



PREMIER MINISTRE



Paris, le 28 janvier 2011

**Remise à Nathalie Kosciusko-Morizet
Ministre de l'Écologie, du Développement durable,
des Transports et du Logement**

du rapport du Centre d'analyse stratégique

**« Pour une consommation durable »
25 propositions pour une politique concrète**

Vendredi 28 janvier 2011

**Intervention d'Élisabeth Laville,
Présidente du Groupe de travail
Fondatrice et Directrice d'Utopies,
Agence de conseil en développement durable**

Seul le prononcé fait foi

Merci M. Chriqui.

Je voudrais dire en introduction **combien je suis ravie de remettre, après un an de réflexions et de travail, ce rapport à Madame la Ministre**, que j'ai rencontrée pour la première fois il y a quelques années sur ce sujet précis de la consommation durable, dans le cadre du site Consodurable.org qu'elle avait initié. Je suis donc heureuse que vous m'ayez, Nathalie, fait l'honneur de me confier la présidence de ce travail, sur ce sujet dont je sais qu'il vous intéresse tout particulièrement, comme moi.

– **Le mandat de ce groupe de travail était ambitieux : il s'agissait de formuler un projet de consommation durable pour la société française à l'horizon 2020-2030...** ce qui supposait aussi de clarifier la notion floue et un peu fourre-tout de consommation durable, ses enjeux et surtout son rapport avec les politiques publiques.

– Le point de départ, évidemment, est que notre modèle de consommation actuel est de plus en plus remis en question :

> **Pression écologique déjà évoquée** : de trop nombreux indicateurs, notamment environnementaux et sanitaires restent au rouge et témoignent des **limites des améliorations apportées avec les démarches d'éco-efficacité (modes de production et utilisation des ressources)**. Sur beaucoup de marchés, les efforts engagés pour optimiser la production sont annulés par la hausse de la consommation. *Par rapport à 1980, l'économie mondiale utilise environ un tiers de ressources en moins pour produire un euro de PIB... mais elle extrait 36 % de ressources naturelles en plus*

> **Les promesses de la société de consommation de masse, qui devait démocratiser le confort matériel, ne sont pas tenues**. Les inégalités économiques et d'accès aux ressources persistent et s'aggravent, entre les pays et entre les habitants d'un même pays. *Les pays les plus riches ont des revenus par habitant dix à cent fois supérieurs à ceux des pays les plus pauvres*

> **Enfin, le fait que l'idéal d'abondance, voire de surabondance, promis par la société de consommation s'avère insuffisant pour assurer le bonheur**. Les études montrent qu'à partir d'un certain niveau de confort matériel, le bonheur stagne voire régresse, car consommer davantage ne répond plus à des besoins vitaux, mais à un désir de distinction sociale (consommation ostentatoire) qui est source de frustrations. Du coup, certains lient la surconsommation et le creusement des inégalités. ... Pendant que d'autres mettent en évidence les dimensions immatérielles ou non marchandes du bonheur : la santé, les liens sociaux, les conditions de travail, la participation à la vie de la cité .

– **Malgré cette remise en cause, et le fait que la nécessité de changer de manière radicale nos modes de vies et de consommation soit de plus en plus acceptée, au moins dans les discours, la consommation durable est une préoccupation relativement récente des pouvoirs publics** formalisée et inscrite sur l'agenda politique à l'occasion des Sommets de la Terre (Rio de Janeiro, 1992) et surtout de Johannesburg dix ans plus tard.

– Et quand on regarde **les politiques publiques existantes sur la consommation durable, on s'aperçoit qu'elles sont souvent centrées, non pas tant sur la consommation, que sur l'encouragement de la production durable et la réorientation de la demande vers ces produits « verts »** (la plupart du temps production et conso durable sont fondues dans une même politique). Souvent, du coup, quelques **angles morts** subsistent :

- on ne cible pas précisément la façon dont les consommateurs utilisent les produits ,
- ni la question du niveau global de consommation ,
- et encore moins le rôle central de la consommation dans nos sociétés modernes, particulièrement occidentales.

