport à 2010) et de réduction de la quantité de déchets non dangereux mis en décharge (réduction de 50% des quantités d'ici 2025 par rapport à 2010) figurent dans la récente Feuille de route pour l'économie circulaire.

¹³³ Soes (2017), *Bilan 2014 de la production de déchets en France*.

¹³⁴ En France, le principe de la responsabilité élargie des producteurs (REP) existe dans la loi depuis 1975 et est codifié dans l'article L. 541-10 du code de l'environnement. « Il peut être fait obligation aux producteurs, importateurs et distributeurs de ces produits ou des éléments et matériaux entrant dans leur fabrication de pourvoir ou de contribuer à l'élimination des déchets qui en proviennent. ».

¹³⁵ ADEME (2017), *Les filières à responsabilité élargie du producteur – Panorama*.

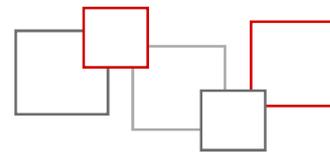
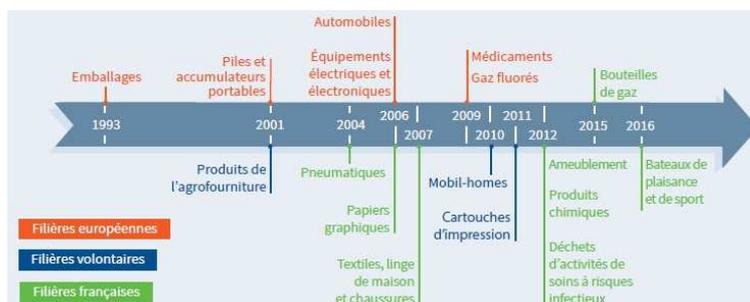


Figure 7 : Les filières REP en France



Source : ADEME, 2017.

Si les ménages français pratiquent de manière croissante le tri sélectif des déchets, la quantité de déchets recyclés a comparativement peu évolué au cours de la dernière décennie (191,4 millions de tonnes en 2012, 194,3 en 2014). En effet, d'une part, la quantité de déchets non dangereux non inertes stockée dans les décharges en France est passée de 22 à 17,4 millions de tonnes entre 2008 et 2014 soit une réduction de 21 % : on stocke donc moins de déchets. Néanmoins, les quantités de matières recyclées en France ont plutôt tendance à stagner. Les taux d'incorporation (part des matières premières recyclées utilisées dans la production rapportée aux besoins pour cette matière dans l'économie) des différentes matières en témoignent : on observe entre 2005 et 2014, une légère hausse du taux d'incorporation des papiers-cartons, du verre et des plastiques et une baisse de l'acier et de l'aluminium. L'indicateur global d'utilisation cyclique (qui synthétise les différents taux d'incorporation) connaît une croissance faible entre 2005 et 2014, il est même en léger recul.

Ces évolutions des comportements des consommateurs citoyens montrent toutefois un changement social susceptible d'encourager des initiatives des entreprises et auquel la filière doit répondre.

Encadré 13 : Les activités de la filière « déchets »

La gestion des déchets recouvre trois grands champs d'activités : la collecte, le traitement et la récupération :

- **la collecte des déchets** correspond au moment où les différents types de déchets sont collectés puis acheminés vers des centres de tri des déchets ;
- **le traitement des déchets** renvoie aux activités de tri afin de déterminer s'ils seront valorisés ou éliminés.
- enfin **la récupération recouvre les activités de valorisation ou d'élimination**. Dans le cas où un produit est valorisé, il subit d'abord un conditionnement puis il est recyclé. Il existe deux modes de recyclage : la récupération de la matière première pour la réinsérer dans les circuits de production et la valorisation (sous forme d'énergie via l'incinération ou la méthanisation, ou en compostage). Dans le cas où un produit ne peut être recyclé, il sera éliminé soit par incinération sans valorisation énergétique soit stocké dans une décharge.

En 2013, le secteur « Collecte, traitement et élimination des déchets – récupération » compte 6050 entreprises selon l'INSEE, 2300 pour la collecte et le traitement, 3800 pour la récupération (élimination ou recyclage). D'après le Service de l'observation et des statistiques (SOeS) du ministère du développement durable, **122 100 emplois en ETP étaient liés à ces activités en 2012 contre 125 500 en 2014**. Cette estimation regroupe les emplois publics et privés liés à la collecte, au traitement et à l'élimination ou au recyclage des déchets mais aussi



ceux liés à la production d'équipements pour la collecte et le traitement. **Les 122 100 emplois se répartissent entre les services privés de gestion des déchets (81 000 ETP), les autres services de gestion dont le service public (33 400) et la fabrication des équipements (7 700 ETP).** Entre 2005 et 2012, l'emploi dans cette filière a connu une hausse de 18 % soit une croissance de 2,3 % par an¹³⁶, croissance bien supérieure à celle de l'emploi national sur la période – de l'ordre de 3 %¹³⁷ (cf. Graphique 9).

Graphique 9 : Evolution de l'emploi dans le domaine des déchets entre 2005 et 2012



Source : SOeS

Dans un rapport de 2014¹³⁸ du Conseil général de l'Économie, de l'industrie, de l'énergie et des technologies et du Conseil général de l'Environnement et du développement durable sur l'industrie du recyclage, les estimations du nombre d'emplois liés à la collecte, au traitement et à la récupération des déchets sont légèrement supérieures. **En effet, ce rapport dénombre 131 310 ETP en 2012 en France dont 65 810 dans des structures privées de la collecte et du traitement des déchets hors recyclage, 36 000 dans des structures publiques et 29 500 pour le recyclage et la valorisation matière.** Ces différences dépendent du périmètre retenu.

Les travaux réalisés en 2010 dans le cadre du Contrat d'études prospectives des entreprises du recyclage dénombrent 34 000 salariés dans les seules activités de récupération et de recyclage (hors collecte et traitement). Les salariés y sont principalement masculins (79 %) et les 41-45 ans y sont les plus représentés. La structure de l'emploi s'établit ainsi : 70 % d'ouvriers, 12 % d'agents de maîtrise, 11 % d'employés et 8 % de cadres.

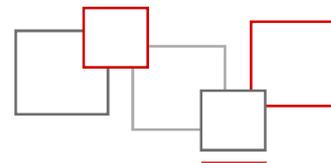
Une étude réalisée au niveau régional par l'Observatoire régional des Déchets d'Ile-de-France témoigne de la dynamique de l'emploi dans la filière. Ainsi dans la région, au cours de la décennie 2000, la croissance des effectifs salariés (hors emploi public) dans les activités « déchets » était trois fois plus importante que celle observée sur l'ensemble des secteurs franciliens¹³⁹. La filière comptait 3370 ETP en 2010 répartis dans les plateformes de

¹³⁶ ADEME (2015), *Chiffres clés des déchets*.

¹³⁷ Enquêtes Emploi.

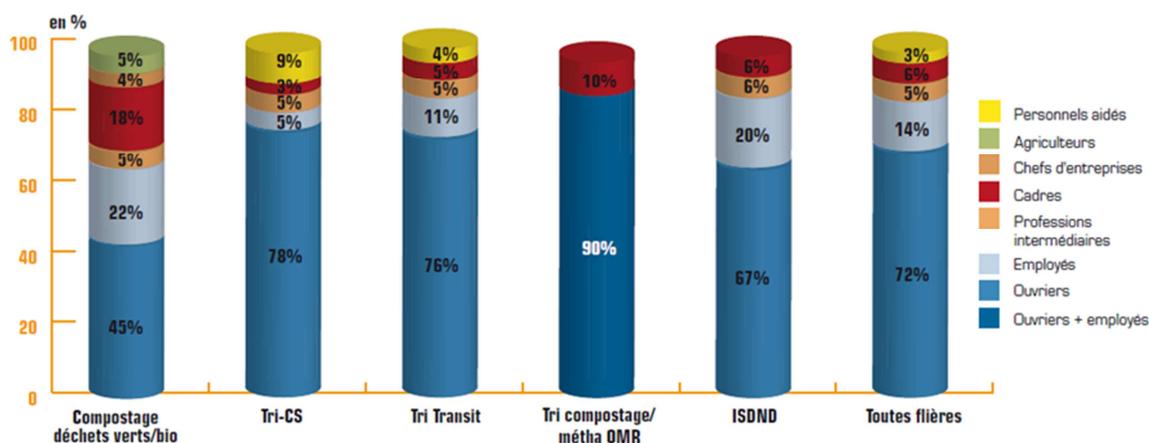
¹³⁸ CGEIT, CGEDD, (2014), *L'industrie du recyclage en France : changer de dimension pour créer des emplois ? Rapport aux Ministres du Redressement Productif et de l'Écologie, du Développement durable et de l'Énergie*.

¹³⁹ Ordif (2010), *L'emploi dans la filière déchets en Ile-de-France*.



compostage de déchets verts et de biodéchets, les usines de tri, les centres de tri, les usines d'incinération, les installations de stockage et les centres traitement et valorisation des mâchefers. Les ouvriers et les employés sont les catégories les plus représentées dans cette filière avec des variations toutefois selon les structures (cf. Figure 8).

Figure 8 : Structure de l'emploi dans la filière « déchets » en Ile-de-France en 2010 par type de structures



Source : Ordif, 2010.

Si, bien sûr, les évolutions des comportements des ménages ne sont pas le moteur principal de l'évolution du secteur des déchets étant donné la relative faiblesse de leur contribution à la production de déchets par rapport aux déchets des activités économiques, elles peuvent toutefois être interprétées comme un signal pour le secteur. Aussi, on peut imaginer que le secteur devra s'orienter vers le développement de techniques permettant le recyclage de plus de produits afin de contribuer à la circularisation de l'économie alors que nombre d'entreprises s'engagent dans des démarches visant à intégrer des matières recyclées dans leur cycle de production (cf. infra). La mise en place éventuelle de REP pour de nouveaux produits pourrait en outre contribuer à ce développement en encourageant les importateurs, fabricants et distributeurs à investir directement ou indirectement (via une contribution financière aux collectivités) dans des processus de recyclage pour des produits jusqu'alors peu ou pas recyclés. De même la réglementation des déchets évolue dans la perspective d'une réduction de 50% de la mise en décharge des déchets non dangereux non inertes en 2050 : les signaux de coûts en l'espèce sont de nature à favoriser davantage l'économie circulaire¹⁴⁰.

Ces évolutions pourraient conduire à des créations d'emplois : une étude de l'ADEME de 2013¹⁴¹ estime ainsi qu'en moyenne, le traitement de 10 000 tonnes de déchets se traduit par la création d'un ETP s'il y a mise en décharge, de 3 à 4 ETP en cas de valorisation par incinération, compostage ou méthanisation, de 11 ETP si les déchets sont menés en centre de tri et de 50 ETP en cas de démantèlement de produits usagés complexes¹⁴². Ces emplois eux-mêmes exigeront des compétences pour recycler plus, mieux et à moindre coût.

¹⁴⁰ Section thématique [économie circulaire, Conseil national de l'industrie](#).

¹⁴¹ ADEME (2013), *Economie circulaire : notions*.

¹⁴² Audition de Christophe Debien, directeur général et Adrian Deboutière, chargé de mission à l'Institut national de l'économie circulaire devant le COE, le mardi 13 mars 2018.



C'est ainsi ce qui ressort du CEP des industries du recyclage de 2010 qui souligne que la mécanisation, l'automatisation et le traitement de nouveaux matériaux nécessiteront des compétences et des métiers nouveaux. Ces évolutions devraient contribuer à augmenter la demande pour des professions plus qualifiées (ingénieur process, techniciens, agents de maîtrise).

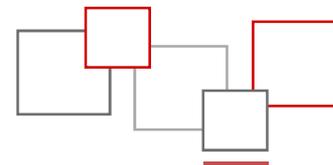
2.2 Une réduction sensible de l'emploi dans la réparation, potentiellement enrayée par les nouvelles tendances de consommation

Les consommateurs dépensent moins en entretien et réparation, pourtant ils se déclarent plus sensibles à la réparabilité des produits. Les activités de réparation sont effectivement identifiées comme un moyen de prolonger la durée de vie des produits en évitant ou en retardant l'achat de produits neufs. Depuis 2007, l'ADEME réalise des panoramas sur l'état de l'offre de réparation en France dont le dernier date de 2014¹⁴³.

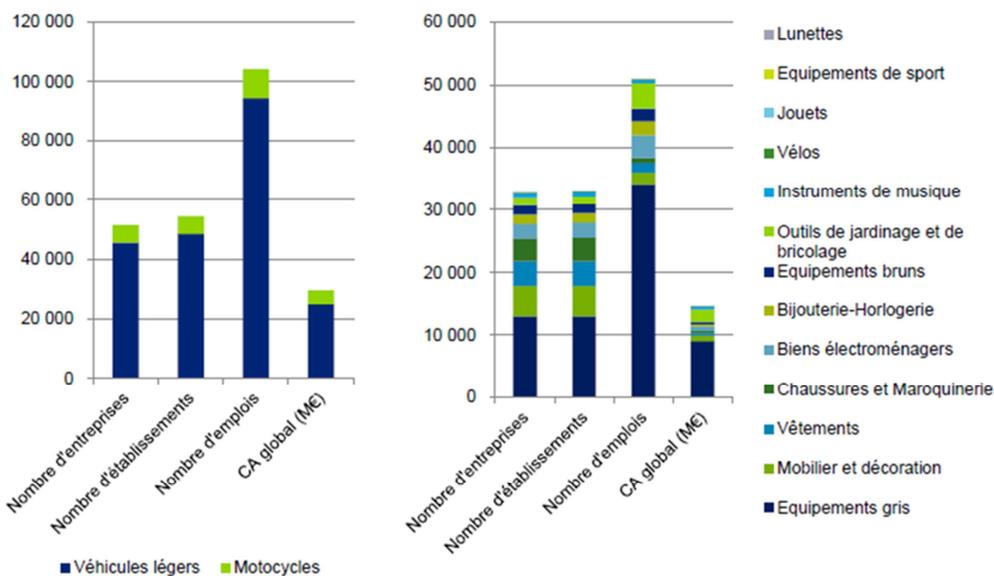
En 2014, le secteur de la réparation rassemble 85 000 entreprises et 150 000 personnes pour un chiffre d'affaires de 45 milliards d'euros. La majorité de l'activité se trouve dans le secteur automobile puisqu'il représente plus de 60 % des entreprises (et près de 70 % des employés). Parmi les 40 % restants, la réparation des équipements « gris » (informatique et téléphonie) occupe une place forte (67 % des employés hors automobile). Les activités de réparation font intervenir des acteurs différents selon le produit (automobile, équipements électriques et électroniques, outillage, mobilier et décoration, équipements de loisirs, vélos, bijouterie/horlogerie, produits textiles) et le mode de distribution (fournisseurs, distributeurs, réparateurs).

Ce secteur est caractérisé par la multitude d'entreprises de petite taille qui le compose (moins de 2 employés) : les structures dans la réparation de meubles, de vêtements et de chaussures sont souvent de très petite taille (moins de 0,5 employés en moyenne) alors que les réparateurs d'équipements gris et d'outils de jardinage sont plus grands (respectivement 2,6 et 3,6 employés en moyenne).

¹⁴³ ADEME (2014), *Panorama de l'offre de réparation en France*.



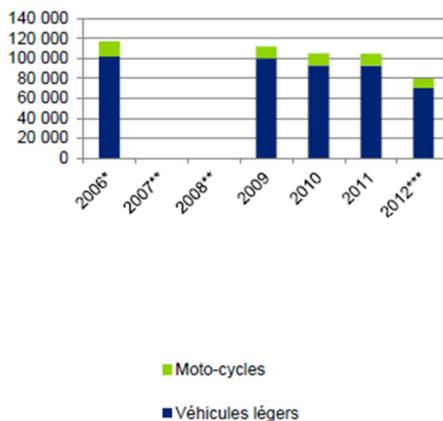
Graphique 10: L'offre de réparation dans le secteur automobile (à droite) et hors automobile (à gauche) en 2012



Source : ADEME, (2014)

Le secteur de la réparation de voitures et de motos connaît une baisse importante de l'emploi depuis 2009 liée au contexte de la crise économique (cf. Graphique 11) mais aussi du fait de l'amélioration de la fiabilité des véhicules et de la baisse de l'accidentologie.. A terme, les outils de maintenance prédictive vont se développer et pourront également impacter la nature des réparations. De façon pour le moment très marginale eu égard à leur part de marché actuelle de l'ordre de 1%, et au fait qu'il s'agisse pour l'essentiel de véhicules très récents, le développement des véhicules électriques, nécessitant moins d'entretien (environ 30 %), que les voitures thermiques pourrait à l'avenir entraîner une diminution des besoins en travail, alors même que ces innovations induisent de nouveaux besoins en compétences.

Graphique 11 : L'emploi dans le secteur de la réparation automobile



Source : ADEME, (2014)



La réparation de biens électroménagers connaît aussi une baisse de l'emploi depuis 2009 qu'il s'agisse du gros électroménager (réfrigérateur, congélateur, lave-linge, lave-vaisselle, four) ou du petit électroménager (grille-pain, sèche-cheveux).

Plusieurs types d'acteurs sont présents dans ce secteur:

- **les distributeurs** (grandes surfaces alimentaires ou spécialisés) vers lesquels les clients se tournent pour faire valoir la garantie. Ils ont parfois leurs propres ateliers de réparation mais font la plupart du temps appel à des réparateurs indépendants ;
- **les réparateurs spécialisés** auxquels les clients font appel lorsque le produit n'est plus sous garantie ;
- **les fabricants** qui ne réalisent que peu de réparation en propre (environ 8 % des cas) mais qui fournissent les pièces détachées et la documentation technique aux réparateurs et aux distributeurs. Ils établissent également la liste des réparateurs agréés pour leur marque¹⁴⁴.

L'emploi dans ce secteur se répartit donc principalement entre les distributeurs (2 300 entreprises, 7 200 emplois) et les entreprises de réparation (2 300 entreprises, 3 600 personnes). Depuis 2009, s'observe une baisse importante du nombre d'entreprises (-21 %), du nombre d'emplois (-37 %) et du chiffre d'affaires (-29 %). Elle peut s'expliquer d'abord par une réduction de la demande pour les activités de réparation due à la diminution du prix moyen des appareils électroménagers (alors que le coût de la réparation peut être estimée entre 30 % et 50 % du prix d'un appareil neuf) mais aussi à l'amélioration des performances notamment énergétiques des appareils qui a pu favoriser le remplacement par un produit neuf plutôt que de la réparation. Le manque de techniciens qualifiés dans un contexte de déficit d'attractivité de la filière mais aussi de complexification des produits et donc des compétences nécessaires apparaît comme un autre élément explicatif.

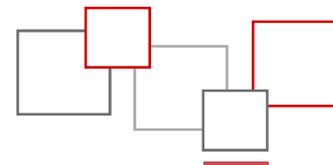
Le secteur de la réparation des équipements électroniques bénéficie d'une croissance nette de l'emploi depuis 2009 mais contrastée selon les produits. Il recouvre la réparation des équipements dits « bruns » liés à l'audiovisuel (télévisions, lecteurs DVD, appareils photos, chaînes hi-fi) et les équipements gris (ordinateurs, matériel informatique et téléphonie).

Les distributeurs sont les principaux acteurs de la réparation des équipements bruns (6 900 entreprises et 21 000 dans le service après-vente et la réparation). Arrivent ensuite les entreprises de réparation (1 450 entreprises, 1400 emplois) et quelques acteurs de l'ESS dont le réseau Envie¹⁴⁵. **Ce segment de la réparation des équipements électroniques est en grande difficulté depuis 2009 : l'activité a connu une baisse de moitié du nombre d'entreprises (-47 %), d'emplois (-52 %) et du chiffre d'affaires (-50 %).** La baisse des prix de biens neufs, les améliorations fréquentes des produits et l'apparent manque de réparabilité des produits expliquent certainement cet effondrement. Les évolutions rapides des produits peuvent entraîner une certaine perte de savoir-faire puisque les réparateurs préfèrent se former sur les produits des gros fabricants.

Ce sont les activités de réparation d'équipements gris (ordinateurs, matériel informatique et téléphonie) qui tirent la croissance de l'emploi dans ce secteur (cf. Graphique 12). Ce segment est investi par deux types d'acteurs : les entreprises de réparation (13 000 entreprises, 25 100 emplois) et quelques acteurs de l'ESS no-

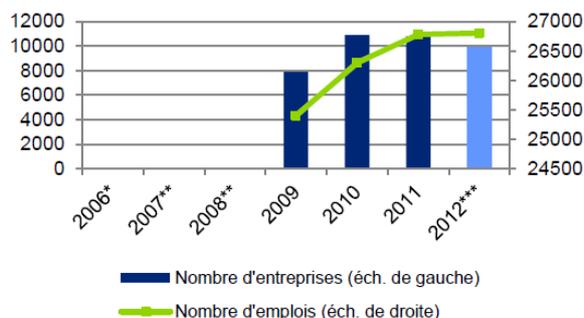
¹⁴⁴ En France, la structure Agora créée par les fabricants d'électroménagers propose un abonnement aux réparateurs pour accéder à la documentation technique des marques et aux références de pièces détachées.

¹⁴⁵ Le réseau Envie est une association qui regroupe 50 structures d'insertion dans les secteurs de la réparation, réemploi ou réutilisation d'appareils électroménagers.



amment les Ateliers du Bocage¹⁴⁶. Cette croissance de l'emploi peut se comprendre notamment à la lumière de la hausse de l'équipement technologique des ménages et, par la valeur élevée des biens qui incite plus à réparer qu'à remplacer.

Graphique 12 : Le secteur de la réparation d'équipements gris



Source : ADEME (2014)

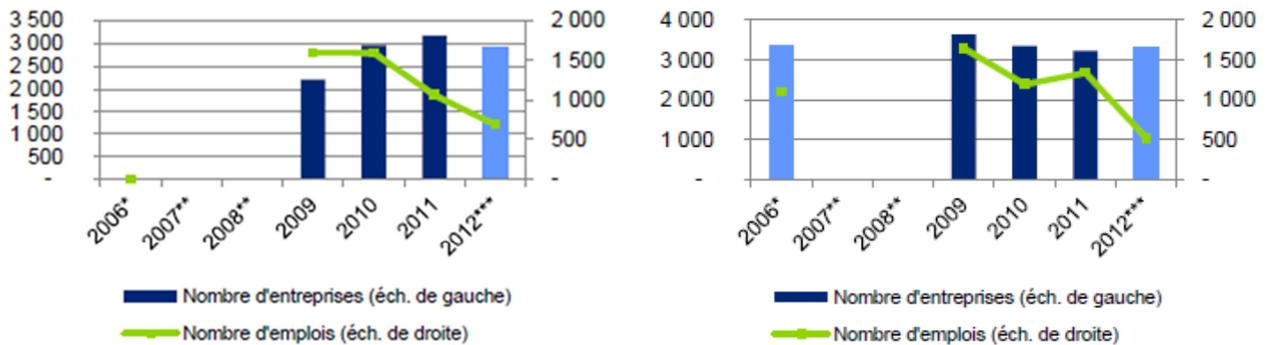
Les données disponibles sur la réparation des outils, des équipements de sport et des vélos ne permettent pas de conclure quant aux évolutions quantitatives de l'emploi dans ces secteurs. On peut toutefois dénombrer par approximation le nombre d'emplois actuellement dans ces secteurs. Dans le cas de la réparation des outils de bricolage et de jardin : seuls quelques distributeurs ont développé une offre de réparation – c'est par exemple le cas de Leroy Merlin qui compte 160 salariés au sein de ses 70 ateliers de réparation; les entreprises de réparation d'outils seraient 1140 pour 4 140 employés. Sur le segment de la réparation d'équipements de sport et vélos, le schéma est similaire : le Groupe *Déathlon* a développé dix centres de réparation régionaux qui emploient entre 200 et 250 salariés ; les entreprises de réparation seraient environ 160 pour un total de 150 emplois. Les acteurs de l'ESS sont aussi présents sur cette activité avec le réseau *Heureux Cyclage* qui réunit 100 structures, 120 salariés et 1 200 bénévoles. L'autoréparation semble être une tendance forte qui pourrait profondément impacter ce secteur de la réparation.

Les activités de réparation des meubles, des chaussures et des vêtements connaissent des difficultés profondes. Elles recouvrent la réparation de mobilier et de décoration – marché de niche principalement occupé par de petits artisans (tapissiers, ébénistes) –, et la réparation de vêtements, de chaussures et de la maroquinerie (cordonniers, ateliers de retouche). On dénombre 5 000 entreprises pour 1800 personnes sur la réparation de meubles et d'objets de décoration (principalement des artisans à leur compte sans salarié), 3 600 entreprises pour 800 salariés pour la réparation de chaussures et de maroquinerie, et 4 000 entreprises et 1 500 salariés sur la réparation de vêtements. L'analyse de l'ADEME propose des pistes d'explications de la chute de l'emploi dans les cordonneries : la baisse des prix d'achats des chaussures, le manque d'informations sur la réparabilité de chaussures qui ne sont pas en cuir mais aussi la baisse de la qualité de l'offre liée à la nécessaire diversification de l'activité dans de nombreuses structures.

¹⁴⁶ Les Ateliers du Bocage, membre du Réseau Emmaüs, ont le statut de Société coopérative d'intérêt collectif. Ils possèdent un service de réparation d'équipements gris.



Graphique 13 : L'emploi dans la réparation de meubles et d'objets de décoration (à gauche) et dans la réparation de vêtements, chaussures et maroquinerie entre 2009 et 2012



Source : ADEME (2014)

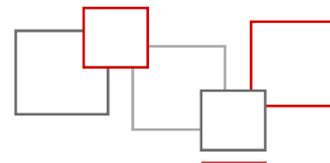
Au total, on observe une tendance à la baisse dans le secteur automobile entre 2010 et 2012 (-24 %), et hors automobile (-8 %). Néanmoins la volonté des consommateurs d'allonger la durée de vie des produits pourrait contribuer à relancer certains secteurs. En réponse aux évolutions des attentes des consommateurs, des fabricants et distributeurs développent déjà – et il pourrait s'agir d'une tendance croissante – une offre de produits plus facilement réparables. En effet il peut s'agir d'une stratégie de fidélisation intéressante dans un contexte de concurrence élevée. C'est par exemple le cas du Groupe Seb qui garantit la réparabilité de ses produits pendant 10 ans¹⁴⁷. Par ailleurs la volonté de soutenir l'économie locale qui peut se traduire par une consommation auprès des commerçants et artisans de proximité peut également être favorable aux réparateurs. Les pouvoirs publics ont récemment, dans la feuille de route 2018 sur l'économie circulaire, annoncé leur intention de contribuer à renforcer la visibilité du secteur (cf. Encadré 15).

2.3 Un développement significatif de l'emploi dans « l'économie des biens d'occasion » qui bénéficie en particulier aux structures de l'Economie sociale et solidaire

Les pratiques d'achat et de revente d'occasion sont en plein essor depuis dix ans notamment sous l'effet de la diffusion croissante du numérique qui facilite ce type d'intermédiation : environ 750 000 tonnes de produits réemployés en 2014 contre plus d'1 million de tonnes en 2017 pour les biens de consommation courante, soit une augmentation de 30 % en 3 ans. Cette tendance s'observe dans de nombreux autres pays : par exemple, l'Observatoire de la consommation responsable canadien estime que 85 % des Canadiens ont participé à l'économie de seconde main en 2017 et qu'ils ont échangé 2,3 milliards de biens soit une augmentation de 24 % par rapport à 2016¹⁴⁸.

¹⁴⁷ Audition de Joël Tronchon, Directeur développement durable, Groupe SEB, devant le COE le mardi 17 avril 2018.

¹⁴⁸ Audition de Fabien Durif, Directeur de l'Observatoire de la consommation responsable, Université du Québec à Montréal, devant le COE, le 15 mai 2018.



Depuis 2010, l'ADEME conduit un **panorama des activités du réemploi et de la réutilisation dont la dernière édition date de 2017**¹⁴⁹. Leur champ est déterminé en s'appuyant sur l'article L541-1-1 du Code de l'environnement qui définit le réemploi comme « *toute opération pour laquelle des substances, matières ou produits qui ne sont pas des déchets sont utilisés de nouveau pour un usage identique à celui pour lequel ils avaient été conçus* » et la réutilisation comme « *toute opération par laquelle des substances, matières ou produits qui sont devenus des déchets sont utilisés de nouveau.* ». La différence entre le réemploi et la réutilisation réside donc dans le passage ou non par le statut de déchet. Le champ couvert par le travail de l'ADEME est large et complété à chaque nouvelle édition : il comprend notamment les équipements électriques et électroniques, les textiles, linges et chaussures, le mobilier, les bibelots, la vaisselle et la décoration, les livres, cassettes, CD et DVD, les équipements de loisir et l'outillage.

Le secteur est investi par deux grands types d'acteurs (cf. Encadré 14) :

- **des acteurs qui achètent/revendent ou donnent des produits** qui ont pu préalablement être réparés ou remis en état ;
- **des acteurs de la mise en relation** qui établissent un lien direct d'un propriétaire à un autre.

Encadré 14 : Les principaux acteurs du réemploi et de la réutilisation en France

Parmi les principaux acteurs, on trouve :

- **les réseaux de l'ESS** comme Emmaüs, Envie, le réseau des Ressourceries qui s'approvisionnent majoritairement via le don ;
- **les associations caritatives** qui cherchent à permettre l'accès à la consommation aux plus démunies – il en existe six grandes en France : Croix-Rouge française, Armée du Salut, le Secours catholique, Secours Populaire, les Restaurants du cœur et Oxfam France ;
- **les acteurs de l'insertion par l'activité économique (IAE)**, les entreprises adaptées (EA) et les établissements et services d'aide par le travail (ESAT) ont tous l'objectif de favoriser l'insertion de personnes éloignées de l'activité : les principaux réseaux sont la FEI (Fédération des Entreprises d'insertion) regroupant des EI (entreprises d'insertion) et ETTI (Entreprise de Travail temporaire d'insertion), le CNLRQ (Comité national de liaison des régies de quartier), le CHANTIER Ecole regroupant des ACI (Ateliers et Chantiers d'insertion) ;
- **les reconditionneurs et réparateurs** : ils achètent des produits pour valoriser certaines de leurs fonctionnalités intactes et les revendre ;
- **les dépôts-ventes** : ces structures jouent le rôle de mise en relation indirecte entre l'acheteur et le vendeur et prélèvent une commission ;
- **les brocanteurs** sont des revendeurs qui achètent sur les brocantes et les vides-greniers ;
- **les sites d'annonces en ligne** permettent de déposer gratuitement une annonce (payant pour un professionnel) et mettent l'acheteur et le vendeur en relation directement ; ces derniers tendent à prendre une place prédominante, ainsi que les places de marché.

¹⁴⁹ ADEME (2017), *Panorama de la deuxième vie des produits en France : réemploi et réutilisation*.



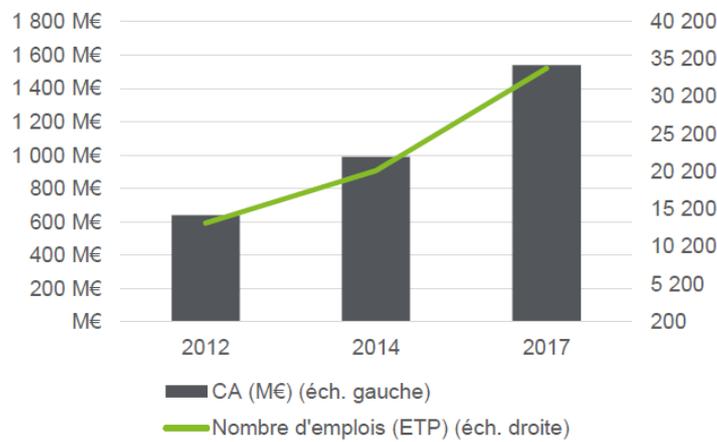
- **les places de marché** proposent un système de paiement sécurisé et prélèvent une commission ou une marge à la revente.

Source : ADEME (2017)

D'après le panorama 2017 de l'ADEME, les activités de réemploi/ réutilisation des biens ménagers représentent en France en 2016, 6800 établissements, un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros, 35 000 équivalents temps plein et 16 000 bénévoles.

Elles connaissent une croissance importante tant en termes de création de valeur que d'emplois (cf. Graphique XX), puisqu'en 2017, le chiffre d'affaires s'élevait à 1,5 milliard d'euros (contre 600 millions en 2012) et que le nombre d'emplois était de 35 000 ETP en 2017 (contre 15 000 ETP en 2012).

Graphique 14 : Les activités de réemploi et de réutilisation en France entre 2012 et 2017



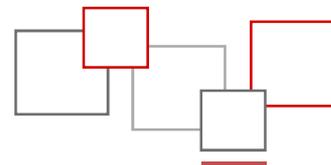
Source : ADEME, (2017)

L'emploi se répartit de façon hétérogène entre les différents acteurs puisque les acteurs de l'ESS sont les plus gros employeurs (21 300 ETP en 2017 et 15 800 bénévoles contre 3000 pour les sites internet, 600 pour les intermédiaires et reconditionneurs et 9000 pour les dépôts-ventes, revendeurs et brocanteurs). En comparaison, les acteurs de l'ESS ne représentent que 24 % du chiffre d'affaires du secteur (cf. Graphique 15).

Graphique 15: Les acteurs du réemploi et de la réutilisation par chiffres d'affaires (à gauche) et par emplois (à droite)



Source : ADEME, (2017)



Les sites internet connaissent une expansion rapide, le tonnage de produits réemployés depuis 2014 a doublé. Ils captent en 2017 17 % du chiffre d'affaires du secteur et emploient 3000 ETP. Les dépôts-vente, revendeurs et brocanteurs restent néanmoins les acteurs qui bénéficient le plus du développement des pratiques d'achat et de revente d'occasion. Leur activité s'est orientée majoritairement vers le high-tech. En 2017, ils emploient 9000 ETP.

