

## JEUX OLYMPIQUES

Les grandes compétitions sportives que sont les J.O., les Coupes du monde, le Tour de France, le Superbowl et autres grandes messes sont tout autant des événements économiques, commerciaux, publicitaires et d'image, que des événements sportifs à proprement dit.

# LES GROS BOBOS DU BIO



Le marché du bio pèse son poids – 12 milliards d’euros de chiffre d’affaires – mais il est à la peine. Dans l’assiette des Français, la part du bio est passée de 6,4 % en 2021 à 5,6 % en 2023. Est-ce le signe de la lente dissipation d’un rêve, celui de mieux s’alimenter, d’agir pour la planète, de préserver sa santé, de respecter plus la vie animale, de soutenir d’autres pratiques agricoles ? Dans les rayons, ça pique au fond des poches.

Cet été, les jeux olympiques et paralympiques vont se dérouler en France du 26 juillet au 11 août 2024. Les grandes compétitions sportives que sont les Jeux Olympiques, les Coupes du monde, le Tour de France, le Superbowl et autres extravagantes grandes messes sont tout autant des événements économiques, commerciaux, publicitaires et d'image, que des événements sportifs à proprement dit.



D.R.

## LES DÉRIVES ÉCONOMIQUES ET ENVIRONNEMENTALES DES JO

**P**endant que les joueuses et les joueurs s'affrontent sur le terrain, sur la piste ou dans la piscine, sponsors, marques et partenaires investissent d'autres arènes : celles du business, de la communication et de la consommation. Si des fonds privés viennent ainsi investir aussi massivement sur une compétition c'est évidemment qu'ils en attendent des retombées sonnantes et réverbérantes. Les multinationales se bousculent pour sponsoriser ce type d'événement et si elles continuent à surenchérir année après année, c'est sans nul doute que cela fonctionne bien. Et c'est sur nous tous qu'ils comptent pour faire fructifier leurs investissements.

### Saturation publicitaire

Il va falloir s'y mettre et bien consommer tous les produits qu'ils vont mettre à notre disposition : avalanche de goodies, de mascottes, de gadgets, de produits dérivés et inutiles ; saturation de notre espace et de notre quotidien par des sollicitations publicitaires, affiches, écrans et autres supports divers et variés ; ventes des maillots de l'équipe ou du joueur-star recruté à coup de millions d'euros ; droits de diffusion, chaînes payantes, abonnements ; omniprésence des sponsors et incitation perpétuelle à l'achat... Au boulot les consommateurs. Faites chauffer la carte bleue. De toute façon c'est bien à ça qu'il sert notre pouvoir d'achat... À acheter ! Sur le volet écologique et environnemental on ne peut pas dire que ces grands barnums

sportifs fassent preuve d'une grande vertu. On a assisté à une coupe du monde de football dans des stades climatisés en plein désert, les compétitions de ski et de sports sur glace des jeux d'hiver 2029 sont programmées en Arabie Saoudite, on a attaqué des glaciers à la pelleuse en Suisse cet hiver pour créer une piste de ski pour une épreuve de championnat du monde, des millions de passagers prennent l'avion pour assister à des épreuves à l'autre bout du monde. Toutes ces pollutions et ces délirantes gabegies en ressources, en énergie et en matières s'ajoutent à celles qui sont induites par l'activité consumériste frénétique qui se développe toujours autour de ces grands événements sportifs. Une telle surenchère à faire consommer de l'inutile, ne peut au final qu'avoir des bilans écologiques catastrophiques. Les organisateurs pourront toujours affirmer le contraire, on pourra toujours ne pas les croire.

### La physique en la matière est implacable

On retrouve une bonne part d'argent public dans le financement de ces Jeux Olympiques. De l'ordre de la moitié du budget global qui sera probablement de plus de 10 milliards d'euros. Ces financements publics se portent principalement sur les infrastructures, les stades, le transport, le village olympique, la sécurité et le fonctionnement quotidien des épreuves. Vu la hauteur des sommes engagées et les dérives consuméristes et écologiques qu'elles induisent, il est légitime de

s'interroger sur le bien fondé de ces investissements.

Le sport en général est étroitement imbriqué dans nos existences. De la compétition au commerce, en passant par la communication, le volet santé ou encore le business, toutes ses matérialisations et déclinaisons concrètes sont totalement intégrées dans notre quotidien et à l'image de nos sociétés. Dans un monde où l'économique prime sur l'Humain, où paraître est plus important qu'être, où le trop supplante le nécessaire, où la démesure est fun pendant que la simplicité est suspecte et où la satisfaction immédiate maximale ne s'encombre pas des lourdes menaces qui planent sur notre futur, il est malheureusement logique que le sport soit, lui aussi, le vecteur de ces outrances.

### Indispensable sobriété

L'inéluctable et indispensable sobriété n'épargnera pas le sport-business, dès lors autant projeter au plus vite nos imaginaires et nos envies sur d'autres manières de faire. Laissons de côté ces cirques outranciers et publicitaires et ne participons pas à la frénésie consumériste qu'ils visent à déclencher. En parallèle, construisons et rendons désirables de nouveaux modèles d'événements sportifs soutenables, à taille humaine et pas uniquement destinés à nous faire manger un dessert au chocolat avec une photo de Teddy Riner dessus pour devenir aussi fort et cool que lui... ■

**Gérald Damidaux**

## FAIRE BARRAGE À L'EXTRÊME-DROITE



Depuis 2017, le bilan d'Emmanuel Macron, du point de vue des consommateurs, des locataires, des mal-logés et des usagers des services publics est déplorable. Il a largement contribué à alimenter la désespérance sociale dont se nourrit aujourd'hui l'extrême-droite.

Jamais, depuis plusieurs décennies, le pouvoir d'achat des ménages consommateurs n'a été mis à mal à ce

point (à travers l'augmentation sans précédent des tarifs et montants des biens et services de première nécessité : alimentation, énergie et loyers, notamment). Dans ce contexte porteur de fragilité sociale, nombre de nos concitoyens ne mangent pas à leur faim, ne se chauffent pas comme ils le devraient et sont logés dans des conditions indignes.

Non seulement Emmanuel Macron n'a jamais pris en considération la crise dramatique du logement qui affecte notre pays, mais il a décidé de réduire la capacité des acteurs du logement social à bâtir des logements sociaux.

Récemment, il a fait déposer au parlement un projet de loi logement profondément destructeur visant, notamment, à détricoter la loi SRU (projet de loi Kasbarian II).

Sur le plan des services publics, il a poursuivi la politique déjà largement engagée, depuis le début des années 2000, de fermeture des services publics de proximité, notamment dans le domaine de la santé (fermeture de maternités, d'hôpitaux et de lits d'hôpitaux) en dépit d'une crise sanitaire sans précédent (COVID).

