



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 de Vincent Chriqui,
Directeur général du Centre d'analyse stratégique**

Seul le prononcé fait foi

Les études réalisées par le Crédoc montrent que **nous sommes de plus en plus nombreux à avoir conscience de la nécessité de protéger notre planète et de s'engager vers le développement durable, mais, que seule une minorité d'entre nous agit en ce sens.** Le paradoxe est encore plus important dans la consommation. Les « consomm'acteurs », qui privilégient au moins occasionnellement les produits issus du commerce équitable, de l'agriculture biologique ou de circuits de production régionaux, ne représenteraient environ que 20 % de la population.

Face à ces constats, le gouvernement a souhaité que le CAS établisse le bilan des pratiques actuelles de « consommation durable », explicite les leviers d'action dont dispose la puissance publique pour modifier les pratiques en faveur d'une consommation plus durable et propose des recommandations en ce sens. Nous avons fait appel pour traiter cette question à un groupe d'experts, présidé par **Élisabeth Laville**, fondatrice d'Utopies, l'une des agences pionnières en matière de développement durable. Je veux ici la remercier très vivement. Pourquoi se lancer dans une politique de consommation durable ?

Trois raisons me semblent devoir nous conduire à une telle politique :

- **Notre modèle actuel de consommation génère des pressions environnementales et sociales croissantes.** Beaucoup d'indicateurs environnementaux sont au rouge, qu'il s'agisse du changement climatique, de la pollution des nappes phréatiques ou de la destruction de la biodiversité qui fait craindre une sixième extinction des espèces. Certes, depuis trente ans, l'économie mondiale utilise environ un quart de ressources en moins pour produire un euro de PIBÉ mais l'OCDE nous indique qu'elle a extrait dans le même temps un tiers de ressources naturelles en plus. De plus, les inégalités d'accès aux ressources subsistent dans le monde : un Européen consomme chaque jour en moyenne quatre fois plus de ressources qu'un consommateur africain, mais deux fois moins qu'un consommateur d'Amérique du Nord. Nous devons ainsi réduire les pressions engendrées par nos modes de consommation sur les écosystèmes, diminuer nos émissions de gaz à effet de serre, notre consommation d'hydrocarbures et de ressources naturelles...
- **Le progrès technique ne suffira pas à résoudre les problèmes environnementaux auxquels nous sommes confrontés. Dans la lutte contre le changement climatique, l'Agence internationale de l'énergie nous indique ainsi que l'effort pour réduire nos émissions de gaz à effet de serre dans le futur ne proviendra que pour moitié du progrès technique : pour rester en dessous d'une élévation de température acceptable, nous devons également modifier nos comportements.**

De plus, le résultat des politiques d'amélioration de l'offre est généralement compromis par « l'effet rebond ». Le consommateur intègre en effet la baisse de prix des produits en consommant davantage. Ainsi, pour l'électroménager, la hausse du taux d'équipement des ménages a annulé la baisse de l'intensité énergétique. L'exemple du secteur automobile apporte la même illustration : malgré la baisse de consommation des véhicules, les émissions de CO₂ dues au transport ont continué de croître, en raison d'une hausse du taux d'équipement des ménages – plus de 80 % d'entre eux ont au moins une voiture en 2005, contre 60 % en 1973 – et des distances parcourues.

- **Développer l'offre de produits «verts» ne permet pas de diffuser les bonnes pratiques au-delà d'un cercle restreint d'éco-consommateurs initiés.** Même si les Français sont mieux informés des enjeux de « développement durable » et sont de plus en plus nombreux à vouloir adopter des comportements vertueux, peu d'entre eux réussissent à consommer autrement au quotidien. Les jeunes générations illustrent parfaitement l'ampleur du défi à relever : les moins de 35 ans, qui ont pourtant une connaissance supérieure à la moyenne des enjeux du développement durable, témoignent pour beaucoup d'entre eux de comportements ostentatoires d'« hyperconsommation », qui s'expriment notamment par le renouvellement accéléré de l'achat des produits.