Il est vrai que **ces sujets ne sont pas évidents à aborder pour le politique, en raison de freins institutionnels, économiques, culturels, sociaux et psychologiques :**

- la réticence à contester le rôle central de la consommation dans notre société comme dans notre modèle économique (et dans les programmes de relances en temps de crise) ;
- la peur de récuser le dogme selon lequel le consommateur est souverain dans ses choix et que le politique peut « s'en mêler » si je puis dire ;
- la complexité du comportement des consommateurs (pas uniquement déterminé par des choix rationnels mais par les valeurs, habitudes, le besoin d'intégration sociale, etc.) ;
- et enfin la réticence compréhensible à demander aux ménages de restreindre leur confort matériel, ou l'idée reçue selon laquelle une politique de consommation durable consisterait à forcer les individus à consommer moins, alors que, sous un angle positif, il s'agit de promouvoir une meilleure qualité de vie, une consommation différente reposant sur d'autres fondamentaux que sa dimension matérielle...

La formule du premier président Bush, selon laquelle **le mode de vie américain n'était « pas négociable »**, a résumé un état d'esprit largement partagé aux États-Unis comme dans tous les pays développés...

DÉFINITION D'UNE POLITIQUE DE CONSOMMATION DURABLE

Il nous a semblé que c'est donc avant tout en **réaction à l'existence d'une surconsommation par essence non durable**, car excessive dans ses prélèvements de ressources et ses rejets et le plus souvent impuissante à assurer un accès équitable aux ressources et aux richesses, qu'il faut penser la consommation durable.

Nous avons tenté de donner une nouvelle définition de la consommation durable – et il nous a semblé important de **la resituer dans une évolution plus globale de notre société et de ses valeurs, relativisant l'importance de la consommation dans nos vies**, nos relations sociales, notre culture.

Ainsi, selon la définition que nous proposons, la consommation durable nous paraît devoir se concevoir comme **un triple changement dans les habitudes de la société de consommation :**

- un **changement dans les finalités de la consommation**, trop souvent considérée comme la voie d'accès au bonheur et comme un symbole majeur dans les relations sociales, au-delà de la fourniture des éléments nécessaires à la satisfaction des besoins ;
- un **changement des pratiques et des comportements**, poussant les citoyens à satisfaire leurs besoins par une consommation plus respectueuse des hommes et de la planète, c'est-à-dire plus économe en ressources et mieux inscrite dans des boucles vertueuses (réutilisation, récupération et recyclage), moins génératrice de pollution et contribuant plus activement au progrès social, ainsi que par un recours accru à la consommation dématérialisée (location, partage, échange...) ;
- un **changement dans la culture et les modes de vie** qui amène les citoyens, grâce au temps et aux ressources ainsi libérés, à explorer ou à redécouvrir d'autres facettes de l'art de vivre en équilibrant les valeurs matérielles et immatérielles, objets ou non d'échanges marchands (culture, art, sport, loisirs, vie associative, etc.).

PRINCIPALES ORIENTATIONS DES RECOMMANDATIONS

Les 25 recommandations qui concluent le rapport sont destinées à orienter une stratégie des pouvoirs publics, dans le prolongement des travaux du Grenelle de l'environnement et de la Stratégie nationale de développement durable 2010-2013, qui fait d'ailleurs de la consommation durable le premier de ses neuf défis-clés.

Je ne vais pas toutes les passer en revue, mais juste vous en donner quelques aperçus et éléments.