Une victoire de l'extrême droite serait une catastrophe pour la démocratie, les libertés publiques et la presse libre, car on sait que sa stratégie, partout où elle a pu l'appliquer, c'est la terreur contre ses « opposants » : à commencer par les immigrés, les travailleurs, les syndicats et toutes les organisations du mouvement social.

En France, sur le plan de la consommation et de l'environnement, le Rassemblement National a soutenu et soutiendra systématiquement l'agrobusiness visant à perpétuer le modèle productiviste et combat toutes les mesures s'inscrivant dans le cadre de la lutte contre le réchauffement climatique qu'il ne reconnaît pas vraiment.

Indecosa-CGT appelle tous ses adhérents et concitoyens à faire barrage à l'extrême-droite à l'occasion des prochaines élections législatives, en votant pour les candidats du Nouveau Front Populaire, ainsi que les forces de progrès à se rassembler et à se mobiliser pour jeter les bases d'un projet de société émancipateur, ouvrant la voie à une véritable alternative aux politiques capitalistes qui détruisent la planète, sèment la guerre et la misère.

Christian Khalifa

ACTUALITÉ	P.2
Les dérives économiques et environnementales des JO NATIONAL	P.4
Services publics : la dématérialisation fait des ravages	P.5
INTERVIEW	P.5
Bernard Filaire : continuer ce qui va bien et améliorer ce qui peut l'être	P.6
TRANSPORTS	P.6
SNCF : la concurrence, une fausse bonne idée	P.7
VIE DES ASSOCIATIONS	P.7
Santé • Réduflexion • Nutriscore • Numérique	P.8-13
DOSSIER	P.8-13
Les gros bobos du bio	P.14
FICHE PRATIQUE	P.14
PSAS • Fournisseurs d'accès • J.O. • Logement	P.15
LE DESSIN DU MOIS	P.15

## Juillet - Août

Toute l'équipe de l'IN Magazine vous souhaite un très bel été 2024 ! Nous nous retrouverons dès la rentrée de septembre, toujours aussi mobilisé.e.s, pour vous fournir articles, brèves et informations.

**28 août :** Bureau national (93 Montreuil)

INDECOSA-CGT  
DONNE  
DE LA VOIX

En partenariat avec Radio Mon País (Radio libre toulousaine portée par la CGT), retrouvez nos podcasts bimensuels sur

<https://www.radiomonpais.fr/archive-shows/470/inradio>

ou en ligne sur le site [indecosa.fr](http://indecosa.fr)

Réalisées par Laure Haumont, les trois premières éditions sont consacrées à la présentation d'Indecosa-CGT, à la bataille du Nutriscore et à la concurrence sur le rail.

Information Indecosa. Case 1-1. 263, rue de Paris- 93516 Montreuil CEDEX  
Tél. : 01 55 82 84 05. email : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr). Site : [www.indecosa.fr](http://www.indecosa.fr)

Directeur de la publication, Rédacteur en chef : François Bilem • Rédaction dossier : Philippe Haumont • Iconographie et mise en page : Pascale Lecomte • Relecture, correction : Marie-Christine Dabrowski • Bimestriel imprimé et routé par Rivet Presse Edition, 87000 Limoges • Prix de vente : 5 euros au numéro. 6 numéros par abonnement annuel : 30 euros • N° de commission paritaire : 0425 G 86486. Imprimé sur papier recyclé.



## Services publics

## LA DÉMATÉRIALISATION FAIT DES RAVAGES

On l'aura encore vu pendant la dernière campagne de déclaration d'impôt sur le revenu : la dématérialisation et Internet sont mis en avant partout, tout le temps, et les déclarations en ligne sont même obligatoires pour la majorité des français. Peu importe les difficultés de pans entiers de la population : le dogme a été posé et doit être suivi.



D.R.

Des monstres administratifs de plusieurs dizaines d'agents des Finances Publiques ont été créés, ingérables, qui répondent aux questions pour un territoire immense dans un exténuant travail à la chaîne.

Indecosa-CGT est-elle opposée à la possibilité de déclarer en ligne ? Non, tant que ce n'est pas une obligation. Internet doit être une voie d'accès supplémentaire pour ceux qui la préfèrent à l'envoi de courriers ou à de longs appels téléphoniques. En aucun cas cela ne doit devenir un remplacement.

Tout comme une catégorie de population déteste téléphoner (une grande part de la génération Y, qui favorise messages et courriels), d'autres n'arrivent pas ou ne veulent pas faire une déclaration en ligne sur un site Internet médiocre et souvent hors ligne... et c'est leur droit le plus absolu. Tout comme c'est le devoir de l'administration de proposer des alternatives à ses propres citoyens.

### Des alternatives au Net

On nous répondra qu'il est encore possible d'appeler les services des impôts. Oui, si vous arrivez à avoir quelqu'un qui décroche et quelqu'un qui fera autre chose que vous rediriger vers les pas-à-pas pour utiliser le site Internet. Car, pendant que d'un côté, les gouvernements successifs forçaient la dématérialisation, de l'autre, ils démantelaient soigneusement les services des impôts.

Des milliers de postes ont été supprimés chaque année, des dizaines de centres des impôts et de trésoreries ont été fermées, des monstres administratifs de plusieurs dizaines d'agents des Finances Publiques ont été créés, ingérables, qui s'occupaient de répondre aux questions pour un territoire immense dans un travail à la chaîne

exténuant, plutôt que d'avoir des services de proximité avec des fonctionnaires qui connaissaient le terrain sur lequel ils travaillaient.

### Des milliers de postes supprimés

Comble du comble, la dévastation des Finances Publiques au titre de la dématérialisation a eu lieu à chaque fois avant que celle-ci soit en place et rodée. Un exemple ? Des milliers de postes d'agents ont été supprimés des services destinés aux particuliers quand on a déployé la télédéclaration. Le problème ? Celle-ci ne fonctionnait pas informatiquement, et demandait une intervention manuelle pour chacune des déclarations informatiques, pour mettre à jour l'ancienne taxe d'habitation. Des listings interminables, de plusieurs centaines de pages... mais les postes avaient déjà été supprimés, puisque la dématérialisation faisait les choses automatiquement ! En théorie, du moins.

Car c'est la grande spécialité de l'État, tous ministères confondus : déployer des logiciels encore non fonctionnels et les rendre obligatoires pour tous ses administrés avant qu'ils ne puissent être utilisés correctement. Pour rester dans le domaine des finances (encore qu'on pourrait parler de plusieurs désastres à l'Éducation Nationale aussi), l'année dernière, les propriétaires de biens immobiliers parmi vous auront peut-être vu une nouvelle déclaration obligatoire apparaître, à faire forcément via GMBI, «Gérer mes Biens Immobiliers». Un logiciel qui ne fonctionnait pas, des agents qui ne pouvaient le faire fonctionner.

