

# CONSOMMATION DURABLE

Sophie Dubuisson-Quellier

In : Dominique Bourg et Alain Papaux, Dictionnaire de la pensée écologique, 2015.

---

La notion de consommation durable a été introduite à l'occasion du Sommet de la Terre qui s'est tenu en 1992 à Rio de Janeiro, pour en appeler à des changements profonds des modes de vie. Mais ce n'est que dix ans plus tard, lors du sommet de Johannesburg, que la notion s'inscrit dans les agendas publics en prévoyant, à travers le processus de Marrakech en 2003, des lignes d'action concrètes autour de politiques publiques de « production et de consommation durables » confiant aux acteurs publics mais aussi aux investisseurs privés le soin de s'assurer que la croissance économique ne provoque pas de dégradation de l'environnement. Le Programme des Nations Unies pour l'Environnement, qui coordonne le processus, constate toutefois que les démarches nationales manquent souvent de cohérence et se heurtent à la difficulté de transformer les modes de consommation et de production à grande échelle et en profondeur. En 2008, la Commission Européenne publie un plan d'action en faveur de la production et de la consommation durables dans lequel est reprise l'idée d'une nécessité de faire évoluer les modes de consommation et de production, notamment par la création d'un cercle vertueux qui viserait à « améliorer la performance environnementale globale des produits tout au long de leur cycle de vie, promouvoir et stimuler la demande de meilleurs produits et de meilleures technologies de production, aider les consommateurs à mieux choisir grâce à un étiquetage plus cohérent et simplifié » (Commission Européenne, 2008). Une série de politiques publiques y sont particulièrement mises en exergue : les encouragements à l'éco-conception, les systèmes d'étiquetage signalant aux consommateurs les produits ayant de faibles impacts sur l'environnement et le rôle des marchés publics dans la création de mécanismes d'incitation à la performance environnementale des produits. Le principe d'une articulation forte entre l'action sur l'offre et l'action sur la demande est au cœur même des démarches internationales et nationales en matière de production et de consommation durables. Lorsque l'OCDE produit un texte de recommandations autour de la consommation durable, elle fait ressortir un certain nombre de conditions qui lui paraissent nécessaires pour que la consommation durable s'élargisse au-delà du cercle des plus militants. Parmi celles-ci on retrouve l'idée d'un consommateur auquel doit être proposé une offre la plus large possible de produits respectueux de l'environnement, dont les prix intègrent les coûts et les bénéfices pour l'environnement. Les politiques publiques sont encouragées, de leur côté, à indiquer les directions de manière claire aux acteurs économiques et à fournir aux consommateurs les niveaux d'éducation et d'information leur permettant d'agir de manière éclairée.

En France, ce n'est qu'à partir de 2008 et au termes du processus de concertation du Grenelle de l'Environnement que seront déclinées plusieurs mesures en faveur de la consommation durable. Celles-ci sont assez disparates et combinent une diversité d'instruments, tels que des outils fiscaux et économiques, comme le bonus-malus sur les automobiles, des instruments contractuels comme des chartes et des conventions signées avec des acteurs économiques encourageant la mise en place d'engagements autour de bonnes pratiques, et des instruments marchands, comme l'éco-labellisation et surtout l'affichage environnemental sur les produits de grande distribution. Comme dans la plupart des pays qui ont développé ce type de politiques, l'action sur les marchés est privilégiée par des outils d'incitation ou d'information destinés à accroître la rationalité et la responsabilisation des consommateurs individuels.

La consommation durable est donc avant tout un concept de l'action publique, d'abord porté par les institutions internationales puis progressivement repris dans des cadres nationaux, pour inciter les acteurs de l'offre à modifier leurs pratiques. La présence régulière des ONG environnementales dans les négociations internationales a également rendu ces organisations familières de cette notion. Cependant, elles s'en emparent d'une manière différente. Si le marché est le principal lieu de l'action publique en matière de consommation durable, les associations vont plutôt s'attacher à mobiliser les consommateurs sous un angle citoyen en les engageant à une évolution de leurs modes de vie. Du même coup, cette optique les amène à considérer les pratiques de consommation au-delà des seuls espaces marchands. Si la plupart d'entre elles s'engagent ou soutiennent les actions de certification environnementale de produits, elles vont aussi promouvoir des formes de consommation alternatives (comme les contrats locaux producteurs-consommateurs ou les finances solidaires), des modes de vie jugés peu impacts (comme le fait de consommer de préférences des produits locaux et de privilégier des modes de déplacements doux) ou encore des innovations sociales (comme l'auto-partage ou encore les coopératives d'habitat). Les

associations utilisent différents ressorts pour cette mobilisation, depuis des outils de communication, d'éducation et d'information, jusqu'à la possibilité pour les citoyens de s'engager sur une série de gestes quotidiens (éteindre ses appareils laissés en veille, prendre des douches plutôt que des bains), en passant par la diffusion de guides de consommation durable recensant les initiatives permettant de faire évoluer les modes de vie.