Plusieurs facteurs clefs devront être pris en compte pour assurer l'efficacité de la politique dans la réorientation des comportements des consommateurs :

- d'abord le fait de **faire de la consommation durable une priorité politique à part entière, abordée de manière volontariste et distincte de la production durable** ;
- ensuite la nécessité d'affirmer une **projet politique fort en amont pour donner un cap attractif, une vision ambitieuse et attractive de la société fondée davantage sur la qualité de la vie et des relations que sur l'accumulation de biens et services**. L'objectif est de faire émerger une « nouvelle frontière » pour toute une génération, autour de valeurs et de comportements nouveaux, et de faire basculer les résistances des plus dépendants à la « société de consommation ».
- également le fait de considérer l'ensemble du cycle de vie des produits et services, pour que les progrès dans la performance environnementale ne soient pas annulés par le niveau et l'usage de produits (« effet rebond ») ;
- également l'institution d'une gouvernance liant l'approche descendante traditionnelle (réglementation, contrôle, information, incitation, etc.) à une approche participative/ascendante, à l'écoute des initiatives innovantes, en soutien des groupes sociaux déjà convaincus, des pionniers qui peuvent créer un effet d'entraînement ;
- la priorité donnée aux secteurs qui représentent une part élevée de la consommation des ménages (agroalimentaire, logement dont équipement électronique, transport individuel y compris à but touristique, soit 70 % à 80 % de la pression environnementale) avec quelques autres secteurs inattendus dont la banque (une alternative souvent insoupçonnée à la consommation matérielle, et étonnamment chargée en CO₂, notamment chez les catégories sociales les plus aisées).

Concrètement, nous avons déterminé six grandes orientations dans la série de mesures que nous recommandons :

1 - Éduquer à la consommation (durable) dès le plus jeune âge et sensibiliser le consommateur à travers des groupes cibles, à des moments clés de la vie

Vincent Chriqui vient d'exposer la nécessité de mobiliser les relais d'opinion dans des campagnes d'information et de sensibilisation innovantes, axées sur les déterminants du comportement du consommateur.

Je reviendrais sur **l'importance des politiques d'éducation, dès le plus jeune âge**. L'enjeu est d'éviter de reproduire la situation actuelle, où l'on a des adultes qui, ayant grandi dans une culture de l'hyper-consommation, saisissent les enjeux de la consommation durable mais peinent souvent à les mettre en pratique. L'intégration à l'enseignement de **savoirs pragmatiques sur la consommation (maîtriser un budget, connaître les bases de la nutrition**

et de la cuisine, décrypter des stratégies publicitaires et marketing, se déplacer à vélo en ville..) devrait permettre d'acquérir les réflexes de base du consommateur responsable.

Quelques autres points importants :

- L'opportunité de **toucher les citoyens à des moments-clefs de la vie**, comme la grossesse ou le permis de conduire, où de nombreux individus sont en contacts avec les services publics et plus disposés à prendre de nouvelles habitudes de consommation.
- L'implication de tous les acteurs, par des **approches différenciées notamment entre les ménages aisés (bio + avion court-séjour) et ceux dont la contrainte de revenu est la plus forte**.
- À l'inverse, développer une fiscalité verte ou un système de type bonus-malus sur l'épargne, qui draine 30 % des revenus des classes les plus aisées, et qu'il est urgent de réorienter vers l'économie verte...
- L'approche non plus individuelle mais collective, touchant les individus via les groupes auxquels ils appartiennent, et capitalisant ainsi sur la dimension sociale de la consommation (effet d'entraînement des alter-conso)
- Réguler la profusion des labels associés au développement durable.
- Développer l'économie de la fonctionnalité et l'écoconception, en allongeant la durée de vie des produits (garantie) + en mettant en **avant le coût global des biens et services**.

2 - Encourager les initiatives pionnières de terrain dans une logique « ascendante »

Afin d'identifier et de « tester » les solutions viables à déployer sur le plan national, l'État doit encourager les multiples expérimentations spontanées de consommation durable des collectivités : circuits courts de type AMAP qui recréent un lien direct entre producteur et consommateur, écoquartiers, habitat coopératif (partage de la voiture et de la machine à laver entr'habitants)...