### Une situation explosive au sein des finances publiques

La situation est devenue explosive au sein même de la DGFIP. Les flux d'appels, de mails, de visiteurs étaient ingérables pour des agents déjà saignés à blanc, dont on a tellement réduit les effectifs que gérer le quotidien est une galère, sans parler d'événements exceptionnels. Des directives départementales différentes sont tombées pendant des semaines : certains centres acceptaient de prendre des déclarations «papier», d'autres non, avant de changer d'avis en catastrophe selon le sens du vent... On avait donc à la fois des contribuables excédés par l'impossibilité de respecter leurs obligations et des agents des finances exténués et sans la moindre réponse à apporter. Quelqu'un a-t-il été mis en cause ? Un responsable, un haut directeur, enfermé dans sa tour d'ivoire ? Non, bien sûr que non. En dépit du désastre, les directeurs ont été félicités : l'objectif avait été atteint, le dogme respecté.

Et tant pis si cela exclut une part de la population, tant pis si cela contribue (à juste titre!) aux tensions sociales dans le pays. Tant pis. L'important est d'avancer vers ces objectifs irréalisables. «Quoi qu'il en coûte». ■

Nioucha Perat

Interview de Bernard Filaire, membre du bureau national d'Indecosa-CGT

## “CONTINUER CE QUI VA BIEN ET AMÉLIORER CE QUI PEUT L’ÊTRE”

Auvergnat depuis toujours, Bernard Filaire, après quelques années dans le privé, est entré à la SNCF en 1982, où il a pu faire une « carrière » d'agent d'exécution jusqu'à cadre. Il revendique faire partie d'une génération qui a eu la chance de vivre dans une société complètement différente.

D'où vient ton engagement ?

Les années 80 sont arrivées derrière les « 30 glorieuses » où la société était de plus en plus prospère, où demain serait mieux qu'aujourd'hui. L'arrivée de la gauche au pouvoir en 1981 a en plus permis une vague de liberté, presque à nouveau mai 68.

L'ascenseur social était une réalité. Étant cheminot je suis la dernière génération qui a pu partir à 55 ans à la retraite. Donc oui je suis un veinard. Mon éternel optimisme est sans doute dû à ce parcours. D'ailleurs à l'instant où ces mots sont écrits, je suis persuadé que le 8 juillet 2024 nous reprendrons le chemin de justice et de progrès social. J'ai toujours été engagé dans l'associatif et surtout dans le syndicalisme durant mes années de cheminot. Cet engagement s'est naturellement continué à la retraite, plus particulièrement dans la formation syndicale. Transmettre est essentiel.

Tu es référent de plusieurs collectifs au sein d'Indecosa-CGT national. Peux-tu nous en dire plus ?

J'ai découvert réellement Indecosa-CGT en 2022 quand un mini collectif s'est formé sur Clermont-Ferrand pour relancer l'association Indecosa-CGT 63.

Lors de l'AG nationale, 18 mois plus tard, j'ai été élu au Conseil d'administration et ensuite au Bureau national.

Naturellement mon investissement et mes responsabilités dans celui-ci étaient dictés par ma carrière professionnelle à la SNCF vers le collectif transport et aussi par mes engagements syndicaux vers la formation.

Dans ces responsabilités j'espère continuer ce qui va bien et améliorer ce qui peut l'être.

Quels sont les besoins concernant la formation pour Indecosa-cgt?

Indecosa-CGT lors de ces dernières assemblées générales a décidé de plus s'impliquer « politiquement » dans tous les domaines de la consommation. Souvent cantonnées dans un rôle de « cabinet d'avocat gratuit » pour aider nos adhérents dans tous les litiges de la consommation, l'investissement de nos associations dans des projets plus politiques était faible et disparate.

Notre formation, et plus particulièrement celle que nous



appelons « Présentation d'Indecosa-CGT », doit être utile pour faire partager nos orientations par le plus grand nombre de nos militants. Nous allons mettre en œuvre une formation « Équipe de dirigeants » pour donner à nos associations des méthodes et des outils pour oser se lancer dans les projets de leur choix.

Quelle place doit avoir Indecosa-CGT concernant les transports ?

Dans ce domaine, comme dans beaucoup d'autres, l'Indecosa-cgt représente l'ensemble des consommateurs. Nous sommes un outil de la CGT. Celle-ci est structurée par fédérations, souvent puissantes, qui ont un quasi-monopole sur les revendications de leurs domaines.

Concernant la gratuité des transports du quotidien, la CGT cheminote est très prudente ; il y a un enjeu de 10000 emplois pouvant disparaître : les contrôleurs. À Indecosa-CGT, l'immense majorité des consommateurs plébiscite cette gratuité. En incitant à un large débat dans la CGT, nous devons dégager une revendication unificatrice : train gratuit avec agent SNCF d'accompagnement (pour renseignements, sécurité...)

Indecosa-CGT peut être un outil de la CGT, provoquant les débats « compliqués » qui nous permettent de bâtir des revendications où tous s'y retrouvent.

Propos recueillis par F.B.

.....  
 Indecosa-CGT a décidé de plus s'impliquer « politiquement » dans tous les domaines de la consommation.  
 .....

SNCF

## La concurrence, une fausse bonne idée

Le 1er mars 2024, le ministère de l'Économie a invité INDECOSA-CGT à un séminaire dit « NASSE », sur « l'ouverture à la concurrence dans les transports terrestres de voyageurs ». Ce séminaire était animé par une représentante de l'Autorité de la concurrence et deux intervenants : un économiste et un avocat.

**D**ans son introduction, la représentante a insisté sur l'actualité de ce thème ; les régions ont désormais l'obligation d'organiser un appel d'offre sur le marché des trains TER (transport express régional).

Le premier intervenant, avocat de profession, nous a rappelé l'évolution juridique de la situation depuis la directive européenne 91-440 (de 1991) qui introduisait la concurrence dans le transport ferroviaire. Depuis, nous en sommes au 4<sup>e</sup> paquet ferroviaire. Ceux-ci ont imposé de plus en plus impérativement l'obligation de casse des monopoles historiques existant depuis longtemps dans la plupart des pays.

Le deuxième intervenant, économiste, a cherché à tuer d'emblée toute objection en nous affirmant : « dans les fondamentaux économiques la concurrence apporte une baisse des prix qui naturellement induit une augmentation des volumes et booste l'innovation ». C'est donc un cercle vertueux qui se met en place et « c'est pour ça qu'on l'aime la concurrence ».

### Un dogme libéral

Ensuite, il s'est lancé dans un bilan de la mise en concurrence dans le ferroviaire en comparant l'Angleterre qui a adopté ce système dès les années 1990 (héritage de Margaret Thatcher), les pays qui ont mis en place cette concurrence début des années 2000 (Allemagne, Suède, ...) et enfin la France qui commence à peine.

La constance de ce bilan est que les chiffres ne valident pas la supposée supériorité de la mise en concurrence.

La baisse des prix a eu lieu dans tous les pays européens, même en France, quasiment au même niveau.

