



UTRECHT / ABC / ANDIA.FR

ÉCONOMIE • PLANÈTE

Face à l'exigence de sobriété, l'impasse de notre modèle de consommation

Par Cécile Prudhomme

Publié le 02 juin 2022 à 03h31 - Mis à jour le 10 juin 2022 à 12h06

Réservé à nos abonnés



Partage

ENQUÊTE | « Surconsommation : l'impasse » (4 /5). Le quatrième volet de notre série se penche sur la frénésie d'achats caractéristique de notre société et dont il est difficile de se défaire.

Siège auto, machine à hot-dog, tapis de yoga, robot de cuisine pour bébé, souffleur-aspirateur-broyeur à feuilles... Dans l'ancien centre de santé Savattero de Montreuil (Seine-Saint-Denis), en bordure de Paris, plus de 400 objets ont commencé leur seconde vie dans une bibliothèque d'un nouveau genre ouverte le 6 avril.

Ici, pas de livres ni de jeux vidéo comme dans une médiathèque. Mais une « bibliothèque d'objets », qui sera complètement opérationnelle à l'automne, où

l'on peut déjà emprunter ponceuse, appareil à raclette, gaufrier... Autant d'articles qui, achetés neufs, encombrant bien souvent les logements ou finissent par être jetés, car ils ne servent qu'occasionnellement. *« Cela vaut-il vraiment le coup que, dans chaque maison, il y ait une perceuse pour qu'elle ne soit utilisée que douze minutes dans toute sa durée de vie ? »*, s'interroge Sylvain Mustaki, à l'origine du projet avec son association, L'Observatoire du partage.

Lire aussi :

E-commerce : la part des achats de produits de grande consommation a doublé depuis la pandémie de Covid-19

L'idée de cet ancien producteur de spectacle de variétés internationales : *« Mutualiser tout ce qui peut avoir une utilisation rare ou ponctuelle, ce qui est laissé dans les placards et qui génère du plastique et des déchets. »* *« Cela ne prétend pas répondre à tous les besoins »*, mais, pour lui, donner la priorité à l'usage sur la propriété peut *« participer à un changement dans les habitudes de consommation »*.

De 5 à 50 euros par semaine, selon la valeur de l'objet

Dans cet immeuble de 600 mètres carrés, M. Mustaki espère réunir un millier d'objets d'ici à la fin de l'année, principalement issus de dons, et 3 000 mètres carrés, à terme, que chacun peut emprunter contre une rétribution modique. De 5 à 50 euros par semaine, selon la valeur de l'objet, *« pour assurer un minimum d'équilibre financier »*. Il a bien étudié la question. *« Il y a 300 structures de ce type dans le monde, dont beaucoup en Amérique du Sud. Dans les grandes villes, au bout de trois à cinq ans, elles fonctionnent avec près de 3 000 objets et un millier de prêts par mois »*, s'enthousiasme ce sexagénaire qui s'est beaucoup inspiré des théories du partage dans l'organisation de la société développées par l'association américaine Shareable.

Lire aussi :

Grande distribution : achats malins et budgets serrés nourrissent l'ascension du discount

Dans ce nouveau lieu, on trouve aussi une machine pour régénérer les piles, une pièce consacrée à la coréparation, des ateliers pour les publics scolaires et, bientôt, des salles de répétition de musique. *« Ma conviction de départ, c'est qu'à un moment, si on ne fait rien, ça va exploser. »*

Newsletter

« À LA UNE »

Chaque matin, les titres du Monde en un coup d'œil.

[S'inscrire](#)

Quelques chiffres de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe) en témoignent : si les Français pensent posséder 34 appareils électriques et électroniques par foyer, ils en détiennent, en fait, 99 en moyenne, dont 6 jamais utilisés. Entre 54 millions et 110 millions de smartphones dorment dans les tiroirs et 2,5 tonnes d'objets en moyenne sont accumulés dans les logements, soit 45 tonnes de matières mobilisées pour les fabriquer.

« Mode de consommation insoutenable »

« L'économie mondiale continue de consommer plus de 100 milliards de tonnes de matériaux par an, dont plus de 90 % deviennent des déchets », estime l'ONG Circle Economy, qui prévient : « Avec une population mondiale qui devrait atteindre 10 milliards de personnes d'ici à 2050, nos modes de production et de consommation actuels sont hautement insoutenables. »

Et, pourtant, le rythme de production et de consommation ne décélère pas, avec des ventes record observées en France dans de nombreux secteurs, en 2021. Les Français ont acheté pour 3,7 milliards d'euros de jeux et de jouets en un an (+ 5,1 % de boîtes par rapport à 2020). Dans le luxe, les ventes des géants du secteur affichent une croissance à deux chiffres. Dans l'équipement de la maison, 57,3 millions d'appareils de petit électroménager (+ 0,9 %) et 16,6 millions d'appareils de gros électroménager (+ 4,6 %) ont été vendus, en France, en 2021.

