

# Ma consommation et le développement durable... quel rapport ?<sup>1</sup>

La Chambre de Consommation d'Alsace a mis en place un questionnaire portant sur le rapport entre la consommation et le développement durable. Ce questionnaire a été diffusé pendant de la semaine du développement durable, du 1<sup>er</sup> au 7 avril 2010. 86 personnes y ont ainsi répondu de manière anonyme. Il permet de s'interroger sur l'implication de ces personnes pour le développement durable et cela à travers leurs actes de consommation. Plus largement, il doit nous permettre de comprendre quels sont les enjeux du développement durable selon les consommateurs, concept qui est principalement rattaché aux questions environnementales selon une enquête IPSOS de février 2009<sup>2</sup>.

## 1. Contribution de la consommation quotidienne au développement durable

76,7% des personnes ayant répondu au questionnaire considèrent que leur consommation quotidienne peut contribuer au développement durable. De manière implicite, ils appuient leurs réponses sur la perspective d'un mouvement de masse, les actions d'un consommateur isolé ne pouvant pas avoir un impact significatif. C'est en effet l'addition d'efforts individuels qui peut permettre d'agir pour le développement durable. 19,8% n'en sont pas certains. 2,3% répondent clairement "non", dans le sens où ils considèrent que leurs actes de consommation personnels ne peuvent pas avoir d'influence, étant donné qu'ils ne représentent qu'une part infime de la masse des consommateurs. Aussi, le poids de leurs actes de consommation peut leur sembler dérisoire du fait des ravages causés par certaines pratiques. Notons que, parmi les personnes qui ne sont pas convaincues de pouvoir contribuer au développement durable par leurs actes de consommation, presque toutes citent tout de même des actes quotidiens contribuant fortement au développement durable, comme par exemple consommer des produits de saison ou locaux. Ces personnes ne pensent pas pouvoir agir à leur échelle, même si elles connaissent des alternatives qui, à condition d'être adoptées par tous, permettraient de soutenir le développement durable. Dans ce cas, il ne s'agit pas d'un rejet du pouvoir d'action vers les pouvoirs publics ou les entreprises, mais d'une question d'optimisme ou de pessimisme vis-à-vis du comportement de consommation de "l'autre". Enfin, une personne, soit 1,2% des personnes interrogées, n'a pas répondu à cette partie du questionnaire. Au total, au vu des résultats du questionnaire et comme l'indique l'enquête de l'IPSOS, les français ont plutôt une « vision optimiste quant à l'efficacité d'une action globale ».

## 2. Les priorités en matière de consommation pour le développement durable

L'achat de produits locaux apparaît comme un acte de consommation prioritaire en ce qui concerne le développement durable. L'achat de produits respectueux de l'environnement et la limitation de l'utilisation de biens et services dangereux pour l'environnement apparaissent respectivement dans un

---

<sup>1</sup> Nous précisons que nous n'avons porté aucune attention particulière au fait de disposer d'un échantillon représentatif. La mise en place de ce questionnaire n'a donc aucune prétention scientifique. Il a pour but d'inciter les consommateurs à contribuer démocratiquement à une réflexion sur leurs habitudes de consommation en lien avec le développement durable, et cela à travers des questions ouvertes.

<sup>2</sup> De SARS François, février 2009, *Le développement durable: quelle réalité pour les Français?*, IPSOS

second et un troisième temps. Ces deux notions sont proches l'une de l'autre car elles abordent la thématique environnementale. Cependant, dans le premier cas, il s'agit de "consommer mieux" alors que dans le second il s'agit de "consommer moins". Il semble donc que les personnes qui ont répondu au questionnaire soient davantage prêtes à mieux consommer qu'à réduire leur consommation, d'autant plus si cela permet de soutenir le développement durable. Cela peut s'expliquer par de nombreux facteurs comme l'ancrage d'un modèle économique incitant les individus à consommer de plus en plus, ou l'assimilation de la notion de développement à celles de productivisme et de consumérisme. L'achat de biens et produits de manière solidaire et équitable n'est mentionné, en moyenne, que dans un quatrième temps. Enfin, le fait de privilégier la cohésion sociale n'apparaît largement qu'en dernier lieu. Pourtant, privilégier la cohésion sociale est un élément important en ce qui concerne le développement durable. En effet, cela intensifie les relations sociales pour une meilleure compréhension des tenants et des aboutissants du développement durable. Ce résultat peut notamment s'expliquer par le fait que la cohésion sociale soit une notion difficile à appréhender, ou plus simplement par le manque d'informations liant cohésion sociale et développement durable.

Ces résultats mettent en avant une hiérarchisation liée à la notion de proximité. Autrement dit, les individus se préoccupent prioritairement des thèmes liés directement à leur environnement, au sens large du terme. L'achat de produits locaux permet de valoriser le développement local, les liens sociaux de proximité et le respect de l'environnement. Les préoccupations relatives à l'environnement, mentionnées dans un second temps, impliquent également une certaine proximité dans la mesure où le dérèglement climatique peut dégrader l'environnement de tout individu. Enfin, les problématiques liées à la consommation de produits de manière solidaire et équitable, ou le fait de privilégier la cohésion sociale, ont des conséquences moins directes. Ainsi, les personnes ayant répondu au questionnaire semblent moins sensibles au sort d'individus plus éloignés socialement et/ou géographiquement, car cela présente moins de risques pour leur propre environnement.