Concernant l'augmentation du trafic, on nous indique qu'en Angleterre et en Allemagne, il est de l'ordre de 30 à 40%, alors que pour la



France il n'est que de 1% par an... sur 30 ans. Conclusion : la concurrence est efficace puisque 30 à 40 % comparé à 1 %, le match est joué.

Sauf que si on calcule bien : +1 % par an sur 30 ans aboutissent à +35 % en fin de parcours. Soit la même chose que dans les autres pays ! Aurait-on cherché à nous abuser ?

Enfin, sur l'innovation, la France serait championne d'Europe grâce surtout à son réseau TGV.

Bilan objectif de cette comparaison : baisse des prix, augmentation de l'offre, augmentation de la demande, innovation : la concurrence en Europe ou l'absence de celle-ci en France donne les mêmes résultats.

Mais nous avons ici affaire à un dogme. Pour nos chers dirigeants libéraux il n'y a qu'une vérité : la concurrence crée automatiquement un cercle vertueux ; augmentation de l'offre, baisse des prix, innovation.

### Privatiser engendre des hausses de prix

L'intervenant a même osé faire référence au marché de l'électricité pour prouver le bien-fondé de sa démonstration ! A-t-il passé ces deux dernières années sur mars ?

Ignorer que l'électricité a augmenté de 45 % en France sans aucune raison objective, car toujours majoritairement produite par nos centrales nucléaires, cela démontre un certain aveuglement.

C'est la fabrication artificielle d'un marché concurrentiel de l'énergie en Europe qui a réussi ce miracle.

Concernant le fret ferroviaire on est passé

Le Royaume-Uni a renationalisé son réseau ferré après des années de mauvaise gestion des entreprises privées.

de 20 % de parts de marché du transport de marchandises par la SNCF dans les années 2000 à moins de 8 % par toutes les entreprises existantes (privées et SNCF) en concurrence en 2024.

Ignorer cet échec c'est risquer des réveils douloureux dans le futur. Rappelons-nous que l'élève modèle, le Royaume-Uni, vient de renationaliser son réseau ferré très mal entretenu par les entreprises privées.

Autre point intéressant de cet exposé sur les perspectives d'avenir de ce modèle : les réseaux ferrés sont financés entre 25 à 30 % par les entreprises ferroviaires dans la plupart des pays. En France, la SNCF assure 50 % du coût de son entretien. Demain, les entreprises privées françaises demanderont une baisse de ces coûts. On peut facilement prédire qu'un quart du coût de l'entretien des lignes assuré actuellement par les usagers du transport le sera par une augmentation des impôts des contribuables.

En effet il faut bien que les entreprises privées fassent des bénéfices pour les redistribuer aux actionnaires.

On nationalise les coûts et on privatise les bénéfices grâce au merveilleux outil qu'est la mise en concurrence.

C'est pour ça que certains l'adorent, mais pas Indecosa-CGT. ■

**Bernard Filaire**

## UNE JOURNÉE D'ÉTUDE SUR LA SANTÉ



Indecosa 44 organise une journée d'étude sur la santé, le jeudi 28 novembre 2024. Elle se déroulera à Nantes, de 9h00 à 16h30, à la Maison des Syndicats (1, place de la gare de l'État). Trois thèmes y seront développés : l'accès aux soins sur le territoire, l'hôpital public et la rentabilité ainsi que le rôle des représentants des usagers dans les établissements. Y inter-

viendront de nombreux acteurs de la santé et de militants CGT ainsi que Christophe Prudhomme, médecin urgentiste, fédération CGT de la santé et porte-parole de l'Association des Médecins Urgentistes de France. ■

Inscriptions avant le 30 septembre à retourner par mail à :

[indecosa.cgt44@laposte.net](mailto:indecosa.cgt44@laposte.net) ou par courrier à INDECOSA CGT 44

**INDECOSA-CGT 44**

## MAUVAIS SCORES



Deux sociétés ont annoncé qu'elles se retirent du Nutriscore en Suisse. Parmi les raisons invoquées, on trouve en vrac : le Nutriscore ne rapporte rien, il demande des efforts de packaging, il est mal connu...

Comme le rappelle l'équipe fondatrice de cet indicateur nutritionnel, le Nutriscore a

été conçu pour informer les consommateurs, non pour rapporter quoi que ce soit aux marques ! Curieusement, ces dernières ne semblent déplorer aucun « effort » lorsqu'il s'agit d'afficher des assertions publicitaires sur les emballages. Quant au fait qu'il soit mal connu, on ne peut que saluer les efforts constants de désinformation portés par de gros acteurs de l'agrobusiness.

La raison de ce retrait est pourtant simple à trouver. Les études nutritionnelles pointent de plus en plus la présence de sel et de sucre en quantités alarmantes dans notre alimentation. De ce fait, le Nutriscore, régulièrement mis à jour, a durci ses critères et les produits de ces marques seraient nettement moins bien notés que précédemment. Mieux vaut donc se retirer en claquant la porte et en clamant son indignation, vieille technique éprouvée des fautifs pris la main dans le pot de sucre ! ■



## LA « RÉDUFLATION » S'AFFICHE

Plus de deux ans après les premières révélations sur les nouvelles pratiques des distributeurs et des grandes surfaces, le gouvernement a enfin publié un arrêté applicable depuis le 1er juillet 2024. Il oblige les distributeurs à prévenir le consommateur de la hausse masquée des prix des denrées alimentaires, obtenue par la modification à la baisse de leurs volumes. Cette « réduflation » ou « shrinkflation » (en anglais) avait immédiatement déclenché la colère des associations de consommateurs et des partis politiques d'opposition. De nombreuses pétitions ont circulé et des parlementaires ont demandé l'interdiction pure et simple de cette inflation masquée. La réponse ministérielle est l'affichage de la « réduflation » à proximité des produits, sauf pour les articles préemballés ou en vrac. Les clients ayant un doute sur les prix peuvent le signaler via l'application Signal Conso. Si cet arrêté est une toute petite victoire, est-il pour autant suffisant ? ■

**MARC TISSOT**

**Formation « écrire court pour être lu »,**

## CONSOMMATION NUMÉRIQUE : LUMIÈRE SUR L'ARRIÈRE-BOUTIQUE

Le 2 octobre 2024, à Montreuil, Indecosa-CGT organise son grand colloque annuel. Cette année, il traitera de la consommation numérique. Accompagnés de différents experts, nous tenterons de décrypter un système et de percevoir quelle place y est réservée au consommateur. Avec ses multiples outils, le numérique n'est-il qu'un moyen de faire ses achats, de remplir ses formalités administratives ou d'échanger avec d'autres personnes ? N'y a-t-il pas, omniprésente et surpuissante, une volonté de placer le consommateur comme seul et unique responsable de ses actes ? Les affirmations répétées que c'est lui qui « fait le marché », que ce dernier « ne fait que répondre à ses attentes » sont-elles si exactes ? Nous essaierons de comprendre quelles intentions politiques ont construit l'espace numérique et de regarder ce qui

subsiste de « l'espace commun émancipateur » proclamé à l'aube de sa création. Le consommateur, dans cet espace, est-il encore l'Humain qui se tient devant l'écran, ou est-il devenu un produit comme un autre qu'il faut évaluer, classifier, orienter, surveiller, pour que prospère le Dieu Business, sacro-saint objectif de nos gouvernants ? Et ceux-là sont-ils ceux que nous avons le plus à redouter ? Notre colloque explorera tous ces aspects passionnants mais aussi la façon dont Indecosa-CGT s'organise pour apporter des solutions et pour défendre et informer ses membres et le grand public. ■

Inscription préalable nécessaire. Les modalités en seront bientôt indiquées dans nos communiqués, sur notre site (<http://indecosa.fr>) et dans notre revue IN Magazine.