Le développement des pratiques d'achat et de revente d'occasion a soutenu la croissance d'une offre dans les activités du réemploi et de la réutilisation qui est favorable au développement de l'emploi puisqu'il y a crû de 30 % depuis 2012. Elles peuvent par ailleurs constituer des relais de croissance pour d'autres secteurs notamment les activités de réparation. Du reste, en allongeant la durée de vie des produits, elles contribuent à réduire la demande en produits neufs et donc le travail nécessaire pour les produire. Toutefois les gains de pouvoir d'achat permis par ces pratiques peuvent aussi se reporter vers d'autres produits, notamment neufs, potentiellement autant voire plus intensifs en travail que les produits neufs auxquels les consommateurs ont renoncé pour acheter d'occasion : c'est l'effet « rebond ». Aussi, au Canada, une étude de l'Observatoire de la consommation responsable¹⁵⁰ a cherché à estimer comment les économies réalisées ou les revenus supplémentaires issus de l'économie des biens d'occasion sont utilisés par les consommateurs au Canada. Il ressort de cette étude, réalisée sur un panel de 40 000 consommateurs, qu'en moyenne, ces revenus dégagés sont notamment utilisés pour des achats quotidiens et pour des activités de services à la personne. En utilisant le coût moyen d'un travailleur canadien (soit 115 000\$), l'activité économique des biens d'occasion serait, d'après leurs estimations, associée à 298 000 à 323 000 emplois au Canada.

2.4 Des comportements de consommation centrés sur l'usage favorables à l'emploi dans les activités de location traditionnelle, mais des effets plus ambigus sur une grande diversité de secteurs

Parmi les évolutions des attentes des consommateurs, la préférence croissante pour l'usage plutôt que la propriété peut se traduire *a priori* autant par un recours croissant à de la location de biens et de services auprès d'acteurs de l'économie traditionnelle que par des pratiques proprement collaboratives entre particuliers.

Comme l'observe l'INSEE, les ménages « *sont de plus en plus adeptes de la location de biens personnels* » (vélos, ski, bateaux, appareils électroménagers, biens d'équipement, matériaux médicaux etc)¹⁵¹. En 2015, les ménages ont dépensé 4,2 milliards d'euros en « location de biens personnels et domestiques ». Ils louent ces objets en majorité auprès de loueurs spécialisés du secteur (80 %) mais aussi de la grande distribution. Ces pratiques sont en plein développement puisque les dépenses de location de biens personnels et domestiques représentaient 1,7 milliards d'euros en 1995 contre 4,2 en 2015. **Cette hausse s'est accompagnée d'une croissance importante de l'emploi : entre 1995 et 2015, l'emploi salarié dans la location de biens personnels et domestiques a augmenté de 20 000 emplois (environ 15 000 en 1995, 35 000 en 2015).** Des distributeurs et des fabricants ont identifié l'appétence des consommateurs pour l'usage et changé leur modèle économique pour le calquer sur celui des services de location : c'est ce qu'on appelle l'économie de la fonctionnalité.

¹⁵⁰ Audition de Fabien Durif, Directeur de l'Observatoire de la consommation responsable, Professeur à l'Université du Québec à Montréal devant le COE le 15 mai 2018.

¹⁵¹ INSEE (2017), « Pelleteuses, voitures, smartphones... : louer plutôt qu'acheter ? », *INSEE Première*, N°1645.



Les pratiques de mutualisation, de location ou d'échange d'un bien ou d'un service entre particuliers connaissent un développement rapide en lien avec le développement des technologies numériques. Une analyse de l'enquête « Budget des ménages » de l'INSEE estime que les biens potentiellement partageables entre particuliers représentent environ 25 % des dépenses des ménages français¹⁵².

Dans un travail cherchant à évaluer le levier que représente la consommation collaborative pour réduire les impacts environnementaux, l'ADEME a cherché en 2015 à recenser les différentes initiatives existantes dans ce champ¹⁵³. Si l'on exclut le marché de l'occasion (qu'ils avaient choisi d'inclure dans leur analyse et les initiatives qui sont très minoritaire), on aboutit à la liste suivante :

- **vente en ligne de biens artisanaux neufs réalisés par des particuliers** : 5 entreprises en France, pas d'estimation en termes d'emplois ;
- **location de biens (hors véhicules) entre particuliers** : 13 entreprises en France en 2015, 50 emplois directs en 2012 ;
- **communautés d'achat de biens alimentaires type AMAP ou la Ruche qui dit Oui** (internet et points physiques) : 2500 entreprises en France, 4000 salariés en 2014
- partage de repas entre particuliers : pas d'estimation ;
- **location immobilière de courte durée** : entre 10 et 20 entreprises en France, entre 150 et 200 emplois directs en France
- échange de logements ;
- couchsurfing ;
- **location de parking entre particuliers** : 5 entreprises en France, moins de 30 emplois directs ;
- service de VTC ;
- **autopartage, location de véhicules entre particuliers** : 9 entreprises en France, moins de 100 salariés en France ;
- **covoiturage longue distance** : 8 entreprises en France, moins de 200 salariés – ces chiffres sont néanmoins en évolution rapide : ainsi, *BlaBlacar*, la plus grosse plateforme de covoiturage longue distance française, compterait en 2017 environ 450 salariés ;
- **covoiturage domicile travail** : 5 sociétés en France, moins de 100 salariés en 2013.

Dans son rapport de référence de 2015, le Pipame (Pôle interministériel de prospective et d'anticipation des mutations économiques) s'est intéressé aux seules plateformes de l'économie collaboratives. Il en dénombre ainsi 276 en 2014. Grâce aux identifiants SIREN, il estime par extrapolation que « les structures relevant directement de la consommation collaborative représentent [en 2015] environ 3000 emplois dont 1000 ETP ».

¹⁵² Demailly D., Novel A-S (2014) « Economie du partage : enjeux et opportunités pour la transition écologique », *IDDR*.

¹⁵³ ADEME (2015) *Potentiels d'extension de la consommation collaborative pour réduire les impacts environnementaux*.

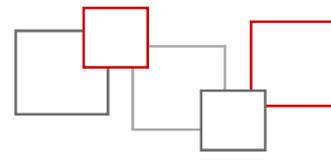


Figure 9 : Exemples de plateformes de l'économie collaborative en 2015



Source : Pipame, (2015)

Les acteurs de ce champ peuvent être très différents selon le type d'échanges et la manière dont la valeur est partagée avec les usagers¹⁵⁴. Certaines structures sont des places de marché (vente en ligne de biens artisanaux fait maison), d'autres des acteurs du partage qui n'ont pas de but lucratif (le couchsurfing), d'autres des services à la demande (VTC).

Les effets de la profusion de nouveaux acteurs de l'économie collaborative dans les différents secteurs font l'objet de débats nombreux et en particulier concernant les impacts sur l'emploi¹⁵⁵.

La note de l'IDDRI sur l'économie du partage¹⁵⁶ est éclairante à ce sujet : elle rappelle d'abord que les gains de pouvoir d'achat permis en louant à un particulier seront certainement dépensés ailleurs dans l'économie avec des effets nets incertains mais pas nécessairement négatifs. Ils analysent le cas de l'auto-partage : si on peut supposer que son développement conduira à des destructions d'emplois dans la construction de véhicules, il pourra aussi soutenir la demande pour des activités de maintenance et de réparation des véhicules, mais aussi pour la production des appareils nécessaires au partage (système d'ouverture du véhicule).

L'analyse du Pipame sur les effets de la consommation collaborative sur l'emploi rappelle que pour appréhender cette question, il faut prendre en compte l'ensemble des effets de bouclage (cf. Figure 10). Elle propose aussi de s'intéresser aux parcours professionnels des particuliers offreurs de services en mettant en lumière le fait que les activités collaboratives peuvent leur permettre de « monter en compétences dans un domaine en expérimentant de nouvelles activités, de valoriser différents savoir-faire ou encore d'expérimenter avant de se reconverter ».

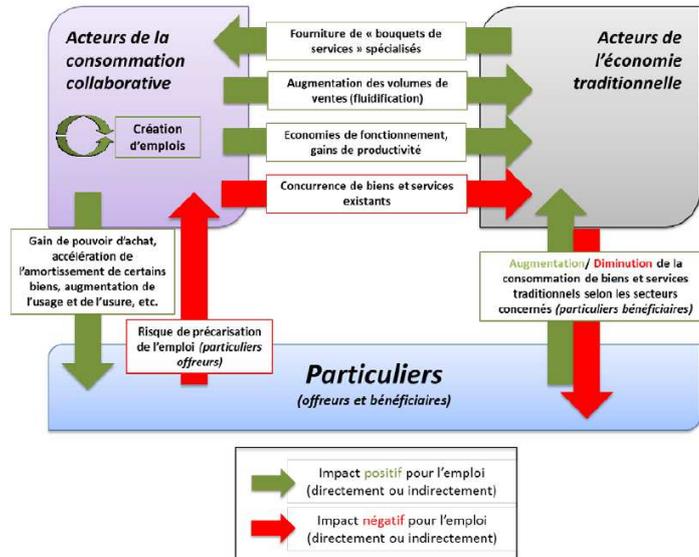
¹⁵⁴ Audition de Grégoire Postel-Vinay, Chef de la Mission Stratégie, Direction générale des entreprises, Ministère de l'Economie et des Finances devant le COE le 20 mars 2018..

¹⁵⁵ Audition de Louis-Charles Viossat, Inspecteur général des affaires sociales, devant le COE le 20 mars 2018. .

¹⁵⁶ Demailly D., Novel A-S (2014) *op.cit.*



Figure 10 : Les effets de la consommation collaborative sur l'emploi



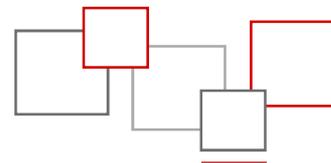
Source : Nomadéis, 2015

L'analyse segmentée (filrière déchets, réparation, réemploi, économie collaborative) a permis de mettre en évidence que :

- la sensibilité croissante des consommateurs aux enjeux liés aux déchets devrait favoriser des évolutions déjà en cours de la filière favorable à l'emploi même si celui-ci sera certainement plus qualifié et avec des nouveaux besoins en compétences ;
- les activités de réparation (à l'exception des appareils informatiques et électroniques) connaissent d'importantes destructions d'emplois depuis 10 ans mais l'attention croissante portée à l'allongement de la durée de vie des produits combinée à une prise de conscience de certains acteurs économiques pourraient contribuer à inverser cette tendance ;
- le réemploi et la réutilisation sont en pleine expansion ces dernières années contribuant en particulier à des créations d'emplois pour des personnes éloignées de l'emploi via les structures de l'ESS. Les évolutions des attentes des consommateurs devraient encourager la poursuite de cette croissance ;
- la consommation collaborative se développe, sous différentes formes, avec des effets incertains sur l'emploi ; la location de biens personnels et domestiques auprès de loueurs de l'économie traditionnelle bénéficie quant à elle de la préférence croissante des consommateurs pour l'usage.

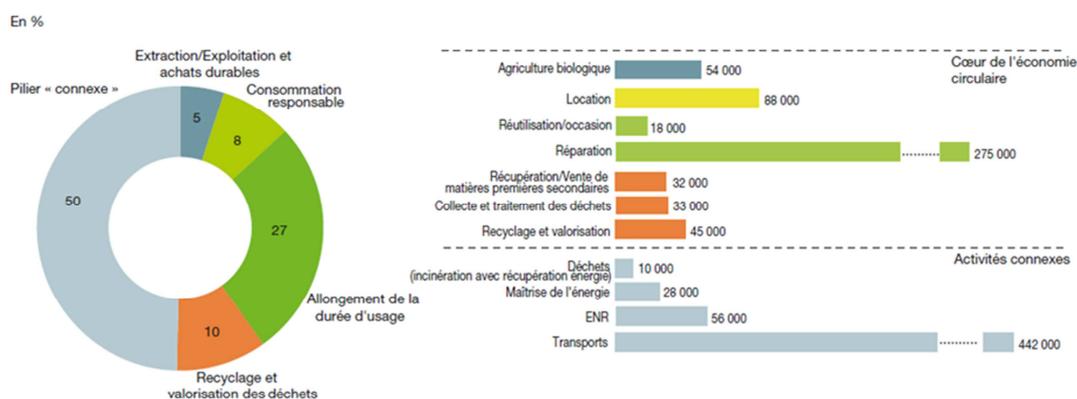
2.5 Des estimations qui s'accordent sur un effet emploi global positif, dont l'ampleur dépendra de l'ajustement de l'offre

Parce qu'ils contribuent *a priori* tous à la mise en œuvre d'une économie plus circulaire, ces différents secteurs sont souvent étudiés au sein d'une approche englobante de l'économie circulaire qui permet d'identifier les potentiels effets du développement d'un secteur sur un autre. Ainsi plusieurs travaux ont cherché d'une part à estimer la part de l'emploi de toutes ces activités du champ de l'économie circulaire (approche statique) et d'autre part à quantifier les impacts sur l'emploi d'une plus grande circularisation de l'économie française (approche prospective).



D'après le Soes, l'emploi dans l'économie circulaire en France est estimée à 545 000 emplois dans les activités « cœur de l'économie circulaire » (agriculture biologique, location, réutilisation/occasion, réparation, récupération et vente de matières premières secondaires, recyclage et valorisation) et à 536 000 pour les activités connexes (déchets, maîtrise de l'énergie, ENR, transports) (cf. Graphiques 16) soit un total de plus d'1 million d'emplois. L'emploi dans les activités « cœur de l'économie circulaire » a progressé entre 2008 et 2013 avec un gain de 55 000 ETP (+11 %) mais aussi dans les activités « connexes » avec une augmentation de 58 000 (+12 %).

Graphiques 16 : Répartition de l'emploi par pilier de l'économie circulaire en 2013



Note : le nombre d'emplois est arrondi au millier près. Les activités relevant de l'éco-conception, de l'écologie industrielle et de l'économie de la fonctionnalité n'ont pu être quantifiées faute de pouvoir les identifier dans les nomenclatures statistiques. Concernant la consommation collaborative (pilier consommation responsable) et l'économie sociale et solidaire (ESS) (pilier allongement de la durée d'usage), l'emploi associé n'a pas été intégré au chiffre global : la méthodologie appliquée ne permet pas d'estimer l'emploi tous les ans ; quant à l'ESS, l'emploi chiffré se heurte à la difficulté d'obtention des données auprès des acteurs concernés et son champ est plus large que celui de l'allongement de la durée d'usage. De plus, les différents millésimes disponibles ne sont pas comparables d'une année sur l'autre. En 2013, l'emploi dans les plates-formes collaboratives s'élève à 1 000 ETP (source : DGE, Insee (Clap), SOeS). L'Ademe estime l'emploi lié à l'ESS au titre de la réutilisation et du réemploi à 16 000 ETP cette même année (<http://www.ademe.fr/panorama-deuxieme-vie-produits-france-actualisation-2014>).

Sources : INSEE, ADEME, SOeS ; traitement : SOeS, 2016.

Une étude du « Waste and Resources Action Programme » de 2015¹⁵⁷ estime que l'économie circulaire représente 3,4 millions d'emplois en Europe (soit 1,6 % de l'emploi total). Avec 1,9 % de l'emploi intérieur dans l'économie circulaire, la France serait donc au-dessus de la moyenne européenne.

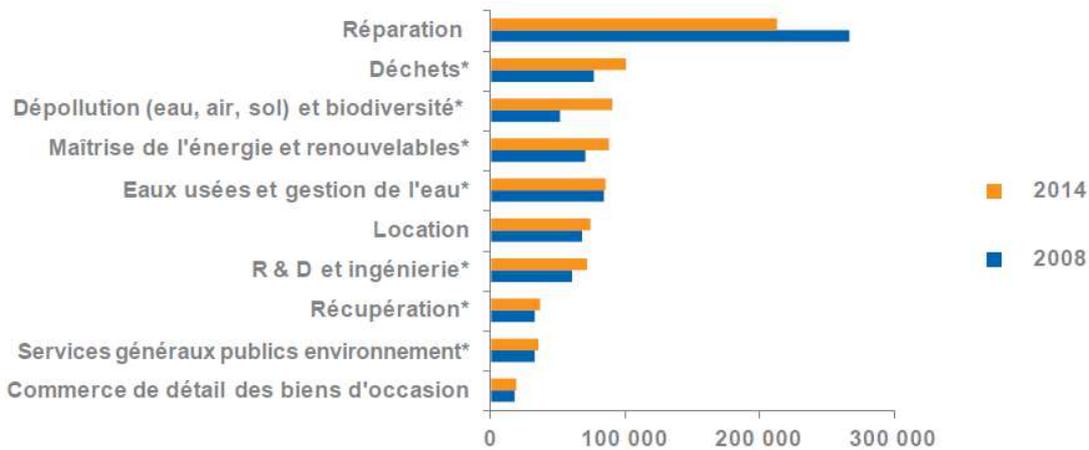
Un travail récent de France Stratégie¹⁵⁸ propose une méthode d'estimation différente et aboutit à un volume de 800 000 emplois en France en 2014.

¹⁵⁷ Waste and Resources Action Programme (2015), *Economic Growth Potential of More circular Economies*.

¹⁵⁸ Jolly C. et Douillard P. (2016), « L'économie circulaire, combien d'emplois ? », *France Stratégie*.



Graphique 17 : Emplois dans l'économie circulaire, en milliers d'ETP, 2008-2014



* Calculs SOeS : estimations d'emploi par produits. « Dépollution (eau, air, sol) et biodiversité » intègre l'agriculture biologique (réhabilitation des sols). Les déchets comprennent les déchets radioactifs. Voir Auzanneau M. (2015), *Les éco-activités et l'emploi environnemental en 2013 : premiers résultats*, SOeS.

Champ : France entière.

Sources : enquête Emploi et comptabilité nationale de l'INSEE, SOeS, estimations des auteurs.

Encadré 15 : La feuille de route 2018 pour une économie 100 % circulaire

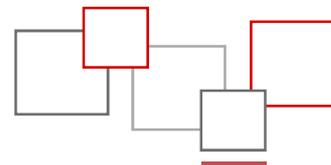
Après une période de consultation entre octobre 2017 et février 2018, le gouvernement a rendu publique sa « *Feuille de route pour une économie 100 % circulaire* ». Elle pose le diagnostic d'un changement à engager rapidement pour changer nos manières de gérer nos déchets, de produire et de consommer.

Ce document fixe des objectifs ambitieux parmi lesquels :

- réduire de 30 % la consommation de ressources par rapport au PIB d'ici 2030 (par rapport à 2010) ;
- réduire de 50 % les quantités de déchets non dangereux mis en décharge en 2025 par rapport à 2010 ;
- tendre vers 100 % de plastique recyclé ;
- créer jusqu'à 300 000 emplois supplémentaires.

Leur atteinte, dépendra autant des évolutions des comportements des consommateurs que de celles des entreprises. En particulier, les gisements de créations d'emplois identifiés – dans la réparation, la valorisation matière des déchets, le réemploi et la réutilisation – ne sauraient se concrétiser sans une mobilisation collective.

Cette feuille de route comprend plusieurs mesures pour mieux informer le consommateur et l'inciter à modifier ses comportements : c'est le cas par exemple de l'affichage obligatoire à partir du 1^{er} janvier 2020 ou de la réparabilité des équipements électriques et électroniques, information sur la disponibilité en pièces détachées. Elle compte également des mesures à l'attention des producteurs concernant le soutien et l'accompagnement des périodes de transition (investissement productif, adaptation des compétences).



Une étude réalisée par la Commission européenne¹⁵⁹ étudie l'effet emploi d'une réduction de la consommation des ressources. Elle estime qu'en Europe, *chaque point de pourcentage de réduction de la consommation de ressources par une meilleure efficacité conduirait à générer 12 à 23 Mds € d'activité et entre 100 000 et 200 000 emplois en Europe*¹⁶⁰. **En appliquant la même méthodologie, l'ADEME obtient qu'une diminution de 17 % de la consommation de ressources en France conduirait à la création de 200 000 à 400 000 emplois.**

Une autre approche est possible sous l'angle de l'analyse du commerce extérieur : l'économie circulaire concerne pour une large part des biens de consommation, et la mondialisation a conduit à ce que le solde commercial de la France soit en l'espèce en moyenne déficitaire. La prolongation de l'espérance de vie de ces biens pèse donc plus sur l'appareil de production de pays étrangers que sur celui de la France : il en résulte que le gain de pouvoir d'achat des ménages qui résulte de l'économie circulaire appliquée aux biens de consommation, pour autant qu'il soit orienté vers des types de consommation qui sont favorables à l'emploi en France, peut-être plus important que les pertes d'emploi liées à une moindre demande à l'appareil de production pour des biens de consommation.

Si ce potentiel de création d'emplois lié à l'économie circulaire semble faire consensus, le développement effectif de l'emploi dépendra donc intimement des évolutions de l'offre. Ainsi différents facteurs, parmi lesquelles les évolutions constatées des attentes et des pratiques des consommateurs en matière d'achats (achat d'occasion, achat de produits plus durables, moins emballés, plus recyclables), d'utilisation (location auprès d'un professionnel ou d'un particulier) ou de rejet (tri, don), contribuent à réinterroger les modes de production et les modèles d'affaires des entreprises¹⁶¹. En effet, au-delà de contraintes réglementaires existantes (cf. loi de transition énergétique de 2015) sur la gestion des externalités négatives de leurs activités, les entreprises font également face à un risque de sanction d'un consommateur plus sensible aux engagements des producteurs en matière de RSE (risque d'image ou même de boycott). D'autres éléments contextuels peuvent inciter les entreprises à se transformer : la hausse du coût des matières premières, une anticipation des évolutions des contraintes réglementaires pouvant se traduire notamment par une hausse du coût du traitement des déchets ou par une incitation à produire des biens fabriqués à partir de matières premières recyclées.

Les entreprises peuvent, pour répondre à ces différents défis, faire évoluer leurs modes de production avec – bien sûr – des périodes de transition exigeant d'anticiper les évolutions des métiers concernés¹⁶².

Il peut s'agir de changer leur source d'approvisionnement afin de diminuer leur consommation de ressources rares et/ou peu renouvelables mais aussi leur dépendance vis-à-vis de chaînes de valeur mondiales complexes. Elles peuvent par exemple choisir de privilégier le recours à des matières premières recyclées ou mettre en place des systèmes d'écologie industrielle et territoriale. C'est par exemple le cas de Danone qui s'engage à utiliser au moins 25 % de plastique recyclé pour ses bouteilles d'eau et de boissons d'ici 2020, du Groupe Seb qui, dès 2009 commercialisait des spatules Tefal composées de 95 % de plastique PET recyclé et des articles culinaires Natura avec de l'aluminium 100 % recyclé ou encore de la société Arjowiggins Graphic, fabricant de papiers graphiques,

¹⁵⁹ Meyer. B. (2011), *Macroeconomic modelling of sustainable development and the links between the economy and the environment*.

¹⁶⁰ Institut Montaigne (2016), *Economie circulaire : réconcilier croissance et environnement*.

¹⁶¹ Fondation Ellen McArthur, (2016), *Vers une économie circulaire : arguments économiques pour une transition accélérée*.

¹⁶² Syndex, (2015), « Economie circulaire et nouveaux modèles d'affaires : quelles perspectives du point de vue des transitions professionnelles ? » *Synthèse d'études, CFDT*.



qui utilise environ 50 % de fibres issues du recyclage¹⁶³. Dans le champ de l'écologie industrielle, on peut citer le projet ECV Reverplast porté par Arkéma avec Paprec, Canoe, Plastinov et Indra, qui vise à mettre en place une filière de recyclage du verre acrylique issu de l'automobile et de la signalétique publicitaire pour le transformer en composites à destination des marchés de l'éolien, du nautisme et de l'automobile.

Elles peuvent également choisir d'éco-concevoir leurs produits pour qu'ils soient plus économes en ressources, plus durables ou réparables et en informer le consommateur ou d'adopter une stratégie de gestion de ses déchets ambitieuse qu'il s'agisse de réduire la quantité de déchets produite, de s'inscrire dans des boucles de ré-emploi/réutilisation ou encore de participer à l'information du consommateur quant au recyclage du produit. C'est dans cette logique que le groupe Pernod-Ricard affiche l'objectif de tendre d'ici 2020 à 100 % d'emballages recyclables ou du groupe Danone qui affiche une ambition similaire. Lors de son audition, Arnaud Leroy¹⁶⁴, président de l'ADEME, a pour sa part présenté une étude fondée sur l'analyse de dix entreprises pour qui l'écoconception a eu un impact positif sur le chiffre d'affaires. Toutefois il rappelait que si les gains sur les coûts sont tangibles, ils ne sont pas systématiques.

Les évolutions de la demande constituent également une occasion d'explorer de nouveaux modèles d'affaires pour les entreprises conventionnelles : qu'il s'agisse de miser sur une stratégie axée autour de la réparabilité et la durabilité des produits (disponibilité de pièces détachées, garantie longue), de vendre un usage plutôt qu'un bien (économie de la fonctionnalité) ou d'organiser la revente de produits reconditionnés par exemple. C'est par exemple le cas de Fnac qui revend depuis 2014 les produits techniques issus de garanties sur Fnac Occasion ou à Ateliers du Bocage (Emmaüs), Envie ou autres acteurs de l'économie sociale ou solidaire s'ils ont besoin d'être réparés.

Elles constituent aussi des opportunités pour les acteurs de l'ESS mais aussi pour de nouveaux entrants tels ADN (Agence du Don en nature) start-up spécialisée dans le recyclage de produits invendus en dons au niveau local ou de Zéro-Gâchis qui référence les produits vendus à proximité dont la date de péremption est proche¹⁶⁵.

Au global, il existe un potentiel de création d'emplois bien identifié mais avec des effets de bouclage encore incertains.

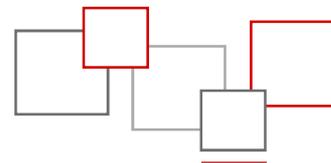
3. La consommation de produits plus « verts »

Les consommateurs se disent sensibles aux externalités négatives des activités économiques sur l'environnement. A ce titre, ils indiquent chercher à s'orienter, *via* leurs pratiques d'achat, vers des produits qui obéissent à des réglementations garantissant le respect de l'environnement, ou vers des produits fabriqués avec des efforts supplémentaires pour avoir un mode de production plus sobre et écologique. Pour analyser les effets sur l'emploi de la consommation de produits « verts », on peut distinguer :

¹⁶³ Afep (2017), *Trajectoires économie circulaire – 33 entreprises se mobilisent avec 100 engagements*.

¹⁶⁴ Audition d'Arnaud Leroy, président de l'ADEME, devant le COE le 24 avril 2018.

¹⁶⁵ Institut Montaigne, (2016), *op. cit.*



- les effets sur l'emploi qui résultent de modifications des modes de production induits par des évolutions des normes environnementales ;
- les effets sur l'emploi qui découlent de choix volontaires de producteurs d'aller vers du « plus vert » auquel le consommateur est sensible.

Encadré 16 : Le rapport du COE de janvier 2010 sur la « Croissance verte et emploi »

En octobre 2009, le Conseil, saisi par les ministres Jean-Louis Borloo et Valérie Létard dans le cadre de la préparation d'un plan de mobilisation pour le développement des métiers de la « croissance verte », a été invité à se prononcer sur les conditions nécessaires pour faire de la « *croissance verte* » une croissance riche en emplois de qualité. Après avoir auditionné une quarantaine d'experts, d'entreprises et de représentants d'associations et de fédérations professionnelles, le Conseil a rendu son rapport le 25 janvier 2010. Si celui-ci ne se concentre pas spécifiquement sur le lien entre les nouvelles attentes des consommateurs et leurs effets sur l'emploi, son analyse fournit des propositions pour garantir une croissance verte riche en emplois.

Le Conseil a estimé, après avoir passé en revue les engagements pris par la France en matière de développement durable, que le respect de ces engagements ambitieux nécessite une évolution rapide de l'économie ainsi qu'une véritable mobilisation nationale. En effet, l'urgence d'une réorientation du modèle de croissance ne permettant pas de s'en remettre aux mécanismes traditionnels de l'économie de marché, la nécessaire intervention de l'Etat et l'implication des partenaires sociaux a été soulignée par le Conseil.

Surtout, le Conseil a conclu que le « verdissement » de l'économie peut être significativement créateur d'emplois dans les nouvelles activités, l'ampleur de cet impact étant encore incertaine à moyen et long terme.

Par ailleurs, le Conseil a opéré une distinction entre les activités verdissantes et celles sans modification majeure de leur contenu. Le Conseil a observé que ce potentiel de création d'emplois est évalué par les principales études à plusieurs centaines de milliers d'emplois (jusqu'à environ 600 000), et a appelé à un renforcement de la formation initiale et continue afin de pallier les difficultés de recrutement des entreprises.

Il a enfin recommandé enfin de favoriser la demande pour des productions vertes (notamment en renforçant l'information disponible, en crédibilisant l'offre et en solvabilisant la demande), tout en encourageant une plus grande maîtrise par les entreprises des technologies vertes. Les pouvoirs publics ont également été invités à développer de nouvelles filières industrielles en jouant un rôle de catalyseur et en stimulant la coordination des acteurs.

Les nouvelles aspirations des consommateurs ont un double impact sur l'emploi, comme l'avait déjà observé le Conseil dans son rapport de 2010 sur la croissance verte et l'emploi (cf. Encadré 16) et le Conseil économique, social et environnemental dans son avis de 2015 sur « L'emploi dans la transition écologique »¹⁶⁶. D'une part, elles conduisent à une transformation du contenu des métiers, ces derniers intégrant progressivement des nouvelles qualifications et des compétences liées aux questions environnementales. D'autre part, elles sont susceptibles d'entraîner la création d'un nombre significatif d'emplois, notamment via les politiques de transition éner-

¹⁶⁶ Avis du CESE sur le rapport de Marie-Béatrice Levaux et Bruno Genty de 2015 intitulé « L'emploi dans la transition écologique. »



gétique mises en œuvre qui intègrent ces nouvelles exigences, à la condition que ces politiques comportent un volet important sur la structuration d'une offre compétitive.

3.1 Des métiers verts et des métiers verdissants

La modification par le consommateur de ses pratiques de consommation et le renforcement de ses exigences environnementales sont autant d'évolutions économiques et sociales dont les entreprises tiennent compte dans le processus de fabrication de leurs produits. Cela passe notamment par une modification du contenu des emplois, l'apparition de nouveaux métiers en lien avec ces nouvelles attentes et le développement de nouvelles compétences.

3.1.1 Les emplois liés au verdissement de l'économie

De fait, la littérature ne distingue pas – et cela n'aurait d'ailleurs que peu de sens – les évolutions du contenu des emplois liées à des modifications des modes de production imposées par la réglementation et celles imputables à des actions volontaires des producteurs pour fabriquer des produits allant au-delà des exigences énergétiques et écologiques. Aussi, l'analyse mobilisera ici les approches existantes en essayant d'identifier les évolutions les plus susceptibles d'être attribuables aux évolutions des attentes des consommateurs :

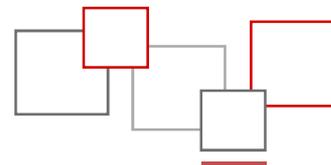
- une approche par métiers qui distingue au sein de l'économie verte, les professions vertes et verdissantes ;
- une approche par activités.

La DARES et l'Observatoire national des emplois et métiers de l'économie verte (Onemev)¹⁶⁷ estiment, dans le cadre de l'approche par métiers, que l'économie verte représentait près de 4 millions d'emplois en 2012. Sont distinguées, comme l'avait également fait le rapport du COE, les professions « vertes » et « verdissantes » :

- les professions vertes sont des professions dont « *la finalité et les compétences mises en œuvre contribuent à mesurer, prévenir, maîtriser et corriger les impacts négatifs et les dommages sur l'environnement* ». Cette catégorie regroupe les professions liées à l'assainissement et au traitement des déchets, à la production et distribution d'énergie¹⁶⁸ et d'eau et à la protection de la nature et de l'environnement.
- les professions verdissantes renvoient à une grande diversité de professions « *dont la finalité n'est pas environnementale mais qui intègrent de nouvelles briques de compétences pour prendre en compte de façon significative et quantifiable la dimension environnementale dans le geste métier* ». Cette catégorie semble davantage susceptible de regrouper des métiers dont le verdissement est la conséquence di-

¹⁶⁷ Dares (2017), « Professions de l'économie verte : quelle dynamique d'emploi ? », DARES analyses, n°006.

¹⁶⁸ Cette définition des professions vertes est cependant une simplification : toutes les productions d'énergie ou leur distribution ne relèvent pas nécessairement d'approches « vertes », et de surcroît, pour une production donnée, cela dépend de son environnement : l'une ou l'autre peut être justifiée dans un contexte donné (îles, taux d'exposition solaire) qui ne le serait pas dans un autre contexte.



recte des nouveaux modes de consommation. D'autant que deux tiers de ces professions verdissantes se trouvent dans des secteurs d'activité non liés à l'environnement. Ces professions semblent les premières impactées par les modifications d'achat des consommateurs. 21 % seulement exercent dans une entreprise dont l'activité principale relève des éco-activités (installation électrique, équipement thermique, etc.).

Dans une approche plus restrictive, l'Onemev identifie que près d'un million d'emplois relèvent des activités de l'économie verte. Elle distingue les « éco-activités » (entreprises œuvrant dans la protection de l'environnement et la gestion durable des ressources, soit 441 000 emplois en 2015) et les « activités périphériques » (entreprises qui prennent en compte dans leur processus de production une meilleure qualité environnementale sans que ce soit leur finalité première, et qui représentent 456 000 emplois en 2015).

Dans la mesure où les activités périphériques ne sont pas « vertes » par nature, elles sont plus susceptibles d'évoluer sous l'effet de la demande des consommateurs notamment en intégrant des procédures et des méthodes de production plus respectueuses de l'environnement. Le nombre d'emplois dans ces activités périphériques a crû de 13 % entre 2004 et 2015, principalement en raison de l'immatriculation de véhicules particuliers neufs à essence ou diesel à faibles émissions.