La notion de consommation durable ne fait pourtant pas l'objet d'un consensus dans le monde militant. Si les ONG environnementales l'utilisent volontiers, les associations du secteur de l'économie sociale et solidaire, les mouvements autour de la décroissance ou encore les associations autour de la consommation alternative vont lui préférer d'autres formules telles que celles de la consommation citoyenne ou responsable. La divergence n'est pas purement sémantique et trace plutôt une ligne de partage qui peut pour certaines organisations, s'avérer assez profonde, entre les différents rôles attribués aux individus dans la transition vers le changement. Ainsi, les grandes ONG privilégient ce que Michelle Micheletti (Micheletti, 2003) a appelé l'action collective individualisée, considérant que la société post-moderne favorise des modes d'engagements individuels et labiles qui ont la faculté de s'agréger notamment par le marché pour produire un effet collectif. C'est le raisonnement qui, par exemple, peut être fait par une ONG décourageant la consommation individuelle de telle ressource halieutique afin de faire diminuer la pression collective s'exerçant sur celle-ci, mais c'est aussi celui qui est fait par l'action publique lorsqu'elle encourage les petits gestes individuels des consommateurs en faveur de l'environnement.

Pour d'autres associations, la mobilisation des citoyens ne saurait être individualisée. Elles privilégient alors des dispositifs permettant d'envisager d'emblée une action collective. Les mouvements de promotion de la consommation citoyenne vont ainsi encourager les citoyens et les consommateurs à s'engager collectivement pour devenir parties prenantes des systèmes économiques. Les individus qui s'engagent, dans des systèmes d'échanges alternatifs (comme des contrats locaux producteurs-consommateurs ou des coopératives de consommateurs) y acquièrent des capacités réflexives et sont alors invités à participer à des actions collectives diverses : campagnes contre les OGM ou contre les algues vertes, collectivisation du foncier péri-urbain, mobilisation pour l'organisation d'un marché fermier ou l'approvisionnement en produits locaux d'une cantine scolaire.

Au total, les manières dont la consommation est investie par l'action publique, les acteurs économiques ou le secteur militant apparaissent très contrastées (Dubuisson-Quellier, 2009). Elles s'étalent sur un spectre assez large qui va de la figure historiquement constituée d'un consommateur souverain et autonome dont il s'agit d'organiser les conditions d'expression d'un choix éclairé jusqu'à une conception dans laquelle les individus pourraient renoncer à la propriété individuelle pour fonder la consommation sur la mutualisation et le contrat. Malgré tout, la situation semble de moins en moins autant polarisée. Si l'action publique nationale tend à privilégier la vision d'un consommateur rationnel et intervient surtout sur le terrain marchand, différents signaux suggèrent des évolutions. Ainsi, les collectivités locales travaillent plus facilement avec le secteur associatif et interviennent aussi dans des domaines non marchands, fournissant ainsi des matrices d'expériences de terrain visant à modifier les modes de vie des habitants. On peut citer le cas de la mise en place de systèmes de pédibus, de compostages collectifs, d'approvisionnements en circuits courts, d'éducation à l'alimentation durable. Ces différentes démarches sont souvent en réseau les unes avec les autres, constituant un tissu d'initiatives sur lesquelles il est possible de capitaliser. Le secteur associatif bénéficie à la fois de sa situation de proximité avec les citoyens, mais aussi d'une légitimité auprès du grand public qui contribue souvent à des formes de valorisation efficace des résultats obtenus. Son champ de compétences, assez ouvert, le conduit à décloisonner les différentes dimensions de la consommation (alimentation, énergie, mobilité) pour agir plus facilement autour des modes de vie.

L'institutionnalisation progressive de certaines de ces expériences, notamment à travers l'identification d'exemples à suivre, traduit également ces récentes évolutions. Le rapport du Conseil d'Analyse Stratégique rendu en 2011 sur la consommation durable suggère qu'à côté des mesures classiques d'éducation et d'incitation des consommateurs pourraient être envisagées des mesures permettant de repenser la relation entre consommation et bien être, ou encore de renouveler les conditions d'exercice de la gouvernance des citoyens sur les systèmes de production et de consommation.

Sophie DUBUISSON-QUELLIER

## BIBLIOGRAPHIE

– COMMISSION EUROPEENNE, « Plan d'action pour une consommation et une production durables et pour une politique industrielle durable », *communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social européen et au Comité des Régions du 25 juin 2008*, 2008. – OECD « Towards Sustainable Household Consumption? Trend and Policies in OECD Countries », *Policy Brief*, juillet 2002. – MICHELLETTI M., *Political virtue and shopping. Individuals, consumerism, and collective action*, New York, Palgrave, 2003. – DUBUISSON-QUELLIER S., *La Consommation engagée*, Paris, Presses de Sciences Po, 2009. – CONSEIL D'ANALYSE STRATEGIQUE, *Pour une consommation durable*, Rapport de la mission présidée par Elisabeth Laville, Paris, 2011.