Sur les marchés en Province, des producteurs locaux offrent des produits bios de qualité, pas forcément plus chers que dans les grandes surfaces.

**Marché  
Questembert  
Lundi matin**

**Marché  
à la ferme  
Samedi matin**

**Vente  
de paniers**



Le marché du bio pèse son poids – 12 milliards d'euros de chiffre d'affaires – mais il est à la peine, confronté en 2023 à une baisse de 11,3 % en volume et de 3,1 % en valeur. Dans l'assiette des Français, la part du bio est passée de 6,4 % en 2021 à 5,6 % en 2023. Est-ce le signe de la lente dissipation d'un rêve, celui de mieux s'alimenter, d'agir pour la planète, de préserver sa santé, de respecter plus la vie animale, de soutenir d'autres pratiques agricoles ? Dans les rayons, ça pique au fond des poches. On y regarde à deux fois.

# LES GROS BOBOS DU BIO

Les raisons du désamour des Français à l'égard du bio sont avant tout économiques avec la déflagration de l'inflation qui a succédé aux restrictions imposées par la pandémie. Acheter bio coûte cher, bien trop cher. Ajoutons à cette fragilisation des porte-monnaie l'opacité de l'information en la matière, des labels mystérieux, des doutes tant sur les bénéfices sanitaires et écologiques du bio que sur sa capacité à porter véritablement une remise à plat des pratiques agro-industrielles, à construire des alternatives.

Au commencement – c'était dans les années 50 – émerge un mouvement décidé à transformer le système de production agricole et d'élevage. L'agriculture biologique qui fait ses premières armes repose sur des valeurs et des engagements, une façon de penser et d'agir, de cultiver et de se nourrir, de s'opposer à la chimie de l'agriculture intensive. Le bio n'est pas encore un marché, encore moins une filière. D'ailleurs on dit « la » bio, comme « la » philosophie bio ou « la » biodynamie. Ce mouvement qui s'oppose à l'in-

dustrialisation massive n'échappe pas ici ou là à un certain spiritualisme, un ésotérisme en vogue. Il prône à ses débuts et chez certains adeptes les valeurs symboliques d'un retour à la terre façon « Regain », de Jean Giono, valeurs sur lesquelles les pensées les plus conservatrices avaient déjà, dès le début du XX<sup>e</sup> siècle, commencé à faire leurs choux gras.

## Alternative à l'agriculture intensive

Il n'empêche que lorsque s'installe l'Europe, les partisans du bio vont incarner cette résistance au modèle industriel fortement soutenu par la Politique Agricole Commune (PAC) qui favorise dès les années soixante, grâce à ses subventions, le productivisme à tous crins dans une course effrénée à la baisse des coûts de production, quelles qu'en soient les concessions en termes de qualité. Dans l'acte de naissance du bio, on retiendra la multiplicité des initiatives contre le tout chimique agricole et cet engagement premier de protéger la santé des consommateurs. D'autres objectifs des partisans du bio découlent d'une analyse plus systémique : l'agriculture conventionnelle crée de la pauvreté dans les pays du Sud rendus incapables de concurrencer les productions agricoles largement subventionnées des pays du Nord. Le tout chimique et l'agriculture intensive sont également nuisibles à la nature, épuisent les ressources terrestres, les sols et la vie des espèces.

Mais qui dit expansion du bio dit aussi règlements, contraintes et labels. Ils se mettront progressivement en place en France, puis en Europe. On se perd depuis facile- →

« LE BIO A BESOIN DE TRANSPARENCE, D'HONNÉTÉTÉ, D'ENGAGEMENTS TENUS ET DES SOUTIENS NÉCESSAIRES AUPRÈS DES PRODUCTEURS ET DES CONSOMMATEURS »

« LE LABEL HVE  
NE PRÉSENTE,  
DANS LA  
GRANDE  
MAJORITÉ DES  
CAS, AUCUN  
BÉNÉFICE  
ENVIRONNE-  
MENTAL »

→ ment dans l'interminable dédale des certifications et labels. A ce jour, deux principaux labels s'appliquent pour l'alimentation. Ils garantissent que le produit proposé en rayon respecte bien les contraintes de l'agriculture biologique. Le logo français AB, pour Agriculture biologique, apparu en 1985, est facultatif, tandis que l'Eurofeuille, obligatoire, a été créé par l'Union Européenne en 1991. Tous deux ont depuis beaucoup évolué.

Le label français AB institué par le ministère de l'agriculture indique que le produit agricole est (presque) 100 % bio, donc sans pesticides, ni OGM (avec une tolérance de 0,9 % pour ces derniers), ni intrants chimiques et qu'il est respectueux de la biodiversité, ou que l'aliment transformé compte au moins 95 % de produits agricoles bios dans sa composition, étant entendu en ce cas que l'étiquette doit mentionner la nature et le pourcentage des ingrédients bios utilisés. Le bien-être animal et la nature de l'élevage entrent aussi en ligne de compte (sans traitements hormonaux, nourriture sans pesticides etc.) Avec l'Eurofeuille, c'est plus simple. Son cahier des charges est encore plus strict que celui du logo AB et garantit au consommateur que l'aliment est 100 % bio. Vient ensuite se greffer une kyrielle d'autres labels et certifications, sans même parler du bio non alimentaire où l'absence de réglementation achève de brouiller les pistes et où l'arnaque fait florès (lire encadré).

### Gare au greenwashing

On trouve de tout sur l'étiquette ! Parmi les valeurs sûres : Demeter, pour la biodynamie, Nature et Progrès (certifié Ecocert) qui associe producteurs et consommateurs dans son cahier des charges et qui respecte un solide paquet de normes environnementales, éthiques et sociales ou Bio cohérence pour des produits de ferme 100 % bio et 100 % France, production en serres chauffées interdites, également soucieux des normes sociales. Gardons aussi un œil sur Biocoop (une charte et non un label) dont le cahier des charges pour l'agriculture biologique est plus complet que celui des labels français et européen.

