

Agir pour l'environnement par la consommation ?

Anne de Rugy est PRAG en sociologie à l'université de Paris-Est-Créteil. Elle prépare une thèse sur les reconversions professionnelles décroissantes au Sophiapol (Paris-Nanterre) sous la direction de Christian Laval.

Explorant le lien entre environnement et consommation, Anne de Rugy s'interroge sur la capacité de nos choix individuels de modes de vie à changer le monde, en soulignant leur caractère autocentré et individualiste. Elle met en évidence les contradictions entre comportement affiché et consommation réelle, ainsi que la corrélation entre conscience environnementale et classe sociale, celles qui se veulent les plus vertueuses n'étant pas toujours les plus économes... Il est donc temps de repolitiser la consommation et de repenser le monde à l'aune de choix collectifs et solidaires, sans exclure les contraintes qui seules feront évoluer le réel. Il s'agit alors de questionner notre monde, ses finalités et les valeurs que nous voulons y promouvoir afin de construire un nouveau modèle de société basé sur un projet politique.

Yann Artus-Bertrand, le photographe écologiste aux milliers d'heures de vol, ne prendra plus l'avion, ainsi en a-t-il décidé après son dernier voyage à New-York (*Reporterre*, 12/12/2019). Ce type de résolution, prise pour sortir d'une contradiction subjective entre paroles et pratiques, relève d'une orientation de la consommation motivée par une préoccupation environnementale : s'appliquer à soi-même le changement que l'on voudrait voir advenir collectivement. Cette justification écologique de la consommation suppose que cette dernière est vécue comme un choix et non comme entièrement déterminée par une contrainte budgétaire qui commanderait des consommations incompressibles. Elle interroge sur sa portée politique : l'engagement individuel dans les pratiques de

consommation en faveur de l'environnement peut-il annoncer un changement plus large du mode de production et de consommation ?

Prendre en compte l'environnement dans sa consommation

Les liens entre environnement et consommation sont multiples : les pratiques de consommation peuvent avoir un effet directement négatif sur l'environnement (déchets, émission de CO₂, pollutions...) tout comme la production des biens et services destinés à la consommation peut également émettre du CO₂, polluer, contribuer à épuiser les ressources naturelles, détruire la biodiversité voire représenter un danger pour la vie même (accidents nucléaires ou industriels). Ainsi les combats écologiques ont-ils alerté dès les années soixante et



soixante-dix sur la face cachée de la consommation et des modes de vie et promu des expériences alternatives communautaires ou, plus rarement, individuelles. Par ailleurs, la consommation a toujours connu des formes engagées étudiées par exemple par Sophie Dubuisson-Quellier (*La consommation engagée*), quand différentes organisations, syndicats ou associations appellent les consommateurs à « voter avec leur porte-monnaie » pour défendre une cause politique, sociale, parfois environnementale, notamment à partir de la décennie 1970.

Plus récemment, cet engagement en faveur de l'environnement par la consommation s'est développé, conséquence d'une défiance envers les formes institutionnelles de la politique, d'une individualisation de l'engagement et des résultats jugés parfois décevants de l'écologie politique en termes de transformations effectives au-delà de la prise de conscience. La prise en compte de l'environnement conduit à boycotter certains produits et à en privilégier d'autres (*buy-cott*). Ainsi le citoyen consommateur vise-

t-il des produits issus de l'agriculture biologique, sans huile de palme, moins carnés, etc. ou bannit-il l'usage de l'automobile ou de l'avion, des produits ménagers polluants ou des produits générant des déchets non recyclables. Ces choix de consommation individuels sont le produit d'un travail d'alerte et de prescription mené par des organisations de défense de l'environnement et contribuent à faire émerger une norme de consommation « responsable » ou « éthique ». Ils induisent des réponses de marché tels la mise en place de certifications, d'étiquetage et de labels pour guider le consommateur. Le développement des produits issus de l'agriculture biologique en est un exemple emblématique.

Au-delà de la consommation engagée, se développent aussi des modes de vie alternatifs, en habitat léger, en lien avec la nature, prônant la sobriété et la sortie d'un système consumériste comme l'ont montré les enquêtes de Geneviève Pruvost à la ZAD de Notre-Dame-des-Landes ou dans les villages de l'Ariège et de l'Aveyron. La mise en pratique d'une conscience

écologique s'applique alors à l'ensemble d'un mode de vie et à l'expérimentation de formes de vie politisées. Les enquêtes qualitatives montrent une infinité d'écarts possibles, petits ou grands, à l'ordre dominant : le mode de consommation est central mais il est indissociable du lieu de vie et de l'habitat, de l'activité productive et des liens collectifs. Des « éf-fondristes » qui ont tout quitté pour vivre en autonomie aux décroissants, en passant par les néo-ruraux ou les reconvertis urbains, on expérimente une forme de vie où la consommation, plus sobre, n'est plus une fin en soi et le travail un moyen au service de cette fin. Ces formes de vie gagnent en visibilité, en témoignent le topos médiatique du trader qui a « tout quitté » pour une exploitation en permaculture, elles n'en restent pas moins minoritaires.

Ces formes d'action sont typiques d'une individualisation de l'engagement qui peut apparaître parfois égocentré et dépolitisé. Comment interpréter alors le sens de ces pratiques : ont-elles un effet social transformateur au-delà de l'effet de distinction sociale ?

Consommation écolo-gique ou écolo-gique ?

