



## COMPTE RENDU GT1 'Charte'

PROJET DE CITE DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE A MARSEILLE

Lundi 3 mai 2010

### PRESENTS :

Françoise de BUTLER (Eco-Sapiens), Bruno JEANJEAN (Hom et Ter), Marie BROUDIC (Hom et Ter)

La finalité de la CCR: «Favoriser le développement économique des acteurs de la consommation responsable en stimulant la coopération entre acteurs».

### ORDRE DU JOUR GT1

- 1) Présentation du benchmark sur les chartes existantes d'autres espaces de consommation responsable ou d'espaces partagés dont la vocation est proche
- 2) Quels aspects la charte devra-t-elle intégrer ?
- 3) Comment faire vivre la charte dans le temps ?

La charte est destinée aux futurs résidents de la CCR et sera mise en œuvre par la structure qui va exploiter la CCR.

#### Présentation du Benchmark :

Une charte est le fruit d'un processus qui précise la philosophie, les objectifs, voir pour certaines le fonctionnement d'une organisation.

Située au niveau des principes, elle se distingue d'un règlement intérieur qui a une valeur juridique et spécifie davantage les droits et devoirs de chaque partie prenante.

A notre connaissance, il n'y a pas d'équivalent de CCR en France. La charte la plus proche est celle de 'La cita dell'altra economia' à Rome qui a servi de base à notre réflexion.

Autres chartes étudiées : Maison du Monde (Evry), Maison des Citoyens du Monde (Nantes), Minga, Nature et Progrès, Agir par la Consommation (Paris), CRESS midi Pyrénées, Charte ESS de la Région Genevoise, AMAP.

On retrouve dans une charte les différents points suivants : un préambule, des constats partagés, des envies partagés (objectifs), des points d'accord, des engagements des acteurs.

#### Les chartes étudiées :

- proposent une 'alternative' au modèle économique dominant,
- insistent sur une meilleure 'redistribution' des richesses
- précisent les notions de gouvernance en lien avec les enjeux environnementaux, économiques et sociaux.

L'échange avec le groupe a permis de prendre en compte les éléments essentiels que nous retrouvons dans la proposition de charte ci-dessous.

## Proposition de charte

### Préambule

Considérant que le modèle économique dominant n'est pas propice à un développement harmonieux des sociétés, les signataires de cette charte se reconnaissent dans toute démarche qui a pour finalité de remettre l'être humain au cœur du développement économique.

Une économie responsable appelle à reconsidérer notre rapport à la croissance et à la richesse, en incitant à orienter la consommation vers une meilleure satisfaction de nos besoins tout en préservant les biens communs de l'humanité.

En alliant rigueur économique et audace sociale, la Cité de la Consommation Responsable rassemble des acteurs qui s'efforcent de mettre en œuvre des activités fondées sur les notions de dignité, de solidarité et de responsabilité.

### **Consommer responsable, c'est tenir compte de ses impacts sur l'Homme et sur l'environnement**

1. C'est prendre conscience qu'en achetant un bien ou un service, les consommateurs déterminent également les conditions de travail de ceux qui les produisent et les vendent, le respect ou non de l'environnement, la possibilité ou non de les recycler et que cela a un impact sur nos sociétés.
2. C'est chercher à modérer sa consommation pour retrouver sa dimension de sujet capable de choix en refusant l'enfermement à la seule posture de consommateur insatiable. La modération de la consommation est une condition à une redistribution plus équitable des ressources.
3. C'est chercher en conséquence à s'informer sur les processus ayant conduit à la production et à la distribution de biens ou services.
4. C'est faire des choix en intégrant des valeurs sociales et écologiques, au-delà du simple rapport qualité/prix en :
  - ✓ privilégiant des produits et services à forte valeur sociale : partage équitable de la valeur ajoutée entre tous les Hommes intervenant sur la filière de production et de distribution, refus de l'uniformisation des produits et valorisation de la diversité culturelle.
  - ✓ privilégiant des produits et services à forte valeur environnementale : réduction de l'empreinte écologique, préservation de la biodiversité, prise en compte des coûts liés à la réduction et à la réparation des dégâts causés à l'environnement.
5. C'est aussi prendre plaisir à l'acte de consommer pour la relation d'échange, de confiance et d'intelligence qu'il suscite.

### **Produire et distribuer responsable, c'est démontrer que la finalité du projet économique est d'utilité sociale. Cela implique de :**

6. Démontrer que la gestion du projet n'est pas guidée par la seule recherche du profit : la moitié des bénéfices sont nécessairement réinvestis dans le développement du projet et la redistribution des dividendes ne dépasse pas 33% des bénéfices.
7. Viser une cohérence globale dans sa stratégie d'entreprise :
  - ✓ produire des changements sociétaux à travers la production de biens ou services responsables ;
  - ✓ articuler la démarche économique avec des démarches environnementales ET sociales ;

- ✓ appliquer ces démarches au sein de l'entreprise ET avec ses partenaires économiques ;
- ✓ en conséquence, ne pas considérer les consommateurs responsables comme un simple segment de clientèle parmi d'autres possibles.

8. Se donner pour objectif, au sein de l'entreprise, de créer des emplois stables et de qualité.
9. Veiller à l'équité interne en limitant les écarts de salaire et en respectant la parité hommes / femmes à tous les niveaux de l'entreprise.
10. Garantir la transparence des process et des acteurs sur une même filière. Informer les consommateurs sur les producteurs, les intermédiaires et justifier de leur valeur ajoutée ; garantir que tous ces acteurs reçoivent une rémunération digne en échange de leur travail.
11. Donner aux consom'acteurs des éléments d'information suffisants pour qu'ils soient en mesure d'apprécier les impacts sociétaux et environnementaux de leurs achats.
12. S'inscrire dans une démarche de progrès.

**S'inscrire dans le projet de Cité de la Consommation Responsable est un engagement. Cela implique de :**

13. Pouvoir apporter des garanties objectives sur la qualité de sa démarche. Ces garanties ne se limitent pas nécessairement à des labels ou certificats payants et valorisables au titre de la propriété immatérielle : les garanties participatives ou autres formes de garanties 'objectivables' par des tiers sont encouragées.
14. Rechercher et développer les possibilités et opportunités de coopération économique entre les résidents de la CCR, et particulièrement entre acteurs d'une même filière.
15. Accepter la mise en œuvre de logiques de solidarité économique entre petits et gros acteurs afin de permettre la diversité de l'offre<sup>1</sup>.
16. S'impliquer dans la gouvernance et le fonctionnement global du lieu, au-delà de son seul espace commercial. Aller dans le sens d'une mutualisation de services communs (livraison...).

**Faire vivre le projet de Cité de la Consommation Responsable, c'est participer à un équilibre global. Cela implique de :**

17. Veiller à ce que les richesses créées restent dans les territoires où elles sont produites et consommées.
18. Se donner les moyens de maintenir une part significative des espaces disponibles pour de petits acteurs économiques locaux.
19. Permettre et encourager la participation des consommateurs au fonctionnement et à la gouvernance de la Cité de la Consommation Responsable.

---

<sup>1</sup> Par un système de loyers dont le prix au m<sup>2</sup> augmenterait progressivement à la taille de l'espace loué, dont pourraient bénéficier les structures dont le CA est au dessous d'un certain seuil.