Si l'on met de côté les labels éthiques et équitables (1) – qui



garantissent à la fois le respect de l'environnement et celui des conditions sociales de production mais sans répondre forcément à l'intégralité des cahiers des charges bios (à l'exception de Biopartenaire) – c'est le règne du grand n'importe quoi, ce fameux greenwashing voulu par les agro-industriels et leurs lobbies. Plus grand-chose à voir avec le bio : des labels non certifiés par des organismes reconnus, souvent inventés par des marques privées ou par certaines grandes surfaces qui affichent « naturel », « bio », « green » ou « eco friendly ». Ils abusent le consommateur.

« Sans résidus de pesticides » est par exemple une marque inventée par des acteurs du secteur fruits et légumes, un simple coup de marketing qui garantit peut-être l'absence de pesticide sur le produit mais qui reste muet sur la traçabilité de la production. Ou encore la qualification « Agriculture raisonnée » fondée par l'agro-industrie qui se contente d'appliquer les normes de l'agriculture conventionnelle – devenues « raisonnables » ? – sans exclure les pesticides, →

## DANS LE NON ALIMENTAIRE, LE LOGO SE FAIT LABEL



Le bio ne concerne pas que l'alimentaire. Il s'est étendu à d'autres types de produits, textiles, ménagers, cosmétiques, jouets ou hygiène... mais sans le cadre réglementaire qui régit l'alimentation issue de l'agriculture biologique. Ce sont donc les marques, les entreprises et les filières qui ont inventé, autant que nécessaire à leurs boutiques, divers labels et certifications. Avec des tentatives d'harmonisation : les cosmétiques sous le référentiel Cosmos, les textiles sous le cahier des charges Gots (Global Organic Textile Standard), une certification délivrée par Ecocert. Cosmos garantit des procédés respectueux de l'environnement (sans OGM, 95 % de végétaux bios, absence de colorants ou parfum de synthèse, limitation d'ingrédients pétrochimiques...). Avec Gots, le textile est constitué à 70 ou 95 % de fibres bios, sans métaux lourds toxiques ou solvants divers et respectueux des conditions de travail. Pour s'y retrouver, l'Ademe propose sur son site un classement des labels environnementaux par produit, assorti de recommandations (1).

1. <https://agirpoulatransition.ademe.fr/particuliers/labels-environnementaux#labelsrow-3>

## L'AMATEUR DE BIO VU DE PROFIL

Une étude de l'Agence bio/Obsoco révélait une baisse de 16 % de la consommation de produits alimentaires bios (que 60 % des Français pratiquent) par rapport à l'année précédente. Cette baisse était cependant plus perceptible chez les consommateurs occasionnels, les habitués renforçant au contraire leurs pratiques. Leur profil, principalement des CSP et CSP +, est très marqué socialement. Ils sont plutôt politisés, concernés par les problématiques écologiques et attentifs à la qualité sanitaire de leur alimentation.

« EN 2023,  
LA SURFACE  
AGRICOLE BIO  
A REÇU EN  
FRANCE  
DE 54 000  
HECTARES »

les OGM ou autres engrais de synthèse. Et puis, côté climat, l'envahissant label HVE pour Haute valeur environnementale, fortement soutenu par la grande distribution mais vivement contesté. L'office français de la biodiversité a remis les pendules à l'heure à son sujet : « *Le label HVE ne présente, dans la grande majorité des cas, aucun bénéfice environnemental* » (2).

### Le prix du bio

Parcourant les rayons, le consommateur reste perplexe face au coût de la barquette et boude les produits bios. Malgré une progressive mais lente réduction des écarts de prix avec les produits conventionnels, la variation reste assez élevée, estimée entre 20 % et 30 %. Dans une période où 77 % des Français ont pour première préoccupation le pouvoir d'achat et où 62 % d'entre eux comparent les prix (3) sur les étalages, avec un taux d'inflation à près de 12 % en 2023, l'ardeur a forcément refroidi, même chez les plus convaincus des vertus de l'alimentation bio qui se recrutent principalement dans les catégories sociales moins sensibles à l'inflation (lire encadré).

Prudence toutefois. La comparaison entre le prix d'un aliment bio et celui d'un aliment non bio est un peu trop simple... et trompeuse. Il faut tenir compte de la manière dont se décompose un prix. Il existe en effet des coûts cachés, économiques, sociaux ou environnementaux rattachés

au cycle d'élaboration d'un produit. Dans le cas du bio, ils sont inclus dans le prix final et le font grimper mécaniquement. Cette absence de visibilité sur les étiquettes brouille l'information due au consommateur qui ignore par exemple que les coûts réels induits par un produit alimentaire classique, écologiques et sociaux, peuvent aller jusqu'à doubler le prix affiché de l'aliment.

Le commerce équitable, bio ou non (4), est de son côté un peu mieux protégé de l'inflation, avec une hausse de 7 % en 2022 et de 4 % en 2023 chez Fairtrade/Max Havelaar. Dans la filière française du label Agri-Éthique, la progression a atteint 15 % en 2023. De même, les circuits courts, qui proposent toutes sortes de produits, bios ou non, sont en progression et conservent la faveur des consommateurs à la fois attachés à la proximité, à une certaine qualité de produits, à la réduction du bilan carbone par la réduction des intermédiaires – et donc des distances de transport – ainsi qu'au soutien de nouveaux modèles de production agricole et de distribution.

### Les agriculteurs lâchent l'affaire

Conséquence de la réduction des débouchés du bio : un phénomène inquiétant de surproduction conduit à la « déconversion » totale ou partielle d'agriculteurs qui s'étaient engagés à grands frais dans cette démarche aussi onéreuse que contraignante. La filière bio agricole représente tout de même de 60 500 exploitations et revendique plus de 215 000 emplois directs, 16 % de l'emploi agricole. Or en 2023, la surface agricole bio a reculé de 54 000 hectares (5). Le blé et la volaille sont particulièrement touchés mais également la filière porcine et celle du lait. Face à cela, la loi Egalim 2 (5) demeure pour l'essentiel non respectée, l'État se désengage et réduit ses objectifs de surfaces agricoles consacrées au bio. Le code rural avait fixé le chiffre de 15 % des surfaces converties au bio pour 2022. On en est toujours loin. Qu'à cela ne tienne, on a réécrit subrepticement le code rural à l'Assemblée nationale, en catimini, lors d'un



## TOUS LES PRIX DU BIO NE LOGENT PAS À LA MÊME ENSEIGNE

Les chiffres publiés par Distriprix bio en 2023 montrent des écarts de prix assez considérables entre la grande distribution et les enseignes spécialisées bios. 14,4 points au-dessous de la moyenne des prix des boutiques bios, le site de vente en ligne La Fourche est en tête (mais l'adhésion annuelle coûte tout de même 59,90 €), suivi par Satoriz (-3,5 pts), Les Comptoirs de la bio (-2,4 pts) et Greenweez (-2pts). Au-dessus de la moyenne des prix, Biocoop dépasse de 0,5 point, L'Eau Vive de 2 points et Naturalia de 12,3 points. Quant aux grandes surfaces, selon cette enquête de *Que Choisir*, l'analyse détaillée de leurs prix fait apparaître des écarts étonnants. Le surcoût pour manger bio en achetant chez Lidl est de 59 % tandis qu'il grimpe à 86 % dans les rayons de Monoprix. Chez ce dernier, le prix moyen du panier bio est de 116 € mais chez Lidl de 88 €. La différence est même plus importante entre les deux enseignes pour leurs produits bios que pour leurs produits conventionnels. La folie des marges ?