Encadré 17 : Les approches « activités » et « métiers » de l'Onemev pour étudier l'emploi dans le cadre d'une économie verte

L'approche « activités » estime un volume d'emploi global relatif à la production de biens ou services ayant pour finalité la protection de l'environnement ou la gestion durable des ressources (éco-activités) ou bien participant à une meilleure qualité environnementale (activités périphériques). Dans le cadre des « éco-activités », les biens produits ou les services fournis sont destinés à mesurer, prévenir, limiter ou corriger les dommages environnementaux causés à l'eau, l'air, le sol et les problèmes relatifs aux déchets et au bruit. Les éco-activités comprennent également les activités de « recherche et développement » dans les domaines environnementaux, l'ingénierie environnementale et les services généraux publics de l'environnement (activités transversales). Les activités dites « périphériques » sont, quant à elles, rattachées aux domaines de la production et distribution d'eau, de la gestion des espaces verts, des transports et de l'efficacité énergétique ;

L'approche « métiers » consiste à quantifier le nombre de personnes occupant un métier vert ou verdissant. Dans un premier temps, les métiers considérés comme verts ou verdissants ont été identifiés dans le répertoire opérationnel des métiers et des emplois (Rome) de Pôle emploi : 10 codes Rome verts et 52 verdissants définissent les métiers de l'économie verte. Pour quantifier les effectifs associés, une correspondance a été établie avec la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles (PCS) de l'INSEE : cela a permis d'identifier 9 professions vertes et entre 69 et 76 professions verdissantes.

Les analyses de l'Onemev soulignent la structure particulière de l'emploi dans les professions verdissantes. Au global, l'économie verte se distingue par la masculinisation très forte de ses emplois (84 % des professionnels sont des hommes contre 52 % dans l'ensemble des professions) ; 16 % des personnes employées dans les professions verdissantes sont des femmes (contre 14 % en 2012, ce qui représente 68 000 emplois féminins supplémentaires sur la période). « Les femmes sont notamment plus présentes dans les professions verdissantes des achats, du tourisme-animation (63 %) et de la recherche (30 %) ».



Par ailleurs, 46 % des personnes exerçant des professions verdissantes possèdent un diplôme de niveau bac ou supérieur en 2012, en augmentation de cinq points par rapport à 2007. Cette hausse des qualifications touche plus particulièrement les secteurs du bâtiment, de l'industrie et des transports. Enfin, les salariés des professions verdissantes (c'est-à-dire 88 % des professionnels de cette catégorie) occupent un emploi à durée indéterminée dans les trois quarts des cas (73 %).

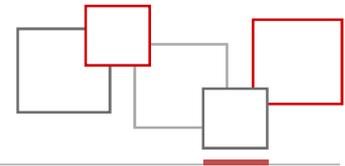


Tableau 3 : Effectifs des professions verdissantes en 2014

| | Nombre de personnes en emploi | Part de l'emploi des professions verdissantes (en %) |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------|
| Agriculture et entretien des espaces verts | 225 000 | 6,0 |
| Agriculture, sylviculture | 75 000 | 2,0 |
| 381a Ingénieurs et cadres d'étude et d'exploitation de l'agriculture, la pêche, les eaux et forêts | 9 000 | 0,3 |
| 471a Techniciens d'étude et de conseil en agriculture, eaux et forêt | 20 000 | 0,5 |
| 471b Techniciens d'exploitation et de contrôle de la production en agriculture, eaux et forêt | 16 000 | 0,4 |
| 480a Contremaitres et agents d'encadrement (non cadres) en agriculture, sylviculture | 14 000 | 0,4 |
| 691f Ouvriers de l'exploitation forestière ou de la sylviculture | 16 000 | 0,4 |
| Entretien des espaces verts | 150 000 | 4,0 |
| 211j Entrepreneurs en parcs et jardins, paysagistes | 29 000 | 0,8 |
| 631a Jardiniers | 121 000 | 3,2 |
| Bâtiment | 1 487 000 | 39,5 |
| Conception, études | 205 000 | 5,4 |
| 312f Architectes libéraux | 32 000 | 0,9 |
| 382a Ingénieurs et cadres d'étude du bâtiment et des travaux publics | 61 000 | 1,6 |
| 382b Architectes salariés | 23 000 | 0,6 |
| 472a Dessinateurs en bâtiment, travaux publics | 20 000 | 0,5 |
| 472d Techniciens des travaux publics de l'État et des collectivités locales | 69 000 | 1,8 |
| Conduite de travaux | 143 000 | 3,8 |
| 382c Ingénieurs, cadres de chantier et conducteurs de travaux (cadres) du bâtiment et des travaux publics | 48 000 | 1,3 |
| 481a Conducteurs de travaux (non cadres) | 32 000 | 0,8 |
| 481b Chefs de chantier (non cadres) | 63 000 | 1,7 |
| Gros œuvre | 495 000 | 13,2 |
| 211a Artisans maçons | 90 000 | 2,4 |
| 211c Artisans couvreurs | 15 000 | 0,4 |
| 632a Maçons qualifiés | 163 000 | 4,3 |
| 632c Charpentiers en bois qualifiés | 18 000 | 0,5 |
| 632e Couvreurs qualifiés | 29 000 | 0,8 |
| 681a Ouvriers non qualifiés du gros oeuvre du bâtiment | 180 000 | 4,8 |
| Second œuvre | 644 000 | 17,1 |
| 211b Artisans menuisiers du bâtiment, charpentiers en bois | 51 000 | 1,4 |
| 211d Artisans plombiers, chauffagistes | 50 000 | 1,3 |
| 211e Artisans électriciens du bâtiment | 48 000 | 1,3 |
| 632d Menuisiers qualifiés du bâtiment | 31 000 | 0,8 |
| 632f Plombiers et chauffagistes qualifiés | 71 000 | 1,9 |
| 632g Peintres et ouvriers qualifiés de pose de revêtements sur supports verticaux | 71 000 | 1,9 |
| 632h Soliers moquetteurs et ouvriers qualifiés de pose de revêtements souples sur supports horizontaux | 4 000 | 0,1 |
| 632j Monteurs qualifiés en agencement, isolation | 22 000 | 0,6 |
| 633a Électriciens qualifiés de type artisanal (y.c. bâtiment) | 76 000 | 2,0 |
| 681b Ouvriers non qualifiés du second oeuvre du bâtiment | 220 000 | 5,8 |
| Industrie | 719 000 | 19,1 |
| Contrôle-qualité | 164 000 | 4,4 |
| 387d Ingénieurs et cadres du contrôle-qualité | 88 000 | 2,3 |
| 475b Techniciens de production et de contrôle-qualité des industries de transformation | 60 000 | 1,6 |
| 625b Ouvriers qualifiés et agents qualifiés de laboratoire : agroalimentaire, chimie, biologie, pharmacie | 10 000 | 0,3 |
| 628f Agents qualifiés de laboratoire (sauf chimie, santé) | 6 000 | 0,2 |
| Design Industriel | 99 000 | 2,6 |
| 465a Concepteurs et assistants techniques des arts graphiques, de la mode et de la décoration (indépendants et salariés) | 99 000 | 2,6 |
| Maintenance, mécanique | 456 000 | 12,1 |
| 216a Artisans mécaniciens réparateurs d'automobiles | 48 000 | 1,3 |
| 477b Techniciens d'installation et de maintenance des équipements industriels (électriques, électromécaniques, mécaniques, hors informatique) | 48 000 | 1,3 |
| 477c Techniciens d'installation et de maintenance des équipements non industriels (hors informatique et télécommunications) | 83 000 | 2,2 |
| 486a Agents de maîtrise en maintenance, installation en électricité, électromécanique et électronique | 30 000 | 0,8 |
| 486d Agents de maîtrise en maintenance, installation en mécanique | 53 000 | 1,4 |
| 633c Électriciens, électroniciens qualifiés en maintenance entretien, réparation : automobile | 2 000 | <0,1 |
| 634c Mécaniciens qualifiés en maintenance, entretien, réparation : automobile | 92 000 | 2,4 |
| 682a Mécaniciens, serruriers, réparateurs en mécanique non qualifiés | 100 000 | 2,7 |
| Recherche-Développement | 334 000 | 8,9 |
| Recherche en Industrie | 227 000 | 6,0 |
| 383a Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en électricité, électronique | 60 000 | 1,6 |
| 384a Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement en mécanique et travail des métaux | 59 000 | 1,5 |
| 385a Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement des industries de transformation (agroalimentaire, chimie, métallurgie, matériaux lourds) | 42 000 | 1,1 |
| 386a Ingénieurs et cadres d'étude, recherche et développement des autres industries (imprimerie, matériaux souples, ameublement et bois, énergie, eau) | 37 000 | 1,0 |
| 475a Techniciens de recherche-développement et des méthodes de production des industries de transformation | 29 000 | 0,8 |
| Recherche publique | 107 000 | 2,9 |
| 342e Chercheurs de la recherche publique | 85 000 | 2,3 |
| 479a Techniciens des laboratoires de recherche publique ou de l'enseignement | 22 000 | 0,6 |



| | Nombre de personnes en emploi | Part de l'emploi des professions verdissantes (en %) |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------------------|
| Transports | 728 000 | 19,4 |
| Conduite | 516 000 | 13,8 |
| 217a Conducteurs de taxis, ambulanciers et autres artisans du transport, de 0 à 9 salariés | 37 000 | 1,0 |
| 218a Transporteurs indépendants routiers et fluviaux, de 0 à 9 salariés | 29 000 | 0,8 |
| 641a Conducteurs routiers et grands routiers (salariés) | 316 000 | 8,4 |
| 641b Conducteurs de véhicule routier de transport en commun (salariés) | 109 000 | 2,9 |
| 642a Conducteurs de taxi (salariés) | 14 000 | 0,4 |
| 642b Conducteurs de voiture particulière (salariés) | 11 000 | 0,3 |
| Logistique | 212 000 | 5,6 |
| 387b Ingénieurs et cadres de la logistique, du planning et de l'ordonnement | 31 000 | 0,8 |
| 389a Ingénieurs et cadres techniques de l'exploitation des transports | 30 000 | 0,8 |
| 466b Responsables commerciaux et administratifs des transports de marchandises (non cadres) | 12 000 | 0,3 |
| 466c Responsables d'exploitation des transports de voyageurs et de marchandises (non cadres) | 47 000 | 1,2 |
| 477a Techniciens de la logistique, du planning et de l'ordonnement | 26 000 | 0,7 |
| 487a Responsables d'entrepôt, de magasinage | 51 000 | 1,4 |
| 487b Responsables du tri, de l'emballage, de l'expédition et autres responsables de la manutention | 15 000 | 0,4 |
| Autres | 268 000 | 7,1 |
| Commerce, achats | 111 000 | 2,9 |
| 374b Chefs de produits, acheteurs du commerce et autres cadres de la mercatique | 73 000 | 1,9 |
| 462c Acheteurs non classés cadres, aides-acheteurs | 38 000 | 1,0 |
| Tourisme, animation | 157 000 | 4,2 |
| 435a Directeurs de centres socioculturels et de loisirs | 8 000 | 0,2 |
| 435b Animateurs socioculturels et de loisirs | 139 000 | 3,7 |
| 546e Autres agents et hôtesses d'accompagnement (transports, tourisme) | 10 000 | 0,3 |
| Ensemble des professions verdissantes | 3 761 000 | 100,0 |

Source : Les professions de l'économie verte, DARES résultats 2017 N°7

3.1.2 Ces évolutions sont appelées à se poursuivre

La DARES et l'Onemev notent une augmentation de l'emploi dans les professions vertes et verdissantes entre 2007 et 2012 : les professions vertes ont augmenté de 9,1 % et celles verdissantes de 2,4 %, les deux connaissant des taux de croissance supérieurs à celui de l'emploi dans l'ensemble de l'économie (+1,4 %). **Au total, les effectifs des professions verdissantes, c'est-à-dire celle dont « l'exercice du métier est susceptible d'intégrer la prise en compte de préoccupations environnementales », représenteraient environ 3,8 millions emplois (14 % de l'emploi total).**

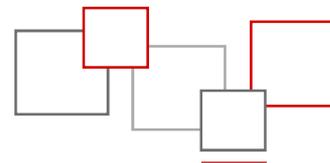


Tableau 4 : Evolution de l'emploi dans les professions de l'économie verte entre 2007 et 2012

| | Nombre de personnes en emploi | | | Évolution (en %) |
|-------------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------|----------------|------------------|
| | 2007 | 2012 | Évolution | |
| Professions vertes | 132 000 | 144 000 | 12 000 | 9,1 |
| Assainissement et traitement des déchets..... | 49 000 | 51 000 | 2 000 | 4,1 |
| Production et distribution d'énergie et d'eau. | 61 000 | 65 000 | 4 000 | 6,6 |
| Protection de la nature et de l'environnement | 22 000 | 28 000 | 6 000 | 27,3 |
| Professions verdissantes | 3 674 000 | 3 761 000 | 87 000 | 2,4 |
| Agriculture et entretien des espaces verts | 202 000 | 225 000 | 23 000 | 11,4 |
| Agriculture, sylviculture..... | 72 000 | 75 000 | 3 000 | 4,2 |
| Entretien des espaces verts..... | 130 000 | 150 000 | 20 000 | 15,4 |
| Bâtiment | 1 456 000 | 1 487 000 | 31 000 | 2,1 |
| Conception, études..... | 159 000 | 205 000 | 46 000 | 28,9 |
| Conduite de travaux..... | 143 000 | 143 000 | 0 | 0,0 |
| Gros œuvre..... | 497 000 | 495 000 | -2 000 | -0,4 |
| Second œuvre..... | 657 000 | 644 000 | -13 000 | -2,0 |
| Transports | 693 000 | 728 000 | 35 000 | 5,1 |
| Conduite..... | 499 000 | 516 000 | 17 000 | 3,4 |
| Logistique..... | 194 000 | 212 000 | 18 000 | 9,3 |
| Industrie | 733 000 | 719 000 | -14 000 | -1,9 |
| Contrôle-qualité..... | 179 000 | 164 000 | -15 000 | -8,4 |
| Design Industriel..... | 85 000 | 99 000 | 14 000 | 16,5 |
| Maintenance, mécanique..... | 469 000 | 456 000 | -13 000 | -2,8 |
| Recherche-Développement | 336 000 | 334 000 | -2 000 | -0,6 |
| Recherche en industrie..... | 231 000 | 227 000 | -4 000 | -1,7 |
| Recherche publique..... | 105 000 | 107 000 | 2 000 | 1,9 |
| Autres | 254 000 | 268 000 | 14 000 | 5,5 |
| Commerce, achats..... | 103 000 | 111 000 | 8 000 | 7,8 |
| Tourisme, animation..... | 151 000 | 157 000 | 6 000 | 4,0 |
| Ensemble des professions de l'économie verte | 3 806 000 | 3 905 000 | 99 000 | 2,6 |
| Ensemble des professions (salariés uniquement) | 23 484 000 | 23 669 000 | 185 000 | 0,8 |
| Ensemble des professions | 26 329 000 | 26 704 000 | 375 000 | 1,4 |

Source : INSEE, recensements de la population 2007 et 2012 ; traitements Dares

Ces emplois bénéficient globalement d'un fort dynamisme. A titre illustratif, les professions verdissantes liées à l'agriculture ont progressé entre 2007 et 2012 alors même que l'ensemble des effectifs de l'agriculture diminuait sur la même période. Dans le secteur du transport, la croissance de l'activité a été faible, mais celle des professions verdissantes qui s'y rattachent a été forte (+5,1 %). Si l'emploi du secteur industriel a fortement baissé durant cette période, celui des professions verdissantes qui en sont issues n'a diminué que de 1,9 %. Enfin, croissance de l'emploi total du secteur du bâtiment et croissance des professions verdissantes de ce secteur sont similaires, atteignant +2,1 %. La Fédération française du bâtiment¹⁶⁹ note toutefois à cet égard que deux phénomènes ont freiné le développement de ces nouveaux métiers : la crise économique de 2008, qui a diminué le nombre de mises en chantiers et le volume de travaux énergétiques réalisés par les particuliers, ainsi que le recours parfois frauduleux au travail détaché qui complexifie le recensement de ces emplois.

Les nouveaux modes de consommation, et en particulier ceux tournés vers l'achat de produits plus verts, contribuent en outre à l'émergence de nouveaux métiers. A titre illustratif ont été mentionnées l'émergence de nouvelles filières comme celles de la permaculture et de l'agriculture urbaine¹⁷⁰, mais aussi la transformation du contenu de nombreux métiers comme ceux liés au marketing et au développement durable. Ces gisements d'emploi ne pourront toutefois se concrétiser pleinement que si la prise en compte des exigences environnementales des consommateurs conduit les entreprises à faire évoluer le contenu et les compétences de certains

¹⁶⁹ Audition de Bertrand Sablier, délégué général de la FFB, et de Laetitia Assali, directrice des affaires sociales de la FFB, devant le COE le 24 avril 2018.

¹⁷⁰ Audition de Stéphane Petitjean, Directeur associé de Greenflex, devant le COE le 30 janvier 2018.



emplois et si l'offre de formation est au rendez-vous. Et l'on observe un fort besoin de formations innovantes et adaptées notamment dans le secteur du recyclage.

Encadré 18 : Le Plan d'Investissement dans les compétences (PIC) est mobilisé pour les métiers verts et verdissants

Le gouvernement a annoncé le 15 mai 2018 la mobilisation du PIC afin de renforcer les formations aux métiers verts et verdissants à partir de 2018. Se fondant sur les chiffres de l'Onemev, le plan prévoit notamment :

- 10 000 formations aux emplois de la transition écologique cofinancées par Pôle emploi dans le cadre des préparations opérationnelles aux emplois de la transition écologique ;
- une intensification de la formation des salariés en insertion par l'activité économique notamment dans le champ du recyclage, de l'économie circulaire et des ressourceries ;
- le cofinancement de la gestion prévisionnelle des emplois et des compétences (GPEC) des filières pour mieux identifier les nouveaux besoins et disposer d'analyses plus précises et plus opérationnelles des nouvelles compétences attendues. Des projets sont en cours avec le bâtiment (Fédération française du bâtiment), les travaux publics (Fédération nationale des travaux publics), la logistique, la valorisation des déchets, le recyclage.

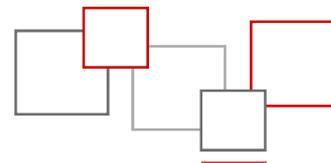
Les compétences concernées sont multiples. Ont notamment été mentionnées les compétences suivantes : tri des déchets, utilisation de biomatériaux dans le bâtiment, maintenance et recyclage dans l'industrie automobile, méthanisation de la biomasse, installation de matériels performants (chaudières, pompes à chaleur, compteurs intelligents, etc.).

Le plan prévoit également l'actualisation des référentiels des métiers et des certifications. Cette initiative rejoint celle, récente, de la création du titre professionnel de chargé d'affaire en rénovation énergétique du bâtiment ainsi que celle de la révision du titre de technicien de maintenance d'équipements de chauffage, climatisation et énergie renouvelables.

3.2 Des créations d'emplois brutes liées au verdissement de l'économie

3.2.1 Les différents exercices prospectifs concluent à des créations d'emplois, d'ampleur variable, tout en restant très dépendants des hypothèses retenues

Les scénarios prospectifs macroéconomiques liés à des objectifs de transition énergétique postulent que les consommateurs adapteront leurs comportements aux changements intervenant dans la production (**hypothèse d'adéquation entre offre et demande**). Plusieurs exercices ont ainsi analysé les éventuelles créations ou destructions d'emplois liées au passage de l'économie « traditionnelle » vers une « économie verte », en étudiant le solde net d'emplois en cas d'atteinte d'objectifs réglementaires fixés par les pouvoirs publics et correspondant aux engagements pris par la France dans le cadre du Grenelle de l'environnement, de la conférence de Copenhague ou de la COP21. En cela, ils ne partent pas du constat d'une évolution des modes de consommation, cette dernière pouvant *in fine* se situer en-deçà de l'évolution requise par l'atteinte de ces objectifs.



Il s'agit donc de scénarios qui partent de l'hypothèse que consommateurs et producteurs adapteront leur comportement et que les objectifs seront atteints, pour en déduire ensuite l'effet net sur l'emploi. En dépit de cette limite, on peut utiliser ces exercices pour estimer des ordres de grandeur théoriques des effets sur l'emploi d'un verdissement de l'économie dans le cadre du présent rapport.

Pour autant, ces scénarios prospectifs restent très dépendants des hypothèses retenues et des modèles utilisés, ce qui explique que leurs résultats quantitatifs soient très variables dans leur estimation de l'impact possible sur l'emploi. Ils doivent donc, comme pour tout exercice prospectif, être interprétés avec prudence.

A cet égard, on rappellera par exemple l'étude réalisée dans le cadre de France stratégie¹⁷¹ visant justement à comparer les résultats des différents modèles macro-économétriques¹⁷² pour un même exercice de simulation de chocs sur le secteur énergétique, en l'espèce une hausse des prix de l'énergie liée soit à une hausse des prix des énergies fossiles, soit à l'introduction d'une taxe carbone, soit à une taxe sur l'électricité. Il en ressort notamment que, si les différents modèles s'accordent sur l'ampleur qu'aura une hausse du prix de l'énergie sur l'activité, « *les effets sur l'emploi, le chômage et les salaires varient d'un modèle à l'autre* ». De la même manière, un rapport du Centre d'analyse stratégique de 2012¹⁷³ avait mobilisé cinq modèles pour évaluer l'impact sur le PIB et l'emploi à horizon 2030 d'une trajectoire de réduction de 75% des émissions de CO₂. Là encore, les résultats des différents modèles se sont révélés très hétérogènes. L'impact net sur l'emploi à horizon 2030 est estimé entre - 78 000 et + 168 000 par Mésange, +0,1 % à +6,4 % par Three-ME et +46 000 et + 131 000 par Némésis.

S'ils doivent donc être considérés avec prudence, les exercices prospectifs apportent toutefois des éclairages utiles sur les mécanismes à l'œuvre qui doivent être examinés au regard du cadre propre à chaque exercice. Les études estimant l'impact sur l'emploi des différents scénarii de transition énergétique se divisent ainsi en **trois catégories principales** selon leur périmètre et les modélisations des mécanismes de destruction/création d'emplois retenues¹⁷⁴ :

- Celles, **sectorielles**, qui s'intéressent au nombre d'emplois créés par les activités « vertes » (énergies renouvelables, écoconception, protection de l'environnement, etc.) sans toujours étudier les éventuelles destructions d'emplois dans d'autres secteurs ;
 - C'est par exemple le cas des travaux menés par le Boston Consulting Group (BCG¹⁷⁵) dans le cadre du Grenelle de l'environnement en 2009 qui concluaient à un gain brut d'environ 600 000 emplois sur la période 2009-2020, principalement dans le bâtiment, les infrastructures et les énergies renouvelables ;

¹⁷¹ Boitier B. *et al.* (2015), « La transition énergétique vue par les modèles macroéconométriques », *Document de travail n°2015-05, France stratégie*.

¹⁷² Dans le cadre de cette étude, ce sont quatre modèles qui sont mobilisés : Mésange, ThreeME, Némésis et Imacim R.

¹⁷³ Centre d'analyse stratégique (2012), « Trajectoires 2020-2050 : vers une économie sobre en carbone », *Rapport N°46*.

¹⁷⁴ Cette typologie est issue des travaux de P. Quirion de 2013: « *L'effet net sur l'emploi de la transition énergétique en France: une analyse input-output du scénario négaWatt* ».

¹⁷⁵ BCG (2009), *Réflexions sur le portefeuille de mesures Grenelle Environnement*.



- Celles, en **équilibre partiel**, qui comparent les créations d'emplois dans les secteurs bénéficiant des évolutions de la consommation et de la production vertes et les destructions d'emplois dans les secteurs sur lesquels l'impact est négatif. Ces dernières peuvent toutefois présenter l'inconvénient de ne pas tenir compte du caractère éventuellement plus onéreux d'un scénario (celui de transition énergétique) par rapport à un autre (le scénario tendanciel) et son impact sur le reste de la consommation des agents supportant ce surcoût (ce sont les *effets induits*). Certaines études intègrent toutefois les modifications de consommation des agents supportant le coût éventuellement plus élevé du scénario étudié et qui ont un impact sur l'emploi d'autres secteurs ;
 - Par exemple, la Confédération européenne des syndicats¹⁷⁶ trouve un gain net global d'emplois sur le périmètre des secteurs couverts par l'étude (production d'énergie, transport, industrie du ciment et de l'acier, bâtiment) de l'ordre de 1,5% des effectifs, le contenu en emploi étant plus élevé dans les activités à développer que dans celles dont le volume est réduit.
- Celles, en **équilibre général**, qui incluent les rétroactions macroéconomiques de ces mécanismes. Par exemple, une politique de soutien à la transition énergétique qui aurait pour effet (volontaire ou non) d'augmenter la demande de travail de la part des entreprises est susceptible d'augmenter les salaires (surtout si le taux de chômage de l'économie en question est proche de son niveau d'équilibre), et par conséquent de diminuer la compétitivité des entreprises, notamment à l'export, voire d'encourager la substitution du capital au travail. Si cette politique conduit à réduire les importations (et à rééquilibrer la balance commerciale), elle peut avoir pour effet d'augmenter le taux de change d'une économie, et par conséquent de réduire ses exportations, augmenter ses importations et ainsi annuler l'effet positif initial. Ces études se réfèrent à des modèles macroéconomiques ou d'équilibre général tels que le modèle MESANGE¹⁷⁷, ou le modèle THREE-ME.

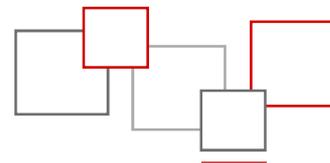
Le tableau XXX recense plusieurs études ayant cherché à quantifier l'effet sur l'emploi de différents scénarios de transition énergétique.

Tableau 5 : Brève revue d'études quantifiant l'impact emploi des scénarii de transition énergétique

| | Nom | Horizon temporel | Champ géographique | Hypothèses | Impacts sur l'emploi |
|-------------------------------------|------------------------------|------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Effet brut (études sectorielles) | In Numeri pour l'ADEME, 2012 | 2014 | France | <ul style="list-style-type: none"> - Quantifie les emplois directs créés dans les énergies renouvelables et les économies d'énergie (bâtiment et transport) en France entre 2006 et 2010 et projections pour 2014 - Les emplois sont calculés à partir de la production en utilisant des ratios issus des enquêtes annuelles d'entreprises pour les années 2006 à 2007 et à partir de 2009 des données du dispositif Esane d'élaboration des statistiques annuelles d'entreprises de | <ul style="list-style-type: none"> - 320 000 emplois créés en équivalent temps plein (dont 123000 dans l'amélioration de l'efficacité énergétique du secteur résidentiel, 114 000 dans les transports en commun et l'amélioration de l'efficacité énergétique des véhicules et 83 000 dans les énergies renouvelables). |

¹⁷⁶ Confédération européenne des syndicats (2007), « Climate Change and Employment : Impact of Employment in the European Union-25 of climate change and CO2 emission reduction measures by 2030 ».

¹⁷⁷ Modèle d'équilibre général créé en 2002 par la DG Trésor et utilisé notamment pour évaluer l'impact macroéconomique, ex ante, des investissements mis en œuvre dans le cadre du Grenelle.



| | | | | | |
|--------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|------|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | | | | <p>l'INSEE au niveau le plus détaillé. Il s'agit des emplois directs, c'est-à-dire internes au périmètre d'activité, définis pour chaque marché en équivalents temps plein. Ni les emplois indirects, ni a fortiori les emplois induits ne sont comptabilisés</p> | |
| | <p>BCG 2009</p> | 2020 | France | <ul style="list-style-type: none"> - Réalisation des programmes du Grenelle de l'environnement ; | <ul style="list-style-type: none"> - Gain brut d'environ 600 000 emplois sur la période étudiée (2009-2020) par la mise en œuvre des programmes du Grenelle, principalement dans le bâtiment, les infrastructures et les énergies renouvelables |
| <p>Effet net (équilibre partiel)</p> | <p>Philippe Quirion 2013 2018</p> | 2050 | France | <ul style="list-style-type: none"> - division par deux des émissions de CO2 d'origine énergétique en France en 2030 et division par 16 en 2050 ; - en fermant les centrales existantes au bout de 40 ans d'exploitation au maximum ; - comparaison avec un scénario tendanciel qui prolonge les évolutions récentes et prend en compte les politiques déjà décidées ; - Analyse input - output, ce qui permet de comptabiliser les emplois générés par la production de l'ensemble des consommations intermédiaires ; - surcoût supporté par les ménages, diminution de leur consommation en conséquence. | <ul style="list-style-type: none"> - effet positif sur l'emploi, de l'ordre de +240 000 emplois équivalent temps - plein en 2020 et 630 000 en 2030. - Actualisée en 2018, l'effet positif sur l'emploi serait de près de 400 000 en 2030 et d'environ 600 000 en 2050. |
| | <p>BIT/PNUE, 2013</p> | | Monde | <ul style="list-style-type: none"> - Synthèse 24 études, la plupart révélant des gains nets en matière d'emploi de 0,5 à 2 pour cent | <ul style="list-style-type: none"> - Gains nets se chiffrant à 60 millions d'emplois |
| | <p>Confédération européenne des syndicats, 2007</p> | 2030 | Union européenne | <ul style="list-style-type: none"> - Contenu en emploi plus élevé dans les activités à développer que dans celles dont le volume a été réduit - transition vers une économie européenne plus sobre en CO2 à l'horizon 2030 (-40% en moyenne dans 4 secteurs-clé correspondant à 90 % des émissions | <ul style="list-style-type: none"> - gain net global d'emplois sur le périmètre des secteurs couverts par l'étude serait de l'ordre de 1,5 % - multiplication par quatre dans le secteur du rail et des transports collectifs et division par deux du nombre d'emplois dans le secteur du fret routier |
| | <p>Rutovitz et Harris (Greenpeace, 2009)</p> | 2030 | Monde | <ul style="list-style-type: none"> - Scénario « Energy Revolution » : 42 % de l'électricité mondiale produite à partir d'énergies renouvelables en 2030, mesures d'efficacité énergétique | <ul style="list-style-type: none"> - 2 millions d'emplois supplémentaires dans le secteur des énergies entre 2010 et 2030 au lieu de 500 000 de moins si l'on poursuit les tendances constatées en termes de consommation et de mix énergétique |
| <p>Scénario macroéconomique</p> | <p>Modèle Mésange Trésor – INSEE 2010</p> | 2050 | France | <ul style="list-style-type: none"> - Exercice d'évaluation ex ante de l'impact macroéconomique des investissements mis en œuvre dans le cadre du Grenelle de l'environnement | <ul style="list-style-type: none"> - A court et moyen terme l'emploi est stimulé : 200 000 à 250 000 emplois supplémentaires au cours des 10 premières années ; - Mais, à partir de 2020, l'effet sur l'emploi et le PIB deviennent négatifs |
| | <p>ADEME 2030-2050 2014</p> | 2050 | France | <ul style="list-style-type: none"> - Diminution de la demande d'énergie finale de 18% entre 2010 et 2030 et de 47% à l'horizon 2050 grâce à une amélioration de l'efficacité énergétique dans tous les secteurs, sans rupture technologique majeure, mais aussi grâce à un regain de sobriété | <ul style="list-style-type: none"> - En 2050, dans le cadre du scénario médian de l'ADEME, l'économie française serait enrichie de plus de 800000 emplois supplémentaires (plus forte intensité en main d'œuvre et propension à importer plus faible dans les secteurs des ER, du transport collectif et des bâtiments que dans celui des ENR) |
| | <p>OCDE</p> | 2050 | OCDE | <ul style="list-style-type: none"> - scénario de « décarbonisation mixte », c'est-à-dire qui combine des mesures | <ul style="list-style-type: none"> - l'effet net sur l'emploi global mineur |



| | | | | | |
|--|------------------------|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | (Jean Château) 2018 | | | d'efficacité énergétique (comme un recours accru aux énergies non-fossiles) et une taxe carbone de 18\$ par tonne de CO2 | - les créations d'emplois atteindraient 0,5 % de l'emploi total et les destructions d'emplois en représenteraient 0,4 %. |
|--|------------------------|--|--|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

On présentera ici plus en détail quatre exercices prospectifs. Ces exercices diffèrent notamment selon la typologie et le périmètre.

Le travail conduit par Philippe Quirion du CIREC est en équilibre partiel, tandis que les trois autres – réalisés par le Trésor, l'ADEME et l'OCDE – sont en équilibre général.

Par ailleurs, l'étude de l'OCDE **procède à une analyse mondiale, les trois autres se focalisent sur la France.**

S'inscrivant dans un cadre d'analyse en équilibre général, l'OCDE¹⁷⁸ a cherché à simuler les impacts sur l'emploi et la production d'un scénario de « décarbonisation mixte », c'est-à-dire qui combine des mesures d'efficacité énergétique (comme un recours accru aux énergies non-fossiles et au stockage) et une taxe carbone de 18\$ par tonne de CO².

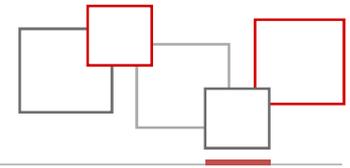
Cette étude s'attache notamment à étudier les réallocations sectorielles et la distribution des salaires¹⁷⁹ qui découleraient d'un tel scénario. Le but principal est d'identifier des catégories d'emploi vulnérables suite à la mise en œuvre de politiques de croissance verte. Ce modèle suppose au préalable la poursuite du développement du nouveau mode de consommation observable aujourd'hui et qui consiste, pour le consommateur, à se tourner vers des énergies plus « vertes » ou à davantage d'économies d'énergies. Ces nouvelles attentes sont ensuite susceptibles d'affecter les modes de production via plusieurs canaux : la modification des carburants utilisés lors du transport des matières premières, des pièces détachées, du produit fini ; l'utilisation au cours de la transformation du bien de produits et matériaux biodégradables, recyclables, plus écologiques, etc. Les effets anticipés des politiques climatiques et énergétiques sur les différents segments des marchés du travail sont complexes, car ces politiques se diffusent dans de nombreux secteurs et souvent de façon indirecte.