« Un appareil numérique présente des impacts écologiques importants durant toute sa durée de vie », écrit l'Ademe

Sur Internet aussi, les Français s'en donnent à cœur joie : l'an dernier, ils ont dépensé 129 milliards d'euros, soit 15 % de plus qu'en 2020. Et nos sociétés ultraconnectées ne sont pas sans incidence sur le changement climatique : le numérique est responsable de 3,5 % des émissions mondiales de gaz à effet de serre, selon l'Ademe. Et la forte augmentation des usages laisse présager un doublement de cette empreinte carbone d'ici à 2025. *« Un citoyen français possède, en moyenne, quinze équipements connectés, un chiffre bien supérieur à la moyenne mondiale, qui est de huit, a précisé l'Ademe, en janvier. Or, un appareil numérique présente des impacts écologiques importants durant toute sa durée de vie : de sa fabrication à sa fin de vie, en passant par son utilisation. »*

« Entre 1 000 et 2 000 messages publicitaires par jour »

Mais les défis environnementaux se heurtent à des normes sociales, à des choix de société où la croissance, et donc la consommation, est l'alpha et l'oméga. Il suffit, pour s'en convaincre, d'écouter certains sociologues, comme Patrice Duchemin, spécialiste de la consommation et auteur du livre *Le Pouvoir des imaginaires* (Arkhe, 2018), nous expliquer que *« consommer, c'est vivre, faire ses courses, exister »*. *« La consommation, c'est du plaisir et du "pour soi", c'est le meilleur antidépresseur. C'est aussi une manière de dire que l'on appartient à la société. »*

« La consommation, c'est du plaisir et du "pour soi", c'est le meilleur antidépresseur », Patrice Duchemin, sociologue

Le chemin de la remise en question est encore long. Le proverbe *« Abondance de biens ne nuit pas »* n'a-t-il pas été entendu de génération en génération ? *« Chaque personne est soumise, en moyenne, à entre 1 000 et 2 000 messages publicitaires par jour. En rajoutant les stimuli commerciaux, comme les logos des*

voitures, ceux sur les habits, les enseignes de magasin, on arrive à 15 000 stimuli commerciaux par jour », selon Thomas Bourgenot, chargé de plaidoyer de l'association Résistance à l'agression publicitaire (RAP). Or, la force du modèle sur les individus est fondée sur la répétition. « Plus on est exposé à un mot, une marque ou un nom, plus on aura un biais positif envers lui, poursuit-il. Ce monde où la publicité est omniprésente (rues, transports, cinémas, boîtes aux lettres...) normalise la consommation comme quelque chose qui va de soi, qui nous fait penser qu'on vit dans un monde d'abondance. »

Envie d'en savoir plus sur la croissance et la décroissance ?

Test gratuit

Marketing ciblé, algorithmes sur Internet... Les incitations à une consommation frénétique sont nombreuses. La durée de vie des produits, raccourcie par des fabricants soucieux de vendre toujours plus, est aussi en cause. « *L'obsolescence prématurée est un contributeur majeur au dérèglement climatique, à travers la fabrication des objets, mais aussi leur transport, leur stockage, leur usage et leur recyclage* », rappelle l'association Halte à l'obsolescence programmée (HOP), qui lutte contre ce phénomène.

« Une forme de luxe, devenue accessible à tous »

Et les achats sont facilités par des systèmes d'abonnement, à un produit ou à un service, auxquels près d'un Français sur deux a souscrit, dont 64 % chez les moins de 25 ans, d'après un sondage Odoxa de 2018. Des acteurs comme Amazon ont habitué les consommateurs à des délais d'obtention des produits de plus en plus courts. L'essor fulgurant du phénomène du « quick commerce » – livraison d'un panier de courses ou d'un paquet de chips en une dizaine de minutes – en est la résultante. « *Une forme de confort, de luxe, devenue accessible à tous* », vante Nazim Salur, l'un des cofondateurs de la plate-forme de livraison de courses Getir.

Lire aussi :

[Année record pour les ventes de jouets en France](#)

Simplicité, immédiateté... Tout est fait pour assouvir un besoin insatiable de consommer, lui-même fabriqué et alimenté par un système qui repose dessus. Et qui semble plus fort que les bonnes volontés. *« Alors que 84 % des adultes français en ligne soucieux de l'environnement s'inquiètent de l'impact du changement climatique sur la société, seuls 61 % déclarent que ces préoccupations influencent leurs décisions d'achat – ce qui les laisse dans un état de tension inconfortable, car leurs convictions et leurs actions sont incohérentes »*, montre une étude de Forrester parue en décembre 2021. Thomas Husson, vice-président et analyste chez cet institut, s'appuyant sur une étude montrant que 82 % des consommateurs étaient favorables à l'utilisation plus massive de tasses réutilisables, a mené sa petite expérience dans un café du sud de Londres. A l'arrivée, moins de 10 % des clients sont venus avec leur propre tasse au comptoir. *« Un peu déçu, mais pas vraiment surpris »*, en a-t-il conclu.