Deux remarques me paraissent néanmoins s'imposer :

- Premier point : **une telle politique ne sera efficace que sur le long terme** : nous ne pourrions réduire en un jour les pressions que nous exerçons sur notre environnement. Dans son récent essai sur la démocratie écologique, Dominique Bourg, qui a participé aux travaux du groupe, nous montre en effet que nous avons désormais atteint dans un certain nombre de domaines les limites de notre planète : indubitablement, la contrainte que représente la limitation de nos émissions de gaz s'exercera tout au long de notre siècle et nous n'avons de chance d'en limiter les conséquences que par un effort continu et prolongé dans le temps ;
- Deuxième point tout aussi important, **il ne faut pas confondre politique de consommation durable et décroissance.** L'idée n'est pas de « consommer moins » mais bien plutôt de « consommer mieux ». Il ne s'agit donc aucunement de prôner l'émergence d'une société de la décroissance, qui ne serait compatible ni avec le développement de l'économie française ni avec la soutenabilité de notre endettement ou le paiement des dépenses sociales. Il nous faut définir au contraire une politique qui entraînera une modification progressive des circuits économiques, encouragera l'innovation technologique et sociale, et favorisera ainsi la compétitivité de nos entreprises.

Généraliser les pratiques de consommation durable impose cependant de dépasser plusieurs obstacles :

- **une contrainte budgétaire pour les ménages** : en 2009, le rapport du Centre d'analyse stratégique sur la sortie de crise et l'émergence de nouveaux modèles de croissance soulignait le poids sur les ménages des dépenses contraintes, qui sont passés de 20 % à 30 % dans leur budget entre 1960 et 2009. Autrement dit, la consommation durable ne se généralisera pas si elle consiste à privilégier des produits de niche, rares et onéreux ;
- **un problème d'accès à l'information** : parce qu'ils connaissent mal l'offre durable, parce qu'ils ne peuvent spontanément évaluer le coût global des biens et des services sur l'ensemble de la production, de l'utilisation et du rebut, ou encore parce qu'une surabondance de discours « écologiques » parfois fallacieux a pu engendrer une attitude de rejet par crainte du *greenwashing*, les consommateurs n'optent pas systématiquement pour l'option la plus durable ;

- **une inertie comportementale** : même si nous nous disons favorables au développement durable, nous sommes tous prisonniers de réflexes routiniers, qui nous empêchent de passer à l'acte. Ce verrou est d'autant plus fort que nos pratiques de consommation sont parfois le reflet de notre place dans la société.

Face à ces obstacles, nous pouvons tirer plusieurs enseignements des expériences étrangères.

Jusqu'à présent, la plupart des gouvernements ont adopté des politiques de production durable, consistant à « verdir » l'offre de biens et de services. Dans l'espoir de produire moins d'externalités, ou de mieux les éliminer, les pouvoirs publics ont encouragé le recyclage des déchets, promu l'écoconception et les modes de productions basés sur une plus grande productivité des ressources, subventionné l'agriculture biologique, mis en avant la Responsabilité sociale et environnementale des entreprises...

Seuls trois pays de l'OCDE ont pour l'heure mis en place une véritable politique nationale de consommation durable, indépendante et ambitieuse : **la Suède, le Royaume-Uni et la Finlande.**

Ces trois politiques comportent un certain nombre de points communs qui constituent autant d'enseignements pour nous :

- elles se sont toutes appuyées sur un premier **plan général d'action**, conçu comme une première étape pragmatique vers une réorientation globale des comportements de consommation : elles contiennent à ce stade peu d'objectifs chiffrés mais sont détaillées ultérieurement dans des secteurs identifiés comme prioritaires ;
- elles désignent un **organisme coordonnateur**, dont l'action est largement relayée, dès l'étape de planification stratégique, par des processus participatifs (commissions d'experts, tables rondes, *focus groups* de consommateurs) pour associer le maximum de parties prenantes ;
- elles présentent le souci constant de **l'évaluation** et de l'information sur les progrès accomplis ;
- elles s'appuient sur l'affirmation d'une vision de **long terme** : les gouvernements sont conscients que la réorientation du modèle économique peut temporairement engendrer des gagnants et des perdants parmi les entreprises, autant de « dommages collatéraux » que l'Etat doit limiter, ou accompagner ;
- elles cherchent à traiter de front les deux obstacles à la généralisation de la consommation durable, que sont le fossé entre les intentions et les actions des consommateurs et l'effet rebond : les stratégies utilisées explorent ainsi des **sentiers encore insuffisamment utilisés en matière d'incitation (marketing politique, incitations comportementales...)** afin de traiter les aspects psychologiques, sociaux, culturels, économiques et cognitifs qui conditionnent les modes de consommation.

Je conclurais par des remerciements :

- à vous Madame la Ministre, pour votre présence et votre intérêt constant pour les travaux du Centre ;
- à tous les membres du groupe de travail ;
- aux experts français et étrangers qui ont bien voulu se prêter au jeu des entretiens, dont les enseignements ont été particulièrement précieux ;
- et enfin à Élisabeth Laville, à qui je vais laisser la parole en la remerciant de nouveau d'avoir bien voulu présider ce groupe de travail.