Même si cette étude ne porte pas sur le cas de la France et s'applique à des zones géographiques plus agrégées, il en ressort principalement les trois points suivants.

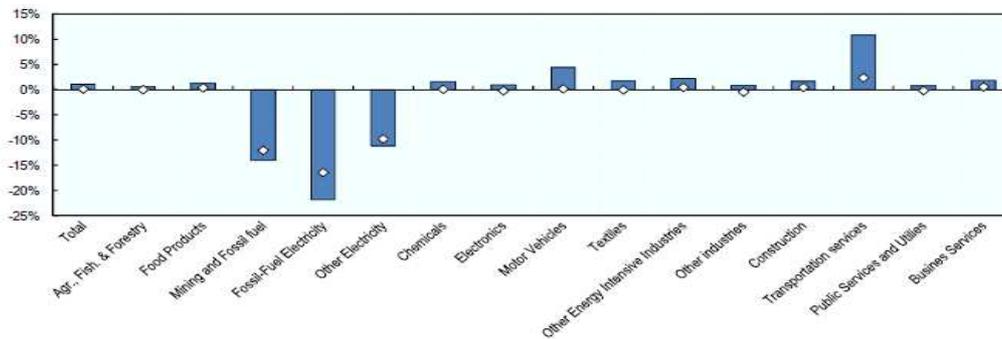
D'un point de vue sectoriel, les effets sur l'emploi seraient très variables, mais potentiellement importants. Ainsi, le secteur des services de transport connaîtrait, tous pays de l'OCDE confondus, une croissance de l'activité de 10 % environ et une hausse de l'emploi de 3 %, tandis que celui de l'extraction baisserait respectivement de 15 % et 10 %.

¹⁷⁸ Audition de Jean Château et de Walid Oueslati, senior économistes à l'OCDE, devant le COE, le 27 février 2018.

¹⁷⁹ La distribution des revenus du travail est susceptible d'évoluer en raison de deux facteurs principaux : les contraintes sur les marchés du travail (comme la faible mobilité géographique des salariés) et le fait que les différentes catégories d'emploi ne seront pas toutes impactées de façon similaire.



Graphique 18 : Impacts sectoriels sur l'emploi (point blanc) et la production (barre bleue) d'un scénario de « décarbonisation mixte » dans les pays de l'OCDE

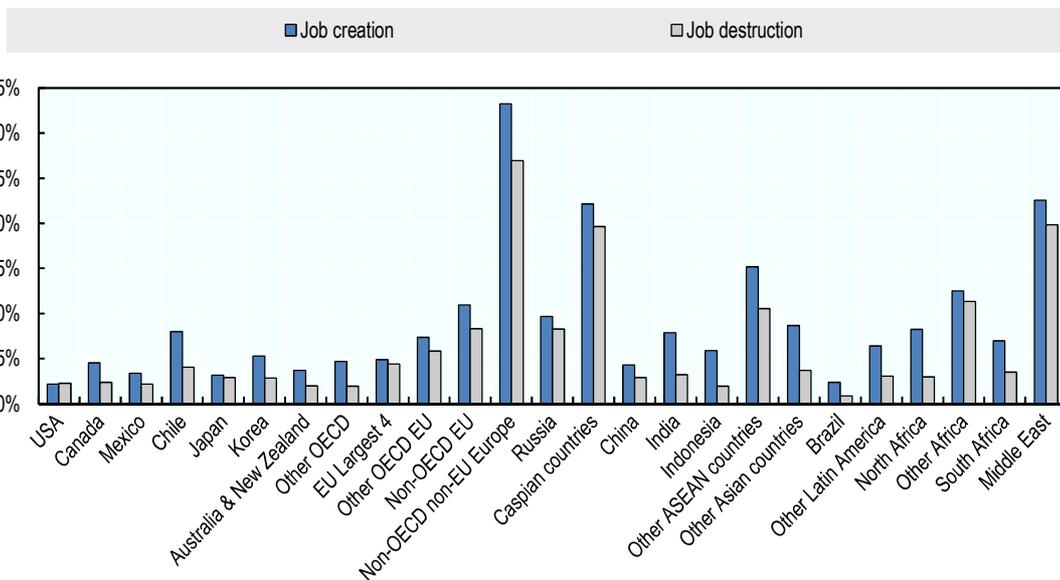


Lecture : le scénario «de décarbonisation mixte combine une taxe carbone et des mesures d'efficacité énergétique « rentables ».

Source : OECD ENV-Linkages model, présenté au cours de l'audition de Jean Château devant le COE.

Au niveau agrégé, l'effet net sur l'emploi global serait mineur et les réallocations d'emplois resteraient très limitées : au sein des quatre premières économies de l'Union européenne (dont la France¹⁸⁰), les créations d'emplois atteindraient 0,5 % de l'emploi total et les destructions d'emplois en représenteraient 0,4 %. Les effets sur l'emploi d'un tel scénario semblent positifs, bien que peu significatifs dans les économies les plus avancées comme la France. En revanche, l'effet global sur l'emploi serait plus important hors OCDE : la création d'emplois atteindrait près de 3,5 % de l'emploi total au sein des pays qui ne sont membres, ni de l'UE, ni de l'OCDE tandis que les destructions d'emplois y seraient d'environ 2,5 %.

Graphique 19 : Créations et destructions d'emplois selon les zones géographiques



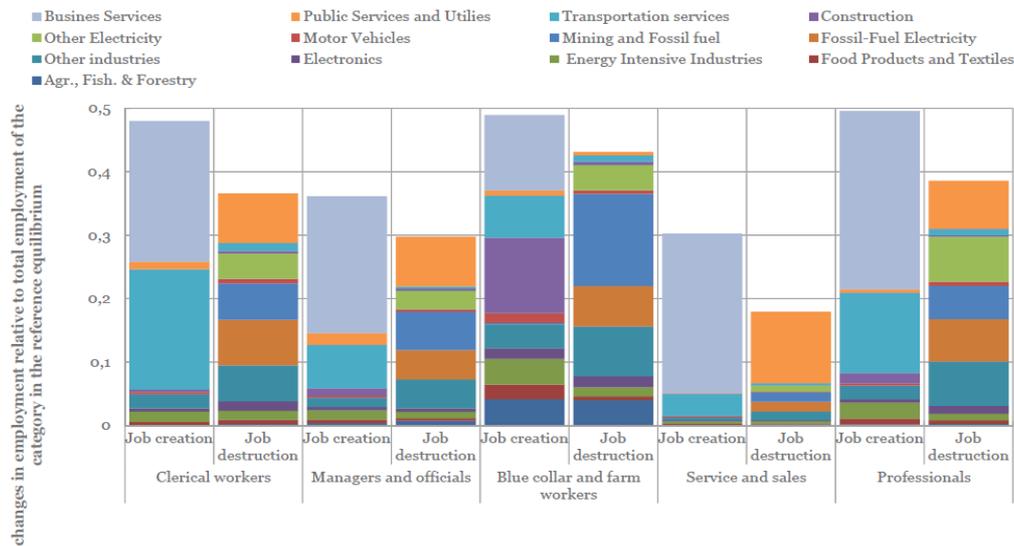
Source : OECD ENV-Linkages model, présenté au cours de l'audition de Jean Château devant le COE.

¹⁸⁰ L'étude de l'OCDE ne permet pas de descendre sur des périmètres nationaux.



Enfin, les effets sur l'emploi seraient également variables selon les catégories d'emploi : les effets nets seraient positifs pour tous les types d'emploi, mais de manière plus ou moins significative. Ainsi, tant les catégories d'employés de bureaux, de cadres, que celles des ouvriers et agriculteurs et des services devraient connaître un solde net légèrement positif. Par exemple, les destructions de postes atteindraient 0,4 % de l'emploi total de la catégorie « ouvriers et agriculteurs » et les créations 0,5 %. Mais les différences sectorielles resteraient importantes. Les secteurs de l'électronique, des services aux entreprises et des services de transport bénéficieraient le plus des créations, tandis que les secteurs de l'extraction et des autres industries seraient les premiers touchés par les destructions d'emplois.

Graphique 20 : Réallocations contrastées entre les secteurs et les types d'emploi (moyenne OCDE)

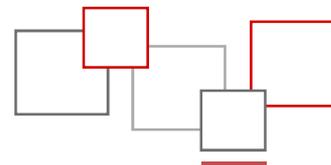


Lecture : la création d'emplois au sein de la catégorie des employés de bureau (Clerical workers) atteindrait 0,5 % de l'emploi total et concernerait essentiellement les services aux entreprises (Business Services) et les services de transport (Transportation services), tandis que 0,35 % de l'emploi total de cette catégorie serait détruit, principalement au sein des services publics (Public Services and Utilities), des combustibles fossiles (Fossil-Fuel Electricity) et de l'extraction (Mining and Fossil fuel).

Source : OECD ENV-Linkages model, présenté au cours de l'audition de Jean Château devant le COE.

En termes de revenus du travail, l'OCDE précise qu'au sein de l'Union européenne la catégorie des ouvriers et agriculteurs devrait connaître dans ce scénario une diminution de 0,6 % de son revenu global tandis que ce dernier devrait augmenter de 0,6 % pour les employés de bureau et de 0,4 % pour les salariés de la vente. Ces calculs se fondent sur l'hypothèse d'une baisse du taux d'imposition des ménages consécutive et équivalente à l'augmentation des recettes fiscales liées à la taxe carbone mise en place, qui tenterait de compenser l'effet revenu lié aux destructions et créations d'emplois.

Les trois autres exercices prospectifs se focalisent sur la France. Quand bien même ils reposent sur des hypothèses et des méthodes différentes, leurs résultats se révèlent assez hétérogènes.



Le premier est un scénario en équilibre partiel. Philippe Quirion¹⁸¹ a cherché à évaluer l'impact en termes d'emplois à horizon 2050 d'un scénario global de transition énergétique¹⁸² en utilisant la méthode des études de contenu en emploi (donc en équilibre partiel). Il s'appuie notamment sur les hypothèses élaborées dans le cadre du scénario Négawatt. Ce scénario, actualisé à 4 reprises depuis sa création en 2003 repose, dans sa version 2017, sur les hypothèses suivantes :

- le développement massif des économies d'énergie (par le biais de mesures de sobriété et d'efficacité énergétiques) et des énergies renouvelables ;
- la sortie nucléaire à horizon 2035, et des matières fossiles à horizon 2050 ;
- dans les deux scénarios, un euro de dépense adressée à une branche génère le même nombre d'emplois directs et indirects.

A partir du contenu en emplois de chaque branche, un chiffrage du coût des deux scénarios (celui tendanciel et celui de la transition énergétique) est effectué sur la base notamment de données du CGDD, de l'ADEME, de l'INSEE et de ses propres travaux, afin de quantifier le nombre d'emplois détruits ou créés par rapport à la poursuite de la tendance actuelle, en tenant compte des effets induits. L'un des deux scénarios étant plus coûteux que l'autre, l'étude prend en compte l'effet négatif sur l'emploi du financement de ce surcoût en prenant pour hypothèse que ce surcoût est supporté par les ménages et que ces derniers diminuent en conséquence leur consommation du même montant et de manière homothétique¹⁸³. Ne sont pas pris en compte les effets systémiques sur la plaque électrique européenne (nécessité de disposer d'unités de production fossiles pour les périodes d'étiage du vent et du soleil, dès lors que les ENR deviennent dans ce schéma dominantes) ; effets sur la dépendance énergétique de l'Union, via la rente servie aux producteurs hors Union de ces productions fossiles ; effets sur la compétitivité par les coûts induits par le stockage et la nécessité d'avoir des appoints non ENR plus importants ; dépendance géopolitique pour certaines matières premières notamment pour le stockage d'énergies ; dépendance plus grande, quant aux coûts, de fluctuations des prix des sources fossiles requises lorsque les ENR sont à l'étiage, induisant un facteur d'incertitude pour les entreprises non énergétiques, et donc une moindre capacité d'investissement.

Au total, dans ce modèle fondé sur des hypothèses volontaristes, mais partielles, ce seraient près de 400 000 emplois nets qui seraient créés à horizon 2030 et environ 600 000 d'ici 2050¹⁸⁴. Les destructions seraient concentrées dans les secteurs des énergies non-renouvelables (-125 000) et du transport (- 200 000) tandis que les créations seraient particulièrement fortes dans le bâtiment (+400 000) et les énergies renouvelables (+300 000). Ce modèle conclut par ailleurs à court-terme une destruction d'emplois liée aux effets induits (moins de consommation d'autres biens et services en raison du surcoût supporté par les ménages), mais une création nette d'emplois induits à partir de 2030.

¹⁸¹ Audition de Philippe Quirion, Directeur de recherche au CNRS, devant le COE le 27 mars 2018.

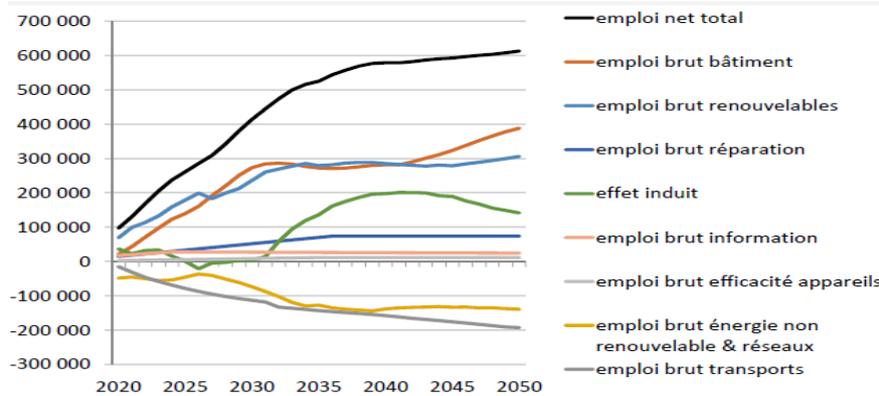
¹⁸² Scénario Négawatt, emplois et économie, 2011.

¹⁸³ Cet effet est nommé « effet induit » dans le cadre de l'étude.

¹⁸⁴ Il s'agit ici des estimations présentées par Philippe Quirion lors de son audition fondées sur le scénario Négawatt 2017, qui actualisent celles présentées dans son article de 2013 qui reposaient sur le scénario Négawatt 2011.



Graphique 21 : Nombre de créations de postes d'ici 2050 par secteur

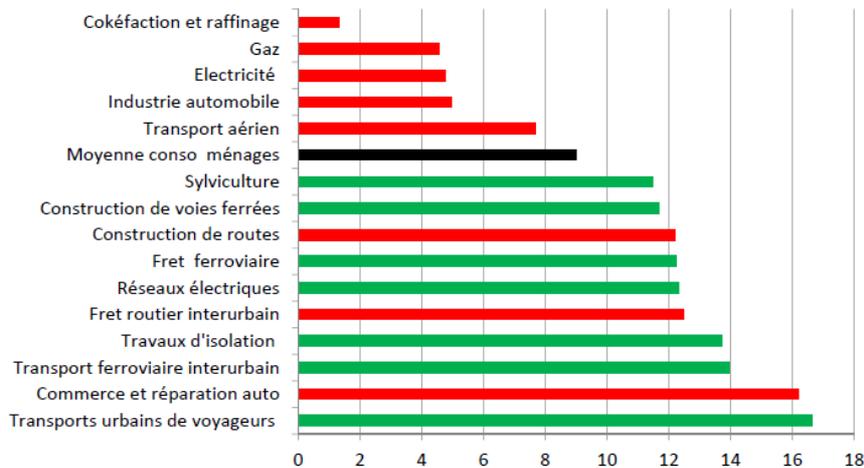


Source : P. Quirion

Note : l'effet net total sur l'emploi est la somme de l'effet brut et de l'effet induit.

Dans ce modèle, on observe que les branches qui se développent présentent aujourd'hui en général un contenu en emplois plus fort que les branches en régression¹⁸⁵. C'est le cas de secteurs comme les transports urbains de voyageurs, les travaux d'isolation, la sylviculture, au détriment des secteurs du gaz, du transport aérien, de la cokéfaction.

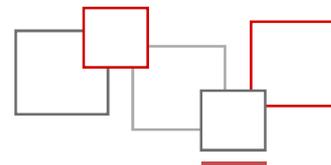
Graphique 22 : Contenu en emplois en 2010 dans une sélection de branches



Lecture : dans le secteur des transports urbains de voyageurs, chaque million d'euros de dépense entraîne la création d'un peu plus de 16 emplois, contre 5 emplois dans l'industrie automobile. En vert, branche en croissance à horizon 2050 dans le scénario Négawatt.

Source : P. Quirion

¹⁸⁵ Perrier Q. et Quirion P. (2016), « La transition énergétique est-elle favorable aux branches à fort contenu en emploi ? Une approche input-output pour la France ».



Les deux autres exercices (Trésor et ADEME) sont des scénarios en équilibre général, s'appuyant sur des modèles macroéconométriques.

Un exercice d'évaluation *ex ante*, réalisé en 2010, de l'impact macroéconomique des investissements mis en œuvre dans le cadre du Grenelle de l'environnement (dans les domaines des transports, du bâtiment et des énergies renouvelables) a été conduit avec le modèle Mésange¹⁸⁶.

Cet exercice, certes désormais un peu ancien, présente l'intérêt de prendre en considération l'impact des investissements (publics et privés) prévus dans le cadre du Grenelle sur l'ensemble de l'économie et des finances publiques. Cette étude prend donc en compte non seulement l'effet temporaire lié à un surcroît de dépenses d'investissement et les effets positifs sur l'activité induits par les économies d'énergie, mais aussi les effets induits sur les autres secteurs de l'économie (stimulation ou éviction) et la contrainte liée au financement de ces investissements par les ménages et les pouvoirs publics.

Cette étude aboutit à des résultats très variables selon la temporalité considérée.

A court et moyen termes, l'emploi augmenterait de 200 000 à 250 000 au plus fort des dix premières années. Jusqu'en 2020, les effets multiplicateurs des investissements l'emportent sur les effets négatifs de leur financement qui pèsent sur l'économie. La croissance et l'emploi sont stimulés par les investissements et la réduction des importations de combustibles fossiles auxquelles se substitue en partie la production nationale.

Mais à long terme, l'impact sur l'emploi devient négatif : l'emploi diminuerait de l'ordre de 150 000 emplois au plus bas, soit en 2023. Le ralentissement puis l'arrêt des investissements, la hausse des prix et l'augmentation des prélèvements obligatoires pour financer les investissements conduisent à annuler les gains économiques de court terme.

Dans ce scénario, centré sur les effets du Grenelle, l'effet sur l'emploi est donc ambivalent : positif à court terme, il devient négatif ou au mieux neutre à long terme.

L'analyse économique du scénario 2030-2050 de l'ADEME¹⁸⁷ (fondé sur le modèle macroéconomique ThreeME¹⁸⁸), réalisée en 2013, s'appuie pour sa part sur les hypothèses suivantes :

- la part du nucléaire tend vers 50 % d'ici 2030 et vers 25 % en 2050 dans le scénario médian, et vers 18 % dans le scénario bas ;
- les centrales au fioul et au charbon sont fermées d'ici 2030 ;
- la part du gaz naturel passe de 77% à 25% dans la distribution de combustibles gazeux et chaleur entre 2006 et 2050. Cette diminution est compensée par l'augmentation du biogaz et de la chaleur renouvelable ;

¹⁸⁶ Briard P. et alii (2010), « Impacts macroéconomiques du Grenelle de l'environnement », *Document de travail de la DG Trésor 2010/06*.

¹⁸⁷ ADEME (2013), L'évaluation macroéconomique des visions énergétiques 2030-2050 de l'ADEME, G. Callonnec (ADEME), G. Landa (OFCE), P. Maillat (OFCE), F. Reynes (OFCE, TNO).

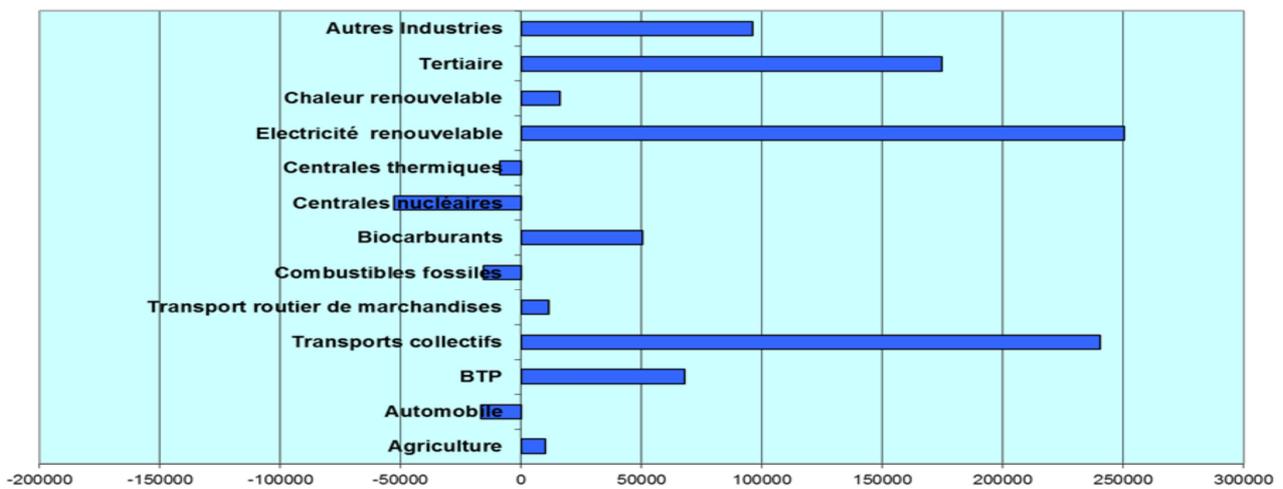
¹⁸⁸ Modèle Macroéconomique Multisectoriel d'Évaluation des politiques Énergétiques et Environnementales, conjointement développé par l'ADEME, l'OFCE et le centre hollandais de recherche scientifique appliquée. Il comporte 24 secteurs de production et 17 sous-secteurs énergétiques.



- une contribution climat énergie est instaurée
- le scénario de référence est celui dans lequel les parts des différentes énergies dans le mix restent stables et les instruments de lutte contre le changement climatique ne sont pas modifiés.

Dans ce contexte, l'ADEME anticipe ainsi la création de 250 000 emplois dans l'électricité renouvelable, de 240 000 emplois dans les transports collectifs et la destruction d'environ 50 000 emplois dans les centrales nucléaires à horizon 2050. Au total, selon ce scénario prospectif datant de 2013, ce serait 330 000 emplois qui pourraient être créés en 2030 et 825 000 en 2050.

Graphique 23 : Créations et destructions d'emplois à horizon 2050 selon le scénario prospectif de l'ADEME

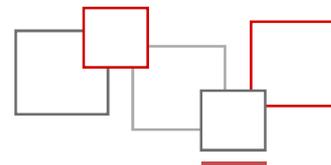


Source : ADEME (2013)

D'autres études ont cherché à mesurer plus spécifiquement l'impact qu'une évolution des modes de consommation peut avoir sur le volume ou la structure de l'emploi dans des secteurs précis. C'est le cas notamment du scénario Afterres de Solagro¹⁸⁹ qui modélise une transition alimentaire (division par deux des quantités de viande et de lait consommées) et agricole (passage en bio de 45 % des terres) d'ici 2050. L'atteinte de ces objectifs implique nécessairement, en amont, une modification des pratiques d'achat des consommateurs. Les résultats semblent indiquer un moindre impact environnemental via une division par deux des émissions de gaz à effets de serre et de la consommation d'eau en été et par trois de la pression phytosanitaire. Le CNRS/CIREA a complété ces résultats et conclut que le nombre d'agriculteurs pourrait être à peu près maintenu dans ce scénario à l'horizon 2030 contrairement au scénario tendanciel où, en retenant les mêmes hypothèses de prix et de productivité, 53 000 emplois agricoles seraient détruits.

Les différentes études mentionnées ci-dessus, qu'elles s'intéressent à l'atteinte des objectifs environnementaux affichés par la France ou à des scénarii de transition énergétique plus globaux, concluent toutes à un

¹⁸⁹ Audition de Priscille Ghesquière, responsable de la thématique « production et consommation responsables » au CGDD le devant le COE le 13 février 2018.



impact plutôt positif sur l'emploi, au moins à moyen terme, mais d'ampleur très variable. Elles n'examinent pas en outre des questions techniques sur la stabilité dans le temps de l'appareil de production.

D'ici 2030 ou 2050 (selon ces études), et pour la France, les créations d'emplois devraient l'emporter – hormis dans le modèle Mésange – sur les destructions, dans des proportions qui varient toutefois significativement selon les hypothèses retenues et les secteurs concernés.

Pour autant, et cette conclusion est toute aussi importante, ces effets s'accompagneront de réallocations sectorielles significatives des emplois, ce qui souligne toute l'importance d'accorder une attention particulière à la période de transition, tant pour rendre effectives les créations d'emplois potentielles que pour accompagner les salariés dont les emplois seraient menacés.

3.2.2 Focus sur les créations d'emplois dans les secteurs du transport, du bâtiment résidentiel et des énergies renouvelables

L'ADEME a réalisé une étude relative aux marchés et emplois concourant à la transition énergétique et écologique sur la période 2014-2015¹⁹⁰ qui se concentre sur quelques secteurs en particulier :

- le secteur des transports concourant à cette transition et qui recouvre les infrastructures de transports en commun ferrés (train, métro) et routiers (bus) ainsi que la mobilité individuelle peu polluante (voitures de classe A, hybrides, électrique, volés urbains) ;
- le bâtiment résidentiel, qui inclue la rénovation des logements résidentiels (isolation, renouvellement des équipements d'eau chaude, etc.) et l'électroménager performant ;
- le secteur des énergies renouvelables, qui concerne toutes les filières y afférant.

Ces différents secteurs représentaient un chiffre d'affaires de 67,3 milliards d'euros en 2015 (comparable à la facture énergétique française de 2013), en hausse de 121 % par rapport à 2006 et 301 000 emplois, soit une progression de 69 % par rapport à 2006. L'étude note toutefois des divergences de dynamisme économique : si le marché de la mobilité peu émettrice en CO₂ est en forte croissance (+32 % entre 2014 et 2015), les investissements en infrastructures de transport ont diminué sur la même période¹⁹¹.

Le secteur du transport concourant à la transition énergétique et écologique connaît un essor significatif. Alors que le transport représente 29 % des émissions de gaz à effet de serre et 39 %¹⁹² des émissions de CO₂ françaises, les consommateurs modifient progressivement leurs modes de consommation afin de réduire l'empreinte écologique de leurs déplacements. L'ADEME calcule ainsi que le chiffre d'affaires du secteur du transport sobre en CO₂ est passé de 9 milliards d'euros en 2006 à 25,7 milliards d'euros en 2015. Surtout, les emplois ont été multipliés par 2,4 sur la même période et atteignent 88 840 équivalents temps-plein en 2015. Si le ferroviaire a représenté jusqu'en 2013 la principale source du dynamisme de ce secteur, ce sont aujourd'hui

¹⁹⁰ ADEME (2015), *Marchés et emplois concourant à la transition énergétique et écologique*.

¹⁹¹ Cette diminution du montant des investissements s'explique par la priorité donnée à la modernisation du réseau ferroviaire de proximité et au renouvellement du parc des trains régionaux au détriment de la création de nouvelles lignes à grande vitesse

¹⁹² ADEME (2017), *Chiffres clés climat, air et énergie*.



les voitures sobres qui ont pris le relais : 488 000 véhicules de classe A (les moins polluants) ont été immatriculés en 2015, le marché des voitures hybrides a été multiplié par 19 en dix ans et a encore progressé de 67 % entre 2013 et 2015 et le marché des voitures électriques a été multiplié par plus de deux entre ces deux dates ; en 2017 il représentait 1,2 % du marché global en croissance de 13 % sur 2016 et le développement des bornes de recharge conduit à une accélération. Au total, le marché de la mobilité sobre en CO2 représente 12 milliards d'euros en 2015. La libéralisation du marché du transport par autocar a en outre permis à ce dernier de connaître une hausse de 22 % des immatriculations en 2015.

Il reste que, si le recours à des moyens de transport plus propres favorise la création d'emplois dans certains segments du secteur des transports (le secteur des autocars devrait créer à terme près de 100 000 emplois et le ferroviaire voyageur près de 75 000 emplois), le solde net de l'emploi du secteur des transports serait cependant négatif selon cette étude, en raison principalement des destructions de postes dans le domaine des infrastructures routières et sur certains segments de l'aérien.

La rénovation énergétique dans le secteur du bâtiment résidentiel est aussi de nature à créer de nombreux emplois. Les pouvoirs publics ont en effet mis en place différents systèmes d'incitation à la réalisation de travaux de rénovation énergétique du bâti et au renouvellement des équipements de chauffage et d'eau chaude sanitaire.

Près de 52 000 nouveaux emplois ont été créés entre 2006 et 2015 dans le secteur de l'amélioration énergétique du bâtiment (pour un total de 153 000 ETP, soit une hausse de 50 %). La valeur du marché a presque doublé, passant de moins de 13 milliards d'euros en 2006 à près de 22 milliards d'euros en 2015. En particulier, et comme l'a aussi souligné lors de son audition devant le Conseil¹⁹³, Maurice Manceau, directeur délégué de Saint-Gobain les filières de l'isolation du bâti, des chaudières à condensation et des appareils électroménagers performants sont particulièrement dynamiques : « 66 % des emplois correspondent à des activités de travaux sur les chantiers de rénovation, le reste étant associé à la fabrication, la distribution et la maintenance des équipements nécessaires à ces rénovations¹⁹⁴ ».

Encadré 19 : Le plan pour la rénovation énergétique des bâtiments annoncé le 26 avril 2018

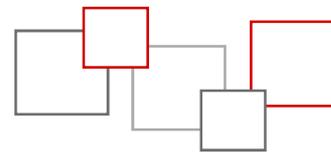
Afin de « créer un choc de confiance des Français » pour la rénovation énergétique des bâtiments, le Gouvernement a annoncé un plan de 14 milliards d'euros de soutien public en investissements et en primes sur le quinquennat ainsi qu'un fonds de garantie de 50 millions d'euros pour aider 35 000 ménages aux revenus modestes par an.

La priorité est donnée à la rénovation annuelle de 150 000 logements particulièrement énergivores. A court-terme, l'objectif est de baisser de 15 % la consommation énergétique finale des bâtiments à horizon 2022 par rapport à 2010, ce qui devrait passer par la rénovation de 500 000 logements par an.

Les mécanismes employés à cette fin sont le crédit d'impôt, l'Eco-prêt à taux zéro, la TVA à taux réduit, les certificats d'économie d'énergie et les aides de l'Agence nationale de

¹⁹³ Audition de Maurice Manceau, directeur délégué de Saint-Gobain, devant le COE le 17 avril 2018.

¹⁹⁴ Scénario 2030-2050 de l'ADEME.



l'habitat. Afin d'augmenter le recours à ces dispositifs, le Gouvernement prévoit de simplifier les aides via une réforme des soutiens à la rénovation des bâtiments trop énergivores ; par exemple en transformant le crédit d'impôt transition énergétique en une prime forfaitaire en 2019.

La crédibilité des certifications étant indispensable afin de permettre aux consommateurs de passer de l'intention à l'acte d'achat, le plan vise également à fiabiliser l'étiquette énergie des logements (le diagnostic de la performance énergétique) en améliorant la formation des professionnels et le contrôle de la qualité des travaux.

Le secteur des énergies renouvelables recouvre des évolutions contrastées. Axe essentiel de la politique environnementale qui vise à réduire la consommation d'énergies fossiles, les investissements stagnent pourtant à un niveau inférieur à celui de 2010, en raison majoritairement du repli du photovoltaïque et de la division par deux des prix du pétrole constatée entre 2014 et 2017, avant une remontée amorcée à compter de novembre 2017. Si les investissements ont crû entre 2006 et 2010 de 5 à près de 13 milliards d'euros par an, dans un contexte où le baril a un temps atteint 140\$, et de subventionnements élevés, leur montant annuel s'élève aujourd'hui à 8 milliards d'euros environ. Les ventes d'énergies renouvelables sont pourtant en hausse constante depuis 2006 (à 15 milliards d'euros par an), ce qui a fait évoluer le marché global des énergies renouvelables de 11 milliards en 2006 à 24 milliards d'euros en 2015. Par conséquent, le nombre d'emplois dans ce marché est de 81 000 en 2015 (contre 104 000 en 2010, avant la baisse liée au recul du photovoltaïque). Plus précisément, « 44 % des emplois se concentrent dans la vente d'énergie et la maintenance, et 27 % sont liés à la construction et à l'installation des équipements¹⁹⁵ ». Dans le détail, le nombre d'emplois s'élève à 16 000 dans le domaine des pompes à chaleur domestiques, 12 000 dans celui de l'énergie hydraulique, 10 500 dans l'éolien terrestre, et 1 400 dans le biodiesel. En termes de chiffres d'affaires, le solaire photovoltaïque reste en première position (4,1 milliards d'euros en 2015), suivi de l'éolien terrestre et de l'hydraulique.

4. La prise en compte croissante, par les consommateurs, de critères éthiques et sociaux dans leurs achats

L'une des exigences croissantes des consommateurs concerne le respect par les producteurs de certaines normes éthiques et sociales. Pour autant, leur impact économique et en particulier leur effet sur l'emploi restent encore peu étudiés. Au travers de l'exemple du commerce équitable et de certaines pratiques RSE¹⁹⁶, on cherchera à mieux cerner leurs effets potentiels sur l'emploi

4.1 Le commerce équitable Nord-Sud : un soutien aux producteurs du Sud, des effets incertains sur l'emploi en France

¹⁹⁵ Scénario 2030-2050 de l'ADEME.