En parallèle, le Web a modernisé et donné un élan à l'achat de biens d'occasion. Généralisés à l'ensemble des biens de consommation par des sites comme eBay et Leboncoin, dans les années 2000, ils ont fini par créer de gros acteurs privés sur le créneau de la seconde main : Vinted dans l'habillement, Recommerce, spécialiste du smartphone, Back Market, une plate-forme géante de matériel technologique reconditionné, créée en France, en 2014, et déjà installée dans treize pays...

« Pour faire des économies »

Derrière un vernis écologique, matraqué à grands renforts publicitaires, un véritable business s'est développé. A tel point qu'il attire des vendeurs de produits neufs, comme Ikea, Apple, Decathlon ou Castorama... et même des enseignes de supermarché. E. Leclerc, qui s'est lancé en 2018, compte aujourd'hui 50 espaces ou magasins E. Leclerc Occasion.

Ces nouvelles formes de consommation ont-elles de réelles motivations écologiques ? *« L'aspect économique est au moins aussi essentiel que la protection de l'environnement »*, constate Flavien Neuvy, directeur de l'Observatoire Cetelem, dont la dernière étude montre que 55 % des Français disent acheter des produits d'occasion pour réaliser des économies. Ils ne sont que 32 % à y voir aussi un comportement qui préserve les ressources et l'environnement.

Lire aussi

Dans les chariots d'un hypermarché de Chartres, la vie à nu : « J'en ai eu pour 106 euros ! Et encore, j'ai pris juste ce qui me manquait... »

« Près de la moitié des gens ne sont pas dans l'idée d'une décroissance de la consommation, mais plutôt dans la réutilisation pour autre chose » des économies réalisées, poursuit M. Neuvy. Sur Internet, où l'acte d'achat est encore plus simplifié, 80 % de ceux qui ont acheté en ligne des produits reconditionnés ou de seconde main en 2021 l'ont fait *« pour faire des économies »*, et 51 % *« pour accéder à des produits de marque qu'ils ne pourraient pas s'offrir à l'état neuf »*, d'après la fédération de la vente à distance Fevad.

Un « pousse-au-crime »

M. Duchemin est convaincu que la seconde main est un *« pousse-au-crime »*, qui inciterait à surconsommer. *« D'ailleurs, la terminologie a changé. On ne parle plus d'occasion, qui est un terme un peu dépréciant, mais de vintage, ou de seconde main, qui est beaucoup plus positif. »* Ce qui montre aussi, selon ce sociologue, que les produits n'ont pas le même statut. Quand le marché de l'occasion est synonyme de *« je n'ai pas eu les moyens »*, la seconde main montre que *« je suis malin, voire snob quand il s'agit de trouver une petite paire de chaussure Louboutin vintage »*. *« C'est moi qui décide, c'est beaucoup plus positif. »*

Lire aussi

Les commerces en circuit court se multiplient en ville

Moins consommer rend-il plus heureux ?, se sont d'ailleurs interrogés Ludivine Blanc, Chloé Six, Thierry Mathé et Pascale Hébel, du Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (Crédoc), en décembre 2019. Le *« modèle de la société de consommation créant du désir pendant plus de cinq décennies »* étant toujours à l'œuvre, *« ne pas consommer ou réduire sa consommation est un choix politique qu'il est parfois difficile d'assumer à un niveau individuel »*.

Environ 17 % de la population, selon leurs travaux, oscille d'ailleurs entre désir de consommation et gestes de protection de la planète. « *Ce sont des individus qui font les soldes et achètent souvent des produits d'occasion ainsi que des produits bio. Ils font partie de ceux qui se déclarent très heureux et qui ont confiance dans les autres.* » Pour cette catégorie, comme pour l'ensemble de la population, le chemin de la sobriété sera long, entre maîtrise de sa vie, bien-être et crainte de sacrifier son confort.

Surconsommation : l'impasse, une série en cinq volets

- **Urgence climatique : le défi de la sobriété**

La réduction des émissions de gaz à effet de serre se heurte au maintien de nos modes de vie

Le difficile découplage entre activité économique et émissions de gaz à effet de serre

« Face à l'urgence climatique, le camp de l'adaptation et celui de la rupture »

- **Transport**

L'absolue nécessité de repenser nos modes de transport

Voir plus

Cécile Prudhomme