« SEULEMENT 24 % DES FRANÇAIS SONT CONVAINCUS QUE MANGER BIO EST UN PLUS POUR LEUR SANTÉ »

→ vote nocturne le 17 mai 2024, et gommé purement et simplement tout objectif chiffré.

La désaffection du bio trouve aussi une explication partielle dans les doutes persistants du consommateur sur la réalité de ses impacts écologiques et sanitaires. Une étude (6) montre que cette suspicion est partagée par 57 % des non-consommateurs de bio. Elle arrive en deuxième position, derrière le prix, pour justifier leur refus du bio tandis que seulement 24 % des Français sont convaincus que manger bio est un plus pour leur santé. Le doute est-il fondé ? On manque dans ce domaine d'études fiables, malgré leur nombre. Il est certain que les produits alimentaires bios, dépourvus d'intrants chimiques et de pesticides et répon-

dant à un cahier des charges exigeant réduisent forcément le nombre de cas de cancers, de diabète, d'obésité ou de Parkinson.

Mais tout dépend de la manière dont l'aliment a été cultivé. La production agricole bio n'échappe pas à la pollution, elle est la même pour tous. On a trouvé, par exemple, des dioxines et PCB dans des œufs et du lait à cause de la persistance de ces poisons dans des sols pollués, ou des phtalates dans des huiles d'olive (7). Surtout, rappelons que le bio n'a rien à voir avec la diététique. Ses produits comportent comme en conventionnel des graisses, des sucres et des conservateurs peu recommandés pour une alimentation équilibrée et potentiellement cancérigènes.

→

## FAUT-IL PRÉFÉRER LE BIO OU LE LOCAL ?

Bio ou local, s'il faut choisir ? L'un comme l'autre a ses avantages... et ses limites. D'abord, se méfier des affichages. Si les labels bios sont plus ou moins bien identifiés, ils répondent à des critères précis et présentent donc un réel avantage sanitaire. Il n'en va pas de même pour le « local » dont la mention indique seulement la proximité entre le producteur et le consommateur mais sans valeur géographique. On peut acheter en circuit court le café équitable d'une plantation vénézuélienne ou directement, chez lui, les poireaux du producteur voisin. Ce qui n'a pas tout à fait le même impact en termes de bilan carbone, même si le transport compte assez peu (environ 5 %) dans l'impact carbone de nos aliments, principalement dû à la production et à la transformation des produits. Des réseaux comme les AMAP réduisent assurément la distance entre le producteur et le consommateur mais ne garantissent en rien que le légume est sans intrants ou produits phytosanitaires. L'idéal, bien sûr, est de cumuler bio, local et de saison. L'offre grandit progressivement dans ce domaine : près d'une ferme bio sur deux pratique désormais la vente directe, en ligne ou sur place, une manière de réconcilier santé et porte-monnaie.





Pour ne pas désespérer le bio, on retiendra que manger bio ne peut pas faire de mal tout en restant une bonne action en termes de bilan sanitaire et écologique. Cela pour une simple raison : l'agriculture biologique est un levier important de l'amélioration des pratiques agricoles. A condition que l'État se donne les moyens et s'engage clairement dans une transition ouverte et transparente permettant de sortir d'un système complexe, aux réglementations si nombreuses et superposées qu'elles en deviennent parfois, couche après couche, contradictoires. Le bio a besoin de transparence, d'honnêteté, d'engagements tenus et des soutiens nécessaires pour rendre vertueux un modèle alimentaire qui, en l'état, pénalise encore lourdement tant le producteur que le consommateur.

1. Fair for Life, Mac Havelaar, Agri-éthique, Biopartenaire...
2. Note confidentielle aux ministères de l'agriculture et de la transition écologique, 2020.
3. Baromètre Harris Interactive bilan et perspectives, décembre 2023.
4. Le commerce équitable propose du bio dans 90 % des cas.
5. La loi Egalim 2, voté en 2021 prévoyait notamment de protéger les revenus des agriculteurs.
6. Le marché alimentaire bio, édition 2023, Agence Bio.
7. 60 millions de consommateurs, 05/06/2019.

.....

**« LE BIO A BESOIN DE TRANSPARENCE, D'HONNÊTÉTÉ, D'ENGAGEMENTS TENUS ET DE SOUTIEN »**

.....

## PETIT QUIZZ DU BIO

Au hasard, un petit jeu à cinq pattes pour égayer une fin de repas... bio.

**Un saumon sauvage peut-il être étiqueté bio ?**

**Réponse :** non, même s'il a grandi en eau pure. Le label bio ne peut pas faire contrôler par des organismes certifiés ses conditions de production, de stockage ou de transformation. Les conditions du bio ne sont donc pas remplies. Même chose pour les produits de la chasse.



**Un poulet bio aura-t-il meilleur goût qu'un poulet non-bio ?**

**Réponse :** rien à voir. Le label bio ne s'intéresse qu'aux conditions d'élevage, pas à la qualité gustative du produit final.



**La carotte bio est-elle toujours sans pesticide ou intrants chimiques ?**

**Réponse :** elle le devrait. En pratique, des carottes dites bios analysées par des journalistes de France 3 présentaient des résidus de produits sanitaires. Explication : comme pour tout produit respectant scrupuleusement le cahier des charges du bio, des polluants peuvent persister dans les sols et dans l'eau. Selon l'Agence bio, on peut trouver des résidus de pesticides dans 42 % des aliments conventionnels en France, mais aussi dans 12 % des produits bio, ce qui n'est pas zéro.



**Le lait bio est forcément plus cher que le lait conventionnel ?**

**Réponse :** bios ou non, les deux produits sont quasiment identiques en termes de goût, de qualité nutritionnelle et sanitaire. Plus contre-intuitif, le lait bio n'est pas toujours plus cher que le non-bio, même si son producteur le vend généralement moins cher au litre tout en subissant des contraintes plus fortes (pas d'engrais ni de pesticides dans les fourrages, contrôles vétérinaires etc.).