¹⁹⁶ A titre illustratif, l'entreprise L'Oréal, auditionnée par le Conseil le 17 avril 2018, a mis en place un programme RSE intitulé « Share and care » qui vise à mettre en place un socle commun de protection sociale au niveau mondial.



Le commerce équitable s'est développé historiquement sur des filières d'importation de produits venant des pays du Sud. Ces filières, en sécurisant les prix d'achats de produits comme le café, le cacao, les bananes ou le thé aux organisations de producteurs contribuent à maintenir et créer des emplois au sein des exploitations agricoles familiales et des coopératives elles-mêmes. Cela semble également le cas dans des petites entreprises d'artisanat ou de textile. En France, le commerce équitable participerait ainsi à générer des revenus et des activités pour près de deux millions de petits producteurs et artisans selon les données de Commerce Equitable France.

Au-delà des producteurs, le commerce équitable présente un impact économique positif pour de nombreux acteurs : les régions, les filières, les marchés nationaux. De façon générale, les impacts économiques du commerce équitable sont variés :

- il sécurise les revenus des producteurs et atténue leur vulnérabilité face à la fluctuation des prix. Ce faisant, il améliore leur capacité à investir sur le long-terme et facilite l'obtention de prêts financiers ;
- il favorise le développement d'activités complémentaires génératrices de revenus comme le tourisme solidaire ou l'amélioration de l'outil productif. ;

Plus particulièrement, il permet le développement de l'emploi au Sud, quantitativement et qualitativement, car :

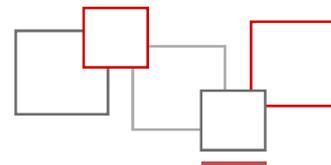
- il renforce les compétences (augmentation de la qualité des produits, connaissance de l'environnement international) ;
- il facilite le financement de projets locaux et d'infrastructures (routes, fours, accès à l'eau potable) nécessaires au développement pérenne de l'économie et de l'emploi ;
- il favorise l'accès des producteurs aux marchés internationaux ;
- il améliore les conditions de travail des producteurs et de leurs familles.

La consommation de produits issus du commerce équitable devrait avoir, *a priori* un impact négatif ou neutre sur l'emploi en France. Le schéma classique retenu est le suivant :

- le consommateur français substitue un produit issu du commerce équitable à un produit français non-équitable qu'il consommait auparavant (exemple : le consommateur opte pour un bracelet équitable et ne consomme plus de bracelet français) : effet négatif ;
- le consommateur français substitue un produit issu du commerce équitable à un produit non-équitable mais qui était importé et non produit en France auparavant (exemple : le consommateur opte pour du tissu équitable et ne consomme plus de tissu importé d'ailleurs) : effet neutre sur l'emploi.

Toutefois, les produits issus du commerce équitable sont, dans leur ensemble, non substituables aux produits français. Ainsi le coton, le café, la banane (sauf pour la production de l'outre-mer) – produits par excellence du commerce équitable– n'entrent pas en concurrence avec la production française. **L'effet emploi semble par conséquent être neutre.**

Toutefois, il peut être positif si l'on prend en compte les créations d'emploi potentielles chez les distributeurs qui commercialisent ces produits issus du commerce équitable. Max Havelaar France rappelle ainsi que le commerce équitable constitue un relai de croissance pour le secteur de la grande distribution lui-même, dont les ventes augmentent modérément depuis plusieurs années. Si les volumes alimentaires ont augmenté de 0,5% en 2017, ceux du commerce équitable ont progressé de plus de 20%. Le commerce équitable, s'il devait se développer significativement, pourrait par conséquent contrebalancer les effets négatifs sur l'emploi que



l'essoufflement des ventes observé est susceptible d'entraîner. **L'effet emploi peut également être positif dans les activités de recherche & développement pour la mise au point de produits et de mise sur le marché.**

Plus directement, le commerce équitable Sud-Nord contribue au développement des activités des petites et moyennes entreprises agro-alimentaires utilisatrices de matières premières venant des pays du Sud. En effet, les étapes de transformation comme la torréfaction du café ou les dernières étapes de la transformation des chocolats sont souvent localisées en France.

L'effet emploi peut être plus indirect. Ainsi dans le textile où les unités de production, qui ont misé sur la haute qualité sociale et environnementale et ont réussi à maintenir leur implantation en France, utilisent dans leur majorité du textile avec du coton issu de filières de commerce équitable sur des marchés de textile professionnel, notamment d'acheteurs publics.

4.2 Un commerce équitable Nord-Nord en croissance et dont l'impact sur l'emploi peut être positif

Avec la loi du 31 juillet 2014 relative à l'Economie Sociale et Solidaire, le législateur français a élargi la définition du commerce équitable à la prise en compte des flux de produits Nord-Nord. Le développement de la consommation de produits labélisés équitables et fabriqués en France peut avoir un impact sur le volume de l'emploi français, selon le schéma théorique suivant :

- le consommateur français substitue un produit équitable français à un produit équitable international : effet positif en France;
- le consommateur français substitue un produit équitable français à un produit non-équitable international : effet positif en France;
- le consommateur français substitue un produit équitable français à un produit non-équitable français : effet sur l'emploi indéterminé.

Le développement de la consommation de produits équitables originaires de France peut avoir un impact significatif sur l'emploi à la fois chez les exploitants agricoles et chez les distributeurs.

Un effet potentiellement positif sur l'emploi dans les exploitations agricoles françaises en particulier les filières bio

Dans son rapport d'activité de 2016, *Commerce équitable France* (anciennement la Plateforme pour le commerce équitable) estime¹⁹⁷ le poids du commerce équitable « Made in France » à 275 millions d'euros de ventes aux consommateurs, et à 40 millions le nombre de produits vendus. .

Les premières estimations soulignent également l'impact positif que le commerce équitable local semble avoir sur l'emploi. Des emplois seraient ainsi maintenus sur 3 500 fermes et ce phénomène impliquerait plus de 4 500 producteurs.

¹⁹⁷ Rapport d'activités juin 2016-mai 2017, Plate-forme pour le commerce équitable, 2017.



Les partenariats de commerce équitable concernent principalement des fermes de petite et moyenne taille. **D'après les données internes de Commerce Equitable France, ces dernières embauchent davantage d'actifs que les fermes classiques par hectare cultivé** et présentent un modèle économique avec peu d'endettement, permettant ainsi une transmission au moment du départ à la retraite. A long-terme, ces partenariats, en proposant une visibilité sur les achats en terme de prix et de volumes permettent des installations d'agriculteurs. Les coopératives et groupements agricoles génèrent également des emplois : 19 groupements de producteurs de fruits, légumes, viande, céréales, etc. sur toute la France sont impliqués dans la démarche « *Ensemble* » de Bio-coop, et 11 coopératives agricoles d'ampleur sont engagées auprès du label Agri Ethique France.

Le développement du commerce équitable « Made in France » est susceptible d'avoir un impact positif en particulier sur l'emploi des exploitations biologiques puisqu'en 2016, 74% des produits commerce équitable étaient bio (source : Commerce équitable France).

De plus, il représente un outil de structuration du secteur : le prix rémunérateur et l'engagement contractuel sur la durée permettent l'accroissement des volumes produits et l'accompagnement économique des conversions vers la bio. Le commerce équitable se révèle enfin être un outil de valorisation et de différenciation du bio, notamment face au bio importé, ou au « bio industriel¹⁹⁸ ».

Encadré 20 : La marque « C'est qui le patron ?! ¹⁹⁹ »

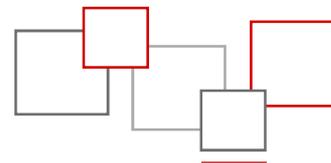
L'initiative « *C'est qui le patron ?!* », lancée en 2016, propose une transparence totale sur la fabrication et la composition des produits et permet au consommateur de participer à la fixation du prix considéré comme « équitable » pour le producteur. Un an après le lancement de la marque, la brique de lait de cette marque est distribuée dans près de 10 000 magasins et 26 millions de litres auraient été vendus (l'objectif initial était de 7 millions).

Le cahier des charges que doit respecter un produit vendu par « *C'est qui le patron ?!* » rapproche cette démarche de celle du commerce équitable : transparence, rémunération équitable, traçabilité, bien qu'elle n'en ait pas le statut officiel. Un effet potentiellement positif sur l'emploi chez les distributeurs.

Par ailleurs, 1 250 points de distribution proposeraient des produits commerce équitable. Les produits équitables français sont majoritairement achetés soit dans des commerces de proximité (pour 53% d'entre eux), soit dans des réseaux de distribution bio (pour 43%). Qu'il s'agisse du soutien à l'emploi des boulangeries transformant des produits issus du commerce équitable (comme la farine agri-éthique) ou de la création de nouveaux emplois dans les réseaux de distribution biologique, **la substitution de produits équitables français à des produits internationaux et la substitution de produits équitables français à des produits non-équitables peut représenter un vivier d'emplois intéressant à accompagner. La part importante prise par les commerces de proximité et les boutiques bio dans la distribution des produits issus du commerce équitable local est de nature à renforcer le lien entre le développement du commerce équitable et celui des emplois locaux.**

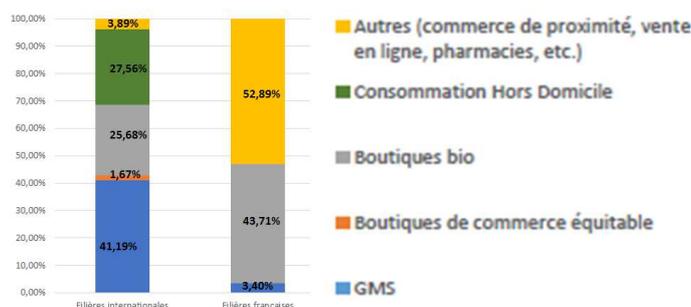
¹⁹⁸ Audition de Julie Stoll, Déléguée générale Commerce Equitable France, devant le COE, le 10 avril 2018.

¹⁹⁹ Audition de Laurent Pasquier, co-fondateur et directeur général de la marque « *C'est qui le patron ?!* » devant le COE le 17 avril 2018.



Commerce Equitable France considère que les magasins bio « équitables » en France comportent en moyenne 3 fois plus d'employés pour 100 m² de vente que la moyenne des GMS. Le label Agri Ethique regroupe également plus de 600 artisans boulangers en France.

Graphique 24 : Part des différents canaux de distribution des produits du commerce équitable issus des filières internationales et françaises



Lecture : seuls près de 4% des produits issus du commerce équitable Nord-Sud sont vendus dans des commerces de proximité, des pharmacies, des sites de vente en ligne, etc., contre 53% pour les produits issus du commerce équitable « Made in France ».

Source : Commerce Equitable France

Une étude menée par Le Basic pour Biocoop montre en outre que la composition des emplois créés chez ces distributeurs peut être différente de celle d'autres structures de distribution: la part d'emplois à temps partiel serait par exemple de 21% chez Biocoop contre 35% en moyenne dans les grandes et moyennes surfaces.

4.3 Pratiques RSE et effets sur l'emploi

Le thème du commerce équitable, s'il présente dans le cadre du présent rapport l'intérêt d'être correctement circonscrit, n'épuise pas à lui seul les réponses apportées aux aspirations d'ordre « éthique » des consommateurs. Parmi elles, figurent notamment celles relatives à des considérations d'ordre social visant les entreprises participant au processus de production du produit consommé tout au long de la chaîne de valeur.

A cet égard, les entreprises ont notamment mobilisé leur démarche de RSE pour chercher à répondre aux attentes des consommateurs.

Encadré 21 : Qu'est-ce que la RSE ?

La définition de la RSE peut varier selon les périodes, les zones géographiques, et les acteurs en présence. Par nature internationales, car liées notamment au fractionnement des chaînes de valeur inhérent à la mondialisation, les pratiques de RSE peuvent obéir à des appréhensions différentes en Europe, aux Etats-Unis, en Afrique ou en Asie.

La Commission européenne a toutefois présenté dans une communication de 2011 une définition de la RSE, envisagée comme l'un des moyens d'atteindre les objectifs de la stratégie de croissance inclusive Europe 2020. La RSE est « la responsabilité des entreprises pour leurs impacts sur la société. Il convient que les entreprises aient engagé, en collaboration étroite avec leurs parties prenantes, un processus destiné à intégrer les préoccupations en matière sociale, environnementale, éthique, de droits de l'Homme et de consommateurs dans leurs activités commerciales et leur stratégie de base ». De plus, le nouveau consensus européen



pour le développement signé le 16 Juin 2017 intègre dans ses paragraphes 47, 48 et 49 les principes d'une prospérité durable et la création d'emplois inclusifs. La RSE représente l'un des outils privilégiés pour la mise en place de ce nouveau paradigme économique.

Les pratiques RSE en France font l'objet d'un encadrement et d'une orientation renforcés. Si la **loi du 15 mai 2001** relative aux nouvelles réglementations économiques (NRE) marque l'émergence des obligations de publication de rapport sur les données financières et extra-financières des entreprises, la **loi Grenelle I de 2009** renforce le niveau d'exigence selon des seuils liés au chiffre d'affaires, aux effectifs, ou encore à la taille du bilan, et la **loi du 3 août 2009** élargit le périmètre des entreprises concernées à certaines sociétés non-cotées. Enfin, afin de renforcer les exigences inhérentes à la RSE, la **loi sur le devoir de vigilance du 21 février 2017** étend les obligations faites aux entreprises donneuses d'ordre de prévenir les risques sociaux, environnementaux et de gouvernance en lien avec leur activité, celle de leurs filiales et de leurs fournisseurs ou sous-traitants

C'est ce que souligne en particulier une étude du CREDOC²⁰⁰ qui a étudié les réponses de 1000 personnes à la question « *Pour vous, la responsabilité sociale des entreprises, qu'est-ce que c'est ou qu'est-ce que cela pourrait être ?* » via une analyse lexicale. Parmi les cinq classes lexicales retenues (environnement, emploi et inégalités salariales, rôle intégrateur des entreprises, conditions de travail, responsabilité envers les acteurs sociaux), deux pointent les considérations sociales liées à la RSE (emploi, délocalisations, salaires, handicap), et deux autres la responsabilité des entreprises envers les acteurs de la société. Au total, trois classes lexicales sont directement ou indirectement reliées à la question de l'emploi (notamment les conditions de travail et la lutte contre les discriminations) et de l'éthique.

- Classe « Emploi et inégalités salariales »
 - actions visant à **favoriser l'emploi et lutter contre la production d'inégalités salariales** (payer les salariés correctement, respecter la parité homme-femme) ;
 - **rôle intégrateur des entreprises** dans la société (lutte contre les discriminations faites aux personnes handicapées, favoriser l'emploi des jeunes, des personnes en difficulté).
- Classe « Conditions de travail »
 - considérations liées aux **conditions de travail** proposées aux salariés (améliorer les conditions de santé, de vie, la pénibilité des tâches).

L'étude réalise également une analyse de similitude et note que « *la RSE renvoie de façon très privilégiée à l'idée d'une responsabilité des entreprises à l'égard des personnes qui travaillent pour elles : pour les consommateurs interrogés, une entreprise peut être ou devrait être qualifiée de responsable lorsqu'elle assure à ses salariés de bonnes conditions de travail et de rémunération, et également d'emploi, en évitant licenciements et délocalisations* ».

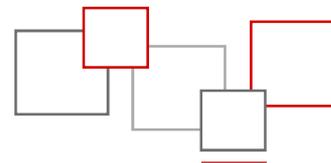
Encadré 22 : Des exemples sectoriels de démarches RSE

La démarche Initiative clause sociale²⁰¹

Regroupant 43 enseignes, l'ICS réalise dans les usines des fournisseurs de la distribution française des audits sociaux et désormais environnementaux relatifs aux conditions de pro-

²⁰⁰ CREDOC (2012), « Pour les consommateurs, l'emploi doit être la priorité de la RSE », *Note de synthèse, N°6*.

²⁰¹ Audition de Carole Hommey, Coordinatrice Initiative clause sociale, devant le COE le 3 mai 2018.



duction. Il s'agit d'anticiper les risques sur les chaînes de valeurs qui pourraient éventuellement survenir à la suite d'une violation des règles sociales. Confiés à des tiers indépendants, ces audits ont une portée d'autant plus renforcée que les membres partagent des règles communes de suivi lorsque des non-conformités majeures sont identifiées. Ainsi, les donneurs d'ordre peuvent exercer une influence concrète et significative sur leurs fournisseurs afin qu'ils améliorent les points identifiés.

Les guides sectoriels de l'OCDE

Dans le cadre de ses principes directeurs à l'intention des entreprises multinationales, l'OCDE a publié plusieurs guides sectoriels²⁰² devant permettre leur application pratique dans les secteurs :

- **Des minerais provenant des zones de conflit ou à haut risque (2011)** : Son objectif est de préciser la manière dont les entreprises peuvent respecter les droits humains et de fournir des orientations pratiques visant à éviter toute implication dans des conflits. Le Guide vise aussi à favoriser des chaînes d'approvisionnement en minerais transparentes ;
- **De l'extraction (2016)** : ce guide propose des conseils pratiques aux entreprises des secteurs minier, pétrolier et gazier pour surmonter les difficultés liées au processus d'engagement des parties prenantes ;
- **De l'agriculture (2016)** : il couvre les secteurs amont et aval des filières agricoles, depuis la fourniture d'intrants jusqu'à la production et les traitements post-récolte. Il tient compte des domaines de risques propres aux filières agricoles comme les droits de l'homme, la sécurité alimentaire et la nutrition, les droits fonciers et l'accès aux ressources naturelles, le bien-être animal ;
- **Des vêtements et chaussures (2017)** : son objectif est de garantir que les entreprises du secteur de l'habillement et de la chaussure exercent leurs activités dans le respect des politiques publiques nationales et de servir d'appui aux entreprises pour mettre en œuvre les recommandations relatives au devoir de diligence ;
- **De la finance (2017)** : le guide doit permettre, au sein des portefeuilles d'investissements détenus par les gestionnaires d'actifs, d'atténuer les impacts négatifs en termes de droits de l'homme, de corruption et d'environnement liés à certains projets qu'ils financent.

Secteur du luxe

Le cabinet Mazars a publié une étude « *Vers un nouveau luxe : éthique et création de valeurs*²⁰³ » réalisée auprès de 112 entreprises dans le monde et recouvrant 7 filières qui offre un panorama des engagements souscrits par cette industrie. Si l'industrie s'est appuyée à partir des années 1950 sur la haute qualité des produits, la prise de conscience des consommateurs dans les années 1990 a impliqué une plus grande cohérence entre les enjeux économiques, sociaux et environnementaux, ce qui se traduit progressivement par une reconfiguration des chaînes de valeur autour des exigences éthiques, de l'approche collaborative et des circuits courts. La prise en compte des enjeux sociaux passe, dans les pays en voie de développement, par une rémunération décente proposée aux travailleurs, tandis que dans les pays développés, elle s'attache davantage à la préservation des savoir-faire locaux (notamment les compétences des artisans) et la valorisation du territoire. Des critères

²⁰² Audition de Louis Marechal, Conseiller politique, Unité conduite responsable des entreprises, OCDE, devant le COE, le 3 mai 2018.

²⁰³ Mazars (2017), « Vers un nouveau luxe: éthique et création de valeurs », Mazars.



éthiques ont ainsi été inscrits dans la Charte des bonnes pratiques de la filière luxe. Ils s'articulent autour de quatre critères : l'approvisionnement en matières premières, le respect des territoires, de la main d'œuvre et des conditions sociales, la traçabilité.

Encadré 23 : L'organisation internationale du travail²⁰⁴ : l'exemple des programmes Better work et Score

BetterWork : créé en 2007 par l'OIT, il a pour objectif d'améliorer les conditions de travail et de promouvoir la compétitivité dans les chaînes d'approvisionnement mondiales du textile. Ce programme inscrit la relation donneur d'ordre – sous-traitant dans le respect des normes de sécurité au travail et de libertés syndicales. Cela concerne uniquement sept pays du sud (Bangladesh, Cambodge, Indonésie, Vietnam, Jordanie, Haïti et Nicaragua). Cela repose sur des audits sociaux, avec des référentiels construits sur la base des normes OIT adaptées au secteur.

Programme « SCORE » : l'OIT a mis en place un programme de coopération technique appelé « SCORE » à destination des petites et moyennes entreprises (principalement en Afrique). Il s'agit d'un programme associant formations pratiques et activités de conseil sur site qui met en avant les meilleures pratiques internationales adoptées à la fois dans l'industrie et dans les services. Cet outil s'articule notamment en cinq modules portant sur la coopération sur le lieu de travail, la gestion de la qualité, la production propre, la gestion des ressources humaines, la sécurité et la santé au travail. Il aide les PME à s'insérer dans les chaînes d'approvisionnement mondiales et à améliorer leur productivité tout en améliorant leurs conditions de travail. Or plusieurs études montrent qu'une implication volontariste dans la RSE peut avoir, au-delà des effets sociaux recherchés, un impact économique et des répercussions sur l'emploi favorables.

Une étude conduite par Rochlin, Bliss, Jordan et Yaffe Kiser (2015) montre ainsi que de meilleures pratiques sociales et environnementales peuvent contribuer à augmenter le chiffre d'affaires jusqu'à 20%²⁰⁵. Ces effets économiques positifs sont susceptibles de se ressentir dans leurs performances boursières²⁰⁶. En outre, les entreprises entreprennent de façon croissante des démarches d'évaluation de leurs pratiques RSE (notation extra-financière) en raison des gains attendus en termes de marque, de valorisation financière auprès des investisseurs et de développement du dialogue social²⁰⁷.

Une étude de la Banque mondiale²⁰⁸ de 2015 dans 7 pays en développement trouve également une corrélation entre l'investissement dans de meilleures conditions de travail et une augmentation du niveau des bénéficiaires et de la productivité des salariés. En outre, le taux de survie des entreprises semble croître lorsque ces conditions sont améliorées. France Stratégie a publié en 2016 une étude sur le thème « *Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité* »²⁰⁹ menée auprès de 8 500 entreprises de plus de 10 salariés. Elle met notamment en évidence un **écart de 13 % en termes de performances économiques (VA/tête, EBE, etc.) entre les entreprises**

²⁰⁴ Audition de Cyril Cosme, directeur du bureau de l'OIT pour la France devant le COE le 5 avril 2018.

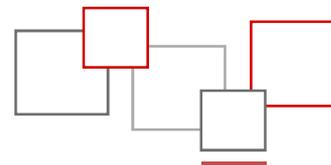
²⁰⁵ Rochlin, S., et al. (2015), « Defining the Competitive and Financial Advantages of Corporate Responsibility and Sustainability », Babson College.

²⁰⁶ Eccles G.R., et al. (2011), « The Impact of a Corporate Culture of Sustainability on Corporate Behavior and Performance » Harvard Business School, Working Paper 12-035, November.

²⁰⁷ Audition d'Anne Chanon Directrice du Pôle Conseil RSE chez Ethifinance devant le COE le 13 février 2018.

²⁰⁸ Banque mondiale (2015), *Interwoven – How the Better Work Program Improves Job and Life Quality in the Apparel Sector*.

²⁰⁹ Benhamou S. et Diaye M-A. (2016), « Responsabilité sociale des entreprises et compétitivité », France Stratégie, janvier



qui mettent en œuvre une stratégie RSE²¹⁰ et celles qui s'en abstiennent, en particulier quand elle relève de l'initiative volontaire et non de mesures contraignantes. Cet écart est particulièrement fort pour la dimension « ressources humaines » puisqu'il s'élève à 20%, attestant du lien fort entre la démarche de RSE dans le domaine social et du travail, et les performances économiques de l'entreprise. Si cette étude ne démontre pas l'existence d'un impact positif sur l'emploi, elle établit la corrélation existante entre les démarches RSE et la qualité de l'emploi au sein de l'entreprise. La consommation de produits jugés « plus sains » : l'exemple du bio

Cette partie décrit les effets sur l'emploi de la diffusion de formes de consommation plus attentives à l'impact des produits sur la santé à partir des études économiques et des analyses sociologiques existantes. Elle se concentre sur l'exemple des produits bio.

L'analyse procèdera ici en quatre temps :

- d'abord elle s'attachera à présenter comment la consommation des ménages a contribué à la dynamique de l'emploi dans le secteur bio au cours des 20 dernières années ;
- elle mobilisera des études qui, en comparant l'intensité en main d'œuvre des exploitations bio et celles dites « conventionnelles », tendent à montrer que la bio est en moyenne plus intensive en emplois ;
- puis elle s'intéressera aux effets constatés et envisageables de l'agriculture biologique sur la structure et la localisation de l'emploi ;
- enfin elle cherchera à identifier les effets indirects positifs ou négatifs que la bio peut avoir sur d'autres secteurs d'activités.

5. Des potentiels de créations d'emplois liés à la consommation de produits biologiques

5.1 Les effets sur le volume de l'emploi de la consommation de produits issus de l'agriculture biologique – analyse en équilibre partiel

La consommation de produits agricoles et alimentaires bio en France s'élève à 7,85 milliards € en 2017. Elle est composée en majorité de produits français et à 31% de produits importés. Aussi, on peut considérer que la consommation des ménages français tire en large partie l'offre de produits bio en France.

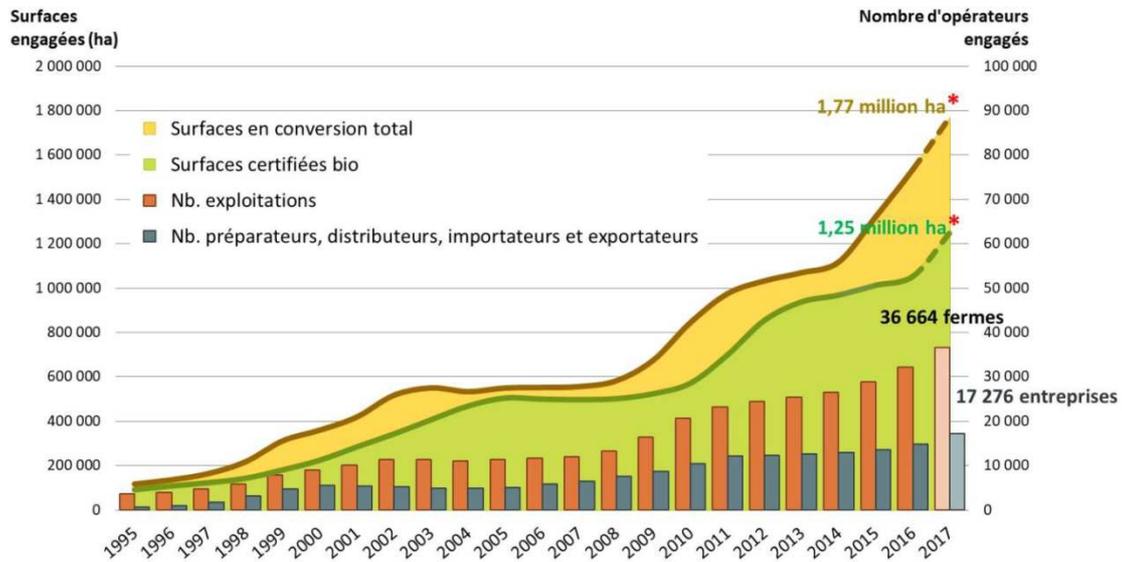
Parallèlement à la croissance de la consommation de produits bio par les Français, le nombre d'exploitations agricoles biologiques en France augmente depuis deux décennies (cf. Graphique XX). A partir de 2014, on assiste à un véritable changement d'échelle de ce type de production : fin 2013, la France comptait 25 467 exploitations agricoles engagées en bio, soit 5,4 % des exploitations françaises ; en 2017, Agence Bio estime que 36 664 fermes sont certifiées ou en conversion biologique, c'est-à-dire une hausse **de 44 % en trois ans**. De même, la part des surfaces biologiques représente désormais plus de 8 % des exploitations françaises, correspondant à 1,77 million d'hectares. Ce développement, qui s'accompagne d'aides publiques significatives (160 millions

²¹⁰ France Stratégie a classé les pratiques recensées auprès des entreprises par grands domaines RSE (ressources humaines, relations avec les clients et les fournisseurs, environnement, éthique).



d'euros par an en France entre aides à la conversion – pour les cinq premières années – et aide au maintien, cumulables avec les autres subventions « conventionnelles » de la Politique Agricole Commune de l'Union Européenne), peut notamment s'expliquer par les **perspectives de rentabilité élevée qu'offre ce système de production**²¹¹.

Graphique 25 : Evolution du nombre d'exploitations agricoles biologiques et en conversion



Lecture : Près de 160 000 hectares en 1995 étaient engagés en bio (surfaces certifiées ou en conversion), contre 1,77 millions d'hectares en 2017.

Source : Agence Bio

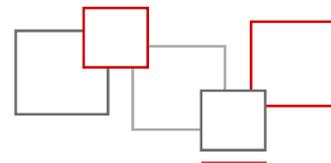
Cette progression de l'offre se traduit par une augmentation sensible de l'emploi, soulignée par M. Florent Guhl²¹² lors de son audition. Les métiers de l'agriculture biologique représenteraient ainsi 134 500 emplois directs et aurait augmenté de 49 200 entre 2012 et 2017, soit une progression de 9,5 % en moyenne par an (alors que le nombre d'emplois agricoles baisse de 1,1 % en moyenne par an entre 2010 et 2015), en accélération en dernière période avec une progression de 14% sur la dernière année²¹³. Ces emplois sont ainsi répartis :

- **88 400 emplois dans les fermes** (soit de 12,5 % de l'emploi agricole en France) ;
- **43 900 emplois en aval** (dont 15 000 emplois dans la transformation et 28 900 dans la distribution) ;
- **2 200 emplois dans les activités de service (conseil, le contrôle, la recherche, la formation, le développement).**

²¹¹ Dedieu, M.-S. et al. (2017), « Les exploitations en agriculture biologique : quelles performances économiques ? », *INSEE Références*.

²¹² Audition de M Florent Guhl, Directeur de l'Agence Bio, devant le COE, le 6 mars 2018.

²¹³ Source : Agence Bio 1^{er} juin 2018.



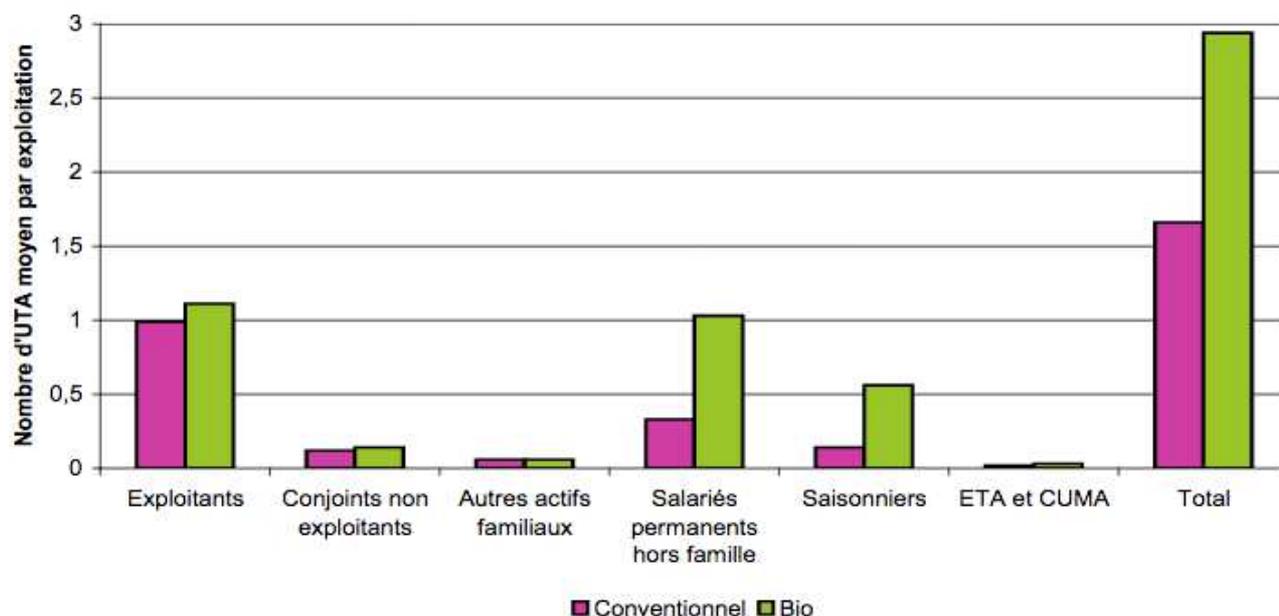
Le secteur de la transformation et de la distribution a connu la plus forte croissance de l'emploi avec 19 400 nouveaux ETP entre 2012 et 2017, soit un bond de près de 80 % en cinq ans. Pour sa part, dans les fermes, l'emploi a cru sur la même période de 29 500 ETP.

Néanmoins, rien n'indique *a priori* quelle part de ces nouveaux emplois correspond à une création effective d'emplois : exception faite des emplois dans les activités de service, qui n'existaient pas pour certains auparavant, les autres pourraient correspondre à une substitution d'emplois déjà existants dans le cadre de la démarche de conversion des exploitations au bio et de transformation de l'offre des circuits de distribution. Pour apprécier l'existence et l'importance de cet effet de substitution, il est nécessaire de mobiliser des analyses qui comparent les contenus en emploi des deux filières de production agricole.

Plusieurs études ont montré qu'une exploitation agricole biologique nécessite, à activité égale, plus de main d'œuvre qu'une exploitation conventionnelle :

- une comparaison réalisée par Samuel Bruley en 2013²¹⁴ montre qu'en moyenne, **les exploitations biologiques emploient en Bourgogne 78 % de main d'œuvre en plus par exploitation que dans l'agriculture conventionnelle** (2,9 unités de travail annuel ou UTA²¹⁵ par exploitation bio contre 1,7), et ce pour toutes les catégories d'actifs :

Graphique 26 : Dans les fermes AB, un volume de travail supérieur pour toutes les catégories d'actifs



Lecture : En moyenne on retrouve plus d'1 UTA de salariés permanents hors famille dans les fermes biologiques bourguignonnes en 2010, contre 0,3 UTA dans les fermes conventionnelles.