Les liens entre ces nouvelles tendances de la consommation et l'environnement sont ambivalents : en effet, d'une part, la consommation revendiquée comme soucieuse de l'environnement ne l'est pas toujours dans les faits et d'autre part, les formes de justification relèvent parfois d'une logique individualiste, celle du « mieux pour soi », des « bons produits », de la nourriture « saine », centrée davantage sur le bien-être individuel que sur l'intérêt général environnemental. Une première ambiguïté relève en effet des justifications données au choix de produits biologiques par exemple : les motivations individuelles comme le goût plus savoureux ou les effets bénéfiques sur la santé sont autant mobilisées que l'intention de ne pas polluer les sols. Intérêt individuel et bien commun sont mêlés d'une façon plus étroite encore que dans les formes traditionnelles de militantisme. De même, si l'engagement existentiel s'accompagne d'une volonté performative, celle de « faire école » ou de « montrer l'exemple », il est souvent formulé en termes d'éthique individuelle et de cohérence subjective qui renvoient à une rhé-

torique de l'individu autonome et responsable voire entrepreneur de lui-même.

De plus, le recours à un registre de justification écologique ne garantit pas que la consommation ait, dans son ensemble, un bilan écologique (émissions de CO₂, empreinte écologique, etc.) de facto inférieur à ceux qui n'en disent rien. En effet, les études statistiques portant sur le lien entre consommation des ménages et émissions de CO₂ montrent d'une part que le niveau de revenu est souvent plus décisif que le type de consommations adoptées (les émissions de carbone croissant avec le revenu) et d'autre part que la conscience environnementale et le bilan carbone des ménages ne sont pas parfaitement corrélés (CREDOC, mars 2019). Les voyages en avion, les déplacements pour les loisirs, la taille des logements sont autant d'éléments qui viennent alourdir le bilan carbone des classes aisées : si la conscience écologique oriente la consommation, le niveau de revenu est décisif. Ce paradoxe est d'autant plus aigu que la conscience écologique n'est pas également distribuée dans l'espace social : elle concerne plus particulièrement les milieux dotés en capitaux, notamment culturels. La consommation engagée pour l'environnement participe ainsi d'une norme de classe. Ainsi, Elizabteh Currid-Halkett (*The Sum of Small Things*) montre, en étudiant les riches urbains américains, que le goût de la tomate biologique accompagné d'un récit sur la provenance du produit s'apparente à un renouvellement de l'ostentation et de la distinction. À l'inverse, les travaux de Jean-Baptiste Comby ou Matthieu Grossetête attirent l'attention sur le fait qu'à pratiques équivalentes (par exemple, laisser son automobile à l'entrée d'une ville pour continuer en transports en commun ou encore ne pas prendre l'avion), les individus appartenant aux classes populaires ne mentionnent pas l'environnement dans leurs motivations mais davantage des contraintes pratiques ou budgétaires. D'autres ménages, plus familiers avec la norme écologique, revendiqueront ces pratiques comme écologiquement vertueuses, sans que, pour autant, l'ensemble de leur consommation soit plus écologique.

Ces ambiguïtés montrent la difficulté voire l'impasse que constitue le recours aux seuls comportements individuels de

consommation pour agir sur l'environnement.

Politiser la consommation au nom de l'environnement

Comme l'a montré Louis Pinto dans son ouvrage *L'invention du consommateur* (2018), les représentations libérales du consommateur, issues des modèles économiques comme d'une construction juridique qui s'est progressivement instituée, ont conduit à une vision dépolitisée de la consommation, relevant de choix individuels. Or ces choix individuels sont indissociables de choix politiques. Ainsi, la généralisation de l'usage de l'automobile est-elle à la fois le produit de décisions individuelles autant que de choix politiques successifs allant du retrait des tramways des villes (pour les y remettre quelques décennies plus tard) et de la fermeture des lignes de chemin de fer jusqu'aux investissements routiers massifs. Dans le domaine du logement, l'enquête de Pierre Bourdieu sur la maison individuelle a montré que le désir de maison n'est pas une pure singularité individuelle aléatoirement distribué mais un désir fabriqué par les politiques publiques (aide à la propriété individuelle, actions réglementaires, etc.) et par les constructeurs (« la maison à aimer » dit la publicité pour les maisons Sergeco) en lien avec des valeurs sociales (la propriété, la famille, la sécurité, etc.). Dans ces conditions, renvoyer la consommation, en lien avec l'environnement, à une simple responsabilité individuelle, c'est invisibiliser sa dimension politique, s'interdire d'en débattre et de l'infléchir collectivement.

La question climatique et plus généralement la question écologique invitent justement à repolitiser la consommation : pour baisser les émissions carbone et limiter la destruction de la nature, la consommation ne peut être laissée aux seuls arbitrages individuels, elle doit devenir objet de débat politique. Ce débat porte sur les contraintes (portant sur la production ou directement sur la consommation) susceptibles d'encadrer avec justesse et justice les consommations individuelles : fiscalité, quotas, limitations voire interdictions. Mais il porte plus largement sur un idéal de société qui associe consommation et bonheur, richesse et



réussite sociale et fait de la consommation une fin et du travail un moyen. De ce point de vue, les expériences individuelles de décroissance, de reconversion professionnelle descendante, de sobriété, sont une manière d'interroger cet idéal en pratique. Elles nourrissent le débat politique en questionnant, par les pratiques, les valeurs dominantes.

La question écologique, si on la prend au sérieux, exige une modification des modes de consommation et place à nouveau la question des besoins et de la manière de les satisfaire au cœur du politique. Cette exigence de changement, par son ampleur, questionne fondamentalement l'ordre économique et social et les idéaux sociaux sur lesquels il s'appuie.