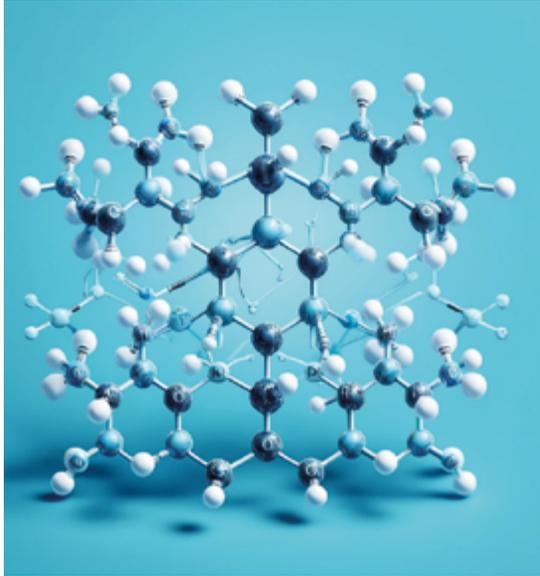


**Pour Noël, on s'offre un foie gras bio !**

**Réponse :** même pas en rêve... Le Père Noël est tenu de se conformer à la réglementation européenne qui interdit à l'agriculture biologique le gavage des volailles.



## BON À SAVOIR



D.R.

### LA PROPOSITION DE LOI POUR L'INTERDICTION DES PFAS A ÉTÉ VOTÉE LE 30 MAI PAR LES DÉPUTÉS

La France a adopté une loi pour éliminer progressivement les substances per- et polyfluoroalkylées (PFAS), surnommées «polluants éternels», sur de nombreux produits de consommation. À partir de 2026, l'interdiction ciblera les produits où des alternatives existent, et s'étendra à tous les usages en 2030. Une exception notable concerne les ustensiles de cuisine antiadhésifs, exclus de cette mesure.

L'exclusion des ustensiles de cuisine antiadhésifs peut être critiquée car ces produits sont couramment utilisés et peuvent contribuer à l'exposition des consommateurs aux PFAS. Cette exception pourrait être perçue comme une concession aux lobbies industriels. Cependant, il serait pertinent de prévoir une réévaluation périodique de cette exception pour encourager l'innovation et la recherche de solutions alternatives.

La loi instaure également un principe de «pollueur-payeur» pour financer la dépollution. Cette initiative législative, qui fait partie d'un mouvement plus large à l'échelle européenne, vise à protéger la santé publique et l'environnement tout en soutenant une consommation et une économie durables.

### L'OPÉRATEUR DE COMMUNICATIONS ÉLECTRONIQUES NE PEUT PAS PRÉVOIR DE CLAUSE LIMITANT SA RESPONSABILITÉ

La Cour de cassation a récemment affirmé que l'article 15 de la LCEN, qui impose une responsabilité de plein droit aux fournisseurs d'accès à un service de communications électroniques, est d'ordre public.

Les clauses contractuelles qui tentent de limiter cette responsabilité à une simple obligation de moyens sont donc considérées comme non écrites. Cette décision renforce la protection des consommateurs, qui n'ont plus à prouver la faute du fournisseur en cas de mauvaise exécution des services. Ce principe s'applique également aux contrats à distance entre consommateurs et professionnels, où la responsabilité ne peut être limitée ou exclue par des accords privés.

### L'IMPACT DES JEUX OLYMPIQUES SUR LA CONSOMMATION

À l'approche des Jeux Olympiques de 2024, la France se prépare à accueillir un afflux de consommateurs internationaux. Dans ce contexte, la Chaire droit de la consommation organise un colloque le 17 juin 2024, intitulé «JO et consommateurs», qui se concentrera sur les défis et opportunités liés à cet événement d'envergure mondiale. Les discussions porteront sur l'e-commerce, les contrôles de contrefaçon, et les questions de concurrence, soulignant l'importance d'une régulation efficace pour protéger les consommateurs et assurer une concurrence loyale.

### MESURES CONTRE L'OCCUPATION ILLÉGALE DES LOGEMENTS : UN IMPACT RESTREINT PAR DES CONTRAINTES JURIDIQUES

La loi du 27 juillet 2023 a introduit une modification significative dans la gestion des baux d'habitation, réduisant le délai pour activer la clause résolutoire de deux mois à six semaines en cas de non-paiement. Cependant, la question de son application immédiate aux contrats existants a soulevé des débats. La DHUP (Direction de l'Habitat, de l'Urbanisme et des Paysages) a interprété que ce nouveau délai ne s'applique qu'aux nouveaux contrats ou à ceux renouvelés après le 27 juillet 2023, en l'absence de dispositions contraires explicites dans les baux en cours. La Cour de cassation, saisie pour avis, a confirmé le 13 juin 2024 que la loi ne s'applique pas rétroactivement, conformément à l'article 2 du Code civil. Ainsi, les contrats en cours restent régis par les accords initiaux des parties, maintenant l'ancien délai de deux mois, sauf pour les baux verbaux qui, par définition, ne contiennent pas de clauses contraires à la nouvelle loi. Par ailleurs, la loi a systématisé l'inclusion d'une clause résolutoire dans tous les contrats de bail, une mesure que la DACS (Direction des Affaires Civiles et du Sceau) considère applicable même aux contrats en cours sans clause résolutoire explicite. Cependant, la Cour de cassation n'a pas clarifié l'application du délai de six semaines aux baux tacitement reconduits. Son avis, bien que juridiquement solide, limite l'impact de la loi censée accélérer les procédures d'expulsion, un point crucial dans les dossiers d'expulsions locatives. ■

D.R.

## Avec l'inflation, la consommation de bio est en perte de vitesse



### BULLETIN D'ABONNEMENT

#### INDIVIDUEL

**35 € pour 6 numéros - Livraison à domicile**

Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : .....

Tél. : ..... Portable : .....

E-mail : .....

Entreprise ou organisme : .....

#### ENVOI EN NOMBRE

Nous contacter : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr)

Je règle par chèque à l'ordre de Indecosa-CGT  
je règle par carte bancaire sur [indecosa.fr](http://indecosa.fr)

A retourner à IN magazine • Case 1-1 263, rue de Paris 93516  
Montreuil Cedex Tél. : 01 55 82 84 05 • Nous contacter : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr)

### BULLETIN D'ADHÉSION

Nom : .....

Prénom : ..... Date de naissance : .....

Adresse : .....

Code Postal : ..... Ville : .....

Téléphone fixe : ..... Portable : .....

Courriel : .....

Entreprise ou organisme

J'adhère pour l'année 2024  30 euros

Je m'abonne à In magazine pour six numéros  35 euros

Date et signature



Scannez et  
découvrez le site  
d'INDECOSA-CGT  
<https://www.indecosa.fr>



# La Macif de nouveau élue Marque Préférée des Français.

Merci à :  
Iona, Félix, Sandra, Kourréa,  
Jacques, Mehdi, Tristan,  
Thibault, Valérie, Clara,  
Guillaume... et vous!



La Macif,  
c'est vous.

\*Étude réalisée du 3 au 4 janvier 2024 par OpinionWay auprès d'un échantillon représentatif de 1005 personnes de la population française de 18 ans et plus, dans la catégorie compagnies d'assurance.

MACIF - MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social: 1 rue Jacques Vandier 79000 Niort.