²¹⁴ Bruley S. (2013), « L'Agriculture Biologique en Bourgogne : plus d'emplois dans les exploitations bio », *Agreste Bourgogne*, n. 148.

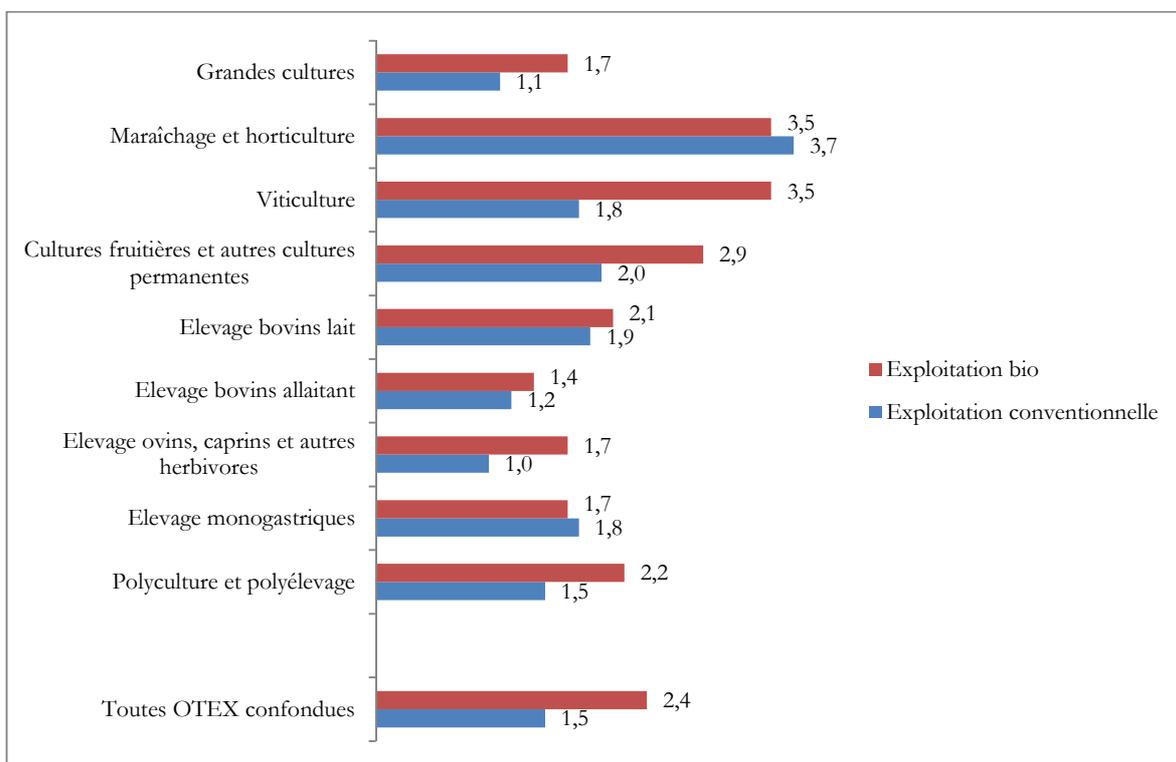
²¹⁵ Il s'agit de l'équivalent du temps de travail d'une personne à temps complet sur un an ; cette unité correspond donc à l'équivalent temps plein en agriculture.



Source : Bruley (2013)

- ce constat moyen est partagé par le travail de Sautereau et Benoit (2016)²¹⁶, qui observent un écart similaire : on compterait en moyenne 2,4 UTA en bio contre 1,5 en conventionnel²¹⁷ ; néanmoins, comme cette différence pourrait éventuellement s'expliquer par un effet de taille et d'orientation de production – dite ici technico-économique (OTEX)²¹⁸, ils procèdent à une analyse par type de production (OTEX) et par superficie au sein des OTEX. Le graphique 27 et le tableau 5 ci-dessous montrent les résultats de cette analyse plus fine :

Graphique 27 : Unité de travail annuel par orientation technico-économique (OTEX)



Lecture : Les exploitations biologiques de grandes cultures emploient en moyenne 1,7 unités de travail annuel, contre 1,1 UTA pour les exploitations conventionnelles de la même orientation technico-économique.

Source : Sautereau et Benoit (2016)

²¹⁶ Sautereau N. et Benoit M. (2016), « Quantifier et chiffrer économiquement les externalités de l'agriculture biologique ? », Institut Technique de l'Agriculture Biologique avec la contribution financière du Ministère de l'agriculture, de l'agroalimentaire et de la forêt.

²¹⁷ Mahé T. et Lerbourg J. (2012), « Des agriculteurs bio diplômés, jeunes et tournés vers les circuits courts », Agreste Primeur n°284. Les auteurs trouvent les mêmes résultats.

²¹⁸ Il peut tout aussi s'agir d'une surreprésentation en bio des exploitations en viticulture ou en cultures pérennes, nécessitant de plus de main d'œuvre.

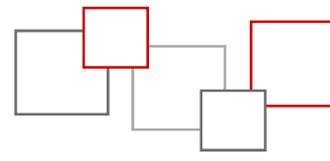


Tableau 6 : Différentiel du contenu en emploi entre AB et AC par OTEX et superficie

| Libellé | Type exploitation | Nombre exploitations | SAU | UTA | UTA/ha | UTA/ha AB-AC | % SAU AB/AC | % UTA/ha sup AB/AC |
|---------------------------------------|-------------------|----------------------|-----|-----|----------|--------------|-------------|--------------------|
| Céréales et oléoprotéagineux | AC | 83 237 | 80 | 0,9 | 0,011768 | 0,002 | 0,15 | +15 % |
| | AB | 1 448 | 92 | 1,2 | 0,013528 | | | |
| Autres grandes cultures | AC | 32 842 | 71 | 1,4 | 0,019876 | 0,03 | - 38 % | +152 % |
| | AB | 1 236 | 44 | 2,2 | 0,050069 | | | |
| Maraîchage | AC | 5 199 | 11 | 3,9 | 0,347161 | 0,03 | -25 % | +9 % |
| | AB | 929 | 8 | 3,2 | 0,377165 | | | |
| Horticulture | AC | 8 023 | 8 | 4 | 0,489354 | -0,099 | +55 % | -20 % |
| | AB | 417 | 13 | 4,9 | 0,390587 | | | |
| Viticulture | AC | 66 741 | 15 | 1,8 | 0,119349 | 0,021 | +66 % | +18 % |
| | AB | 3 214 | 25 | 3,5 | 0,140645 | | | |
| Fruits et autres cultures permanentes | AC | 17 097 | 14 | 1,9 | 0,134414 | -0,009 | +69 % | - 7 % |
| | AB | 1 502 | 24 | 3 | 0,12539 | | | |
| Bovins lait | AC | 48 301 | 79 | 1,9 | 0,02382 | 0,001 | +9 % | +2% |
| | AB | 1 925 | 86 | 2,1 | 0,024379 | | | |
| Bovins viande | AC | 58 073 | 64 | 1,2 | 0,018252 | -0,004 | +51 % | -21 % |
| | AB | 1 457 | 97 | 1,4 | 0,014445 | | | |
| Bovins lait et viande combinés | AC | 10 625 | 101 | 1,9 | 0,01928 | 0,002 | - 6 % | +12 % |
| | AB | 168 | 94 | 2 | 0,021691 | | | |
| Ovins et caprins, autres herbivores | AC | 29 372 | 44 | 1,1 | 0,025212 | -0,001 | +66 % | - 4 % |
| | AB | 1 164 | 72 | 1,7 | 0,024216 | | | |
| Herbivores mixte | AC | 25 175 | 19 | 1 | 0,050518 | -0,023 | +174 % | - 46 % |
| | AB | 506 | 53 | 1,4 | 0,027187 | | | |
| Porcins | AC | 6 170 | 60 | 2,2 | 0,036627 | 0,001 | -19 % | +2 % |
| | AB | 107 | 49 | 1,8 | 0,037521 | | | |
| Volailles | AC | 14 133 | 37 | 1,8 | 0,048341 | 0,004 | -19 % | +7 % |
| | AB | 676 | 30 | 1,5 | 0,051855 | | | |
| Granivores mixte | AC | 8 517 | 59 | 1,7 | 0,02794 | 0,003 | +9 % | +10 % |
| | AB | 278 | 65 | 2 | 0,030767 | | | |
| Polyculture, poly-élevage, autres | AC | 56 665 | 77 | 1,5 | 0,020096 | 0,02 | - 29 % | +100 % |
| | AB | 2 926 | 54 | 2,2 | 0,040199 | | | |
| Non classées | AC | 1 839 | 11 | 0,8 | 0,067883 | | | |
| | AB | 15 | 16 | 1,2 | 0,075027 | | | |
| Total | AC | 472 009 | 56 | 1,5 | | | | |
| | AB | 17 968 | 53 | 2,4 | | | | |

Note : Le code couleurs est ainsi expliqué : si la case est colorée en vert, elle correspond à une OTEX dont le contenu en emploi moyen de l'agriculture biologique par hectare (UTA/ha AB-AC) est significativement supérieur à celui de l'agriculture conventionnelle (% UTA/ha sup AB/AC positif) ; si la case est colorée en rouge, elle correspondent à une OTEX pour laquelle le contenu en emploi moyen de l'agriculture biologique par hectare est significativement inférieur à celui de l'agriculture conventionnelle ; si la case est colorée en jaune, la différence en pourcentage entre AB et AC est légèrement positive (inférieure à 10 %).

Source : Sautereau et Benoit (2016). Données RGA 2010 (SSP), Agence Bio



Lorsque l'on analyse les données du recensement agricole selon par la taille de chaque OTEX, les résultats montrent une situation plus contrastée. **Les exploitations biologiques utilisent en moyenne plus de main d'œuvre dans les deux tiers des OTEX, et en particulier lorsque la superficie agricole utilisée (SAU) moyenne bio est inférieure ou légèrement supérieure à la superficie moyenne des exploitations conventionnelles. En revanche, dès lors que la SAU moyenne bio est supérieure à la conventionnelle, elle nécessite moins d'emplois ;**

- Massis et Hild (2016)²¹⁹ soulignent un possible biais d'autosélection dans ces analyses: il est en effet possible que les exploitations biologiques auraient eu une intensité de travail plus élevée dans tous les cas, y compris si elles n'avaient pas effectué les démarches de conversion au bio. Pour tenter de redresser ce biais, ils exploitent une méthode économétrique dite des **doublets différences avec appariement sur score de propension**. Cette méthode leur permet notamment de tenir compte :
 - de l'évolution de l'emploi au sein des exploitations agricoles converties au bio en 2010 (chacune observée à plusieurs reprises dans le temps, soit un à trois ans après conversion) ;
 - de l'évolution de l'emploi au sein des exploitations conventionnelles ayant des caractéristiques similaires aux exploitations biologiques (c'est à dire, des exploitations qui, du fait de leurs caractéristiques, avaient une probabilité de conversion estimée « comparable » à celle des exploitations effectivement converties).

La différence estimée entre ces deux évolutions représente ainsi le véritable effet de la conversion au bio sur l'emploi. Les auteurs trouvent notamment qu'**en moyenne, trois ans après la conversion au bio d'une exploitation conventionnelle, la quantité totale de travail agricole est plus élevée que dans une exploitation qui serait restée au conventionnel. L'écart correspond à 0,08 UTA supplémentaires par exploitation, soit près d'un mois de travail à temps complet sur une année.**

Les résultats de ces analyses convergent et permettent donc de conclure que **le contenu en emploi agricole de la demande de produits biologiques est plus élevé que le contenu en emploi de la demande des mêmes produits issus de l'agriculture conventionnelle.**

Au-delà des emplois agricoles, il importe aussi d'examiner le potentiel de créations d'emploi dans la transformation et dans la distribution (alimentaires et non-alimentaires). **A priori, l'augmentation de la part de produits biologiques dans le panier des ménages n'a pas d'impacts significatifs à l'aval du cycle de production :** au-delà des chaînes d'approvisionnement, le nombre de personnes nécessaires pour confectionner le produit fini, le transporter et le mettre à la vente n'est pas censé changer.

En pratique cependant, l'impact sur l'emploi peut se révéler positif, en particulier parce que les produits biologiques sont commercialisés dans certains lieux d'achats spécialisés. Malgré la montée des grandes et moyennes surfaces au cours des dernières années, les magasins spécialisés en produits biologiques détiennent toujours une part du marché bio très élevée (37,1 % en 2016, cf. Tableau 6).

²¹⁹ Massis D. et Hild F. (2016), « La pratique de l'agriculture biologique créatrice d'emploi ? Une évaluation de l'impact du bio sur la quantité de travail agricole », *Agreste Les Dossiers*, n. 35.

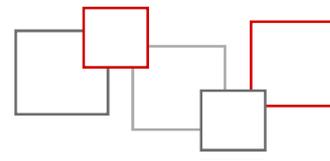


Tableau 7 : Évolution des principaux circuits de distribution des produits alimentaires bio de 2012 à 2016

| En millions € | Chiffres d'affaires TTC | | | | | | | Croissance | Part du marché bio |
|-------------------------------------------|-------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------------|
| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | | |
| Grandes et Moyennes Surfaces | 1 617 | 1 844 | 1 910 | 2 035 | 2 224 | 2 469 | 3 024 | 22,5% | 44,9% |
| Distribution spécialisée bio en réseau | 855 | 950 | 1 078 | 1 212 | 1 365 | 1 624 | 2 030 | 25,0% | 30,1% |
| Distribution spécialisée bio indépendante | 367 | 377 | 347 | 339 | 361 | 395 | 467 | 18,2% | 6,9% |
| TOTAL dist. spé. Bio | 1 222 | 1 326 | 1 425 | 1 551 | 1 725 | 2 019 | 2 497 | 23,7% | 37,1% |
| Artisans-Commerçants | 159 | 170 | 193 | 220 | 238 | 274 | 326 | 19,2% | 4,8% |
| Vente Directe | 389 | 423 | 492 | 577 | 643 | 772 | 889 | 15,1% | 13,2% |
| TOTAL | 3 387 | 3 764 | 4 020 | 4 383 | 4 830 | 5 534 | 6 736 | 21,7% | 100% |
| Part de l'AB | 1,9% | 2,0% | 2,1% | 2,3% | 2,6% | 2,9% | 3,5% | | |

Note : Série mensuelle CVS CJO aux prix de l'année précédente – produits agricoles, sylvicoles, pêches, produits agroalimentaires dont tabacs.

Source : Agence Bio

Dès lors, si la structure du marché des circuits de distribution bio reste inchangée, la croissance du bio pourrait être favorable à l'emploi dans les magasins spécialisés proportionnellement plus intensif en emplois, même si cet effet resterait probablement relativement modeste. C'est ce que montre la comparaison du nombre d'emplois (en ETP par m² en moyenne) dans les commerces alimentaires « généralistes » et au sein des magasins spécialisés en distribution bio :

- le bilan 2016 de la distribution Bio (Natexbio) estime à 2606 le nombre de magasins spécialisés répartis sur l'ensemble du territoire français, d'une taille moyenne de 175 m². 15 300 emplois ETP sont redevables du commerce spécialisé bio, soit 0,034 ETP par m².
- selon une note de l'INSEE parue en 2017²²⁰, les commerces alimentaires non spécialisés en France métropolitaine en 2014 avaient, en moyenne, une surface de 740 m² et 15 emplois ETP (soit 0,02 ETP par m²).

Pour finir, il convient de rappeler que la demande de produits biologiques peut aussi contribuer au maintien d'un certain nombre d'emplois qui pourraient autrement être potentiellement menacés. C'est le cas par exemple de la filière cosmétique pour laquelle le bio constitue un relai de croissance.

A ces effets de nature à avoir un impact positif en matière, s'ajoutent toutefois d'autres effets de nature moins favorable.

L'un des traits caractéristiques du cycle de production des produits « plus sains » consiste en l'« innovation par retrait »²²¹ : sans pesticides, sans additifs, sans OGM, sans substances toxiques ou cancérigènes... jusqu'à en arriver à la volonté du consommateur de maîtriser l'intégralité du contenu du produit. Cette caractéristique est particulièrement évidente pour l'agriculture biologique qui se structure autour du non-recours aux produits

²²⁰ = Kfoury J. et Trevien C. ,INSEE (2017), « Les points de vente du commerce de détail », *Insee Première*.

²²¹ Goulet F. et Vinck D. (2012), « L'innovation par retrait. Contribution à une sociologie du détachement », *Revue française de sociologie*, Vol. 53.



phytosanitaires de synthèse, aux engrais azotés minéraux, ainsi qu'une moindre utilisation d'antibiotiques et d'additifs au niveau de la transformation du produit.

Dès lors, le développement de l'offre bio va se traduire par une diminution de la demande d'un certain nombre d'intrants, susceptibles d'avoir un effet négatif sur l'offre française et sur l'emploi correspondant.

A ce titre, les entreprises de l'Union des Industries de la Protection des plantes (qui produisent des produits phytosanitaires de synthèse) et de l'Union des industries de la fertilisation agricole (qui produisent les engrais azotés) emploient respectivement 5 500 et 3 800 emplois directs en France en 2016. Dans l'hypothèse d'une transition massive et rapide de la demande des ménages vers l'agriculture biologique, certains de ces emplois pourraient alors devenir vulnérables.

En pratique, ils ne sont pas nécessairement menacés dès lors que l'offre de production dans ces secteurs évolue et compte tenu de la part importante que représentent les exportations. L'effet négatif sur l'emploi serait donc probablement modeste.

5.2 Les impacts de la consommation des produits labellisés biologiques sur la structure et la localisation des emplois

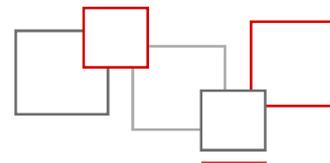
A parité de superficie et orientation technico-économique de l'exploitation, les emplois de l'agriculture biologique diffèrent quelque peu des emplois « conventionnels ».

Cette différence porte d'abord sur les **compétences requises** : si le « socle commun » des compétences des agriculteurs est similaire, certaines compétences complémentaires sont demandées aux agriculteurs biologiques afin notamment de **savoir adapter leurs modes de production aux exigences du cahier de charges** – selon une étude réalisée par l'Observatoire régional de la formation et de l'emploi en agriculture de la région Languedoc-Roussillon²²², cette méthode de production implique notamment de prêter davantage d'attention :

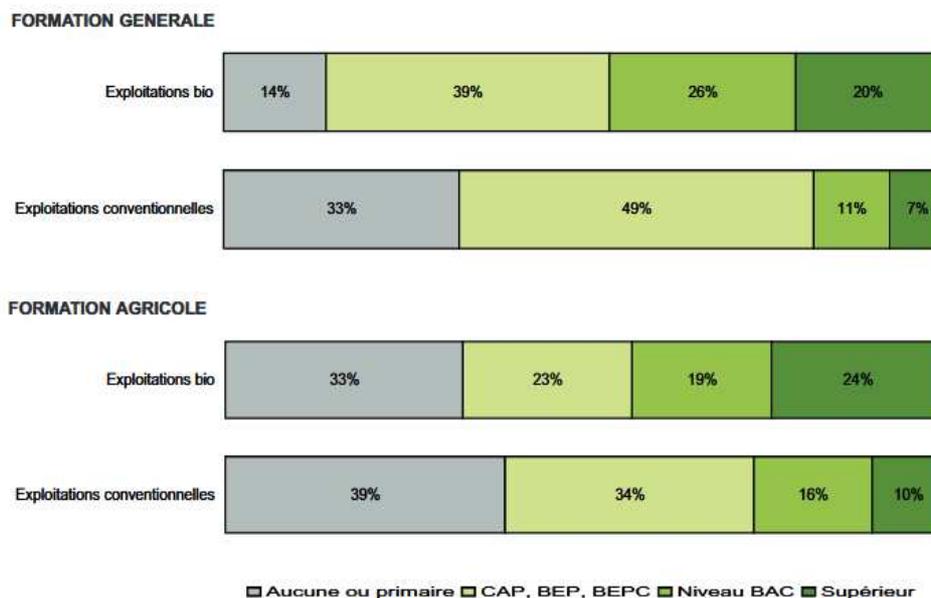
- à l'apparition des premiers symptômes de maladie des plantes *via* des passages plus fréquents et une veille accrue, en maîtrisant le réglage du matériel de traitement ainsi que les conditions de traitement (en effet, les traitements phytosanitaires autorisés en bio sont en effet moins efficaces) ;
- à l'apport en nutriments des engrais organiques qui, contrairement aux engrais minéraux, influencent la structure du sol et ont des systèmes d'épandage différents ;
- à la lutte contre les adventices qui nécessite en bio une intervention mécanique ou manuelle (ne pouvant plus passer par un désherbage chimique).

Cette différence se retrouve aussi dans les **profils des agriculteurs**. Selon Bruley (2013, op. cit.) **les exploitants bio sont en moyenne plus jeunes et plus diplômés que leurs homologues en agriculture nelle²²³ : 20 % ont un niveau de formation post baccalauréat dans l'enseignement général ou technique contre 7 % de ceux qui sont en conventionnel** (cf. Graphique 28).

²²³ Cette différence peut en particulier tenir à un effet « noria » : les jeunes, plus diplômés, sont plus présents dans des filières nouvelles que les anciens pour qui la conversion peut s'avérer plus difficile.



Graphique 28 : Des exploitants bio plus diplômés



Lecture : Parmi les exploitants bio issus d'une formation générale, 20 % ont un diplôme de niveau supérieur au BAC, contre 7 % pour les exploitants conventionnels issus du même type de formation.

Source : Bruley (2013), *op. cit.*

Au-delà des écarts d'âge et de qualification, **la structure des emplois générés par l'agriculture biologique diffère aussi de par la part plus importante d'emplois salariés et le recours accru au temps partiel**²²⁴: alors que la structure de l'emploi dans les exploitations agricoles conventionnelles est pour plus de deux tiers d'origine familiale, 44 % de l'emploi dans les exploitations biologiques est salarié ; de même, sur le nombre moyen d'UTA par exploitation bio (2,4), 0,4 sont saisonniers, contre 0,15 sur 1,5 en conventionnel²²⁵. Ce rééquilibrage peut s'expliquer, du moins pour partie, par la surreprésentation des exploitations fortement saisonnières en agriculture biologique (il s'agit en particulier des exploitations de fruits et légumes).

Les aspects liés au différentiel de **rémunération** des agriculteurs entre conventionnel et bio méritent également d'être analysés. Une étude récente de l'INSEE²²⁶ montre que **la rentabilité du bio est en moyenne plus importante pour les trois cultures étudiées** :

- **viticulture** – un viticulteur bio génère en moyenne un excédent brut d'exploitation (EBE) de 6 400 euros par hectare exploité contre 3 700 pour les viticulteurs conventionnels : malgré un contenu en emploi plus important, la production biologique est valorisée dans les prix de vente des vins (10 à 40 % supérieurs à leurs homologues conventionnels) et grâce à de moindres dépenses pour les intrants chimiques ;

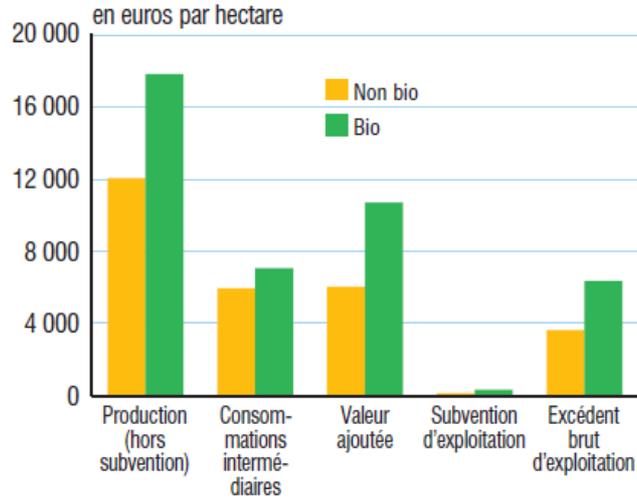
²²⁴ Mahé T. et Lerbourg J. (2012), *op.cit.*

²²⁵ Sautereau N. et Benoit M. (2016), *op. cit.*

²²⁶ Dedieu M-S et al. (2017), *Les exploitations en agriculture biologique : quelles performances économiques*, Les acteurs économiques et l'environnement, INSEE Références.



Graphique 29 : Indicateurs de performances économiques AB/AC en viticulture



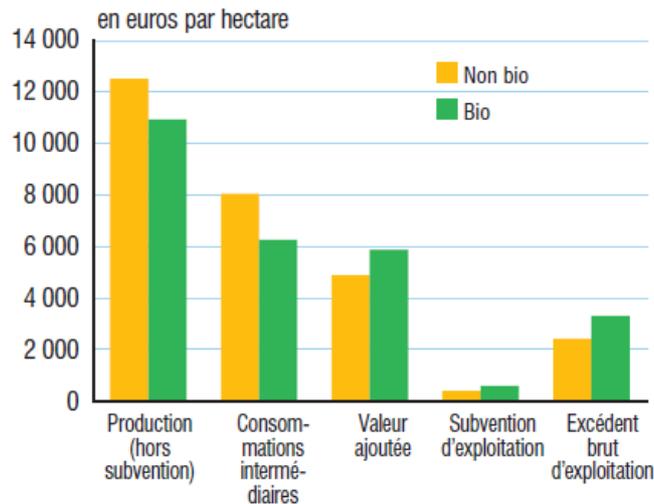
Lecture : Le chiffre d'affaires des viticulteurs bio est égal en moyenne à 17 000 euros par hectare contre environ 12 000 euros pour les exploitations conventionnelles.

Champ : France métropolitaine, exploitations au régime fiscal des BRA, exploitations spécialisées en viticulture.

Source : INSEE(2017), op. cit. Données SSP, ESEA 2013 - Agrfin 13-14.

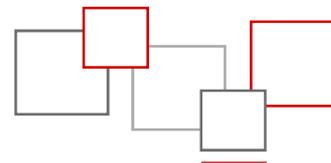
- **maraîchage** – un hectare en maraîchage de plein air génère 3 300 euros d'EBE contre 2 500 en production conventionnelle. Ce résultat moyen cache toutefois des écarts importants entre les exploitations bio : alors qu'un quart des fermes légumières bio dégagent moins de 1 800 euros d'EBE par hectare, un quart en retire plus de 7 900 euros ;

Graphique 30 : Indicateurs de performances économiques AB/AC en maraîchage de plein air



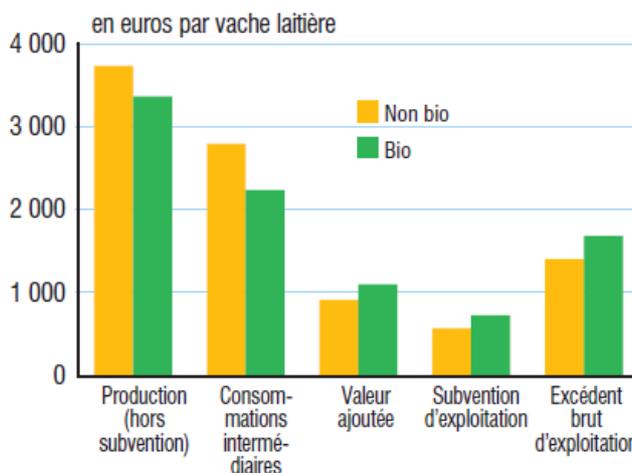
Champ : France métropolitaine, exploitations au régime fiscal des BRA, exploitations spécialisées en maraîchage de plein air.

Source : INSEE (2017), op. cit. Données SSP, ESEA 2013 - Agrfin 13-14.



- **production de lait de vache** – en dépit d'une productivité moindre (de 20 à 25 % par rapport aux élevages conventionnels), les exploitations biologiques sont plus rémunératrices pour l'éleveur, « *principalement en raison d'un recours moins important aux aliments concentrés et au maïs ensilage dans l'alimentation des animaux et du choix de races plus rustiques* ». Les aides à l'agriculture biologique y sont aussi pour quelque chose, car le fait que le prix du lait bio soit plus élevé (en moyenne de 18 % à celui du lait conventionnel) n'aurait pas été suffisant afin d'obtenir un EBE moyen supérieur à celui des éleveurs conventionnels.

Graphique 31 : Indicateurs de performances économiques AB/AC en production laitière de vache



Champ : France métropolitaine, exploitations au régime fiscal des BRA, exploitations spécialisées en bovins production laitière.

Source : INSEE (2017), op. cit. Données SSP, ESEA 2013 - Agrfin 13-14.

Au-delà des rémunérations, la nature des emplois peut également différer en ce qui concerne les **conditions de travail**. Ainsi un certain nombre d'études sociologiques se sont concentrées sur l'intensité du travail et le bien-être des agriculteurs biologiques. En particulier, Dupré *et al.* (2016)²²⁷ rendent compte du **paradoxe existant entre une charge de travail accrue pour les exploitations étudiées (au vu des contraintes économiques et agronomiques du bio) et le « sens retrouvé du métier » que semblent mettre en avant les agriculteurs**. Au-delà de la reconnaissance sociale ressentie autour du bio, un rapport de l'INRA²²⁸ explique les raisons qui peuvent expliquer ce paradoxe : « *maîtrise de l'ensemble des cycles de production, que la fragmentation des tâches et l'application de traitements standardisés réduisent fortement en AC, plus grande autonomie intellectuelle et plus grand accomplissement dans le travail ; le travail en AB rend les défis techniques plus complexes, remet l'observation au cœur du métier, permet une diversification des tâches et requiert des compétences également plus diversifiées* ».

La localisation de l'emploi lié au système de production biologique

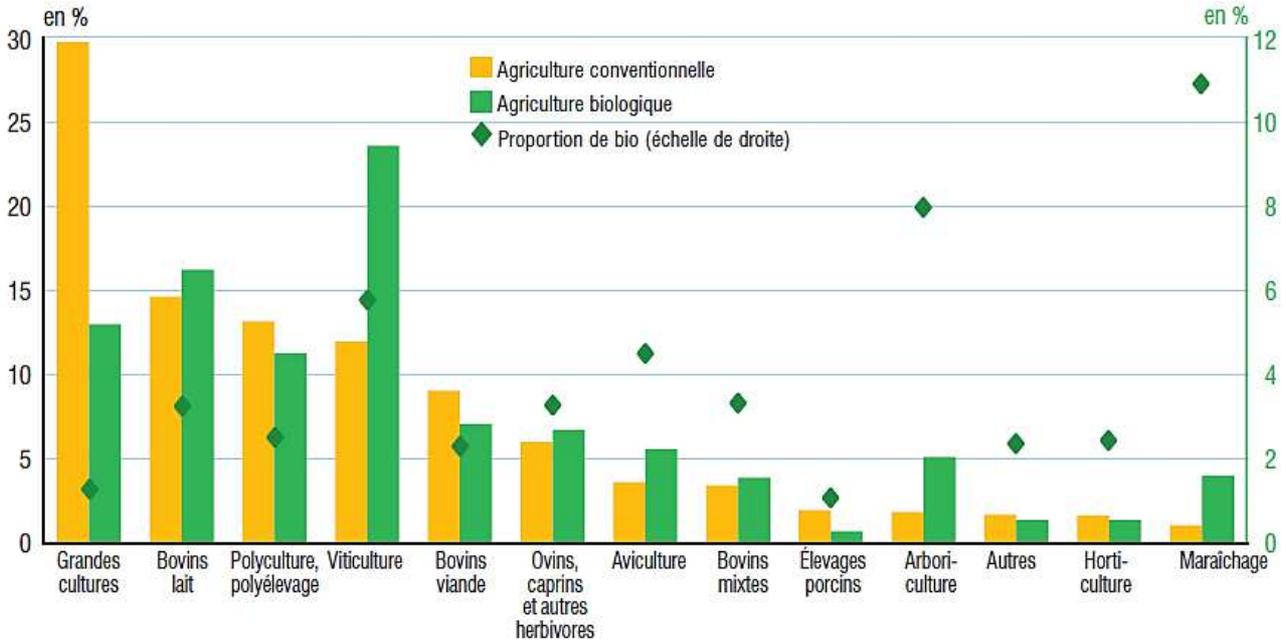
Une augmentation de la consommation des ménages de produits biologiques pourrait également avoir des impacts sur la localisation de l'emploi agricole. L'implantation des exploitations bio diffère en effet sensiblement de

²²⁷ Dupré L. *et al.* (2016), « Short food supply chains, long working days: active work and the construction of professional satisfaction in french diversified organic market gardening », *Sociologia Ruralis*.



la répartition générale des activités agricoles (cf. Graphique XXX), compte tenu notamment de la **surreprésentation de certaines cultures en bio** (notamment la viticulture, le maraîchage et l'horticulture).

Graphique 32 : Répartition des exploitations selon les principales productions et proportion d'exploitations en bio par production en 2013

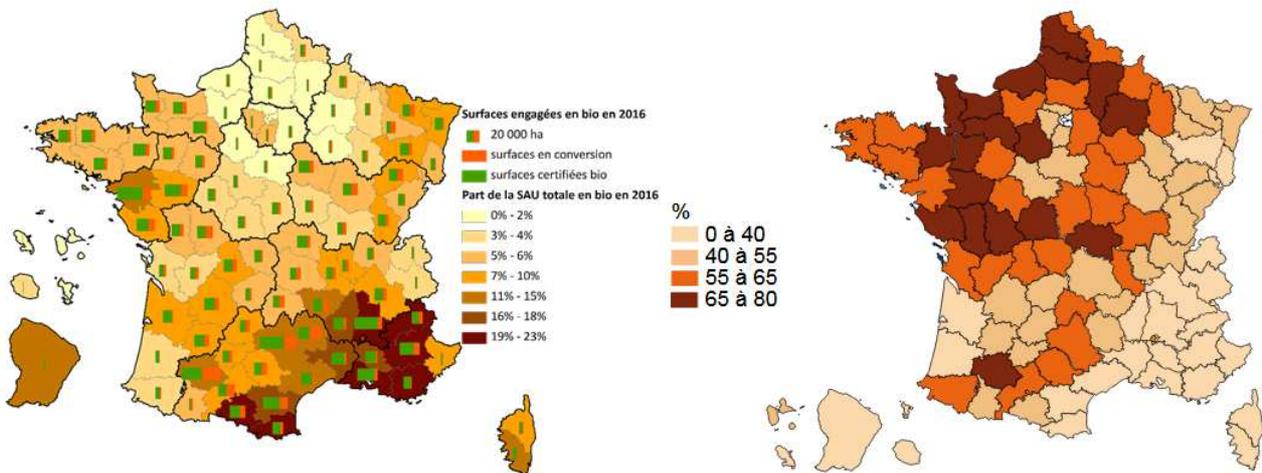


Lecture : 24 % des exploitations biologiques et 12 % des exploitations conventionnelles sont spécialisées en viticulture. La proportion d'exploitations biologiques au sein des exploitations spécialisées en viticulture est de 6 %.