### **3. Des exemples d'actes de consommation**

Le questionnaire a permis, aux personnes qui l'ont souhaité, de répondre de manière ouverte en citant des exemples d'actes de consommation quotidiens contribuant fortement au développement durable. On retrouve la consommation de produits locaux en premier lieu, avec 31,40% des personnes qui ont cité cette thématique. La question du transport, qu'il s'agisse de transports d'individus ou de marchandises, arrive dans un second temps (25,58%). Aussi, la réduction des déchets (22,09%) passe avant le tri des déchets (15,12%) de manière significative. En 2004, une enquête du CREDOC<sup>3</sup> révélait qu'en terme d'environnement "l'opinion se réserve un champ d'action finalement relativement étroit", à savoir surtout le tri des déchets. Aujourd'hui, il est donc intéressant de constater que la réduction des déchets se place avant le simple tri des déchets. Les achats de produits bio/raisonnés et de produits de saison sont mentionnés respectivement par 15,12% et 13,95% des personnes. Suivent les thématiques liées à la réduction de la consommation, à savoir les "économies d'énergie", le fait de "limiter la consommation d'eau" et de "consommer avec raison". Seul 4,65% des personnes mentionnent clairement les produits respectueux de l'environnement ou les labels environnementaux. Cette observation est surprenante car il existe de larges campagnes de communication autour de ce sujet et de nombreux labels, qui ont cependant tendance à submerger les consommateurs. Elle s'explique également par le fait que certains des autres thèmes mentionnés, sont plus ou moins directement liés à l'achat de produits respectueux de l'environnement. La consommation solidaire, sociale (3,49%) ou équitable (2,33%) n'est citée que par un très petit nombre d'individus. Le manque d'information et de reconnaissance concernant les structures et produits liés à l'économie sociale et solidaire et au commerce équitable, peuvent expliquer ce positionnement. Enfin, 1,16% des personnes indiquent qu'elles ne peuvent pas citer d'actes de consommation quotidiens pouvant fortement contribuer au développement durable

---

<sup>3</sup> DUFLOS Catherine et HATCHUEL Georges, juillet 2004, *Opinions sur les catastrophes naturelles, le développement durable et l'environnement au début 2004*, CREDOC

Ces résultats nécessitent une analyse en deux temps. Dans un premier temps, il est important de souligner que, comme nous l'avions indiqué précédemment, les individus sont plus sensibles aux domaines ou thématiques qui ont un impact direct sur leur environnement. Plus cet impact présente un risque direct pour l'environnement de l'individu, plus l'individu y est sensible. Dans un second temps, il faut noter qu'ils sont plus enclins à "consommer mieux" qu'à "consommer moins". En effet, les thématiques relatives à une réduction de la consommation n'apparaissent principalement qu'en second lieu, avant celles relatives à la consommation sociale, solidaire et équitable du fait du premier temps de notre analyse.

#### **4. Conclusion**

Au total, les personnes qui ont répondu au questionnaire sont clairement conscientes de l'impact de leur consommation sur le développement durable. Certains sont plus sceptiques, ou pessimistes, concernant le poids de leur consommation sur le développement durable, mais la plupart se positionnent en tant que consommateur. Même si ce constat doit être relativisé au vu du manque de représentativité de notre panel, on observe une importante évolution des mentalités et des actes, comparativement à l'étude menée par le CREDOC en 2004, et en corrélation avec les résultats de l'étude de l'IPSOS en 2009. Cependant, certains thèmes liés à la consommation en lien avec le développement durable restent peu valorisés. En particulier, le fait de consommer social, solidaire ou équitable sont des aspects importants qui ne sont que peu mentionnés. Cette observation nous pousse donc à conclure que les individus sont plus sensibles aux thématiques qui peuvent avoir des incidences directes sur leur environnement. Ce constat est d'autant plus marquant lorsque l'on observe le fossé qui sépare ces thématiques des autres en terme de pourcentages. Il reste donc grandement à faire afin de sensibiliser et d'informer les consommateurs sur l'achat de produits issus de l'économie sociale, solidaire et du commerce équitable. Enfin, en-dehors de certains domaines, la notion de développement durable n'est que peu assimilée à une réduction de la consommation. Le fait de pouvoir consommer toujours plus, ou au moins autant, tout en agissant pour le développement durable, représente une alternative largement séduisante pour beaucoup de consommateurs. Il importe donc également de communiquer largement sur les intérêts que pourrait représenter une certaine réduction de la consommation.

*www.cca.asso.fr*  
*contact@cca.asso.fr*

#### *Chambre de Consommation d'Alsace*

*Strasbourg*  
*7 rue de la Brigade Alsace-Lorraine*  
*Tél. : 03 88 15 42 40*

*Mulhouse*  
*66, av. du Président Kennedy*  
*Tél. : 03 89 33 39 79*