Au-delà des subventions actuellement accordées par l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (ADEME) et les collectivités territoriales, **une politique hybride à l'écoute et en soutien des initiatives de terrain s'avère nécessaire. Elle doit lever les obstacles réglementaires aux expérimentations les plus intéressantes et prodiguer de nouveaux soutiens extra-financiers** : accompagnement gratuit, assistance juridique, dispositif de reconnaissances etc.

Renforcer les processus d'apprentissage, d'échange et la généralisation des bonnes pratiques.

3 - Soutenir l'innovation au service de la consommation durable

Le succès d'une politique de consommation durable repose sur l'existence d'une offre de biens et services durables : celle-ci doit donc progresser dès maintenant de manière substantielle. Il faut donc de **l'innovation, à la fois technologique mais également organisationnelle et de service**. Ce dernier type d'innovations « low tech » est peu fréquemment brevetable et a peu de chances de bénéficier de financements : location ou partage vs vente, pratique de la microbiologie des sols agricoles ou BRP (recours à une solution ancienne pour diminuer

l'utilisation d'intrants phytosanitaires). Il convient donc d'encourager ces innovations par le biais de soutiens publics financiers, technologiques ou réglementaires adaptés.

Autres éléments :

- Associer des exigences environnementales – notamment les éco-labels officiels – à la garantie de fabrication locale en cas d'introduction d'un label "Made in France".
- Encourager le développement des associations et des entreprises innovantes à vocation sociale ou écologique, notamment par la clarification de leur statut juridique.

4 - Mettre en place les outils économiques nécessaires

La nécessité de prendre en compte le coût des externalités environnementales et sociales et d'envoyer un « signal prix » qui favorise la consommation durable a été soulignée par tous. Selon les secteurs, il sera judicieux d'instaurer une **taxe, un marché de quotas, une norme, un dispositif de bonus-malus, un taux de TVA réduit pour les éco-produits** (comme envisagé dans la Stratégie nationale de développement durable 2010-2013).

Notamment là où il n'existe pas d'avantage client, budgétaire ou de santé par exemple

On pourra aussi refondre les dispositifs de financement collectif basés sur le principe du « pollueur-payeur » s'ils sont déficients (par ex. Faire financer les éco-labels par les entreprises non labellisées).

5 - Encourager l'État et les collectivités territoriales à adopter des politiques de consommation et de commande publique durables

Avec des achats pesant, à l'échelle européenne, 15 % du PIB, l'État et les collectivités territoriales peuvent contribuer à généraliser la consommation durable à l'échelle nationale.

Signal fort aux entreprises et aux conso (ex. Scandinavie / lessive)

6 - Assurer un suivi pérenne de la politique nationale de consommation durable

La politique de consommation durable ne peut se concevoir qu'à long terme : il est donc nécessaire de se doter **d'une gouvernance et d'outils d'évaluation spécifiques**, à même de l'infléchir en fonction des résultats obtenus, des évolutions sociales et technologiques. Il importe d'inscrire cet enjeu dans le mandat d'une entité administrative telle que le Commissariat général au développement durable ou d'une autre instance dédiée. Le suivi de cette politique doit reposer sur le baromètre national permettant d'évaluer l'évolution des comportements auquel Vincent Chiqui vient de faire allusion.

Disposer d'indicateurs explicites pour communiquer à tous les acteurs les progrès réalisés - consommation de matières (14,3 tonnes par habitant en 2007) qui ne prend pas en compte les « flux cachés », notamment ceux liés aux importations estimés en 2007 à 12 tonnes par habitant.

J'en profite aussi pour remercier, en conclusion, tous les experts interviewés (plus de 40), les membres du groupe de travail, dont certains se sont investis presque autant que moi (j'en vois dans cette salle), et évidemment les équipes du CAS de leur patience avec moi notamment, de leur engagement et de leur mobilisation sur ce sujet.