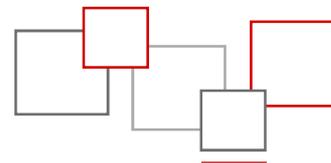
Source : INSEE (2017), op. cit. Données SSP, ESEA 2013 - Agrfin 13-14.

Pour s'en rendre compte, il suffit de comparer la distribution départementale des exploitations biologiques à la part de la surface agricole utilisée (SAU) dans la surface totale en France :

Cartes 2 : Distribution des exploitations bio vs distribution de la part de SAU dans la surface totale



Source : Agence Bio (2016) à gauche, Agreste – Statistique agricole annuelle (2016, semi-définitive) à droite



Ainsi, en 2016 la plupart des fermes biologiques sont concentrées dans trois régions du sud de la France (8 156 en Occitanie, 5 475 en Auvergne-Rhône-Alpes et 5 316 en Nouvelle-Aquitaine), tandis que c'est dans le nord-ouest que plus de 60 % de la surface totale disponible est destiné à l'agriculture. Il restera à savoir si le bio altère ou pas les spécialisations régionales en matière agricole avec des déplacements d'emplois à la clé

Dès lors que le périmètre de l'analyse dépasse les frontières nationales, il est aussi important de rappeler que **les emplois générés par l'agriculture biologique dans les fermes**, plus nombreux que les emplois générés par l'agriculture conventionnelle, **contribuent à redynamiser les filières locales** (dès lors qu'il est largement commercialisé en circuits courts). Pour autant, l'offre bio française reste encore insuffisante en volume : la production bio nationale demeure insuffisante pour répondre à la demande nationale, comme pour le porc par exemple, ce qui se traduit alors par des importations importantes de produits bio (31 % des produits bio consommés en France étaient importés en 2017, contre 29 % en 2016, soit une hausse de 2 points de pourcentage²²⁹).

5.3 Les conditions de réalisation des impacts potentiels sur l'emploi : la question du bouclage macroéconomique

La réalisation des potentiels de créations et destructions d'emplois, ainsi que le renforcement des impacts observés sur la structure et la localisation de l'emploi, dépendent d'un côté de la compétitivité de l'offre nationale, et de l'autre des scénarios d'évolutions de la demande. En ce sens, selon les scénarios envisageables pour l'évolution de la consommation de produits bio, les effets sur l'emploi seront d'une ampleur et d'une rapidité différentes.

Une analyse réalisée par Benoit *et al.* (2015)²³⁰ propose deux scénarios d'évolution du bio selon son importance relative dans la surface agricole utilisée :

- un premier, « **AB minoritaire** », estimant un maintien du niveau actuel de diffusion de l'agriculture biologique ;
- un deuxième, « **AB significative** », faisant l'hypothèse d'un développement significatif de ce mode de production (20 % de la SAU et plus).

Le tableau XXX résume les questionnements les plus importants mis en évidence par les auteurs autour de chaque scénario.

Tableau 7 : Evolution des questionnements autour de l'AB selon son importance relative dans la SAU

| AB minoritaire | AB significative |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Maintien de prix rémunérateurs | Risque de tension sur les prix (concurrence des importations) |
| Circuits courts possibles et lien avec le consommateur | Part de la grande distribution importante -> risque de ten- |

²²⁹ Source : Agence bio.

²³⁰ Benoit M. *et al.* (2015), *Le Bio peut-il nourrir le monde ?*, texte fondé sur une présentation faite lors de l'Exposition universelle de Milan 2015, dans le cadre du Cycle de conférences-débats organisé par le Commissariat Général de la France à l'Institut français de Milan, en partenariat avec l'Alliance nationale de recherche pour l'environnement (AllEnvi).



| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| | sion sur la rémunération des producteurs |
| Le système bio « profite » indirectement de l'utilisation de pesticides de la part des producteurs conventionnels, qui contribuent à réduire les populations de ravageurs et les maladies des plantes | La non-utilisation de produits chimiques à grande échelle : - un risque : pression plus élevée des ravageurs ; - une opportunité : optimisation des processus biologiques à grande échelle |
| Isolement technique et social des producteurs (cf. agriculteurs biologiques dans le Nord de la France) | Dynamique collective |
| Des systèmes de production largement fondés sur les principes de l'AB | Cohabitation de deux types de systèmes de production (bio à deux vitesses) : fermes familiales selon les principes de l'AB vs grandes fermes plus opportunistes ? |
| Formation agricole et volet recherche limité | Adaptation et investissements dans la recherche |

Source : Benoit et al. (2015), *op. cit.*

Du côté de la demande, il convient de rappeler que 31 % des produits alimentaires biologiques consommés en France sont importés en 2017, avec une part d'exportations concentrée, pour deux tiers de sa valeur, sur les seuls vins²³¹.

De fait, le développement de la production bio française exigera aussi une amélioration de sa compétitivité. Selon une étude de cas réalisée par la Commission Européenne²³², l'une de ses faiblesses peut s'expliquer par un prix à la vente jugé trop élevé qui « décourage la consommation des ménages » (cf. Tableau XXX). **Ainsi, malgré l'évolution très importante du nombre des exploitations biologiques au cours des dix dernières années, un changement d'échelle de la demande pourrait se traduire par une hausse du recours aux importations (si les prix des produits biologiques importés demeurent compétitifs par rapport aux prix domestiques). Cela pourrait alors avoir un impact négatif sur l'emploi français.**

Plus généralement, les prix plus élevés des produits biologiques, même si l'écart devrait se réduire, pourraient avoir un effet revenu négatif sur la consommation des ménages. Une réduction de la quantité de produits consommés pourrait alors, selon leur origine, contrebalancer les effets positifs sur l'emploi mis en avant ci-dessus (i.e. un contenu en emploi français des produits biologiques *a priori* plus important).

Une étude parue en 2016²³³ tente d'estimer l'impact sur l'emploi agricole et dans les autres secteurs de l'économie du développement d'un nouveau modèle agricole caractérisé par une baisse importante des intrants dans la production agricole et faisant une part bien plus large à l'agriculture biologique (la moitié des terres arables seraient notamment converties au bio en 2050)²³⁴ : c'est le scénario Afterres de l'association Solagro²³⁵ à l'horizon 2030 déjà présenté *supra*. Les auteurs fondent en outre leur analyse sur deux hypothèses importantes :

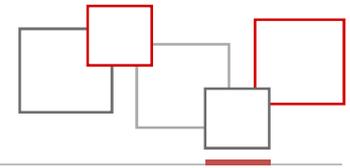
²³¹ Audition de M. Florent GUHL devant le COE le 6 mars 2018.

²³² Commission européenne (2016), « Distribution of the added value of the organic food chain », *Direction générale pour l'agriculture et le développement rural*.

²³³ Bâ M. et al. (2016), « L'effet sur l'emploi d'une transition écologique de l'agriculture en France : le cas du scénario Afterres », *Courrier de l'Environnement de l'INRA*, n. 66.

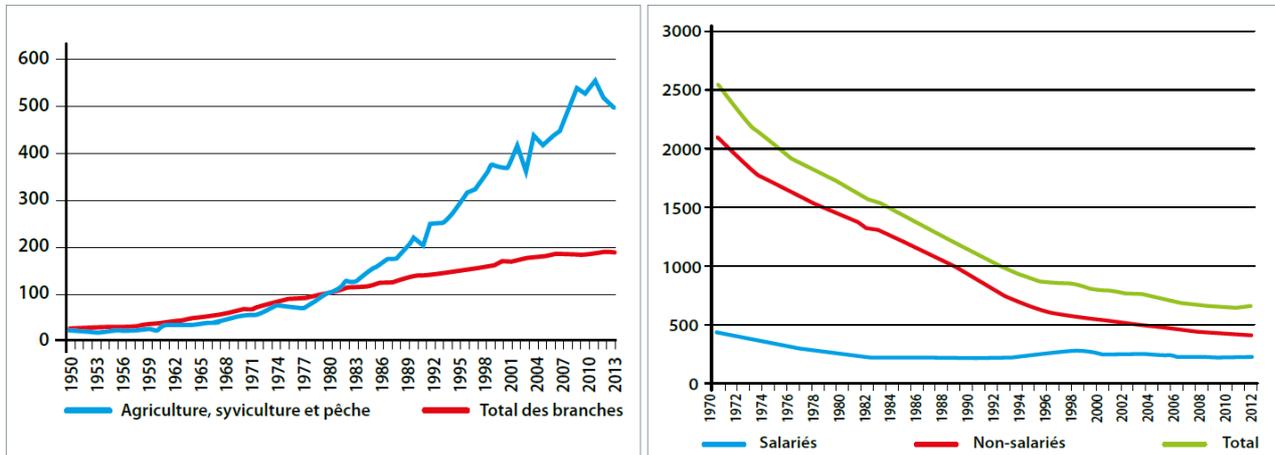
²³⁴ Ce scénario prévoit notamment « un régime de consommation alimentaire moins carné, moins lacté et moins sucré. [...] Les cultures se partagent entre agriculture biologique, agriculture conventionnelle (en régression progressive) et agriculture intégrée, une voie intermédiaire entre agriculture intensive et agriculture biologique. L'élevage se partage entre un système conventionnel (en régression progressive) et un système d'élevage sous label ».

²³⁵ Afeterres (2016), Le scénario 2050 – version 2016.



- une hypothèse d'évolution de la productivité du travail agricole de 0,75 % par an, en ligne avec l'évolution estimée par l'INSEE entre 2005 et 2011 (cf. Graphique XXX) ;

Graphique 33 : Evolution de la productivité et de l'emploi dans le secteur agricole



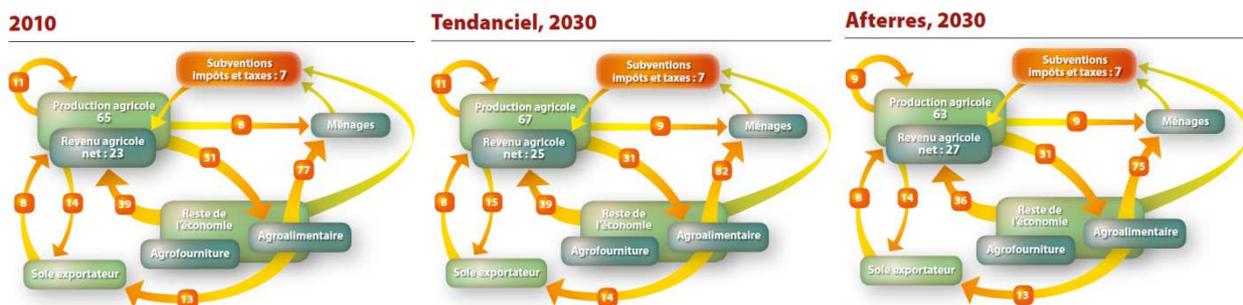
Note : Dans la figure de gauche, la productivité du travail agricole vaut 100 en 1980 (année base). A droite, nombre d'emplois en milliers.

Source : ATERRES (2016), Le scénario 2050 – version 2016.

- une hypothèse de surcoût des produits issus de l'AB de 25 % (soit une réduction de 1 point de pourcentage par an par rapport à la situation actuelle) et des produits issus de l'agriculture intégrée de 10 % (la moyenne entre bio et conventionnel).

La Figure XXX schématise les principaux flux monétaires estimés par les auteurs entre les grands secteurs économiques en 2010 et puis en 2030 (selon le scénario tendanciel et selon le scénario Afterres).

Figure 11 : Schématisation des principaux flux monétaires entre les grands secteurs économiques



Note : Flux monétaires en milliards d'euros

Source : ATERRES (2016), op. cit.



Par rapport au scénario tendanciel, le revenu agricole augmenterait dans le scénario Afterres de deux milliards d'euros et les ménages économiseraient sept milliards²³⁶ qui seraient alors réinjectés dans l'économie selon la structure de la consommation actuelle. Ainsi, dans ce scénario de transformation du modèle agricole, on aboutirait à un **solde net de 134 000 emplois créés à l'horizon 2030 par rapport à 2010 tous secteurs confondus. Cela équivaldrait à 125 000 emplois supplémentaires en 2030 par rapport au scénario tendanciel.** Le tableau XXX contient une répartition par branche de ces créations.

Tableau 8 : Ecart en nombre d'emplois en 2030 (Afterres vs scénario tendanciel et Afterres vs 2010)

| Branche | Afterres vs Tendanciel | Afterres vs 2010 |
|-------------------|------------------------|------------------|
| Agriculture | 57 000 | 2 000 |
| Agroalimentaire | - 60 000 | 4 000 |
| Autres industries | 16 000 | 17 000 |
| Construction | 17 000 | 21 000 |
| Restauration | 26 000 | 48 000 |
| Autres services | 69 000 | 41 000 |
| Ensemble | 125 000 | 134 000 |

Source : AFTERRRES (2016), op. cit.

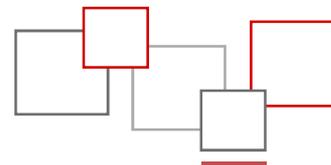
Les limites de cet exercice sont toutefois significatives : à titre d'exemple, les modèles de transport et de distribution des denrées alimentaires exploités sont identiques à ceux de 2010. Or il a déjà été montré comme ces deux secteurs pouvaient être impactés par une augmentation de la demande de produits biologiques. De la même manière, le modèle ne prend pas en compte les possibles incitations ou contraintes réglementaires supplémentaires qui pourraient être instituées, même s'il table sur une diminution par deux des externalités négatives.

Néanmoins, les ordres de grandeur mis en avant confirment les analyses effectuées en équilibre partiel : **la consommation de produits « plus sains », et en premier chef de produits bio, est susceptible de générer de créations nettes d'emplois, mais à certaines conditions (baisse des prix pour réduire l'écart avec la consommation conventionnelle, construction d'une offre nationale compétitive, dynamisme de la demande finale des ménages, diminution des externalités négatives).** Il faut dès lors veiller à ce que ces conditions soient réunies pour que ces nouvelles attentes des consommateurs puissent avoir un impact positif sur l'emploi français.

²³⁶ Baisse notamment liée à la diminution significative des consommations intermédiaires dans la production agricole et à une diminution de la production agricole globale. Selon ce scénario, « la hausse des prix agricoles impacte également le pouvoir d'achat des ménages, mais cette fois c'est l'effet volume qui prime : les ménages achètent un peu moins et surtout des produits moins chers : plus de céréales et moins de viande, aussi la facture de l'alimentation des ménages diminue ».

Relevé de conclusions : Une grille d'analyse commune pour analyser l'impact des nouvelles tendances de consommation sur l'emploi

Quatrième partie



Les attentes des consommateurs

1. **Les nouvelles tendances de consommation étudiées dans le présent rapport, qui correspondent à des aspirations de mieux en mieux ancrées dans les esprits, se traduisent de plus en plus par des comportements effectifs d'achat.** Elles sont très probablement appelées à se poursuivre et à s'amplifier. Les jeunes y semblent en effet particulièrement sensibles et les préoccupations qu'elles traduisent – l'envie de produits sains ou l'impact de la consommation sur le climat, par exemple – sont de long terme. Elles constituent par ailleurs un phénomène qui dépasse largement nos frontières.
2. **Bien sûr, le poids de ces tendances dans la consommation actuelle ne saurait être surévalué.** Les comportements d'achat effectifs des consommateurs demeurent complexes : ils résultent d'arbitrages variés entre des aspirations diverses, parfois contradictoires, et toutes les contraintes notamment budgétaires qui entourent l'acte d'achat. Les aspirations des consommateurs peuvent ainsi être plus ou moins rapides à se traduire dans les faits. Elles n'en constituent pas moins, d'ores et déjà, un cadre à développer pour l'évolution de l'offre productive nationale et les politiques publiques, qu'il s'agisse des politiques de l'emploi, de la formation ou, naturellement, des politiques agricoles et industrielles.

Des opportunités pour l'emploi

3. **Les analyses conduites dans le présent rapport montrent qu'elles sont porteuses de nombreuses opportunités pour l'emploi en France et pour l'emploi dans les territoires** (maintien/créations d'emploi agricole, artisanal, dans les PME, dans la distribution, l'économie sociale et solidaire). Pour certains territoires, elles peuvent même constituer l'occasion d'un nouveau départ. Ces opportunités pour l'emploi sont d'ampleur et de nature très variables selon les tendances concernées.

A titre illustratif :

- **la consommation de produits locaux via les circuits courts** entraîne une augmentation des emplois agricoles (2,3 ETP par exploitation en circuit court contre 1,5 pour les exploitations en circuits longs) ; la production en circuit court nécessite 2,8 emplois directs pour 100 000L de lait traité, contre un emploi pour 100 000L pour l'ensemble de la laiterie française ;
- **dans l'économie circulaire** : l'emploi dans les activités « cœur de l'économie circulaire » a progressé entre 2008 et 2013 avec un gain de 55 000 ETP (+11 %) mais aussi dans les activités « connexes » avec une augmentation de 58 000 (+12 %). Le recyclage de 10 000 tonnes supplémentaires de déchets se traduit par une création d'emplois allant de 3 à 11 ETP en fonction du type de leur valorisation (50 ETP pour les produits usagés complexes). Selon l'ADEME, le nombre d'emplois dans les activités de réemploi/ réutilisation des biens ménagers a plus que doublé entre 2012 et 2017, passant de 15 000 ETP à 35 000 ETP ;
- l'emploi salarié dans le **secteur de la location** a plus que doublé entre 1995 et 201, passant de 15 000 à 35 000 emplois ;
- **les métiers verts** ont augmenté de 9,1 % (2,4 % pour les métiers verdissants) entre 2007 et 2012. Le gain net positif à moyen terme (2050) est estimé jusqu'à 800 000 emplois selon le scénario ADEME 2030-2050 ;
- la progression des emplois liés à l'agriculture biologique (production, transformation et distribution) est de 9,5 % en moyenne par an entre 2012 et 2017 (alors que le nombre d'emplois agricoles baisse de 1,1 % en moyenne par an entre 2010 et 2015), en accélération en dernière période avec une progression de 14% sur la dernière année. C'est notamment dans le secteur de la transformation et de la distribution que l'emploi a connu la plus forte croissance avec 19 400 nouveaux ETP entre 2012 et 2017, soit un bond de près de 80 % en cinq ans.
- **le commerce équitable de produits français** : des emplois auraient été maintenus sur 3 500 fermes ;
- **l'étude conduite par le Secrétariat général du COE** montre que, selon les scénarios retenus pour les comportements des ménages, **une modification du comportement des consommateurs conduisant à la relocalisation en France de 10 % de leur consommation actuelle de biens importés conduirait à une création nette d'environ 150 000 emplois**, ce dernier chiffre pouvant résulter de la confrontation d'un nombre de créations et de destructions d'emplois d'une ampleur significative. Et cela sans tenir compte des effets d'entraînement sur l'économie française.

4. **Ces créations d'emploi empruntent des canaux variés.** Il peut s'agir :

- d'une plus grande intensité en main d'œuvre



Par exemple, dans le commerce équitable français, les magasins bio équitables comportent en moyenne 3 fois plus d'employés pour 100 mètres carrés de vente que la moyenne des grandes et moyennes surfaces.

Selon les études menées par le CIREA, le nombre d'équivalents temps plein par million d'euros de dépense est plus élevé dans des secteurs comme les transports urbains de voyageurs, les travaux d'isolation, la sylviculture, le gaz, le transport aérien, la cokéfaction. Par exemple, dans le transport urbain de voyageurs, chaque million d'euros de dépense entraîne la création d'un peu plus de 16 emplois, contre 5 emplois dans l'industrie automobile ;

- d'une augmentation du chiffre d'affaires

Si le lien avec l'emploi n'est pas établi, des études montrent que de meilleures pratiques sociales et environnementales peuvent contribuer à augmenter le chiffre d'affaires jusqu'à 20% (Rochlin, Jordan et Yaffe Kiser). Les auditions d'entreprises menées par le Conseil montrent également que l'obtention de labels du type France Terre Textile, ou autres labels attestant de la qualité et de l'origine, peuvent contribuer à l'augmentation du chiffre d'affaires et donc à l'emploi.

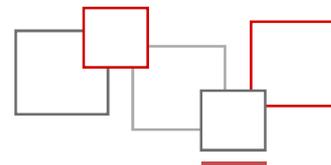
- d'une moindre propension à importer

C'est par exemple le cas (cf. études précédentes) dans les secteurs des énergies renouvelables et du transport, appelés à se développer dans le cadre de la transition énergétique. On peut également observer, s'agissant de l'économie circulaire, qu'elle concerne pour une large part des biens de consommation, et la mondialisation a conduit à ce que le solde commercial de la France soit en l'espèce en moyenne déficitaire. La prolongation de l'espérance de vie de ces biens pèse donc plus sur l'appareil de production de pays étrangers que sur celui de la France : il en résulte que le gain de pouvoir d'achat des ménages qui résulte de l'économie circulaire appliquée aux biens de consommation, pour autant qu'il soit orienté vers des types de consommation qui sont favorables à l'emploi en France, peut-être plus important que les pertes d'emploi liées à une moindre demande à l'appareil de production pour des biens de consommation.

- 5. Bien entendu, le nombre de ces créations d'emploi effectives ou potentielles est souvent évalué à court terme et dans les branches directement concernées : or, elles ont nécessairement un effet d'entraînement dans des secteurs connexes (par exemple la distribution, le tourisme local), sur la situation du marché du travail et l'économie en général.** Ainsi, dans le scénario de transition énergétique de l'ADEME, la progression des créations d'emplois et l'amélioration sensible de la balance commerciale ont un effet expansif sur la demande. Cet effet compense très largement l'effet récessif à court terme lié à la baisse de compétitivité des entreprises due à la hausse des prix de l'énergie. De la même manière, au niveau des territoires, un « effet multiplicateur » peut jouer, induisant de nouvelles dynamiques locales. Une étude a ainsi montré l'impact d'un magasin de producteurs sur son économie locale en retraçant les flux de dépenses, pour 100 euros de consommation chez ce magasin de producteurs, 260 euros circulent dans l'économie locale.
- 6. En outre, les évolutions susmentionnées peuvent impliquer d'importantes réallocations géographiques et sectorielles, avec des créations mais aussi des destructions d'emploi, des modifications de la chaîne de valeur, de nouveaux métiers ou des métiers transformés, un contenu, des méthodes et des conditions de travail différentes.** Par ailleurs, les personnes travaillant dans la production ou la distribution de ces produits ou dans des activités liées à leur cycle de vie peuvent présenter des caractéristiques différentes (sexe, âge, qualification), sans que des liens de causalité puissent toujours être bien établis.

A titre illustratif :

- **Réallocation géographique** : la géographie actuelle des circuits courts et du bio est marquée par de forts contrastes entre le Sud de la France très dense en exploitations biologiques et/ou utilisant les circuits courts et le Nord beaucoup moins. La densité d'exploitations ayant recours aux circuits courts est forte au sein de grands bassins de vie, comme l'Ile-de-France, ce qui peut alors contribuer à maintenir des emplois diversifiés autour des métropoles.
- **Réallocation sectorielle, avec des créations/destructions d'emplois** : selon une étude de l'OCDE sur la transition verte, les créations d'emplois atteindraient 0,5 % de l'emploi total et les destructions d'emplois en représenteraient 0,4 %. Pour Philippe Quirion, les destructions seraient concentrées dans les secteurs des énergies non-renouvelables (-125 000) et du transport (-200 000) tandis que les créations seraient particulièrement fortes dans le bâtiment (+400 000) et les énergies renouve-



lables (+300 000). Dans le bio, il faut prendre en considération des destructions potentielles d'emplois compte tenu de la diminution d'un certain nombre d'intrants (industries de la fertilisation agricole par exemple).

- **Nouveaux métiers / métiers transformés**, avec des méthodes et conditions de travail différentes: les nouveaux modes de consommation, et en particulier ceux tournés vers l'achat de produits plus verts, contribuent à l'émergence de nouveaux métiers. A titre illustratif ont été mentionnées l'émergence de nouvelles filières comme celles de la permaculture et de l'agriculture urbaine, mais aussi la transformation du contenu de nombreux métiers comme ceux liés au marketing et au développement durable. En ce qui concerne les conditions de travail, des études mettent en évidence, dans le bio, une charge de travail accrue dans les exploitations, mais aussi un « sens retrouvé du travail » mis en avant par les agriculteurs, avec une meilleure maîtrise de l'ensemble des cycles de production, une plus grande autonomie intellectuelle et une plus grande diversité des tâches à accomplir.
- **Caractéristiques d'emploi différentes** : le niveau de qualification des salariés des exploitations en circuits courts est en moyenne supérieur à celui des exploitations en circuits longs (31% contre 22% ont au moins un Bac) ; de même pour le bio, où l'on retrouve 20 % des agriculteurs ayant au moins le Bac contre 7 % en conventionnel. 46% des personnes exerçant dans des professions verdissantes possèdent un diplôme de niveau bac ou supérieur, soit une augmentation de 5 points en 5 ans. En ce qui concerne les compétences, les méthodes production bio nécessitent de prêter davantage attention à l'apparition de premiers symptômes de maladie des plantes, à l'apport en nutriments des engrais organiques, à la lutte contre les adventices. On peut également souligner le rôle joué par l'ESS et de l'IAE dans les emplois du domaine du recyclage. Une étude Le Basic pour Biocoop montre que la part d'emplois à temps partiel serait de 21% chez Biocoop, contre 35% en moyenne dans les grandes et moyennes surfaces. Dans les exploitations bio, on observe plus de recours au travail salarié et un recours accru au temps partiel et à l'emploi saisonnier, compte tenu de la surreprésentation des exploitations de fruits et légumes dans l'agriculture bio.

Des atouts et des défis

7. **En France, l'industrie et les services liés, ainsi que l'agriculture peuvent s'appuyer sur des atouts solides pour consolider et développer leur offre dans le contexte de ces évolutions.** Et cela compte tenu, par exemple :
 - de nombreux savoir-faire industriels (grands groupes et PME) et artisanaux de qualité, avec une main d'œuvre qualifiée, et de leur diffusion sur le territoire national;
 - du poids de notre agriculture et du secteur agroalimentaire ;
 - du positionnement national et international de nombre d'entreprises françaises, grandes, mais aussi des PME, sur des marchés d'avenir, comme la gestion des déchets, de la propreté et du recyclage, ou sur une offre d'avenir, en luttant par exemple contre l'obsolescence programmée (cf. Seb parmi les entreprises auditionnées par le Conseil, ou bien Michelin) ;
 - du volontarisme précoce et ambitieux des pouvoirs publics. C'est le cas en matière de lutte pour le climat et de protection de l'environnement, qui s'est traduit par des processus de normalisation rigoureux. C'est aussi le cas avec de nombreux plans sectoriels pour le développement de la croissance verte, du bio, de l'économie circulaire (soutien public à l'offre et à la demande, adaptation et développement des compétences) ;
 - du dialogue social qui contribue à faire de l'offre productive française une offre socialement plus responsable. A cet égard, le dialogue social de branche, voire interprofessionnel, pourrait jouer un rôle accru. Et cela, par exemple, au travers d'expérimentations de labellisation, comme cela a pu être fait, en matière d'épargne salariale, via le comité intersyndical de l'épargne salariale ;
 - du poids de l'économie sociale et solidaire, engagée de longue date pour répondre à ces nouvelles tendances de consommation, de sa large diffusion dans les territoires et du fait qu'elle permet d'impliquer dans ces nouvelles évolutions des personnes vulnérables ou éloignées de l'emploi ;
 - de la crédibilité et de la reconnaissance, française et internationale, de labellisations d'origine et de qualité, ainsi que des inspections et organismes chargés du contrôle de la qualité et de la sûreté des produits ;



- de l'attention portée, de longue date, par beaucoup d'entreprises françaises, aux démarches RSE qui se nourrissent d'un dialogue social avancé, ainsi que des législations européennes et nationales visant à les y encourager.

L'ensemble de ces atouts constitue un terreau très favorable répondre aux évolutions en cours de la demande et de l'offre, prendre de l'avance dans la compétition internationale par rapport à des évolutions qui apparaissent inéluctables en faisant valoir ce qui constitue déjà des facteurs français de compétitivité, et faire surgir de nouvelles dynamiques territoriales. Et cela avec des conséquences positives pour l'emploi.

8. **Le présent rapport a montré que les potentialités pour l'emploi liées à l'essor de la « consommation responsable » ne se réalisent pas forcément.** Il faut se départir de l'idée simple selon laquelle les nouveaux comportements dont il est question ici seraient source d'une demande supplémentaire et qu'il suffirait, en quelque sorte, de révéler ces gisements d'emplois latents afin de faire baisser durablement le chômage. Non seulement l'impact global sur l'emploi dépend, in fine de nombreux effets de bouclage macroéconomique (en tenant compte, notamment, du « coût complet » d'un éventuel soutien public national ou local) et d'une bonne articulation entre les filières et en leur sein, mais un bilan positif, tant sur le plan quantitatif que qualitatif, suppose une ambition globale, avec :
- une bonne information du consommateur. Les enquêtes montrent qu'elle n'est pas toujours au rendez-vous ou qu'elle ne suscite pas toujours la pleine confiance du consommateur. Or, cette confiance constitue une condition nécessaire au développement de l'offre dans la durée;
 - une offre productive compétitive au rendez-vous de ces nouvelles aspirations, ainsi qu'une distribution suffisante des produits « responsables »: faute de quoi ces nouvelles tendances de consommation peuvent se traduire par une pression sur le revenu des ménages, par une croissance des importations ou un reflux des exportations ;
 - la prise en compte des questions d'emploi dans les politiques publiques visant à accompagner la consommation ou la production « responsables » et dans leur évaluation en continu. Cela doit être fait, non seulement, de façon « verticale » (le bio, le vert, le commerce équitable, l'économie circulaire...) mais toutes tendances confondues, pour pouvoir prendre en considération, tant les interactions entre ces tendances que les réallocations sectorielles susceptibles d'intervenir ;
 - une bonne anticipation des besoins en compétences dans les métiers et les territoires là où c'est nécessaire et des initiatives pour favoriser leur adaptation et, si besoin, de bonnes reconversions professionnelles, en misant sur des formations innovantes ;
 - de tirer profit de ces opportunités nouvelles sur les territoires pour maintenir dans l'emploi des personnes fragiles, pour en faire sortir d'autres de situations de précarité ou de sous-emploi et pour ramener vers l'emploi des personnes qui en sont éloignées. Si le taux de chômage de longue durée a reculé en 2017, il demeure à un niveau élevé. En outre, comme l'a montré le Conseil, cet indicateur ne résume par les situations d'éloignement durable du marché du travail;
 - une attention accrue portée à la qualité de l'emploi. Si le présent rapport a montré que les aspirations de la « consommation responsable » résonnent avec des aspirations des travailleurs eux-mêmes, qui peuvent ainsi donner plus de sens à leur travail et à leur vie professionnelle, le caractère « responsable » des produits ou des services fournis n'est pas nécessairement synonyme de conditions de travail ou d'emploi, elles aussi, « responsables » ;
 - le dialogue social doit accompagner ces évolutions.



Annexe 1 : Etude du Secrétariat général

Quels effets sur l'emploi d'une relocalisation de la consommation des Français ?

1. Objet

La présente note décrit le contexte et la méthodologie d'une étude cherchant à estimer l'ampleur de l'« effet emploi » d'une relocalisation sur le sol français d'une partie de la consommation de produits finis actuellement importés par les ménages français, comme ces derniers en expriment l'intention dans les enquêtes d'opinion. Dans le cadre de cette étude, on retient l'hypothèse, conventionnelle, d'une relocalisation de 10 % de cette consommation de biens actuellement importés par les ménages.

2. Problématique

Les consommateurs français semblent être de plus en plus attentifs à l'origine des produits qu'ils achètent.

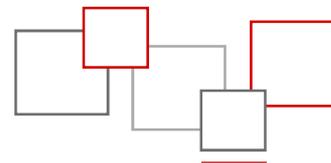
Les enquêtes « Consommation » du CREDOC montrent que, parmi les différentes raisons qui pèsent dans la décision d'achat de produits de consommation, le fait qu'un produit soit fabriqué en France était important pour 81 % des Français en 2012, contre 68% en 2007. Une autre analyse du CREDOC²³⁷ met en lumière que les Français se disent prêts, de manière croissante, à payer un peu plus cher un produit fabriqué en France : ils seraient ainsi trois sur cinq en 2014, contre deux sur cinq en 1997.

Cet engouement grandissant pour le Made in France peut être expliqué par l'envie des consommateurs d'avoir un impact économique territorial positif par le biais de leurs pratiques d'achat, en particuliers en termes de soutien de l'emploi français. En effet, selon un sondage réalisé par IFOP en 2014²³⁸, **94 % des Français considèrent qu'acheter un produit made in France est une façon de soutenir les entreprises françaises et 93 % pensent que cela permet de préserver l'emploi et les savoir-faire.**

Il est naturellement exact de considérer que, parce qu'elle rémunère les producteurs et les distributeurs, et parce qu'elle génère une demande intermédiaire « indirecte » de la part des entreprises tout au long du processus de production, la part des dépenses de consommation finale des ménages qui « reste sur le sol français » participe à la création et au maintien de l'emploi en France. Evaluer les conséquences pour l'emploi d'un accroissement de cette part n'est pourtant pas un exercice simple : il convient en effet de prendre également en compte le coût qu'un tel transfert ferait supporter à chaque ménage et les conséquences sur le panier de biens consommé.

