

► Barcelone ou Marrakech. Or, ces trajets en avion comme les produits high-tech sont extrêmement polluants. Un téléphone portable est conçu pour durer deux ans mais on en change tous les sept mois. On est pratiquement dans le produit jetable.

Qui sont alors ces Français qui consomment autrement ?

La part des consommateurs ayant vraiment changé de mode de vie est, en fait, epsilonlesque. Produits bio et recyclables, légumes locaux et de saison, vêtements issus du commerce équitable, vacances vertes, épargne éthique, etc. Une infime minorité de consommateurs se montre cohérente de bout en bout de la chaîne. Ils sont minoritaires car nos choix individuels passent aussi par des décisions collectives. Dans le domaine des transports et de l'urbanisme notamment, nous avons privilégié depuis plusieurs

si on veut aller plus loin, il faut que le politique impose de nouvelles normes : par exemple, pourquoi ne pas décider qu'aucun produit de consommation nouveau ne peut être mis sur le marché si ses matériaux ne sont pas à minima 50 % recyclables ? Cela n'empêche pas l'innovation, si tant est que l'on puisse qualifier d'innovations les créations marketing, mais cela la contraint à se mettre en place dans un cadre écologiquement responsable.

Le sociologue Gilles Lipovetsky souligne que nous n'assistons pas à l'effondrement du modèle consumériste mais plutôt à son renouvellement.

Notamment avec l'offre bio.

Aujourd'hui, quand vous entrez dans un Carrefour, vous tombez sur deux lignes phares de la chaîne : Carrefour Discount et Carrefour Bio. C'est vrai, les produits bio et du commerce responsable sont

à autoriser des productions gavées de produits chimiques ? La logique serait de faire progressivement du bio la norme et non l'exception. Cela implique d'aller au-delà de la seule logique de marché et de considérer que les modes de production sont aussi des questions politiques et des choix de société. L'initiative individuelle est indispensable pour lancer de nouvelles tendances, montrer que des alternatives au modèle dominant sont possibles. Mais ces initiatives engagées et militantes ne produisent pas du changement social de masse. Le bio, par exemple, restera longtemps une simple niche de marché, si on s'en tient à la seule volonté de l'individu. C'est inefficace sur le plan environnemental et injuste sur le plan social puisque les produits sont peu démocratisés. Au politique de prendre ses responsabilités pour changer les règles du jeu.

En France, on a vu que le Grenelle de l'Environnement avait beaucoup promis et réellement peu agi. Que fait l'Europe dans ce domaine ?

Plus de deux ans après la conclusion des travaux du Grenelle de l'environnement, la loi Grenelle 2 n'est toujours pas votée. On peut difficilement comprendre que le gouvernement déclare qu'il y a urgence, pour lutter contre le changement climatique par exemple, et mette plus de deux ans afin de faire adopter une loi. Le Grenelle est donc à la fois le symbole d'une volonté de changement vers une modernité écologique, et le symbole de la difficulté de changer face à tous les conservatismes et les lobbies. Cette tension se retrouve en Europe. Par exemple, l'Europe a voté en décembre 2008 son «*paquet énergie-climat*» qui est un ensemble de directives et d'objectifs pour lutter contre le changement climatique. Parmi les objectifs, on trouve le fait d'améliorer de 20 % d'ici à 2020 notre efficacité énergétique. C'est essentiel puisque l'énergie la plus écologique est celle que l'on ne dépense pas. Mais cet objectif est juridiquement non contraignant. Sa traduction concrète passe par une directive en cours de discussion au Conseil et au Parlement sur l'efficacité énergétique des bâtiments, qui représentent 36 % de nos émissions totales de gaz à effet de serre. Or, les Etats freinent des quatre fers pour adopter des normes de construction qui soient cohérentes avec l'objectif adopté en 2008. ●

(1) Flammarion 2008.
(2) Association pour le maintien d'une agriculture paysanne.

“Un téléphone portable est conçu pour durer deux ans mais on en change tous les sept mois. On est quasiment dans le produit jetable.”

décennies les autoroutes et les zones pavillonnaires loin des centre-villes et sans transports publics. Nous commençons seulement à changer de cap mais ces choix de société, qui reposaient, à l'époque, sur un pétrole bon marché, influencent toujours nos modes de vie et de consommation. Une consommation ainsi déterminée par des décisions qui relèvent du politique. Il est aberrant de continuer à construire des zones pavillonnaires périurbaines alors que le pétrole ne va cesser d'augmenter. Dans dix ou quinze ans, les habitants qui auront acheté une maison en périurbain risquent bien de se retrouver pris au piège. Parfois, les choix politiques orientent positivement notre mode de consommation. Ainsi grâce aux politiques publiques mises en place dans les années 90, 63 % des déchets d'emballage sont recyclés en France contre 25 % en 1992. Mais en la matière,

devenus une niche de marché. Monoprix a été dans les premiers à mettre en place ces produits d'appel qui permettent de capter une clientèle aisée. Depuis, d'autres enseignes ont suivi. Aujourd'hui, le créneau de la consommation responsable profite aux grands distributeurs plus qu'il ne favorise réellement un changement de société. Le bio ne représente que 1,7 % du total de l'alimentation en France pour seulement 1 % il y a quelques années. Ce marché reste donc très marginal. L'intérêt du bio aujourd'hui est moins son impact réel sur les modes de vie de la majorité d'entre nous, que sa capacité à montrer que l'on peut produire autrement, que d'autres modèles économiques sont possibles. Ensuite c'est au pouvoir politique de prendre le relais. A partir du moment où des agriculteurs montrent qu'il est possible de produire sans pesticides, on devrait se poser la question : pourquoi continuer