²³⁷ Daudey. E, (2014), « L'attachement des Français au Made in France », Collection des rapports du CREDOC, étude réalisée pour la Direction générale des entreprises.

²³⁸ Sondage IFOP réalisé pour le salon du Made in France de 2016.



Dans une note de 2013²³⁹, deux chercheurs du CEPII ont ainsi mis en évidence que si les ménages français devaient « relocaliser » d'emblée l'ensemble de la consommation de produits importés de pays à faibles coûts de production (en achetant à la place *la même quantité* de produits fabriqués en France), l'écart de coût pour chaque ménage serait compris entre 100 et 300 euros par mois. De fait, il faut tenir compte de la réaction des ménages aux nouveaux prix afin de quantifier l'impact effectif de ladite relocalisation sur l'emploi.

La présente étude s'attache à examiner les effets d'une hypothèse conventionnelle de relocalisation de 10 % de la valeur des produits finis importés actuellement consommés par les ménages : elle ne comprend donc pas la relocalisation de consommations intermédiaires importées contenues dans des produits finis français. Le montant précédemment alloué à l'achat de produits finis importés sera désormais orienté vers l'achat de produits français fabriqués dans les conditions actuelles de l'offre productive – ces produits pouvant donc contenir des consommations intermédiaires à la fois importées ou françaises.

L'étude examinera **deux scénarii opposés** :

- dans le premier scénario, on fait l'hypothèse que les Français vont allouer exactement le même montant que ce qu'ils dépensaient auparavant pour acheter 10 % des produits finis importés, *en réduisant la quantité consommée (dans la mesure où le prix des biens produits en France est en moyenne supérieur au prix des mêmes biens importés)* ;
- dans l'autre, on étudie le cas où les Français décident d'acheter exactement la *même quantité de produits* – fabriqués en France. L'on prend donc aussi en compte l'impact de cette décision sur le montant que les ménages peuvent désormais allouer aux autres postes de dépenses. On fait notamment l'hypothèse – corroborée par la littérature économique – que le surcoût lié à l'écart de prix entre produits français et produits importés se traduira par de moindres dépenses dans les services. Ils seront en effet considérés comme des « biens supérieurs », c'est-à-dire des biens dont la consommation baisse plus que proportionnellement à la baisse du revenu. Dès lors, seuls les services dont l'élasticité-revenu est estimée supérieure à 1²⁴⁰ seront pris en compte.

Ces deux scénarios se présentent en quelque sorte comme des cas « polaires », la réalité du comportement de consommation des ménages dans cette hypothèse de relocalisation pouvant le plus probablement se situer entre ces deux options : une quantité consommée un peu réduite par rapport au comportement passé et un montant affecté légèrement augmenté si le consommateur y voit une démarche responsable.

Encadré 1 : Exemple d'impact d'une relocalisation de 10 % des dépenses des ménages pour des produits finis importés

Pour illustrer la logique des deux *scénarii* présentés ci-dessus, supposons par exemple qu'un ménage donné dépense en moyenne 500 € par an pour acheter des T-shirt importés, et qu'il n'achète pas de T-shirt français. Une relocalisation de 10 % de cette dépense impliquerait la « libération » d'une somme de 50 € pouvant être allouée à des T-shirt fabriqués en France. Supposons encore que le prix moyen d'un T-shirt importé est de 10 €, tandis que celui d'un T-shirt produit en France est de 25 €.

²³⁹ Charlotte Emlinger et Lionel Fontagné (2013), *(Not) Made in France*, Lettre du CEPII n. 333.

²⁴⁰ Sont exclus notamment les services non marchands et les services immobiliers, car les dépenses relatives sont difficilement compressibles par les ménages (éducation, santé, etc.). Cf. par exemple Faure, Soual et Kerdrain (2012), *La consommation des ménages dans la crise*, Note de conjoncture de l'INSEE.



- Dans le premier scénario, grâce à cette relocalisation, il pourra acheter 2 T-shirts français. Mais au total, il se retrouvera avec 47 T-shirts (45 importés et 2 français), soit 3 T-shirts de moins que ce qu'il avait précédemment.
- Dans le second scénario, le ménage qui cherche à conserver la même quantité de T-shirts sera contraint, compte tenu de l'écart de prix, de réduire d'autres postes de dépenses.

Tableau 1 : Exemple d'impact de relocalisation de 10 % des dépenses des ménages pour des produits importés

| Comportements ménage | Elasticité-prix demande | Surcoût à affecter | Effet net sur l'emploi |
|---------------------------------------------|-------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------|
| <i>Scénario 1</i> Même montant alloué | - 1 | 0 € | Effet relocalisation |
| <i>Scénario 2</i> Même quantité demandée | 0 | (5-2) * 25 €, soit 75 € | Effet relocalisation – effet affectation surcoût |

3. Données

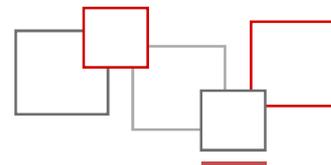
Trois bases de données seront principalement mobilisées :

- **Données du commerce extérieur** – pour l'année 2014, les données des douanes (import et export) permettront de calculer la valeur unitaire des produits finis importés et de ceux qui ont été fabriqués en France ;
- **Comptes nationaux (comptes trimestriels, tableaux entrées-sorties) de l'INSEE** – on ne traitera pas directement ces bases, mais on exploitera les élasticités-revenu estimée dans l'étude mentionnée ci-dessus et des informations de l'INSEE en matière de contenus en emplois de la demande finale des ménages. Ces dernières seront notamment issues de l'exploitation du modèle AVIONIC de l'INSEE, à un niveau de nomenclature assez fin (129 positions) ;
- **Enquête Budget des Familles de l'INSEE** – elle ne sera pas exploitée directement, puisque plusieurs études renseignent d'ores et déjà les informations nécessaires à l'affectation du delta du montant de dépenses déterminé par l'écart des prix par catégorie de ménages (classés selon leur revenu disponible).

4. Méthode

Afin d'estimer l'effet net sur l'emploi d'une relocalisation de la consommation, l'analyse va procéder en quatre étapes :

- Définir le champ d'analyse de l'étude en sélectionnant dans les nomenclatures des douanes les seuls biens consommés par les ménages (non par les entreprises) et pour lesquels il existe déjà une offre française ;
- Estimer le montant que représente 10 % de la valeur totale de ces biens importés ;
- Afin d'évaluer le surcoût lié à un éventuel écart de prix entre biens importés et biens produits localement :



- Estimer le prix des biens importés ;
- Estimer le prix des biens exportés, qui constitueront la référence pour estimer le prix des mêmes biens fabriqués en France ;
- Calculer le surcoût lié à la consommation de produits français à la place des produits importés.
- Evaluer l'effet sur l'emploi :
 - Dans le scénario 1 : L'effet emploi se calcule à partir du montant relocalisé par activités et du contenu en emplois directs et indirects par euro dépensé pour chacune de ces activités ;
 - Dans le scénario 2 : L'effet emploi s'évalue à partir du scénario 1, en ajoutant le montant supplémentaire engagé par les ménages, ce montant étant variable selon le différentiel de prix par activités – puis en estimant les destructions dans les services liées à la baisse de consommation de services par les ménages.

4.1 Définition du champ

Cette étude porte sur le périmètre délimité des « biens de consommation » à destination des ménages puisqu'elle cherche à évaluer l'effet sur l'emploi d'un changement du comportement des consommateurs à l'égard des biens importés et français. Le champ d'analyse contient les produits :

- **dont la destination principale est celle de la consommation finale des ménages** (obtenus grâce à l'intersection entre la nomenclature internationale « Broad Economic Categories » (BEC) permettant d'identifier les catégories des « biens de consommation » et la nomenclature « Classification des fonctions de consommation des ménages » (COICOP), plus fine, identifiant « tous les produits pouvant être consommés par les ménages »²⁴¹).
- **présents à la fois à l'import et à l'export**, afin de rendre les comparaisons des prix possibles ;
- **dont il était possible d'estimer de manière fiable le prix** : aussi, les observations où les quantités de biens importés ou exportés étaient inférieures à 10 kg n'ont pas été retenues, tout comme les valeurs « produits-groupe de pays » contenant moins de 30 observations.

Au total, le champ de l'étude comprend 1436 biens de consommation. Ces biens correspondent à 46 activités dans la nomenclature A129 de l'INSEE.

4.2 Estimation de la valeur des biens importés relocalisés

Pour estimer la valeur de la consommation à relocaliser, l'étude estime la valeur de 10 % de la valeur totale des biens de consommation retenus dans le champ de l'analyse.

Cette valeur s'élève à **11,2 milliards d'euros** (cf. tableau 2 pour la répartition selon les 46 activités et le tableau 3 pour la contribution des quatre groupes de pays). **En comparaison, cela correspond à moins de 1 % des dépenses finales de consommation annuelle des ménages, soit environ 7 euros par ménage et par mois.** Ce montant correspond également à **environ 2 % de la valeur totale des importations de biens enregistrées en 2017**²⁴²,

²⁴¹ COICOP est notamment utilisé pour calculer l'indice des prix à la consommation (IPC).

²⁴² Qui comporte à la fois les importations en faveur des ménages et des entreprises.

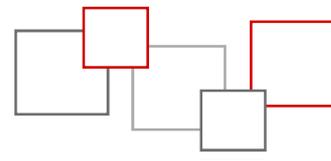


ou encore à environ un tiers de l'augmentation en valeur des importations de biens (ménages et entreprises), en 2017 par rapport à 2016²⁴³.

Tableau 2 : Répartition de la valeur de la consommation relocalisée par activité

| A129 | Libellé activité | Consommation relocalisée (en millions d'euros) |
|------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| C10A | Transformation et conservation de la viande et préparation de produits à base de viande | 68 |
| C10B | Transformation et conservation de poisson, de crustacés et de mollusques | 89 |
| C10C | Transformation et conservation de fruits et légumes | 302 |
| C10D | Fabrication d'huiles et graisses végétales et animales | 79 |
| C10E | Fabrication de produits laitiers | 21 |
| C10F | Travail des grains ; fabrication de produits amylacés | 55 |
| C10G | Fabrication de produits de boulangerie-pâtisserie et de pâtes alimentaires | 202 |
| C10H | Fabrication d'autres produits alimentaires | 379 |
| C10K | Fabrication d'aliments pour animaux | 39 |
| C11Z | Fabrication de boissons | 249 |
| C12Z | Fabrication de produits à base de tabac | 135 |
| C13Z | Fabrication de textiles | 184 |
| C14Z | Industrie de l'habillement | 1707 |
| C15Z | Industrie du cuir et de la chaussure | 841 |
| C16Z | Travail du bois et fabrication d'articles en bois et en liège, à l'exception des meubles ; fabrication d'articles en vannerie et sparterie | 8 |
| C17B | Fabrication d'articles en papier ou en carton | 113 |
| C20B | Fabrication de savons, de produits d'entretien et de parfums | 293 |
| C20C | Fabrication d'autres produits chimiques et de fibres artificielles ou synthétiques | 11 |
| C21Z | Industrie pharmaceutique | 1327 |
| C22A | Fabrication de produits en caoutchouc | 18 |
| C22B | Fabrication de produits en plastique | 289 |
| C23A | Fabrication de verre et d'articles en verre | 22 |
| C23B | Fabrication d'autres produits minéraux non métalliques hors verre | 27 |
| C25C | Fabrication d'armes et de munitions | 5 |
| C25E | Fabrication de coutellerie, d'outillage, de quincaillerie et d'autres ouvrages en métaux | 79 |
| C26B | Fabrication d'ordinateurs et d'équipements périphériques | 19 |
| C26C | Fabrication d'équipements de communication | 12 |
| C26D | Fabrication de produits électroniques grand public | 180 |
| C26E | Fabrication d'instruments et d'appareils de mesure, d'essai et de navigation ; horlogerie | 209 |
| C26F | Fabrication d'équipements d'irradiation médicale, d'équipements électro-médicaux et électro-thérapeutiques | 11 |
| C26G | Fabrication de matériels optique et photographique ; fabrication de supports magnétiques et optiques | 46 |

²⁴³ Qui sont passées, selon les chiffres 2017 du commerce extérieur, de 501,3 mds d'euros en 2016 à 535,5 mds d'euros en 2017.



| | | |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| C27A | Fabrication d'appareils ménagers | 393 |
| C27B | Fabrication d'autres équipements électriques | 49 |
| C28A | Fabrication de machines et équipements d'usage général | 10 |
| C28B | Fabrication de machines agricoles et forestières | 39 |
| C28D | Fabrication d'autres machines d'usage spécifique | 1 |
| C29A | Construction de véhicules automobiles ; fabrication de carrosseries et remorques | 2284 |
| C30A | Construction navale | 25 |
| C30E | Fabrication de matériels de transport n.c.a. | 135 |
| C31Z | Fabrication de meubles | 334 |
| C32A | Fabrication d'articles de joaillerie, bijouterie et d'instruments de musique | 241 |
| C32B | Fabrication d'instruments et de fournitures à usage médical et dentaire | 248 |
| C32C | Fabrication d'articles de sport, jeux et jouets et autres activités manufacturières | 319 |
| J58Z | Édition | 119 |
| J59Z | Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale | 2 |
| R90Z | Activités créatives, artistiques et de spectacle | 10 |

Note : Les activités ci-dessus recensent uniquement la consommation finale de biens par les ménages. L'intitulé de certaines activités peut surprendre, car pourrait de premier abord être compris comme ne relevant pas de la consommation des ménages : en réalité, les activités auxquelles ils correspondent intègrent un nombre résiduel de produits qui sont susceptibles d'être consommés par certaines catégories de ménages. Par exemple, le poste « Construction navale » inclut des produits tels les bateaux de plaisance « à voile » ou « à rames et canoës ». De même, certaines activités qui figurent normalement dans le cadre des services sont à l'origine de la production d'un certain nombre de biens : à titre d'exemple, il suffit de prendre en compte les « activités créatives, artistiques et de spectacle », qui incluent notamment des produits comme les « œuvres originales de peintres, graphistes et sculpteurs ». Pour chacun de ces postes, n'est naturellement prise en compte que la seule part de la consommation finale en biens attribuée aux ménages.

On distinguera ici quatre groupes de pays en se référant à une nomenclature de la Banque mondiale : les « pays à revenu élevé », les « pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure », les « pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure » et « les pays à faible revenu ».

Tableau 3 : Répartition de la valeur de la consommation relocalisée par groupe de pays de provenance

| Groupe pays | Consommation relocalisée (en millions d'euros) | Part de la consommation relocalisée |
|------------------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Pays à revenu élevé | 8206,11 | 73,14% |
| Pays à revenu intermédiaire de la tranche supérieure | 2165,06 | 19,30% |
| Pays à revenu intermédiaire de la tranche inférieure | 845,56 | 7,54% |
| Pays à faible revenu | 2,68 | 0,02% |
| Total | 11219,42 | |



4.3 Estimation du surcoût lié à l'écart de prix entre biens importés et exportés

Cette étape permet d'estimer le surcoût que les ménages vont subir pour pouvoir acheter les mêmes quantités de produits français qu'ils n'en achetaient avant en importés. Ce surcoût est estimé en calculant l'écart de prix moyen entre produits importés et produits français. Il faut donc d'abord estimer le prix des produits importés et exportés, puis calculer l'écart moyen entre ces deux prix.

4.3.1 Méthode d'estimation des prix des biens importés et exportés

La méthode d'estimation des prix des produits français et importés s'appuie, avec un périmètre légèrement différent, sur une analyse récente de la Banque de France²⁴⁴ exploitant les données des Douanes françaises. Pour chaque année, ces bases contiennent les valeurs (en euros) et les quantités (en kilos) des importations par pays de provenance et produit, et des exportations par pays de destination et produit. Dans ce qui suit, on exploitera les fichiers relatifs à l'année 2014.

Pour chaque case « produit i – groupe de pays g », les valeurs unitaires VU_{ig} sont calculées *via* le ratio entre la valeur totale du produit échangé avec le groupe de pays g et la quantité totale respective :

$$VU_{ig} = \frac{\sum_{ig} V_{ig}}{\sum_{ig} Q_{ig}}$$

Le prix de chaque produit importé ou exporté est ensuite estimé par le biais d'une moyenne géométrique pondérée des valeurs unitaires correspondantes à toutes les opérations relatives à un poste donné (« produit i – groupe de pays g »). Les poids seront représentés par la part en valeur de commerce de chaque poste dans le commerce total d'un produit donné.

4.3.2 Méthode d'estimation de l'écart de prix

On peut à présent estimer pour chaque produit (nos 1436 produits), l'**écart de prix**, exprimé ici comme la différence entre le prix exporté et le prix importé.

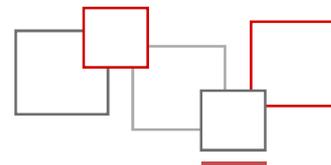
$$P_i^{FR} - P_i^{IMP}$$

Dès lors, il est possible de calculer un **écart de prix moyen entre produits français et importés** en faisant une moyenne des écarts de prix par produit pondérée par les quantités des produits importés.

$$\frac{\sum_i (P_i^{FR} - P_i^{IMP}) * MP_i}{\sum_i P_i^{IMP} * MP_i}$$

Ainsi, on obtient qu'en moyenne les prix des produits français destinés aux exportations sont 21 % plus élevés que ceux des produits importés du fait notamment de la qualité de produits français et de la part importante des

²⁴⁴ Le Secrétariat général du Conseil remercie tout particulièrement Erwann Gautier et Sophie Guilloux-Nefussi, économistes à la Banque de France, ainsi que Charlotte Emlinger, économiste au CEPII.



produits de luxe dans les exportations. Cet écart est un écart moyen, tous produits et pays confondus. Naturellement, il varie selon les pays : il est presque nul avec les pays à revenu élevé, il est au contraire plus important avec les pays à revenu intermédiaire ou faible.

5. Résultats

Pour évaluer l'effet sur l'emploi associé aux deux scénarios, il faut au préalable calculer le « contenu en emplois unitaire » par poste de consommation. Pour ce faire, l'analyse mobilise l'approche proposée par Leontief (analyse variantielle du tableau entrées/sorties symétrique) avec laquelle l'INSEE a pu reconstruire les contenus en emplois de la demande finale des ménages. Pour chaque poste de consommation ils identifient :

- les **contenus directs en emploi** – il s'agit de la quantité de travail qui satisfait directement le poste de consommation considéré ainsi que l'emploi généré pour satisfaire ses consommations intermédiaires. Exemple : un ménage achète une voiture, les contenus directs représentent la quantité de travail nécessaire à la production de la voiture ainsi que celle liée à la production des consommations intermédiaires du produit « voiture » ;
- les **contenus indirects en emploi** – il s'agit de la quantité de travail qui provient des consommations intermédiaires qui servent, à travers le processus de production domestique, à satisfaire les consommations intermédiaires. Exemple : un phare, consommation intermédiaire du produit voiture, a besoin d'une lampe pour être produit. On prend ici la quantité de travail nécessaire à la production du produit « lampe », ainsi que ses consommations intermédiaires, et ainsi de suite.

Ainsi, pour chaque activité, on calcule le contenu en emplois de chaque euro dépensé par poste de consommation, c'est-à-dire le ratio entre d'une part le contenu en emplois, et d'autre part le contenu « français » de la consommation finale des ménages (valeur de la consommation des ménages – contenu en importations).

5.1 Scénario 1 : même montant dépensé, des quantités moindres

Dans ce scénario, les ménages décident de réallouer le montant libéré – ici **11,2 milliards d'euros** – par la réduction des dépenses en biens importés à des produits français. Or ces produits français étant en moyenne plus chers, ils réduisent les quantités consommées.

En comparant le contenu en emplois de la consommation en biens des ménages avant relocalisation et après, on obtient que la relocalisation serait associée à la création de **150 000 emplois directs et indirects**.

5.2 Scénario 2 : mêmes quantités achetées, des dépenses supplémentaires

Dans le scénario 2, on considère que les consommateurs choisissent de continuer à consommer la même quantité de biens (après relocalisation de 10 % de la consommation importée). Cela implique alors, compte tenu de l'écart de prix en biens importés et biens fabriqués en France, qu'ils décident de réduire d'un certain montant – ici **2,4 milliards d'euros** – leurs autres postes de consommation (en l'espèce, les services).



En tablant sur 28,5 millions de ménages (données INSEE, RP2013), ce delta de 2,4 milliards correspond à environ **7 €/mois par ménage** : cela veut dire que, dans un contexte de prix en moyenne plus élevés, chaque ménage devrait payer 7 € de plus par mois pour acheter les mêmes quantités de produits.

Les ménages dépensent donc 11,2+2,4 milliards soit 13,6 milliards de plus en biens français (ce qui est associé à des créations d'emplois), mais ensuite ils réduisent leurs dépenses dans les services de 2,4 milliards (ce qui est, au contraire, associé à des destructions d'emplois dans certains services).

Afin d'estimer ces destructions d'emplois, il est nécessaire de connaître le contenu en emploi unitaire moyen des services pour lesquels l'élasticité-revenu estimée est supérieure à 1²⁴⁵. Pour ce faire, l'analyse mobilise à nouveau les contenus en emploi des dépenses de consommation finale des ménages fournis par l'INSEE. On considérera que la réduction des dépenses dans les services se fait uniquement aux dépens de services domestiques : ainsi, l'estimation des contenus en emploi relatifs constituera une borne supérieure des destructions d'emplois statiques (c'est-à-dire en absence de bouclage macroéconomique). En comparant les contenus en emplois de la consommation des ménages en biens et en services avant et après, on obtient que la relocalisation de 10% de biens importés serait associée à :

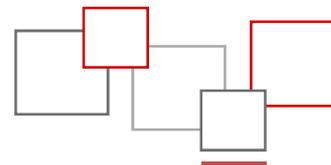
- la création de **190 000 emplois** directs et indirects dans les biens de consommation;
- la destruction de **35 000 emplois** directs et indirects dans certains services ;
- soit un potentiel net de création d'emplois de **155 000 emplois directs et indirects**.

6. Portée et limites de l'analyse

Cette étude ne constitue qu'un cadre d'analyse et ne prétend pas décrire complètement la réalité des effets d'une transformation du comportement des consommateurs. Elle n'est pas à proprement parler une projection du comportement des consommateurs, pas plus qu'un scénario prospectif. Elle se fonde en effet sur de nombreuses hypothèses qui constituent autant de simplifications de la réalité, notamment :

- **il ne s'agit pas d'un modèle en équilibre général** : le bouclage sur les revenus et les prix n'est pas traité par l'analyse, qui néglige les effets induits par le changement du comportement du consommateur étudié (c'est-à-dire la relocalisation de la consommation de 10 % des produits finis importés). Ainsi, on fait l'hypothèse de rigidité des prix dans le court terme, et on ne considère pas que le revenu des ménages va augmenter si de nouveaux emplois sont créés ;
- **cette étude est réalisée toutes choses égales par ailleurs**, notamment s'agissant de l'offre et de la demande mondiale ;
- **les estimations se fondent sur une hypothèse dite de « stabilité de la structure productive »** : l'offre française est supposée toujours à même de répondre à une hausse de la demande de biens nationaux, sans baisse de stocks ni apparition de goulets d'étranglement ; les rendements marginaux du travail

²⁴⁵ Il s'agit des catégories de services suivants : hébergement-restauration, information-communication, services financiers et services dits aux entreprises (mais pour ceux consommés par les ménages comme architectes, comptables...).



sont constants : il n'y a pas de gains d'échelle. C'est pourquoi les simulations réalisées ont du sens uniquement dans le court terme ;

- **l'analyse ne porte que sur les biens importés, non sur les services ;**
- **s'agissant, dans le second scénario, des destructions brutes d'emplois**, l'hypothèse retenue conduit à les localiser dans le seul secteur des services domestiques ;
- **partant d'une approche globale, l'analyse n'intègre pas la répartition territoriale de l'emploi.**
- **les valeurs unitaires des produits importés peuvent être biaisées** : on ne sait pas exactement quels biens sont importés par les entreprises et par les ménages ; les prix pratiqués peuvent être différents. Pour pallier ce manque, on se concentre uniquement sur les biens dont sont notamment destinataires les consommateurs, en exploitant la nomenclature BEC à ce titre. En outre, dans le cas des ménages nous n'avons pas d'informations directes sur les marges de la distribution ;
- **les valeurs unitaires des produits fabriqués en France peuvent être biaisées** : parce qu'on ne dispose pas des informations relatives aux quantités des biens produits en France (exprimées en kilogrammes), elles sont estimées à partir des valeurs unitaires des biens exportés. Pour éviter les biais d'estimation décrits entre autres par Aiginger (1997)²⁴⁶, nous calculons des moyennes géométriques pondérées qui donnent moins de poids aux valeurs extrêmes et permettent ainsi de prendre en compte l'existence de stratégies de pénétration dans certains marchés (avec des prix fixés à la hauteur des coûts de production) et l'imposition de prix plus élevés à l'export que sur le marché national.

Néanmoins, cette analyse présente deux apports principaux par rapport aux principales études publiées sur ce thème. D'une part, **elle mobilise deux scénarios afin d'étudier la réaction des ménages à la variation des prix des produits de consommation**. D'autre part, **l'exploitation combinée des données de consommation et des résultats en termes de contenus en emploi complète les enseignements des analyses existantes** : elle cherche notamment à apprécier, grâce aux données de l'Insee sur le contenu en emplois des postes de consommation, les effets emploi tout au long de la chaîne de valeur, en prenant en compte à la fois les créations / destructions d'emplois directs, mais aussi indirects.

Au total, l'étude n'ambitionne naturellement pas de décrire « à l'unité près » l'effet sur l'emploi d'une relocalisation d'une partie de la consommation des ménages : prenant appui sur les aspirations des consommateurs qui se disent prêts à réorienter une partie de leur consommation vers des produits « français », elle entend montrer, au travers d'une hypothèse strictement conventionnelle, qu'une telle relocalisation théorique pourrait conduire à des créations d'emploi et surtout énoncer les conditions qui doivent être remplies pour que ces créations d'emploi « théoriques » soient effectives.

²⁴⁶ Aiginger, K. (1997), The Use of Unit Values to Discriminate between Price and Quality Competition, Cambridge Journal of Economics.



Annexe 2 : Liste des auditions

Mardi 16 janvier 2018

- Didier BLANCHET, directeur des études et synthèses économiques, INSEE ;
- Pascale HEBEL, directrice du pôle Consommation et entreprises, CREDOC.

Mardi 23 janvier 2018

- Sophie DUBUISSON-QUELLIER, directrice de recherche au CNRS, directrice adjointe du Centre de sociologie des organisations ;
- Cédric MUSSO, directeur de l'action politique, et Guilhem FENIEYS, chargé de mission relations institutionnelles, UFC - Que Choisir.

Mardi 30 janvier 2018

- Stéphane PETITJEAN, directeur associé, Greenflex, en charge de l'étude « Les Français et la consommation responsable 2017 ».

Mardi 13 février 2018

- Elisabeth LAVILLE, fondatrice et directrice d'Utopies ;
- Anne CHANON, directrice du Pôle Conseil RSE, EthiFinance ;
- Priscille GHESQUIERE, responsable de la thématique « production et consommation responsables », Michel HOURDEBAIGT et Eric PAUTARD, chargés de mission, Commissariat général au développement durable (CGDD).

Mardi 27 février 2018

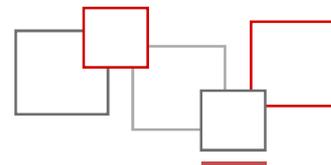
- Jean CHATEAU et Walid OUESLATI, senior économistes, OCDE ;
- Diane RODET, sociologue au Centre Max Weber, Université Lumière Lyon 2.

Mardi 6 mars 2018

- Florent GUHL, directeur de l'Agence Bio ;
- Alban THOMAS, chef du département économie, et Frédéric WALLET, économiste, INRA.

Mardi 13 mars 2018

- Lionel FONTAGNÉ, professeur d'économie à l'école d'économie de Paris et à l'Université Paris ;
- Christophe DEBIEN, directeur général et Adrian DEBOUTIERE, chargé de mission, Institut national de l'économie circulaire.



Mardi 20 mars 2018

- Louis-Charles VIOSSAT, inspecteur général des affaires sociales, au titre du rapport « Les plateformes collaboratives, l'emploi et la protection sociale » ;
- Grégoire POSTEL-VINAY, chef de la Mission Stratégie, Direction générale des entreprises, Ministère de l'Economie et des Finances.

Mardi 27 mars 2018

- Jacques CREYSSEL, délégué général, et Isabelle SENAND, Directrice des études, Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD) ;
- Philippe QUIRION, directeur de recherche au CNRS - CIRED.

Mardi 5 avril 2018

- Odile CLUZEL, sous-directrice de la communication, de la programmation et de la veille économique, Gautier DUFLOS, chef du bureau de la veille économique et des prix, et Emmanuel KOEN, chargé de mission auprès de la sous-directrice des produits alimentaires et des produits agricoles et alimentaires, DGCCRF ;
- Cyril COSME, directeur du bureau de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) pour la France.

Mardi 10 avril 2018

- Julie STOLL, déléguée générale Commerce Equitable France ;
- Jean-Pierre LOISEL, chef du service communication, éducation et développement de l'Institut national de la consommation (INC).

Mardi 17 avril 2018

- Hugues Vidor, président de l'UDES ;
- Laurent PASQUIER, co fondateur et directeur général de la Marque du Consommateur – C'est qui le Patron ?! ;
- Hugues de BEAUGRENIER, directeur de la protection sociale, L'Oréal ;
- Maurice MANCEAU, directeur délégué, Saint-Gobain ;
- Joël TRONCHON, directeur développement durable, Groupe SEB.

Mardi 24 avril 2018

- Arnaud LEROY, président, et Anne VARET, directrice exécutive adjointe stratégie, recherche et international, de l'Ademe ;
- Bertrand SABLIER, délégué général, et Laetitia ASSALI, directrice des affaires sociales, Fédération française du bâtiment ;
- Emmanuelle BUTAUD, déléguée générale, Union des industries textiles ;
- Magali SMETS, directrice Générale, et Luc WANGEN, directeur des Affaires sociales, emploi, formation, Union des industries chimiques.

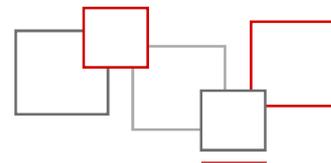


Mardi 3 mai 2018

- Louis MARECHAL, conseiller politique, Direction des affaires financières et des entreprises, OCDE ;
- Carole HOMMEY, coordinatrice Initiative clause sociale.

Mardi 15 mai 2018

- Fabien DURIF, directeur de l'Observatoire de la consommation responsable, professeur à l'Université du Québec à Montréal ;
- Guido de JONGH et Ben EGAN, conseillers, Confédération européenne des syndicats (CES).



Annexe 3 : Liste des personnes entendues par la Présidente et le Secrétariat général à l'occasion de la préparation du présent rapport

- *Christophe Alliot et Sylvain Ly*, cofondateurs du BASIC
- *Romain Bertrand*, secrétaire général de l'association Pro France
- *Didier Blanchet*, directeur des études et synthèses économiques (Dese), INSEE ainsi que, *Ronan Mahieu*, chef du département des comptes nationaux (DCN), *Lorraine Aeberhardt*, chef de la division « Synthèses des biens et services » (DCN), *Alexandre Bourgeois*, chef de la section « Consommation des ménages » (SBS/DCN), *Olivier Simon*, chef de la division « Etudes macroéconomiques » (Département des études économiques/Dese) et *Lorraine Koelh*, chargée d'études (EM/D2E/Dese)
- *Sylvain Boucherand*, président de la plateforme RSE, et *Gilles Bon-Maury*, secrétaire général de la plateforme
- *Olivier Catrou*, responsable du pôle agriculture biologique / responsable de la mission économie des SIQO (signe officiel d'identification de la qualité et de l'origine) - Institut national de l'origine et de la qualité (INAO)
- *Marc Cheverry* directeur de la division « Economie circulaire et déchets » à l'ADEME, *Patrick Jolivet*, chef du service Economie Prospective à l'ADEME et *Thomas Gaudin*, économiste au service Economie et prospective à l'Agence de l'environnement et de la maîtrise des énergies (ADEME)
- *Blaise Desbordes*, directeur général de Max Havelaar
- *Charlotte Emlinger*, économiste au CEPII
- *Arnaud Florentin*, économiste, responsable du pôle « Empreinte Economique », Utopies
- *Isabelle Frappat*, Responsable projets RSE Chaire Grande Consommation de l'ESSEC Business School
- *David Garbous*, directeur marketing de Fleury Michon
- *Erwan Gautier*, économiste à la Direction Générale des Etudes et Relations Internationales, Service d'Etudes sur la Politique Monétaire, et *Sophie Guilloux-Nefussi*, économiste chercheur, Service d'Etudes sur la Politique Monétaire, Banque de France
- *Pascal Juery*, président de l'Union des industries chimiques
- *Paul de Montclos*, président du syndicat textile de l'Est et de la fédération France Terre Textile
- *Marc Mortureux*, délégué général de la Plateforme de la Filière Automobile (PFA), et *Philippe Cortale*, directeur Compétences & Emploi, PFA
- *Patrick O'Quin*, président, et *Emmanuelle Gourbin*, directrice des affaires juridiques et sociales, Fédération des Entreprises de la Beauté (FEBEA)
- *Raphaël Souchier*, consultant auprès de la Commission européenne sur les questions de développement économique local avec des PME/TPE (programme Interreg) ; Auteur de *Made in local, Emploi, croissance, durabilité, et si la solution était locale ?*
- *Ronan le Velly*, Directeur du département Sciences Economiques, Sociales et de Gestion (SESG) à SupAgro Montpellier